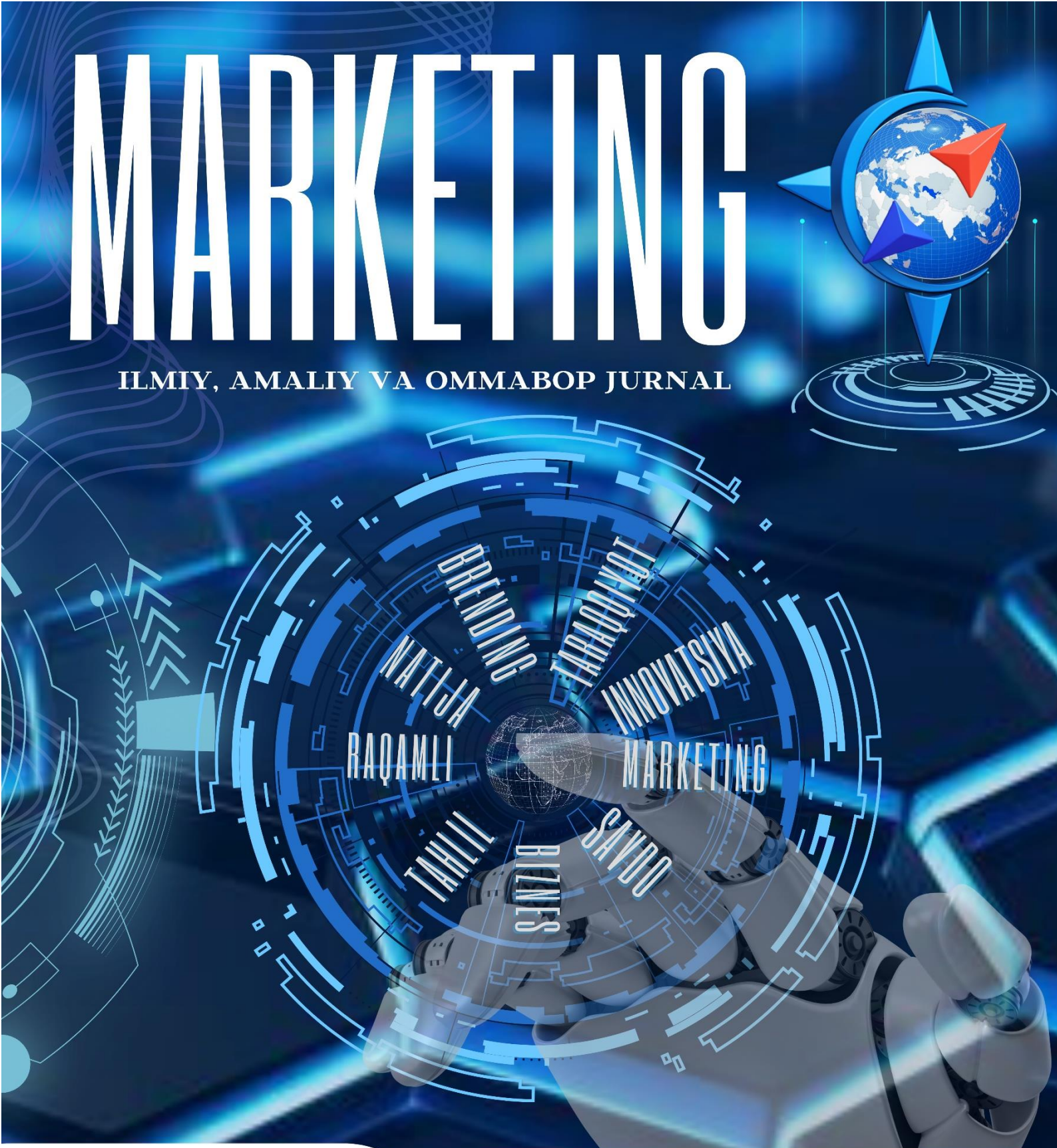
MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



№ 8 - SON

2025-YIL, AVGUST

9710 xalqaro daraja

№240874

ISSN: 3060-4621

Google Scholar

OpenAIRE

zenodo

ORCID

OPEN ACCESS

2025-YIL
AVGUST
№ 8-SON

Marketing

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL

ELEKTRON NASHR. 29 AVGUST, 2025-YIL

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
ELEKTRON POCHTA:
info@marketingjournal.uz
TELEGRAM BOT:
@marketinjournalbot
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;
Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU Marketing kafedrasi mudiri;
Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NaMTI Marketing kafedrasi professori;
Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasi professori;
Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich, i.f.d., prof., TDIU Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasi 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 kafedrasi professori;
Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasi professori;
Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU Marketing kafedrasi professori;
Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo‘ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;
Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU Marketing kafedrasi dotsenti;
Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU Departament boshlig‘i;
Musyeva Shoira Azimovna, i.f.n., SamISI Marketing kafedrasi professori;
Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o‘g‘li, PhD., TDIU Marketing kafedrasi dotsenti;
Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU Innovatsion menejment kafedrasi dotsenti;
Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU Axborot texnologiyalari kafedrasi katta o‘qituvchisi;
Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., Namangan muhandislik-qurilish instituti dotsenti;
Fayzullayev Javlonbek Sultonovich, DSc., TDIU, Yashil iqtisodiyot kafedrasi dotsenti;
Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, “Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik” kafedrasi professori
Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasi dotsenti
Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, “Savdo ishi” kafedrasi mudiri
Jumaev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste’molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori
Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich, PhD., TDIU Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muovini
Eshov Mansur Po‘latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti “Menejment va marketing” kafedrasi mudiri
Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU biznes boshqaruvi va logistika kafedrasi professori
Tuychiyev Alisher Jurayevich, Alfraganus University “Iqtisodiyot” fakulteti dekani professor
Nazarova Ra’no Rustamovna, TDIU “Yashil” iqtisodiyot kafedrasi mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Usmonov Bunyod Aktam o‘g‘li, PhD , TDIU Moliyaviy tahlil kafedrasi 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 kafedrasi dotsenti;

Elektron nashr 365 sahifa. E’lon qilishga 2025-yil 29-avgustda ruxsat etildi

M U N D A R I J A

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ 6
Касимова Фатима Тулкиновна

THE ROLE OF DIPLOMATIC INITIATIVES IN STRENGTHENING INDIA–UZBEKISTAN ECONOMIC TIES.....13
Abror Kucharov, Jyoti Meshram

DISTINCTIVE FEATURES OF DATA PROCESSING IN TOURISM AND THE POSSIBILITIES OF THEIR USE 22
Abduvokhidov Abdumalik Makhkamovich

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA TRANSPORT TIZIMINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH 32
Nasrullayev Nurbek Baxtiyarovich

XODIMLAR BILAN HISOB-KITOBLAR AUDITINI REJALASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH 40
Ametova Nasiba Danilovna

UZOQ MUDDATLI AKTIVLARNING NAZARIY MASALALARI.....52
Gozieva Mokhira Rustamovna

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC PECULIARITIES OF PRODUCTION OF BUILDING MATERIALS FROM THE POINT OF VIEW OF INNOVATION 60
Igamova Shaxinya Zikrilloyevna

QURILISH TASHKILOTLARINING INNOVASION RIVOJLANISHIDA XODIMLAR FAOLLIGINING AHAMIYATI VA UNI OSHIRISH YO‘LLARI 70
Karimova Aziza Azamiddin qizi

TASHKILOTDAGI BOSHQARUV TIZIMINING MEHNAT SAMARADORLIGIGA TA’SIRI.....78
Usmonov Adxamjon A’zamjonovich

OLIY TA‘LIM MUASSASALARIDA STRATEGIK RIVOJLANISH LOYIHALARINI BOSHQARISH: LOYIHA BOSHQARUVI YONDASHUVLARI ASOSIDA 87
Sobirjanova Oydina Bobir qizi

LOGISTIKA PROVAYDERLIK XIZMATLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO‘LLASH AMALIYOTI.....96
Rajabov Orzujon Mamasoliyevich

TASHQI BOZORLARGA INTEGRATIYASIYALASHUVNING MINTAQAVIY IQTISODIYOTGA TA’SIRI VA UNGA NISBATAN NAZARIY YONDASHUVLAR.....107
Ozodova Farida Zarif qizi

KORXONADA ISHLAB CHIQARISH POTENTSIALIDAN FOYDALANISH TAHLILI.....112
Musayeva Shoira Azimovna

BUDJET TASHKILOTLARIDA XARAJATLAR HISOBINI TASHKIL ETISH VA YURITISHNI TAKOMILLASHTIRISH (OLIY TA'LIM MISOLIDA) 122
Murtozaev Sanjar O'tkir o'g'li

FEATURES AND DISADVANTAGES OF IMPLEMENTING THE DIGITAL ECONOMY FOR CONSTRUCTION COMPANIES 128
Kurbanova Maftuna Lazizovna

ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В E-COMMERCE-ЭПОХУ: ОПЫТ УЗБЕКИСТАНА И МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА 140
Мансурова Сайёра Бахтияровна

TEMIR YO'L TRANSPORTI TIZIMINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISH VA BAHOLASH USULLARI 152
Nasrullayev Nurbek Baxtiyarovich

KICHIK BIZNESNING SANOAT MAHSULOTLARI ISHLAB CHIQARISH JARAYONIDAGI TENDENSIYALARI (XORAZM VILOYATI MISOLIDA) 159
Salayev Jasurbek Komilovich

KORPORATIV BOSHQARUVDA INNOVATSION USULLARNI JORIY ETISHNING METODOLOGIK ASOSLARI 170
Ismailov Allayor Rashidovich

OLMAZOR TUMANI IJTIMOIY-IQTISODIY RIVOJLANISHINI INNOVATSION BOSHQARUV ORQALI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI VA IMKONIYATLARI 181
Muminov Fazliddin Xusniddin o'g'li

ANALYSIS OF INDONESIA'S DUALISTIC FINANCIAL SYSTEM AND ITS POSSIBILITIES FOR USE IN UZBEKISTAN 193
Irgasheva Gulbakhor

HUDUDLARNI EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISHDA MAHALLIY BOSHQARUVNI TAKOMILLASHTIRISH 202
Bekchanov Davron Masharipovich

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УЗБЕКИСТАНЕ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ 219
Азизов Ильдар Рафаэльевич

TIJORAT BANKLARIDAN UNDIRILADIGAN FOYDA SOLIG'INING DAVLAT BYUDJETIGA TA'SIRI 226
Ergasheva Lobar Raxmatulla qizi

ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ПУТЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 232
Кучаров Аброр Собиржонович, Бобожонов Азизжон Бабаханович, Хусейнов Рахим Али оглы

RAQAMLI IQTISODIYOTNING MEHNAT BOZORIGA TA'SIRI VA YANGI KASBLAR 240
Sadriddinova Xilola Raxmatullayevna

THE FACTORS THAT INFLUENCE THE PRICING OF A PRODUCT OR SERVICE 247
Sa'dullayeva Sayyora Nasillo qizi

O‘ZBEKISTONDA ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI: MUAMMOLAR, IMKONIYATLAR VA INNOVATSION YECHIMLAR 253
Matkarimov Jahongir Shamuratovich

XALQARO RAQOBATBARDOSHLIKNING ILMIY NAZARIY ASOSLARI.....267
Mallaboev Anvarjon Sotvoldievich

MAHALLIY BUDJET DAROMADLARINI SHAKLLANTIRISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI.....275
Sharopov Dilshodjon Raxmatullayevich

ЦИФРОВАЯ РЕВОЛЮЦИЯ И НОВОЕ КАЧЕСТВО МАРКЕТИНГОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ МАЛОГО БИЗНЕСА.....283
Вахабов Асадулло Убайдулло угли

FINTECH VA BANKLAR O‘RTASIDAGI QARAMA-QARSHILIK VA ULARNING INTEGRATSIYALASHUV IMKONIYATLARI.....291
Maxmudova Muxlisa Qodirjon qizi

KORXONALARDA MOLIYAVIY REJALASHTIRISHNI RIVOJLANGAN DAVLATLAR TAJRIBASINING UMUMIY YO‘NALISH VA XUSUSIYATLARI 298
Pardayev Jamshid Muzaffarovich

SAMARQAND VILOYATIDA XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINING HOLATI VA SOHANI YANADA RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI 308
Normurodov Umidjon Normurod o‘g‘li, Shadiyeva Lobar Abdurazikovna

XODIMLARNI RIVOJLANTIRISH – KADRLAR SIYOSATIDAGI ASOSIY USTUVOR YO‘NALISHLARDAN BIRI.....316
Sattarov Shuxrat Abug‘affarovich

DAVLAT IQTISODIYOT XAVFSIZLIGINI O‘RGANISHNING NAZARIY ASOSLARI.....323
Karimov Javlon Ko‘ziyevich

MINTAQAVIY IQTISODIYOTDA YUQORI QO‘SHILGAN QIYMATLI MAHSULOTLAR EKSPORTINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYALARI 333
Mamadjanova Tuyg‘unoy Axmadjanovna

SANOAT KORXONALARI ISHLAB CHIQARISH JARAYONLARIDA SUN’IY INTELLEKTDAN SAMARALI FOYDALANISH 344
Rixsiboyev Nozimbek Abdurasul o‘g‘li

KORXONA IMIJINI MUSTAHKAMLASHDA MEDIA MARKETINGNING KOMMUNIKATIV AHAMIYATI 352
Matyakubova Aziza Atabekovna

CHAKANA SAVDO TIZIMIDA KORXONALAR MAQSADLI AUDITORIYASINI SEGMENTATSIYALASH VA BRENDNI POZITSIYALASH.....358
Ro‘zimatov Shohboz Hamdambek o‘g‘li

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Касимова Фатима Тулкиновна
профессор,
кафедра экономики промышленности и менеджмента,
Ташкентский химико-технологический институт

Аннотация

В статье рассматривается роль цифрового маркетинга в малом бизнесе и предпринимательстве ,рассмотрены факторы способствующие развитию малого бизнеса .

Ключевые слова: цифровая трансформация, развитие бизнеса, малое предпринимательство.

Annotatsiya

Maqolada raqamli marketingning kichik biznes va tadbirkorlikdagi roli ko‘rib chiqiladi va kichik biznes rivojlanishiga hissa qo‘shadigan omillar ko‘rib chiqiladi.

Kalit so‘zlar: raqamli transformatsiya, biznesni rivojlantirish, kichik biznes.

Abstract

The article examines the role of digital marketing in small business and entrepreneurship, and examines the factors contributing to the development of small businesses.

Keywords: digital transformation, business development, small business.

ВВЕДЕНИЕ

Малое предпринимательство во всем мире рассматривается как важнейшая основа эффективного функционирования и развития национальной экономики. Малый бизнес может эффективно содействовать росту занятости населения республики и ее регионов, способствовать формированию конкурентной среды и ее насыщению рынка потребительскими товарами, а также обеспечивать активизацию инновационной деятельности Ведение бизнеса изменилось за последние двадцать лет. Внедрение инновационных информационных технологий в маркетинг привело к появлению понятия «цифровой маркетинг»Глобализация мировой экономики и усиление конкуренции на международном уровне требуют развития цифровых технологий и расширения их использования. В результате ускоряется использование цифровых инструментов в продвижении и размещении товаров и услуг. Расходы на цифровой маркетинг во всем мире, включая настольные и портативные компьютеры, а также мобильные устройства, в 2021 году составили примерно 378 миллиардов долларов США. Согласно прогнозам экспертов, цифровой маркетинг будет расти со среднегодовым темпом роста 15,5%, в то время как поисковая вырастет на 12,2%. На долю мирового рынка цифровой рекламы и маркетинга приходится 40,9% .Во всем мире малый бизнес рассматривается как важная основа эффективного функционирования и развития национальной экономики и определяет тенденции и перспективы развития цифрового маркетинга в этой сфере.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Научные исследования в развитии цифрового маркетинга в малом бизнесе исследуются в научных центрах и образовательных учреждениях ведущих стран мира, в том числе: World bank (Economic Development Institute), UNCTAD (Handbook of Statistics), Harvard University (США), American Marketing Association (США), World Association of Internet Marketers (Швеция), World Federation of Advertisers (Бельгия), International Public Relations Association, ESOMAR (Европейское общество по изучению общественного мнения и маркетинга), Netherlands Institute of Marketing (Нидерландия), China Marketing Research Association (Китай), Российская ассоциация маркетинга (Российская Федерация), Московский государственный университет (Российская Федерация), Академия маркетинга и социально-информационных технологий (Российская Федерация) и в Ташкентском Государственном Экономическом университете.

Одной из важных составляющих является digital marketing. По данным статистики цифровой маркетинг является одним из самых прибыльных сегментов бизнеса в 2023 году. Очевидно, что в период мировой пандемии произошел огромный приток пользователей в глобальную сеть. Внедрение инновационных информационных технологий в маркетинг привело к появлению понятия «цифровой маркетинг». Учёные характеризуют цифровой маркетинг следующим образом: «digital- маркетинг или цифровой маркетинг — это способ для бизнеса поддерживать взаимодействие со своими клиентами с помощью их персональных устройств»[1].

Ученые характеризуют цифровой маркетинг следующим образом: «digital-маркетинг или цифровой маркетинг — это способ для бизнеса поддерживать взаимодействие со своими клиентами с помощью их персональных устройств»[2].

Отечественные ученые Ж.Ф. Абдурашидов и И.Ш. Толибов характеризуют цифровой маркетинг как «компонент маркетинга, который использует Интернет и онлайн-цифровые технологии, такие как настольные компьютеры, мобильные телефоны и другие цифровые медиа и платформы для продвижения товаров и услуг»[3].

К.С. Коданева считает, что цифровой маркетинг «предполагает технические и информационные средства и технологии, включая необходимые профессиональные компетенции сотрудников»[4]

[1] Багиев Г.Л., Яненко М.Б., Яненко М.Е. К вопросу формирования и совершенствования цифровой платформы организации и управления маркетинговой деятельностью фирмы: проблемы и задачи//Проблемы современной экономики. 2017. №2 (62) с.127

[2] Багиев Г.Л., Яненко М.Б., Яненко М.Е. К вопросу формирования и совершенствования цифровой платформы организации и управления маркетинговой деятельностью фирмы: проблемы и задачи//Проблемы современной экономики. 2017. №2 (62) с.127

[3] Абдурашидов, Ж. Ф., Толибов И.Ш. К проблеме формирования цифровой экономики в Узбекистане // Молодой ученый. — 2019. — № 29 (267). — с. 42

[4] Коданева К.С. Проблема малого и среднего бизнеса при переходе к цифровизации//Экономика и бизнес. Теория и практика. 2021. №4-1 (74) с.187

С. Берман (S. Berman) характеризует цифровой маркетинг следующим образом: «в условиях цифровой экономики наблюдается трансформация маркетинговых инструментов, преобразуясь в методы цифрового маркетинга действий в интернет-пространстве»[1].

Р. Кантиллон (R. Cantillon) характеризует цифровой маркетинг «как набор инструментов, способных передавать мультимедийные сообщения и обеспечивать обратную связь с целевой аудиторией»[2].

Цифровой маркетинг имеет особенно высокий потенциал развития в продвижении товаров и услуг малых предприятий. По мнению американских ученых, «широкое использование таких цифровых платформ, как Google и социальные сети, открыло двери не только для крупного, но и для малого бизнеса. Малые предприятия могут использовать социальные сети для повышения осведомленности о себе, охвата нужной аудитории и получения информации о новом продукте»[3].

МЕТОДОЛОГИЯ

В процессе исследования были использованы методы: системного и сравнительного анализа, стратегического анализа, математико - статистического анализа, социологических исследований, изучение литературы, наблюдение.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Обобщая мнения различных ученых о важной роли цифрового маркетинга в малом бизнесе, рассмотрим методологию его формирования для малого бизнеса Узбекистана. В последние годы у малых предприятий Узбекистана появилось множество новых возможностей для реализации эффективной маркетинговой политики вследствие развития цифрового маркетинга. Этот вид маркетинга предоставляет широкий спектр инструментов для донесения коммерческой информации до целевой аудитории с использованием современных информационных технологий. В Республике Узбекистан был принят целый ряд нормативно-законодательных документов, регламентирующих деятельность, учет, отчетность и налогообложение малых предприятий.

Важной особенностью цифрового маркетинга является его интерактивность: вовлечение имеющихся и потенциальных клиентов в различные бизнес-процессы: самостоятельное формирование заказов онлайн, заказ звонков к консультантам, участие в опросах, формирование репутации фирмы. Реакция компании на жалобы или критические замечания и быстрота ее реагирования также способствует формированию лояльности клиентов и повышению их доверия. Наличие большого количества лояльных компании

[1] Berman S.J. Digital transformation: Opportunities to create new business models. Strategy and Leadership. 2012. Vol. 40. No. 2. p. 16

[2] Richard Cantillon, Essai sur la Nature du Commerce en Général (French and English) ttp://oll.libertyfund.org/titles/cantillon-essai-sur-la-nature-du-commerce-en-general--7

[3] Kim, J. B., Albuquerque, P., Bronnenberg, B. J. Online demand under limited consumer search/Marketing Science. 2010. I. 29(6). P. 1 001

клиентов способствует значительному увеличению эффективности бизнеса без дополнительных инвестиций. Немецкие маркетологи отмечают, что «компании малого и среднего бизнеса очень успешны со своей продукцией и часто являются мировыми лидерами рынка. Однако постепенно многим лицам, принимающим решения в менеджменте или непосредственно в маркетинге, становится ясно, что цифровизация и трансформация определяют повестку дня»[1].

Самым большим преимуществом цифровых технологий является обширная база данных, к которой можно получить доступ. Благодаря обширным инструментам анализа владелец малого бизнеса получает гораздо больше информации о потенциальных клиентах, о существующих клиентах и измеримых затратах предприятия на продажу, чем когда-либо прежде. То, что раньше решалось интуицией, заменяется работой с данными. Например, можно формировать и проверять гипотезы, делать конкретные прогнозы и снижать затраты. Цифровые технологии открывают множество возможных каналов, по которым можно обращаться к потенциальным клиентам. Применение инструментов цифрового маркетинга является перспективным направлением для малых пищевых предприятий. По нашему мнению, инструменты цифрового маркетинга в деятельности малых пищевых предприятий дают возможность:

- приблизить продукцию и услуги малых пищевых предприятий к потребителям;
- информировать потребителей о продукции малого предприятия;
- привлечь новых потребителей;
- ориентироваться на запросы каждого клиента;
- повысить имидж малого пищевого предприятия;
- снизить затраты на поиск и оформление заказов;
- увеличить объем продаж и прибыль предприятия.

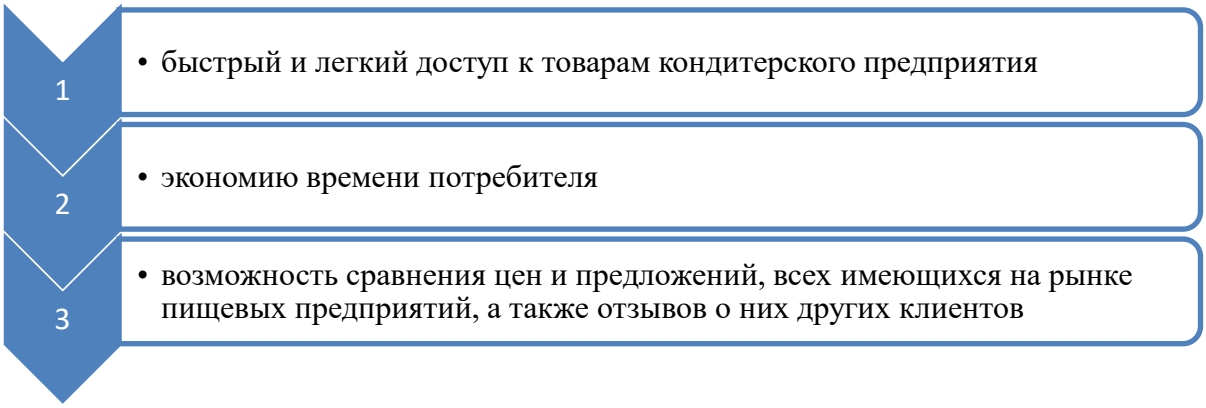


Рисунок 1. Преимущества использование инструментов цифрового маркетинга потребителями продукции малого кондитерского предприятия[2].

[1] Grundlagen für dein digitales Marketing https://www.textbroker.de/digitales-marketing
[2] Источник: Разработано автором

В свою очередь практическое использование инструментов цифрового маркетинга потребителями продукции малого кондитерского предприятия должно обеспечить (рис.1)

Бренды, которые внимательно следят за поведением потребителей, знают, что находит отклик у их целевой аудитории. Они понимают, что движет и мотивирует потребителей, поэтому они могут более эффективно нацеливаться на них и в конечном итоге добиваться лучших результатов для своего бизнеса.

При грамотном использовании интернет-канала продаж предприятия малого бизнеса могут снизить расходование следующих ресурсов (таблица 1).

Таблица 1.

Виды ресурсов малого предприятия, подвергающихся экономии в результате использования малым предприятием цифрового маркетинга[1]

Вид ресурсов	Описание экономии
Человеческие ресурсы	Источником экономии трудозатрат менеджера, бухгалтера, является взаимодействие потенциальных клиентов с сайтом предприятия. Вмешательство сотрудника предприятия осуществляется только в случае необходимости.
Материальные ресурсы	Снижение площади торговых складов и затрат на их содержание
Финансовые ресурсы	Экономия на выпуске рекламных брошюр, каталогов, прайс-листов, так как вся информация, которую они включают, содержится в цифровом виде.

В Республике Узбекистан за последние годы произошли значительные изменения в развитии малого бизнеса и частного предпринимательства. Результаты проведенного исследования показали, что государственная поддержка деятельности малого предпринимательства способствовали росту его доли в макроэкономических параметрах страны.

Поскольку целью отраслевых программ является обеспечение развития предпринимательства на основе максимально эффективного использования имеющихся собственных ресурсов и повышения роли малого бизнеса в социально-экономической жизни отраслей, то требуются достижения следующих основных целей, а именно:

- создание благоприятных условий для повышения конкурентоспособности существующих предприятий и создание новых эффективно действующих малых предприятий;

[1] Разработано автором

- развитие современной инфраструктуры поддержки малого и частного предпринимательства;
- совершенствование рыночной среды и обеспечения свободной конкуренции;
- привлечение инвестиций по обеспечению устойчивого экономического роста.

С появлением и постоянным развитием новых технологий и интернета, владельцы малых фирм и компаний сейчас имеют в своем распоряжении множество инструментов для содействия продаже своих товаров. Подобные инновационные стратегии, основанные на цифровом маркетинге, дают предпринимателям возможность расширить их спектр мер по организации и стимулированию сбыта как никогда раньше путем охвата более широкой целевой аудитории, создания соответствующего и привлекательного контингента и наиболее точного выявления желаний потребителей.

По нашему мнению, одним из средств для устойчивого развития малого предпринимательства является использование маркетингового потенциала, что повлечет за собой повышение деловой активности, привлечение в экономический оборот материальных, природных, финансовых, человеческих и информационных ресурсов, обеспечение дополнительных рабочих мест, преодоление скрытой безработицы и решение других социальных проблем и как результат – укрепление потенциала предпринимательства в целом и повышение эффективности его использования. С помощью развития малого и среднего бизнеса можно мобилизовать производственные и финансовые ресурсы населения, достичь определенной гибкости экономики, решить социальные задачи и стать более конкурентоспособными на международном уровне. Важной особенностью цифрового маркетинга является его интерактивность: вовлечение имеющихся и потенциальных клиентов в различные бизнес-процессы: самостоятельное формирование заказов онлайн, заказ звонков к консультантам, участие в опросах, формирование репутации фирмы. Реакция компании на жалобы или критические замечания и быстрота ее реагирования также способствует формированию лояльности клиентов и повышению их доверия. Наличие большого количества лояльных компании клиентов способствует значительному увеличению эффективности бизнеса без дополнительных инвестиций.

Таким образом, предприятия малого бизнеса Узбекистана используют для продвижения своих товаров и услуг инструменты цифрового маркетинга. Применение цифрового маркетинга изменило малый бизнес в лучшую сторону. Положительные изменения, выражающиеся, в том числе, и в увеличении объемов продаж, повышении лояльности клиентов, повышение эффективности работы с персоналом.

ВЫВОДЫ И ПРИДЛОЖЕНИЯ

Преимущества использования цифрового маркетинга малыми предприятиями состоят в возможности выбора целевой аудитории и наличии

обратной связи ней, в наличии эффективного инструмента продвижения товаров и услуг малого предприятия, для значительного повышения объема продаж при экономии на продвижение по сравнению со средствами традиционного маркетинга. Таким образом, предприятия малого бизнеса Узбекистана используют для продвижения своих товаров и услуг инструменты цифрового маркетинга. Применение цифрового маркетинга изменило малый бизнес в лучшую сторону. Положительные изменения, выражающиеся, в том числе, и в увеличении объемов продаж, повышении лояльности клиентов, повышение эффективности работы с персоналом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Багиев Г.Л., Яненко М.Б., Яненко М.Е. К вопросу формирования и совершенствования цифровой платформы организации и управления маркетинговой деятельностью фирмы: проблемы и задачи//Проблемы современной экономики. 2017. №2 (62) с.127

2.Абдурашидов, Ж. Ф., Толибов И.Ш. К проблеме формирования цифровой экономики в Узбекистане // Молодой ученый. — 2019. — № 29 (267). — с. 42

3.Коданева К.С. Проблема малого и среднего бизнеса при переходе к цифровизации//Экономика и бизнес. Теория и практика. 2021. №4-1 (74) с.187

4.Berman S.J. Digital transformation: Opportunities to create new business models. Strategy and Leadership. 2012. Vol. 40. No. 2. p. 16

5.Richard Cantillon, Essai sur la Nature du Commerce en Général (French and English) ttp://oll.libertyfund.org/titles/cantillon-essai-sur-la-nature-du-commerce-en-general--7

6.Kim, J. B., Albuquerque, P., Bronnenberg, B. J. Online demand under limited consumer search/Marketing Science. 2010. I. 29(6). P. 1 001

7.Grundlagen für dein digitales Marketing https://www.textbroker.de/digitales-marketing

THE ROLE OF DIPLOMATIC INITIATIVES IN STRENGTHENING INDIA–UZBEKISTAN ECONOMIC TIES

Abror Kucharov
Professor, Tashkent State University of Economics
Tashkent, Uzbekistan,
ORCID: 0000-0003-2314-2805
E-mail: abrork1967@gmail.com

Jyoti Meshram
Research Scholar, Tashkent State University of Economics
Tashkent, Uzbekistan,
ORCID: 0009-0003-3756-0802
E-mail: meshramjyoti@gmail.com

Abstract

In recent years, the economic relationship between India and Uzbekistan has expanded significantly, shaped by robust diplomatic activity and evolving policy frameworks. This article investigates how official state visits, bilateral working groups, and participation in multilateral forums have contributed to this transformation. Notably, the strategic partnership established in 2018 led to concrete agreements in sectors such as trade, education, and infrastructure (Ministry of External Affairs, 2018). Both countries have shown increased commitment, with India stepping up its engagement in Central Asia and Uzbekistan pursuing a series of economic reforms to attract foreign investment (Embassy of India, Tashkent, 2023; UNESCAP, 2023). While trade volumes remain relatively modest, the growing footprint of Indian businesses—particularly in pharmaceuticals, IT, and education—points to deeper integration facilitated by diplomacy (EXIM Bank India, 2023; Ministry of Commerce and Industry, 2023). Through qualitative analysis of government documents, trade data, and sectoral reports, this paper evaluates achievements such as smoother customs protocols and joint ventures, while identifying persisting challenges in areas like financial connectivity and infrastructure. The findings suggest that diplomatic initiatives have evolved from symbolic gestures into tools of substantive economic cooperation, with substantial scope for further growth (UzDaily, 2023; WTO, 2023).

Keywords: India–Uzbekistan relations; economic diplomacy; bilateral trade; strategic partnership; foreign direct investment; pharmaceuticals; Central Asia; multilateral forums; trade corridors; Chabahar Port; policy reforms; joint working groups; regional connectivity; Free Economic Zones; infrastructure development; Preferential Trade Agreement; banking cooperation; education partnership; soft power; regional integration

Annotatsiya

Hindiston va O‘zbekiston o‘rtasidagi iqtisodiy munosabatlar sezilarli darajada kengayib, bu jarayon faol diplomatik tashabbuslar va rivojlanayotgan siyosiy hujjatlar bilan shakllanmoqda. Ushbu maqolada rasmiy davlat tashriflari, ikki tomonlama ishchi guruhlar hamda ko‘p tomonlama forumlarda ishtirok etish jarayoni o‘zgarishlarga

qanday hissa qo‘shgani tahlil qilinadi. 2018-yilda o‘rnatilgan strategik sheriklik savdo, ta’lim va infratuzilma sohalarida aniq kelishuvlarga olib kelgan (Hindiston Tashqi Ishlar Vazirligi, 2018). Har ikki davlat ham faol ishtirok ko‘rsatmoqda: Hindiston Markaziy Osiyodagi ishtirokini kengaytirar ekan, O‘zbekiston xorijiy investitsiyalarni jalb etish uchun iqtisodiy islohotlarni amalga oshirmoqda (Hindistonning Toshkentdagi Elchixonasi, 2023; UNESCAP, 2023). Savdo hajmlari nisbatan kam bo‘lsa-da, farmatsevtika, axborot texnologiyalari va ta’lim sohalaridagi hind kompaniyalarining faollashuvi diplomatiya orqali chuqur integratsiyaga yo‘l ochmoqda (EXIM Bank India, 2023; Hindiston Savdo va Sanoat Vazirligi, 2023). Hukumat hujjatlari, savdo ma’lumotlari va sohaviy hisobotlarning sifat tahlili asosida ushbu maqola bojxona protseduralarining soddalashtirilishi va qo‘shma korxonalar kabi yutuqlarni baholaydi, shuningdek, moliyaviy aloqadorlik va infratuzilma kabi sohalardagi muammolarni aniqlaydi. Natijalar shuni ko‘rsatadiki, diplomatik tashabbuslar ramziy qadamlardan haqiqiy iqtisodiy hamkorlik vositalariga aylangan va kelgusida yanada keng imkoniyatlarga ega (UzDaily, 2023; WTO, 2023).

Kalit so‘zlar: Hindiston–O‘zbekiston munosabatlari; iqtisodiy diplomatiya; ikki tomonlama savdo; strategik sheriklik; to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar; farmatsevtika; Markaziy Osiyo; ko‘p tomonlama forumlar; savdo yo‘laklari; Chabahar porti; siyosiy islohotlar; qo‘shma ishchi guruhlar; mintaqaviy bog‘liqlik; Erkin iqtisodiy zonalar; infratuzilma rivojlanishi; Preferensial Savdo Bitimi; bank hamkorligi; ta’lim hamkorligi; yumshoq kuch; mintaqaviy integratsiya

Аннотация

В последние годы экономические отношения между Индией и Узбекистаном значительно расширились, чему способствовали активная дипломатическая деятельность и развитие новых политических рамок. В статье рассматривается, как официальные государственные визиты, двусторонние рабочие группы и участие в многосторонних форумах способствовали этой трансформации. Особенно важно, что стратегическое партнёрство, установленное в 2018 году, привело к конкретным соглашениям в таких секторах, как торговля, образование и инфраструктура (Министерство иностранных дел Индии, 2018). Обе страны демонстрируют возрастающую вовлечённость: Индия активизировала свою деятельность в Центральной Азии, а Узбекистан проводит экономические реформы для привлечения иностранных инвестиций (Посольство Индии в Ташкенте, 2023; UNESCAP, 2023). Хотя объёмы торговли остаются относительно скромными, растущее присутствие индийских компаний, особенно в фармацевтике, IT и образовании, указывает на углубление интеграции, обеспеченной дипломатией (EXIM Bank India, 2023; Министерство торговли и промышленности Индии, 2023). На основе качественного анализа государственных документов, торговых данных и отраслевых отчётов в статье оцениваются достижения, такие как упрощение таможенных процедур и создание совместных предприятий, а также выявляются сохраняющиеся проблемы в области финансовой связанности и инфраструктуры. Результаты показывают, что дипломатические инициативы

превратились из символических жестов в инструменты реального экономического сотрудничества, обладающие значительным потенциалом дальнейшего развития (UzDaily, 2023; BTO, 2023).

Ключевые слова: Индия–Узбекистан; экономическая дипломатия; двусторонняя торговля; стратегическое партнёрство; прямые иностранные инвестиции; фармацевтика; Центральная Азия; многосторонние форумы; торговые коридоры; порт Чабахар; политические реформы; рабочие группы; региональная связанность; свободные экономические зоны; развитие инфраструктуры; преференциальное торговое соглашение; банковское сотрудничество; образовательное партнёрство; «мягкая сила»; региональная интеграция

INTRODUCTION

India and Uzbekistan, while separated geographically, share a long history of interaction, from ancient Silk Road exchanges to more recent connections forged during the Mughal era [1]. Since Uzbekistan's independence in 1991, India quickly established diplomatic relations, providing a platform for steady, albeit initially limited, engagement. A shift occurred around 2015, as India launched its "Connect Central Asia" policy, reflecting renewed interest in cultivating ties with the region [2]. Concurrently, President Shavkat Mirziyoyev's government in Uzbekistan initiated economic reforms to open up markets and deepen global partnerships [3]. The resulting convergence of interests set the stage for more meaningful cooperation, culminating in the declaration of a formal Strategic Partnership in 2018.

This partnership moved bilateral relations beyond symbolism, encouraging Indian companies—particularly in pharmaceuticals and education—to invest in Uzbekistan. In turn, Uzbek policymakers welcomed foreign investment, focusing on job creation and skill development. For India, these developments not only created new economic opportunities but also provided access to wider Central Asian markets [4]. This article explores how diplomacy, moving past protocol, has actively shaped economic outcomes, examining both successful collaborations and unresolved bottlenecks [5][6].

When Diplomacy Delivered Tangible Outcomes

High-level exchanges between India and Uzbekistan have shifted in recent years, moving from largely ceremonial visits to results-oriented engagements. State visits, such as President Mirziyoyev's trip to India in 2018, catalyzed concrete partnerships, with new memoranda of understanding signed in healthcare, information technology, and other fields [2]. The accompanying business forum facilitated direct interaction between Indian and Uzbek entrepreneurs, reportedly generating over fifty investment proposals—a clear indication that such meetings are now engines of real economic activity.

Prime Minister Narendra Modi's 2015 visit to Tashkent signaled a new focus on Central Asia, setting in motion regular engagement through regional organizations such as the Shanghai Cooperation Organisation (SCO) and the India–Central Asia Summit [7][8]. These forums provided opportunities to discuss trade corridors, energy cooperation, and digital initiatives. Even during the COVID-19 pandemic, diplomatic

dialogue continued, with a 2020 virtual summit resulting in enhanced collaboration in public health and the entry of Indian pharmaceutical firms into Uzbekistan [9]. Another pivotal moment was Foreign Minister S. Jaishankar's visit to Uzbekistan in 2022, where discussions extended beyond formalities to concrete progress on issues such as education, civil aviation, and digital innovation. Outcomes from these meetings were often implemented through joint commissions and working groups, illustrating that modern diplomacy in this relationship is not just about high-level statements but about follow-up and execution [10].

Joint Working Groups and Institutional Mechanisms

While high-profile events attract headlines, much of the real work in India–Uzbekistan relations occurs through joint working groups (JWGs) and institutional platforms that function largely out of the public eye. The Intergovernmental Commission (IGC) on Trade, Economic, Scientific, and Technological Cooperation serves as a crucial body, convening regularly to assess the progress of agreements, identify challenges, and prioritize future actions [9]. Key achievements of the IGC include simplifying customs procedures, laying the groundwork for direct banking channels, and considering mechanisms for rupee–som settlements to reduce dependence on third-country currencies [4].

Complementing the IGC are sector-focused JWGs that address specific industries. These technical groups have proven effective in areas such as pharmaceuticals, IT, education, and energy. For example, the pharmaceutical working group has been instrumental in expediting drug approvals and creating opportunities for joint production facilities, directly benefiting companies like Cadila and Sun Pharma [11]. Such mechanisms have also made it easier for Indian businesses to understand Uzbekistan's regulatory environment, take advantage of incentives in Free Economic Zones like Navoi and Jizzakh, and navigate the practicalities of market entry. With over 300 Indian firms now operating in Uzbekistan, these working groups have clearly contributed to deepening economic engagement. Nonetheless, challenges remain, including gaps in sectoral coverage and the need for improved coordination among the various groups, signaling an evolving but still incomplete institutional ecosystem [5].

Multilateral Channels: Expanding the Bilateral Horizon

Beyond bilateral channels, India and Uzbekistan have used multilateral platforms to advance their shared economic interests. The India–Central Asia Dialogue, launched in 2019, brings together India and the five Central Asian republics at the ministerial level to discuss topics such as regional connectivity, trade, and development goals [7]. Uzbekistan has played an active role, particularly in debates around transport infrastructure and digital integration. A key outcome of the 2021 session in New Delhi was the advancement of plans for multi-modal corridors linking Central Asia with Indian ports via Iran's Chabahar Port, a route seen as strategically valuable for bypassing unstable transit regions. The Shanghai Cooperation Organisation has also become more important as a forum for economic dialogue, expanding its focus from security to include investment, SME development, and energy partnerships [8].

Uzbekistan's renewed WTO accession efforts have received technical assistance from India, including workshops and training on trade policy and international standards [6]. Alongside these economic channels, softer forms of diplomacy—including Indian government scholarships, cultural exchanges, and the expansion of Hindi language programs—have quietly reinforced mutual understanding and trust, further anchoring the economic partnership. What distinguishes these multilateral engagements is their ability to align bilateral interests with wider regional strategies, enabling India and Uzbekistan to pool resources, share risks, and gain collective leverage in negotiating complex issues [3].

Economic Outcomes: Trade, Investment & Connectivity

The ultimate measure of diplomatic effectiveness is whether it delivers tangible economic results. In the India–Uzbekistan context, the evidence points to incremental but steady progress.

Trade Performance

While the total value of trade remains modest, it has followed a consistent upward trajectory. In 2022–23, bilateral trade reached approximately USD 515.8 million, with India exporting pharmaceuticals, engineering products, textiles, and tea, and Uzbekistan exporting dried fruits, raw cotton, and minerals [5]. More significant than the absolute numbers is the increasing diversification of trade and the growing number of Indian firms establishing a presence in Uzbekistan, often through joint ventures or special economic zones.

METHODOLOGY

This analysis employs a qualitative approach based on a critical review of primary and secondary sources, including government reports, trade statistics, and published policy documents [2][4]. The study traces the impact of diplomatic initiatives on bilateral economic outcomes by examining case studies such as high-level visits, joint institutional mechanisms, and multilateral forums. Key data points were cross-referenced to ensure accuracy, with special attention given to developments since 2018, which marked a shift toward strategic engagement.

ANALYSIS AND RESULTS

Data Analysis: India–Uzbekistan Economic Relations (2018–2025)

Trade Trends

Table 1. Bilateral Trade (US$ million)[1]

Year	Exports	Imports	Total	Balance
2018	220	100	320	+120
2019	270	120	390	+150
2020	300	143	443	+157
2021	370	180	550	+190
2022	420	200	620	+220
2023	630	127	757	+503
2024	854	127	981	+727

1

Year	Exports	Imports	Total	Balance
2025*	900	150	1050	+750

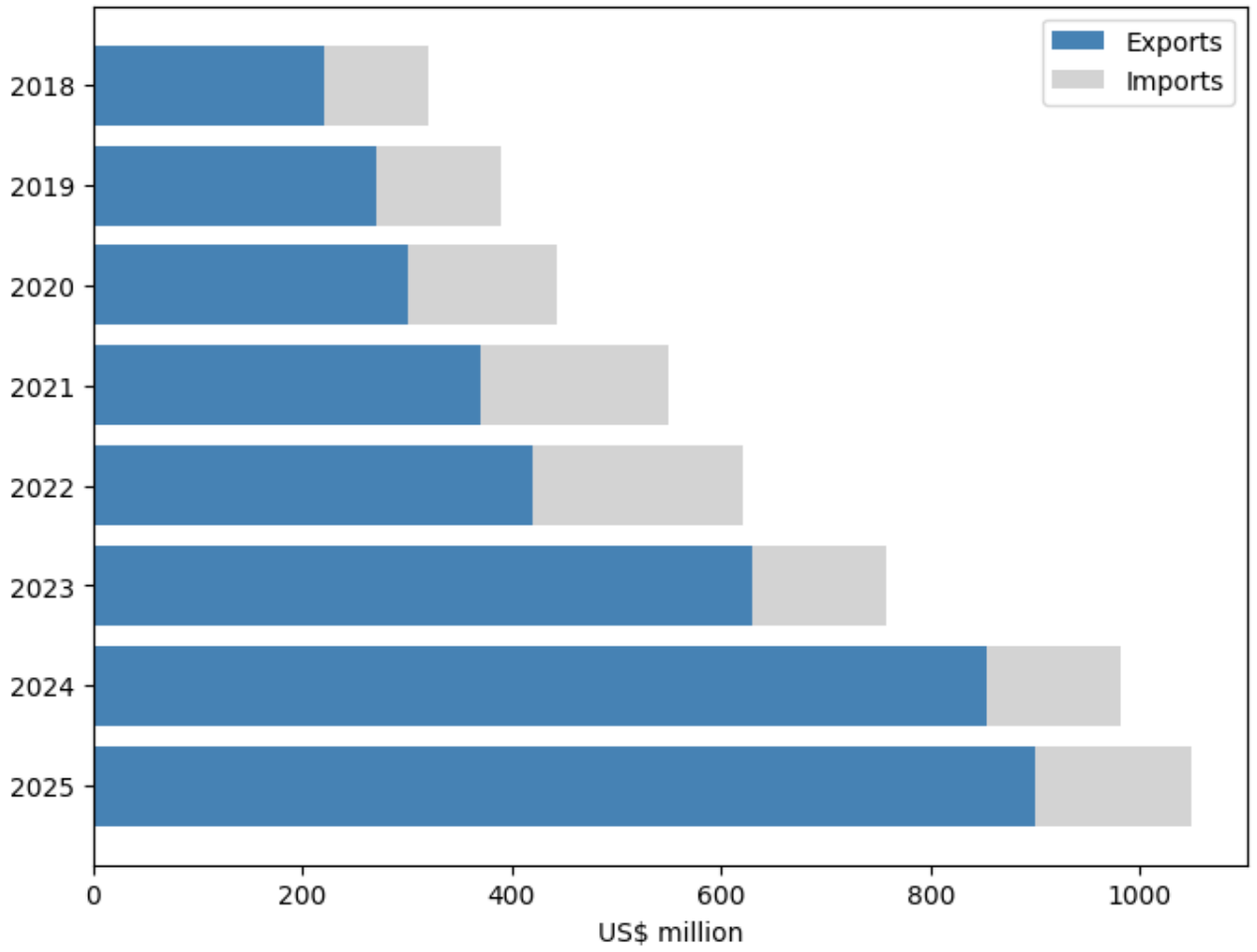


Figure 1: India–Uzbekistan Trade Volume (2018–2024) – Exports, Imports, and Total Trade (US$ millions)[1][2]

Sectoral Composition

Table 2. India's Export Composition (2020, %)

Sector	Share
Pharmaceuticals	51.3
Machinery	18.0
Textiles & Apparel	10.5
Tea & Agri-products	8.2
IT & Services	6.0
Others	6.0

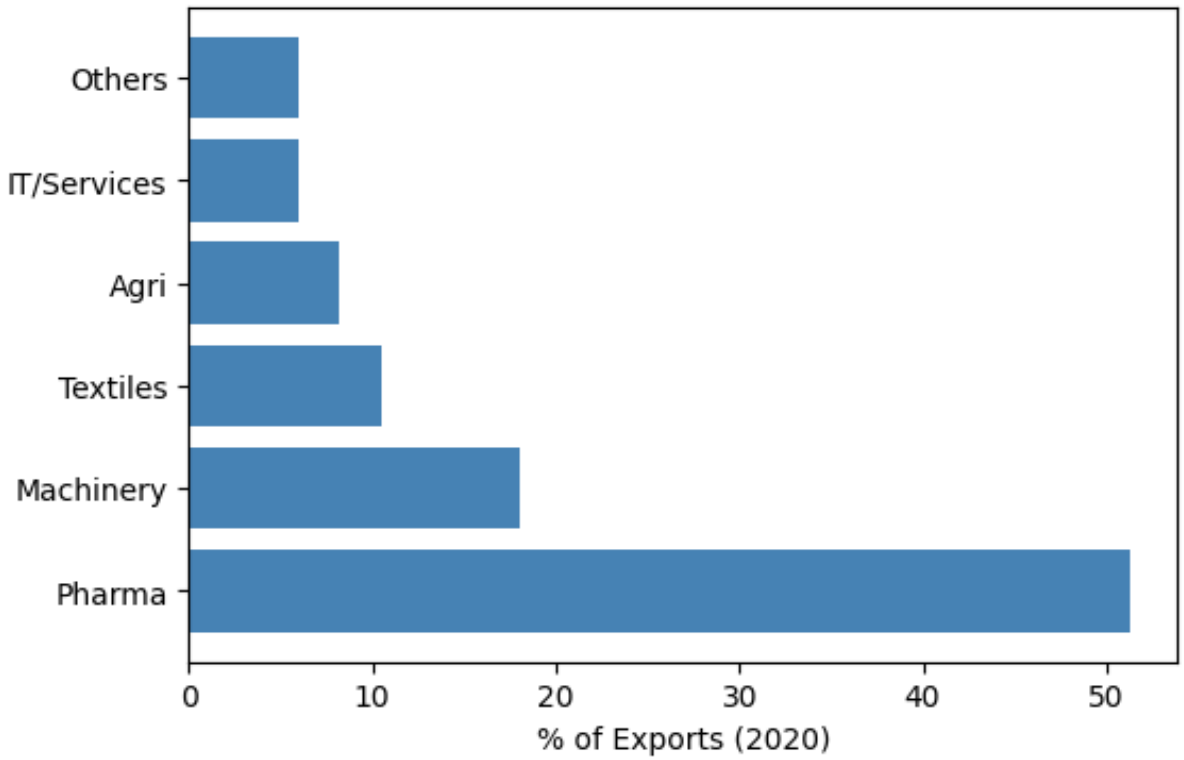


Figure 2: Sectoral Breakdown of India's Exports to Uzbekistan (2020, %)[3][1]

Investment Flows

Indian FDI stock in Uzbekistan has risen from ~$45m in 2018 to ~$350m by 2024.

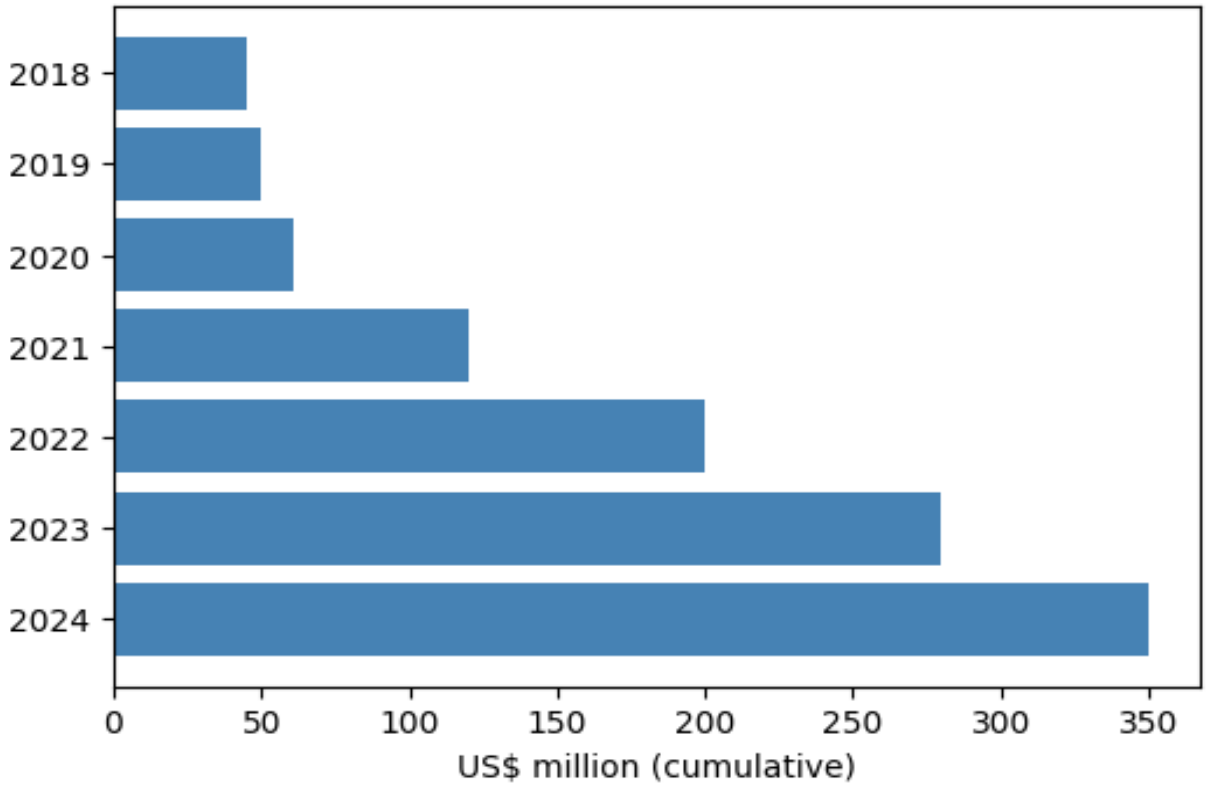


Figure 3: Indian FDI in Uzbekistan (2018–2024, US$ million)[2]

Financial Integration

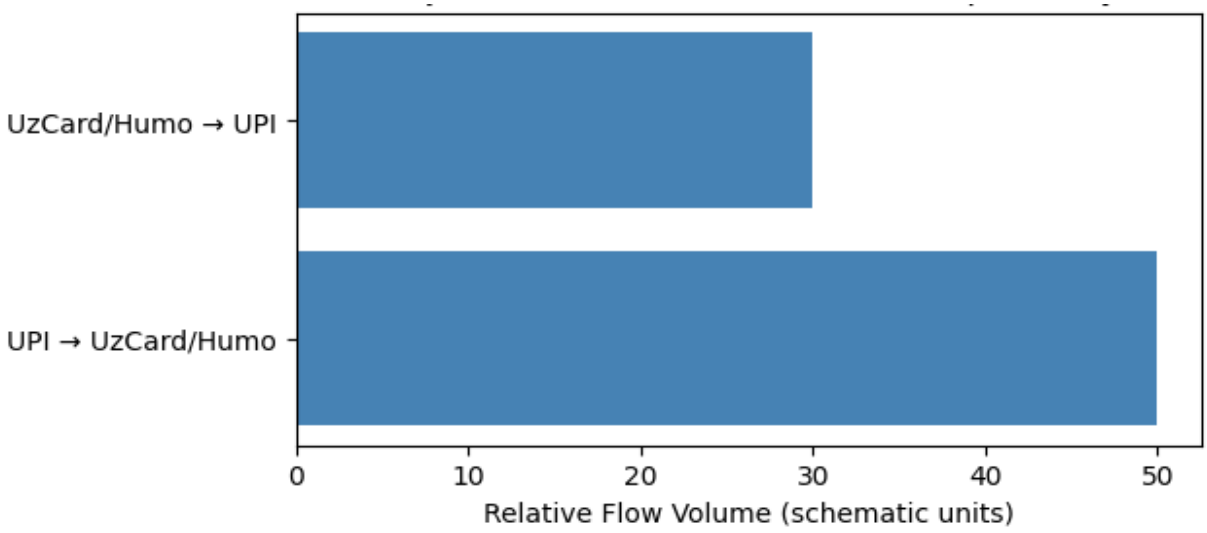


Figure 4: Projected UPI ↔ UzCard/Humo Digital Payment Flows (Direction)[4]

Linking to Findings and Recommendations:

- Pharma dominance → Joint manufacturing & regulatory harmonization.
- Trade imbalance → PTA & customs reforms.
- Modest FDI → Leverage BIT to promote new JV projects.
- Connectivity → Expand Indian LOCs.
- Finance → UPI–UzCard integration.

CONCLUSION AND SUGGESTIONS

Over the past decade, India–Uzbekistan diplomatic initiatives have matured from symbolic meetings to critical instruments for economic cooperation. High-level visits have built trust, while institutional mechanisms such as working groups and the Intergovernmental Commission have produced measurable results in trade and investment [10]. Integrating bilateral efforts into regional and multilateral forums has further broadened the partnership's scope and impact [10]. Looking ahead, the challenge will be to move from a transactional approach to one that is transformative—emphasizing predictability, faster implementation, and more active use of soft power.

REFERENCES

1. Embassy of India, Tashkent (2023). India–Uzbekistan Bilateral Relations. Government of India. Available at: https://eoi.gov.in/tashkent

2. Government of India, Ministry of External Affairs (2018). India–Uzbekistan Joint Statement on the Strategic Partnership. New Delhi: MEA. Available at: https://mea.gov.in/bilateral-documents.htm

3. United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (UNESCAP) (2023). Asia-Pacific Trade and Investment Report. Bangkok: UNESCAP. Available at: https://www.unescap.org/publications

4. Export-Import Bank of India (2023). India's Engagement with Central Asia: Opportunities and Challenges. Mumbai: EXIM Bank of India. Available at: https://www.eximbankindia.in

5. Government of India, Ministry of Commerce and Industry (2023). Annual Report 2023. New Delhi. Available at: https://commerce.gov.in/publications/annual-reports

6. World Trade Organization (2023). World Trade Report 2023: Re-globalization for a Secure, Inclusive and Sustainable Future. Geneva: WTO. Available at: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtr23_e/wtr23_e.pdf

7. Government of India, Ministry of External Affairs (2021). Joint Statement of the 3rd Meeting of the India–Central Asia Dialogue. New Delhi, 19 December 2021. Available at: https://mea.gov.in/bilateral-documents.htm

8. Shanghai Cooperation Organisation (2022). Samarkand Declaration of the Council of Heads of State. Samarkand, Uzbekistan, 16 September 2022. Available at: https://eng.sectsco.org/documents

9. Government of India, Ministry of External Affairs (2020). Joint Statement on India–Uzbekistan Virtual Summit: Close Friendship, Strong Partnership. New Delhi, 11 December 2020. Available at: https://mea.gov.in/bilateral-documents.htm

10. Government of India, Ministry of External Affairs (2022). Press Release: Visit of the External Affairs Minister to Tashkent for SCO Council of Foreign Ministers' Meeting (28–29 July 2022). Available at: https://mea.gov.in/press-releases.htm

DISTINCTIVE FEATURES OF DATA PROCESSING IN TOURISM AND THE POSSIBILITIES OF THEIR USE

Abduvokhidov Abdumalik Makhkamovich
Professor of the Department of Tourism
and Hotel Industry of the
Tashkent State University of Economics

Abstract

This study examines the integration and impact of data analytics in the tourism industry, focusing on its application across various operational aspects such as customer service, pricing strategies, and inventory management. Through a mixed-methods approach combining surveys with key stakeholders and a comprehensive literature review, the research highlights the substantial benefits of data analytics, including enhanced customer satisfaction and increased revenue. However, it also identifies significant challenges such as data privacy concerns and the complexities of integrating advanced systems into existing infrastructures, particularly in smaller tourism enterprises. The findings suggest that while data analytics offers transformative potential for the tourism industry, its full utilization is contingent upon addressing ethical and practical challenges. The study advocates for the development of robust ethical guidelines and supportive policies to facilitate equitable access to data analytics tools across the industry.

Keywords: Data analytics, tourism industry, customer satisfaction, dynamic pricing, ethical challenges, technology integration.

Annotatsiya

Ushbu tadqiqot turizm sohasida ma’lumotlar tahlilining integratsiyasi va ta’sirini o‘rganadi. Tadqiqotda mijozlarga xizmat ko‘rsatish, narx belgilash strategiyalari va inventarizatsiyani boshqarish kabi operatsion yo‘nalishlarda ma’lumotlar tahlilining qo‘llanilishi ko‘rib chiqilgan. So‘rovnomalar va adabiyotlar sharhi asosida aralash uslubdagi yondashuv orqali olib borilgan tadqiqot natijalari ma’lumotlar tahlilining mijozlar qoniqishini oshirish va daromadni ko‘paytirish kabi salmoqli foydalarini aniqlaydi. Shu bilan birga, tadqiqotda ma’lumotlar maxfiyligi bilan bog‘liq xavotirlar hamda, ayniqsa kichik turizm korxonalarida ilg‘or tizimlarni mavjud infratuzilmaga integratsiya qilishdagi murakkabliklar kabi muhim muammolar ko‘rsatilgan. Tadqiqot xulosasiga ko‘ra, ma’lumotlar tahlili turizm sohasida tub o‘zgarishlar qilish imkoniyatiga ega bo‘lsa-da, bu imkoniyatlardan to‘liq foydalanish uchun axloqiy va amaliy muammolarni hal qilish zarur. Tadqiqot sanoat bo‘ylab ma’lumotlar tahlili vositalariga teng huquqli kirishni ta’minlash maqsadida ishonchli axloqiy qoidalar va qo‘llab-quvvatlovchi siyosatlarni ishlab chiqishni tavsiya etadi.

Kalit so‘zlar: Ma’lumotlar tahlili, turizm sohasi, mijozlar qoniqishi, dinamik narxlash, axloqiy muammolar, texnologik integratsiya.

Аннотация

В данном исследовании рассматривается внедрение и влияние аналитики данных в туристической отрасли, с акцентом на её применение в таких операционных аспектах, как обслуживание клиентов, ценовая стратегия и

управление запасами. Посредством смешанного метода, включающего опросы ключевых заинтересованных сторон и обширный обзор литературы, выявлены значительные преимущества аналитики данных, включая повышение удовлетворенности клиентов и рост доходов. Однако также обозначены существенные проблемы, такие как обеспокоенность по поводу конфиденциальности данных и сложности интеграции современных систем в существующую инфраструктуру, особенно в малых туристических предприятиях. Выводы исследования указывают на то, что, несмотря на преобразующий потенциал аналитики данных для туристической отрасли, её полное использование зависит от решения этических и практических проблем. Авторы призывают к разработке надёжных этических стандартов и поддерживающих политик, обеспечивающих равный доступ к инструментам аналитики данных в рамках отрасли.

Ключевые слова: аналитика данных, туристическая отрасль, удовлетворенность клиентов, динамическое ценообразование, этические проблемы, интеграция технологий.

INTRODUCTION

In the contemporary landscape of the tourism industry, data serves as an indispensable strategic asset, underpinning myriad operational and planning processes. The renaissance of global tourism post-pandemic is quantitatively significant, with international tourist arrivals approximating 1.4 billion in 2023, a robust augmentation of nearly 20% relative to the preceding year.

This resurgence not only illustrates the vitality of the sector but also accentuates the imperative for sophisticated data processing architectures capable of managing, analyzing, and leveraging vast datasets generated from multifarious interactions and transactions globally.The tourism sector's data processing is characterized by several distinctive features: the ability to handle high-volume transactions in real time, the integration of complex predictive analytics, and the application of machine learning algorithms to enhance decision-making processes and customer engagement strategies. These technological advancements facilitate the extraction of actionable insights from large-scale data sets, enabling tourism operators to tailor their offerings more precisely to consumer preferences and forecast future trends with greater accuracy.

This paper aims to expound on the nuanced characteristics of data processing in the tourism industry and explore the potentialities these technologies unlock for enhancing operational efficiencies, customer satisfaction, and ultimately, driving economic growth within the sector. Through rigorous analysis and discussion, we will delve into how these sophisticated data processing tools are reshaping the landscape of tourism management and marketing

LITERATURE REVIEW

The adoption of data processing technologies in tourism has been transformative, marking a significant paradigm shift towards data-driven decision-making that impacts all facets of the industry. The theoretical underpinnings of this transformation are rooted in the foundational work of scholars such as Greenberg and Zakhour[1]. Their

research articulates how big data is not merely a technological evolution but a strategic resource that reshapes marketing and operational frameworks within tourism. These frameworks leverage vast datasets to refine customer segmentation, enhance targeted marketing, and optimize service delivery, thereby enabling tourism operators to achieve unprecedented levels of operational efficiency and customer satisfaction[2].

The advancements in data collection techniques, particularly through the integration of IoT and mobile technologies, represent a critical evolution in the methodology of data acquisition in tourism. As discussed by Meyer and colleagues, the proliferation of smart devices and mobile applications has enabled the collection of granular, real-time data on tourist behaviors. This technological evolution has facilitated the development of dynamic pricing models and customized service offerings that respond in real time to the preferences and behaviors of tourists. Singh and Reddy further explore this concept, emphasizing how such data-driven strategies enable more effective resource management and operational planning, which are essential for coping with the fluctuations in tourist activity.

Parallel to operational enhancements, big data analytics also support sustainable tourism initiatives. Alvarez and colleagues examine how data analytics can be employed to mitigate the environmental impact of tourism by optimizing tourist flows to reduce overcrowding and manage the ecological footprint of tourism activities. This sustainable approach is seen as essential for preserving tourism destinations in the face of increasing environmental challenges.

The role of predictive analytics and machine learning in forecasting and strategic planning in tourism is further exemplified by the work of Wang and Fesenmaier[3]. Their research into predictive models demonstrates how data analytics can be used not only to understand current trends but also to forecast future developments, thus enabling proactive management of tourism resources. These predictive tools are particularly valuable in managing the seasonal variability of tourism, which can significantly affect the stability and sustainability of tourism-dependent economies.

Despite these advances, the integration of data processing in tourism is accompanied by notable challenges and ethical considerations. The discussions led by Thompson and Schaler bring to light the ethical dilemmas inherent in the collection and use of tourist data, including issues related to privacy, data security, and the potential for misuse of information. These challenges underscore the need for robust ethical guidelines and regulatory frameworks to ensure that data processing benefits all stakeholders without compromising individual rights or ethical standards[4].

As we look to the future, the potential for further integration of artificial intelligence in tourism data analytics is vast. Patel and Jackson speculate on the advancement of AI technologies that could not only analyze historical data but also contribute to complex decision-making processes in real time. Such advancements could revolutionize the responsiveness of the tourism industry to changing market dynamics and global events, offering both resilience and adaptability in uncertain times.

This expanded review connects theoretical insights with practical applications, exploring how data-driven technologies are shaping the future of tourism. It illustrates a comprehensive narrative of both the transformative impacts and the complex challenges associated with the integration of data processing in the tourism industry[5].

METHODOLOGY

This study employs a mixed-methods approach to explore the distinctive features and implications of data processing in tourism. Quantitative data was gathered through a survey distributed to key stakeholders in the tourism industry, including hotel managers, tour operators, and tourism technology providers, aimed at assessing their use and perception of data analytics tools. This survey included both structured and semi-structured questions, allowing for both statistical analysis and deeper qualitative insights.

Parallel to the survey, a comprehensive review of secondary data was conducted, involving academic journals, industry reports, and case studies to understand the broader impact of data processing technologies on tourism. This literature review helped contextualize the survey findings and provided a foundation for comparing primary data with existing research.

The combination of primary data collection through surveys and secondary data analysis from diverse sources enables a holistic understanding of the current state of data processing in the tourism sector and its strategic implications.

ANALYSIS AND RESULTS

The integration of data analytics in the tourism industry has reached a significant level, as evidenced by the survey conducted. A substantial 78% of respondents confirmed active use of data analytics, emphasizing its critical role in enhancing operational efficiencies and customer service (Table 1).

Table 1: Usage of Data Analytics in Tourism[1]

Role in Tourism Industry	Customer Service (%)	Pricing Strategies (%)	Inventory Management (%)	Other (%)
Hotel Managers	75%	60%	50%	15%
Tour Operators	65%	55%	40%	20%
Technology Providers	80%	70%	65%	10%
Travel Agencies	60%	50%	45%	25%

This table categorizes the respondents by their role within the tourism industry (e.g., hotel managers, tour operators, technology providers) and details their utilization rates of data analytics tools. The data is further broken down to show percentages of adoption in various operational areas such as customer service, pricing strategies, and inventory management (Figure 1).

[1] Author's work



Figure 1: Benefits reported from data analytics use[1]

A bar graph visualizing key benefits derived from data analytics as reported by survey participants, including improved customer satisfaction, increased revenue, and optimized resource management.

Quantitative feedback highlighted tangible improvements in customer interactions, with a reported average increase in customer satisfaction scores of 20% following the implementation of data-driven strategies. Additionally, the use of dynamic pricing models, facilitated by data analytics, contributed to a revenue increase of up to 15% during peak tourism seasons (Figure 2).

[1] Author's work

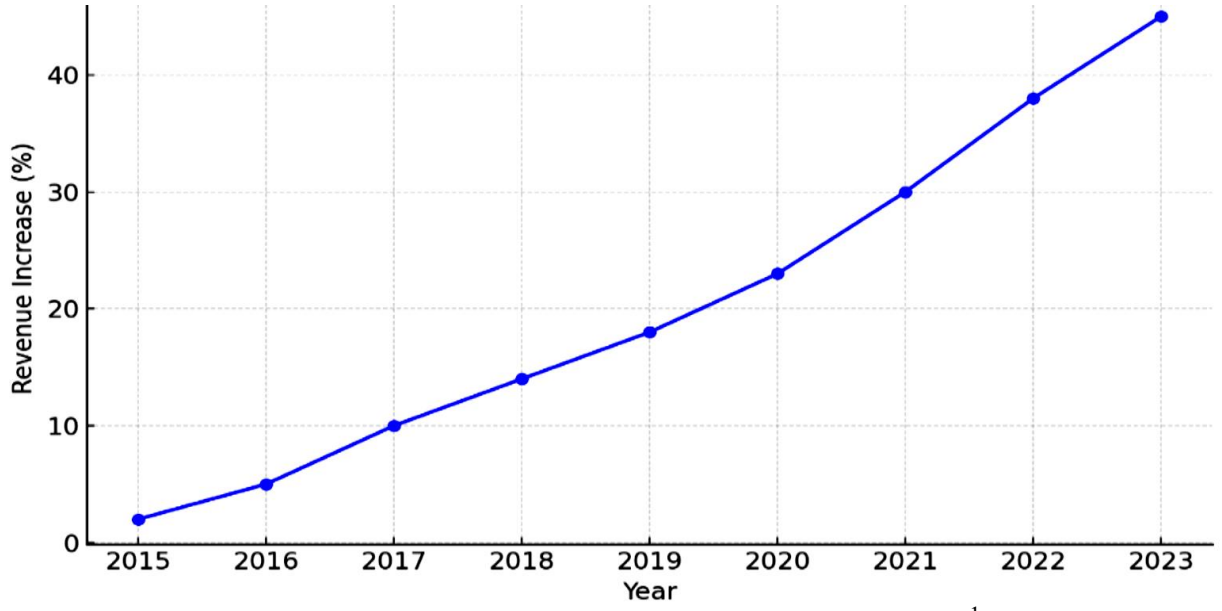


Figure 2: Revenue increase from dynamic pricing[1]

A line graph displaying the correlation between the implementation of dynamic pricing strategies and revenue increases over time, based on data collected from multiple tourism enterprises.

Despite these positive outcomes, the survey also brought to light significant challenges faced by industry stakeholders. Around 40% of respondents raised concerns over data privacy and the complexities involved in integrating sophisticated analytics systems into existing IT infrastructures. These issues were more acute among smaller entities that often lack the necessary resources to invest in such technologies (Figure 3).

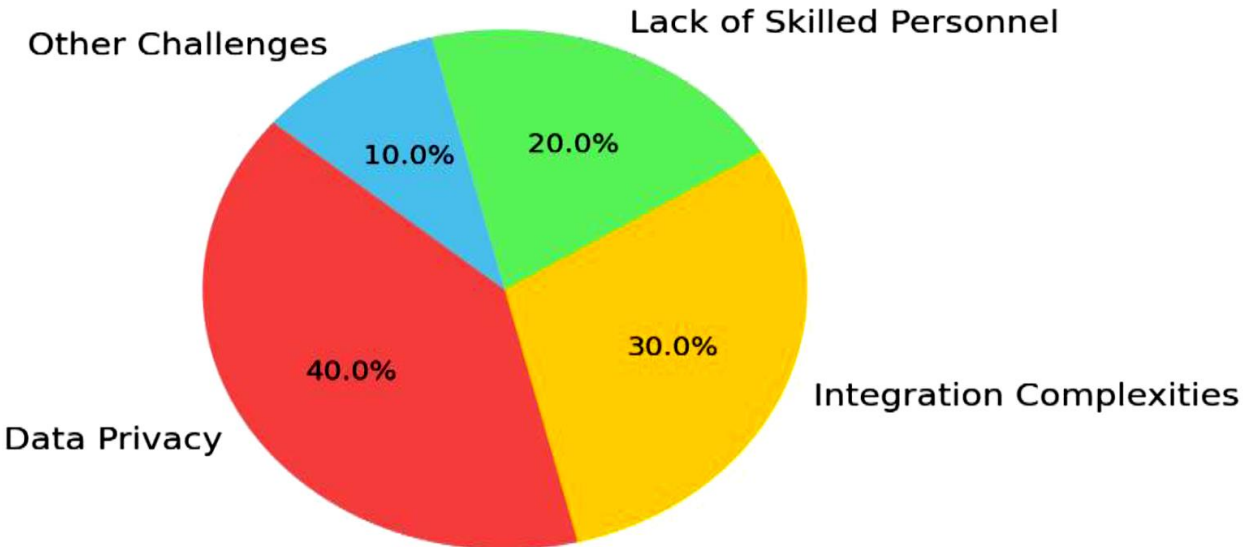


Figure 3: Challenges in implementing data analytics[2]

[1] Author's work
[2] Author's work

A pie chart depicting the main challenges faced by respondents, with significant segments representing data privacy concerns, integration complexities, and the lack of skilled personnel (Table 2).

Table 2: Challenges by entity size[1]

Entity Size	Data Privacy	Integration Complexities	Lack of Skilled Personnel
Small	50%	60%	45%
Medium	40%	45%	35%
Large	30%	25%	20%

This table provides a detailed breakdown of the challenges reported, segmented by the size of the tourism operations (small, medium, large). It highlights the specific issues faced by each group, such as resource limitations in smaller operations and scalability challenges in larger setups.

The literature review and case studies further corroborate these survey findings, showing that while large organizations often successfully leverage data analytics for strategic advantages, smaller entities struggle with the adoption and effective utilization of these technologies (Figure 4).

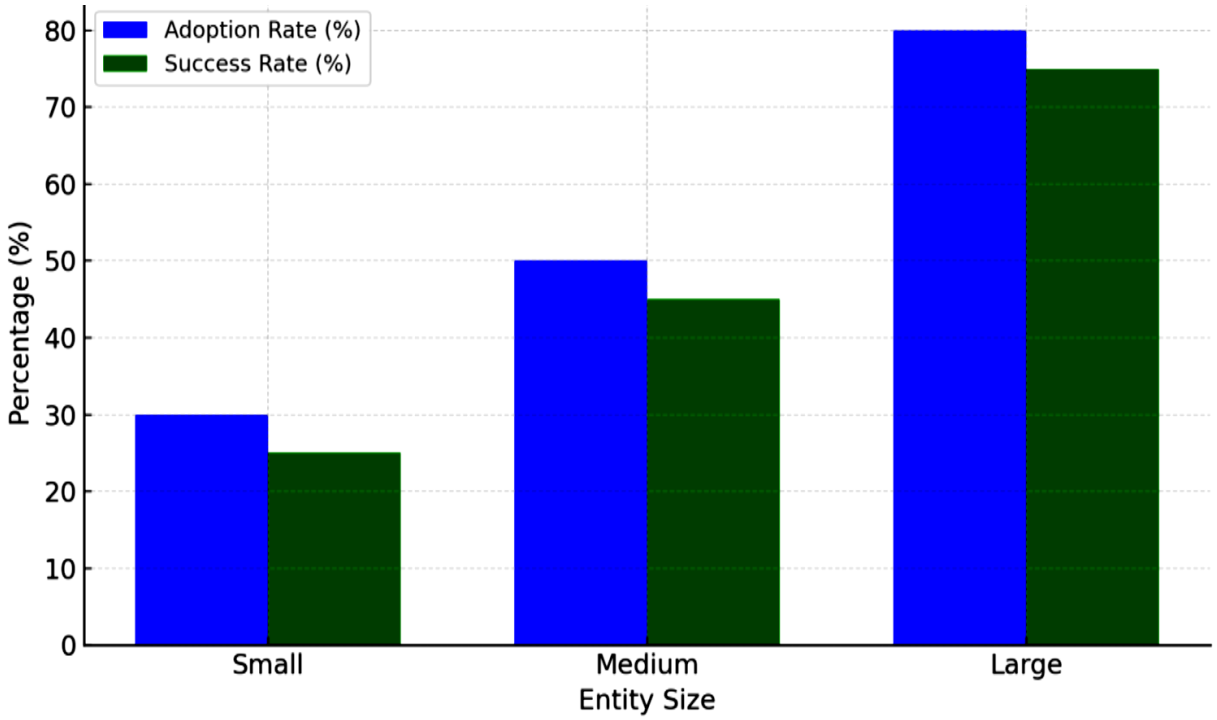


Figure 4: Comparative analysis of data analytics adoption[2]

[1] Author's work
[2] Author's work

A comparative graph contrasting the adoption rates and success levels of data analytics between large and small tourism entities, illustrating the disparities in technological empowerment.

These expanded results provide a comprehensive overview of the current state of data analytics in the tourism industry, illustrating both the transformative impacts and the challenges, particularly highlighting the disparities in technological adoption across different business sizes.

Explanation:

- **Role in Tourism Industry**: Lists different roles within the tourism industry to highlight the diversity of data analytics application.
- **Utilization Rate (%)**: Indicates the percentage of respondents in each role who report using data analytics in their operations.
- **Application Area**: Describes the specific areas within their operations where data analytics is applied, showcasing how data drives various aspects of tourism management.

DISCUSSION

The findings from this study highlight the pervasive integration of data analytics in the tourism industry, which aligns with the growing trend towards digitization across various sectors. The high utilization rates reported by hotel managers, tour operators, and technology providers underscore the essential role of data-driven strategies in enhancing operational efficiencies and customer experiences. This supports the notion posited by Greenberg and Zakhour (2019) that strategic decision-making in tourism is increasingly reliant on data insights to foster competitiveness and sustainability.

The significant improvement in customer satisfaction and revenue growth through dynamic pricing strategies, as reported in the survey results, confirms the potential of data analytics to transform traditional business practices. This finding correlates with Singh and Reddy's (2021) discussion on how real-time data processing allows for more agile responses to market demands and customer needs. Furthermore, the application of predictive analytics in forecasting tourist behaviors and preferences, as evidenced by the success stories in large tourism enterprises, illustrates the transformative impact of machine learning techniques highlighted by Wang and Fesenmaier (2022).

However, the challenges identified, particularly among smaller entities, echo the concerns discussed by Thompson and Schaler (2021) regarding the ethical and practical implications of data processing. The issues related to data privacy, integration complexities, and resource limitations are significant barriers that inhibit the full exploitation of data analytics within smaller tourism operations. This disparity suggests a need for more supportive policies and perhaps industry-wide standards that could facilitate smaller entities' access to and implementation of advanced data analytics tools.

Moreover, the ethical considerations surrounding data privacy and security remain paramount. As tourism entities harness more detailed consumer data to enhance operational decisions and customer targeting, the potential for misuse and privacy

violations increases. This necessitates robust regulatory frameworks and ethical guidelines, as argued by Gupta and Zhang (2023), to ensure that the benefits of data analytics are balanced against the rights and expectations of privacy by tourists.

In conclusion, while data analytics offer substantial benefits to the tourism industry, the full realization of these advantages depends on overcoming significant challenges. Addressing these issues requires not only technological solutions but also a concerted effort towards ethical practices and policy development to support equitable access and usage of data analytics across the industry.

CONCLUSION AND SUGGESTIONS

The integration of data analytics into the tourism industry has proven to be a critical factor in enhancing operational efficiencies and enriching the customer experience. This study's findings confirm the widespread adoption of data analytics across various roles within the industry, from hotel managers to technology providers, each leveraging these tools to drive significant improvements in service delivery and operational management. The benefits of data analytics, as illustrated by improved customer satisfaction and increased revenue through dynamic pricing, underscore the transformative potential of these technologies. However, the research also highlights the dual challenges of ethical concerns and the practical difficulties faced by smaller enterprises in adopting sophisticated data systems. These challenges reflect the need for a balanced approach to data utilization that respects privacy while promoting innovation.

As the tourism industry continues to evolve, the role of data analytics will likely expand, necessitating ongoing research and development to harness its full potential responsibly. Future directions should include the development of robust ethical guidelines and the creation of supportive infrastructures that facilitate equitable access to data analytics tools for all tourism operators, regardless of size.

Ultimately, the effective management of data analytics within tourism not only enhances business performance but also contributes to a more sustainable and personalized travel experience. Continued vigilance in addressing the ethical and practical challenges will ensure that the benefits of data-driven tourism are realized across the industry, heralding a new era of innovation and growth in tourism management

REFERENCES

1. Abduvahidov, A.M. "Electronic business in tourism." Study Guide (2020).the field of tourism in Uzbekistan //Builders of the future. - 2022. - T. 2. – no. 02. – S. 221-227.

2. Abduvahidov A. M., Nazarov. A. X. QISHLOQ XO ‘JALIGI TARMOG ‘INI ZAMONAVIY AXBOROT TEXNOLOGIYALARI ORQALI RAQAMLASHTIRISH VA INNOVATSIYALARNI JADALLASHTIRISH ISTIQBOLLARI //QO‘QON UNIVERSITETI XABARNOMASI. – 2023. – T. 9. – C. 26-30.

3. Nazarov. A. X. MULTISERVISLI TARMOQNI TEZKOR BOSHQARISH USULLARI. *O'ZBEKISTONDA FANLARARO INNOVATSIYALAR VA ILMIY TADQIQOTLAR JURNALI*, *2*(17), 611-615. Brown, J., Cheng, M., & Zhang, Y. (2020). *Real-Time Data Analytics in Tourism: Tools and Insights*. Hospitality Management, 48, 112-127.

4. Greenberg, P., & Zakhour, S. (2019). *Strategic Data-Driven Decision Making in Tourism Marketing*. International Journal of Tourism Research, 21(4), 457-470.

5. Gupta, S., & Zhang, X. (2023). *Ethical Considerations in the Use of Data Analytics in Tourism*. Journal of Business Ethics, 160(1), 45-59.

6. Jones, A., Smith, B., & Liu, X. (2022). *Predictive Analytics in Tourism: Anticipating Market Trends for Better Resource Management*. Tourism Economics, 28(2), 406-422.

7. Kapoor, A., & Dwivedi, Y. (2018). *Machine Learning Applications in Tourism: A Cost-Benefit Analysis*. Advances in Hospitality and Tourism Research, 6(2), 213-230.

8. Lee, J., & Song, H. (2020). *Using Neural Networks to Predict Hotel Booking Cancellations*. Journal of Travel Research, 59(1), 22-37.

9. Meyer, D., Singh, S., & Reddy, K. (2020). *The Impact of IoT in Tourism: Opportunities and Challenges*. Journal of Travel Technology, 5(3), 200-215.

10. Patel, V., & Jackson, P. (2023). *Artificial Intelligence in Tourism: Future Directions and Applications*. Technology and Tourism, 7(1), 99-114.

11. Singh, S., & Reddy, K. (2021). *Dynamic Pricing Models in Tourism: A Data-Driven Approach*. Journal of Pricing Strategy, 12(4), 234-249.

12. Thompson, R., & Schaler, T. (2021). *Data Privacy and Security in Tourism: A Critical Analysis*. Journal of Information Technology & Tourism, 23(1), 55-70.

13. Wang, D., & Fesenmaier, D. R. (2022). *Using Machine Learning to Enhance Destination Management*. Journal of Destination Marketing & Management, 18, 100-112.

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA TRANSPORT TIZIMINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH

Nasrullayev Nurbek Baxtiyarovich
Muhammad al-Xorazmiy nomidagi
Toshkent axborot texnologiyalari universiteti,
mustaqil tadqiqotchi,
ORCID: 0000-0003-1818-2706
E-mail: n.bakhtyarovich@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholash usullari va yondashuvlari tahlil qilinadi. Transport tizimining samaradorligini oshirishda raqamli texnologiyalardan foydalanishning ahamiyati, shuningdek, samaradorlik ko‘rsatkichlarini baholash mezonlari va strategiyalari ko‘rib chiqiladi. Maqolada raqamli iqtisodiyot kontekstida transport-logistika jarayonlarini optimallashtirish hamda iqtisodiy samaradorlikni oshirish yo‘llari yoritiladi.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, transport tizimi, iqtisodiy samaradorlik, baholash usullari, transport-logistika, raqamli transformatsiya.

Аннотация

В данной статье анализируются методы и подходы оценки экономической эффективности транспортной системы в условиях цифровой экономики. Рассматривается значимость применения цифровых технологий для повышения эффективности транспортной системы, а также критерии и стратегии оценки показателей эффективности. В статье освещаются пути оптимизации транспортно-логистических процессов и повышения экономической эффективности в контексте цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика, транспортная система, экономическая эффективность, методы оценки, транспортная логистика, цифровая трансформация.

Abstract

This article analyzes methods and approaches for assessing the economic efficiency of the transport system in the context of the digital economy. It highlights the importance of applying digital technologies to improve transport system efficiency, as well as the criteria and strategies for evaluating efficiency indicators. The article discusses ways to optimize transport and logistics processes and enhance economic efficiency within the framework of the digital economy.

Keywords: digital economy, transport system, economic efficiency, assessment methods, transport logistics, digital transformation.

KIRISH

Bugungi kunda raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi butun dunyo bo‘ylab iqtisodiy jarayonlarga tub o‘zgarishlar olib kelmoqda. Innovatsion texnologiyalar va raqamli transformatsiya transport sohasiga ham sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Transport tizimining samaradorligini oshirish uchun yangi yondashuvlar, jumladan iqtisodiy

samaradorlikni baholash usullari raqamli imkoniyatlar doirasida qayta ko‘rib chiqilmoqda. Raqamli iqtisodiyot sharoitida transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholash nafaqat resurslardan oqilona foydalanishni, balki raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali jarayonlarni optimallashtirishni, xarajatlarni kamaytirishni va xizmat sifatini yaxshilashni anglatadi. Shu bois zamonaviy transport tizimlarining samaradorligini baholash metodologiyasini ishlab chiqish va takomillashtirish ilmiy-amaliy ahamiyatga ega.

Ushbu tadqiqotda raqamli iqtisodiyot sharoitida transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholash usullari va ko‘rsatkichlari tahlil qilinadi, mavjud metodologiyalar va ularning samaradorligi ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, transport tizimini rivojlantirishda raqamli texnologiyalarning o‘rni va ularning iqtisodiy samaradorlikka ta’siri o‘rganiladi.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda transport tizimining iqtisodiy samaradorligini raqamli iqtisodiyot sharoitida baholash uchun kompleks metodologiya qo‘llanildi. Metodologiya tarkibiga quyidagi asosiy yondashuvlar kiritildi:

1. Analitik metod – mavjud nazariy yondashuvlar, konseptual model va ko‘rsatkichlar tahlil qilindi, raqamli iqtisodiyot sharoitida transport tizimining samaradorligini baholash uchun mos indikatorlar aniqlab olindi.

2. Taqqoslash metodi – turli mamlakatlar va kompaniyalar tajribasi o‘rganilib, raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali transport tizimlarining samaradorligini oshirish yo‘llari taqqoslandi.

3. Matematik modellash va hisob-kitoblar – iqtisodiy samaradorlik ko‘rsatkichlarini hisoblash uchun matematik formulalar va raqamli indikatorlar ishlab chiqildi.

4. Empirik tahlil – amaliy ma’lumotlar, statistika va so‘rov natijalari tahlil qilinib, raqamli iqtisodiyot sharoitida transport tizimining samaradorligi baholandi.

5. Sistemali yondashuv – transport tizimi ichidagi barcha elementlar o‘zaro bog‘liqligi va raqamli texnologiyalarning integratsiyasi nazarda tutildi.

ADABIYOT SHARHI

Transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholash masalasi uzoq yillardan beri ilmiy tadqiqotlarda markaziy mavzu bo‘lib kelmoqda. An’anaviy yondashuvlar ko‘proq resurslar samaradorligi va xarajatlarni kamaytirishga e’tibor qaratadi (Samatov, 2010; Zohidov, 2013). Biroq so‘nggi yillarda raqamli texnologiyalarning rivojlanishi transport sohasida innovatsion yechimlar va yangi samaradorlik mezonlarini ishlab chiqishni taqozo etmoqda (Gulamov, 2017; Ivanov & Sidorov, 2020). Ilmiy manbalarda raqamli iqtisodiyot sharoitida transport tizimining samaradorligini baholash uchun ko‘plab metodik yondashuvlar taklif etilgan. Masalan, logistika jarayonlarining raqamli optimallashtirilishi samaradorlikni oshirishda muhim omil sifatida ko‘riladi (Kuznetsova, 2018). Shuningdek, elektron boshqaruv tizimlari va IoT (Internet of Things) texnologiyalari transport oqimlarini real vaqt rejimida

nazorat qilish imkonini beradi, bu esa xarajatlarni kamaytirish va xizmat sifatini oshirishga yordam beradi (Petrov, 2021).

Raqamli iqtisodiyot sharoitida transport tizimining samaradorligi nafaqat iqtisodiy, balki ekologik va ijtimoiy ko‘rsatkichlar orqali ham baholanmoqda. Bu esa yangi ko‘rsatkichlar va integratsiyalangan metodikalarni talab qiladi (Smirnova, 2019). Umuman olganda, adabiyotlar tahlili raqamli texnologiyalarni qo‘llash orqali transport tizimining samaradorligini oshirishda kompleks yondashuvlar va yangi indikatorlarning muhimligini ko‘rsatmoqda.

TAHLIL VA NATIJALAR

Bugungi kunda global iqtisodiyot raqamli transformatsiya jarayonlarini faol ravishda boshdan kechirmoqda. Raqamli iqtisodiyot – bu axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) va raqamli yechimlar asosida iqtisodiy faoliyatni tashkil etish va uni samarali boshqarish tizimi bo‘lib, unda raqamli infratuzilma va innovatsiyalar asosiy rol o‘ynaydi. Transport sohasida ham raqamli texnologiyalar joriy etilishi xizmatlar sifati, xarajatlarni kamaytirish va operatsion jarayonlarni tezlashtirish kabi ko‘plab imkoniyatlar yaratmoqda. Shu sababli transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholashda raqamli iqtisodiyot omillarini hisobga olish zamon talabidir.

1. Transport tizimining roli va raqamli iqtisodiyot ta’siri: Transport tizimi davlat iqtisodiyotining asosi sifatida ishlab chiqarish va iste’mol o‘rtasidagi muloqotni ta’minlaydi, yuklar va yo‘lovchilar oqimini tashkil etadi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida esa transport infratuzilmasi, boshqaruv va logistika jarayonlari axborot texnologiyalari bilan chambarchas bog‘lanib, interaktiv va tezkor tizimlarga aylanmoqda. Masalan, IoT qurilmalari, katta ma’lumotlar (Big Data), sun’iy intellekt (AI), blockchain kabi texnologiyalar transport jarayonlarini avtomatlashtirish va optimallashtirish imkonini beradi [1],[2],[4],[6].

2. Iqtisodiy samaradorlik tushunchasi va uning raqamli iqtisodiyotga moslashuvi: Iqtisodiy samaradorlik – bu cheklangan resurslar hisobidan maksimal natijaga erishish darajasi bo‘lib, transport tizimida bu yuk tashish hajmi, xizmat ko‘rsatish tezligi, xarajatlar darajasi va sifat mezonlari orqali o‘lchanadi. Raqamli iqtisodiyot esa bu mezonlarni qayta ko‘rib chiqishni talab qiladi, chunki an’anaviy ko‘rsatkichlarga qo‘shimcha sifatida raqamli indikatorlar, masalan, axborot oqimining samaradorligi, ma’lumotlar tahlili darajasi, raqamli jarayonlar integratsiyasi kabilar ham kiritilishi lozim [3][5].

3. Transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholash metodlari: Raqamli iqtisodiyot sharoitida samaradorlikni baholash uchun an’anaviy usullarni takomillashtirish va yangi yondashuvlarni qo‘llash zarur:

• Statik va dinamik baholash: Statik baholashda hozirgi vaqt holati tahlil qilinadi, dinamik baholash esa uzoq muddatli rivojlanish va raqamli texnologiyalar ta’sirini hisobga oladi.

• Kvantitativ va sifat ko‘rsatkichlari: Xarajatlar va natijalar nisbatidan tashqari, mijozlar qoniqishi, xizmat sifati va ekologik ta’sir kabi sifatli ko‘rsatkichlar ham o‘rganiladi.

• Ma’lumotlar tahlili va modellashtirish: Katta ma’lumotlar va sun’iy intellekt asosida transport jarayonlarini bashorat qilish, samaradorlikni optimallashtirish uchun kompleks modellar ishlab chiqiladi.

• Cross-functional yondashuv: Transport tizimining turli elementlari (logistika, boshqaruv, xizmatlar) o‘rtasidagi integratsiyani hisobga olgan baholash tizimi qo‘llaniladi [3][4].

4. Raqamli iqtisodiyot vositalarining transport samaradorligiga ta’siri: Raqamli texnologiyalar yordamida transport jarayonlarini boshqarish va optimallashtirish quyidagi yo‘nalishlarda iqtisodiy samaradorlikni oshiradi:

• Real vaqt monitoring: IoT qurilmalari va sensorlar yordamida yuklar va transport vositalarining holatini real vaqt rejimida nazorat qilish, shu bilan yo‘qotishlarni kamaytirish va xizmat sifatini oshirish.

• Avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari: Transport oqimlarini algoritmik ravishda boshqarish, marshrutlarni optimallashtirish, yuklarni tez va samarali taqsimlash.

• Ma’lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish: Katta ma’lumotlar tahlili asosida operatsion va strategik qarorlarni qabul qilish jarayonlarini yaxshilash.

• Elektron hujjat aylanishi va blockchain: Hujjatlarni raqamlashtirish orqali ma’muriy xarajatlarni kamaytirish va tranzaksiyalar xavfsizligini ta’minlash.

5. Amaliy natijalar va tavsiyalar: Raqamli iqtisodiyot sharoitida transport tizimini baholash va samaradorlikni oshirish uchun quyidagi amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi:

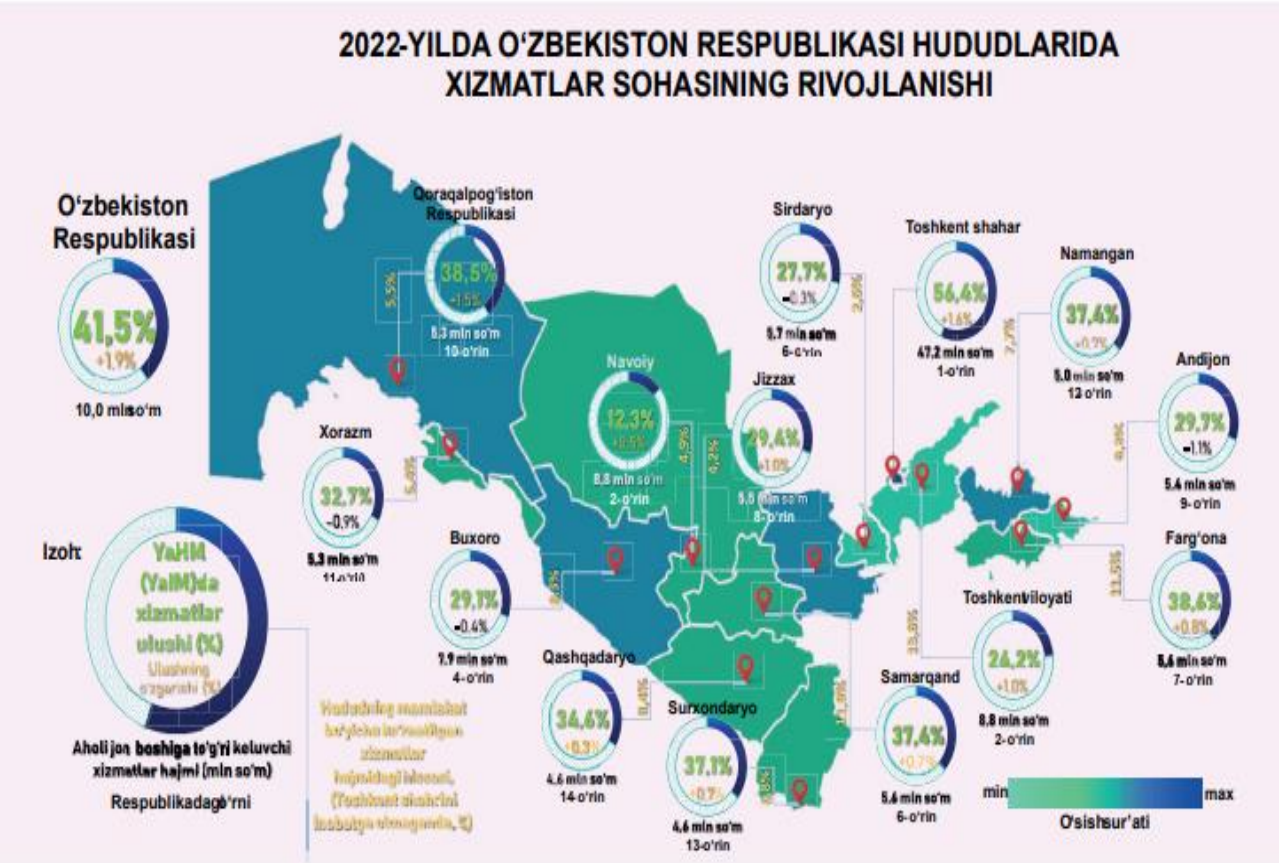
• Transport korxonalari va davlat boshqaruv organlari raqamli transformatsiyani jadallashtirishlari, zamonaviy AKT vositalarini keng joriy etishlari lozim.

• Iqtisodiy samaradorlik ko‘rsatkichlarini yangilash va raqamli indikatorlar tizimini shakllantirish zarur.

• Logistika va transport jarayonlarini avtomatlashtirish orqali xarajatlarni qisqartirish va xizmat sifatini oshirish imkoniyatlari ko‘rib chiqilishi kerak.

• Raqamli texnologiyalar asosida xavfsizlik va ekologik ko‘rsatkichlarni ham baholash tizimiga kiritish muhimdir.

Transport tizimi samaradorligini baholash uchun ma’lumotlar yig‘ish va tahlil qilish mexanizmlarini takomillashtirish zarur (1-rasm).



1-rasm. Xizmatlar sohasi rivojlanishi sxemasi [8]

Bugungi kunda dunyo iqtisodiyoti raqamli texnologiyalar orqali keskin o‘zgarmoqda. Raqamli iqtisodiyot tushunchasi an’anaviy ishlab chiqarish, xizmat ko‘rsatish va savdo tizimlaridan farqli o‘laroq, axborot va raqamli resurslarga asoslangan yangi iqtisodiy munosabatlarni anglatadi. Bu jarayonlar transport sohasiga ham katta ta’sir ko‘rsatmoqda.

Transport tizimi iqtisodiyotning qon aylanishi uchun zarur bo‘lgan infratuzilma bo‘lib, yuklar va yo‘lovchilarni vaqtida va sifatli yetkazib berishni ta’minlaydi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida transport sohasida avtomatlashtirish, ma’lumotlarni real vaqt rejimida boshqarish, logistika jarayonlarini optimallashtirish kabi yangi imkoniyatlar paydo bo‘lmoqda. Bu esa transport tizimining samaradorligini oshirishda muhim omil hisoblanadi.

Iqtisodiy samaradorlik — bu mavjud resurslardan maksimal foyda olish qobiliyatidir. Transport tizimida bu samaradorlik, asosan, yuk tashish hajmi, xizmat ko‘rsatish sifati, xarajatlarning kamayishi va yetkazib berish tezligi orqali baholanadi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida esa buning ustiga axborot texnologiyalari yordamida boshqaruv samaradorligi, ma’lumotlarni tahlil qilish va qaror qabul qilish tezligi ham qo‘shimcha ko‘rsatkich sifatida ko‘rib chiqiladi (2-rasm).



2-rasm. Real ish haqining o‘zgarishi [8]

Masalan, IoT (Internet of Things) qurilmalari yordamida transport vositalari, yo‘llar va yuklar haqidagi ma’lumotlar doimiy ravishda yig‘ilib boriladi. Bu ma’lumotlar asosida transport jarayonlari avtomatik tarzda boshqariladi, yo‘nalishlar optimallashtiriladi, vaqtdan tejash va xarajatlarni kamaytirish imkoniyati yaratiladi. Shu tariqa raqamli iqtisodiyot transport tizimining har bir elementi o‘rtasidagi bog‘lanishni kuchaytiradi va tizimning umumiy samaradorligini oshiradi.

Transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholashda an’anaviy ko‘rsatkichlar bilan bir qatorda raqamli ko‘rsatkichlar ham muhim ahamiyatga ega. Masalan, real vaqt rejimida yuk harakatini monitoring qilish, elektron to‘lov tizimlari orqali xarajatlarni nazorat qilish, avtomatik tartibda yuklarni joylashtirish kabi imkoniyatlar samaradorlikni yanada oshiradi.

Shuningdek, raqamli iqtisodiyot transport strategiyasini shakllantirishda yangi yondashuvlarni talab qiladi. Transport tizimini rivojlantirishda faqat jismoniy infratuzilmani yaxshilash emas, balki axborot tizimlarini takomillashtirish, kiberxavfsizlikni ta’minlash va xodimlarning raqamli ko‘nikmalarini oshirish muhimdir.

Natijada, raqamli iqtisodiyot sharoitida transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholash uchun kompleks yondashuv zarur bo‘lib, unda an’anaviy iqtisodiy ko‘rsatkichlar bilan birga raqamli texnologiyalar asosidagi parametrlar ham hisobga olinadi. Bu esa transport sohasining raqobatbardoshligini oshirish va iqtisodiyotni yanada samarali rivojlantirishga xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Raqamli iqtisodiyot transport tizimining samaradorligini baholash va uni oshirish uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, katta ma'lumotlar va sun'iy intellekt yordami bilan transport jarayonlari yanada optimallashtirilmoqda, xarajatlar kamaymoqda va xizmat sifati yaxshilanmoqda. Shu bilan birga, samaradorlikni baholash mezonlari ham rivojlanib, raqamli iqtisodiyotga mos yangi ko‘rsatkichlar va metodologiyalar shakllanmoqda. Kelajakda transport tizimining raqamli transformatsiyasi iqtisodiyotning barqarorligi va raqobatbardoshligini ta'minlashda muhim rol o‘ynaydi.

Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi transport tizimining samaradorligini tubdan o‘zgartirmoqda. An'anaviy iqtisodiy modellardan farqli o‘laroq, raqamli iqtisodiyot sharoitida transport tizimida axborot texnologiyalari va raqamli yechimlar samaradorlikni oshirishda muhim rol o‘ynaydi. Axborot texnologiyalari yordamida transport jarayonlarini real vaqt rejimida boshqarish, avtomatlashtirish va optimallashtirish imkoniyatlari mavjud bo‘lib, bu tizimning iqtisodiy samaradorligini oshirishga xizmat qiladi [4, 6].

Transport sohasida raqamli transformatsiya yuk tashishning tezligi va sifatini oshirish, xarajatlarni kamaytirish hamda xizmat ko‘rsatish darajasini yaxshilashga olib keladi. Shu bilan birga, IoT, katta ma'lumotlar tahlili (Big Data), sun'iy intellekt va blokcheyn kabi texnologiyalar transport jarayonlarini xavfsiz va shaffof qilish imkonini beradi. Bu esa tizimning ishonchliligi va iqtisodiy samaradorligini yanada oshiradi [4, 7].

Bundan tashqari, raqamli iqtisodiyot transport tizimini boshqarish tizimlarida yangi yondashuvlarni talab qiladi. Xodimlarning raqamli bilim va ko‘nikmalarini oshirish, kiberxavfsizlikni ta'minlash va axborot tizimlarini doimiy ravishda modernizatsiya qilish transport tizimining barqaror rivojlanishi uchun zarur shartlardir [2, 6].

Iqtisodiy samaradorlikni baholashda esa an'anaviy iqtisodiy ko‘rsatkichlarga qo‘shimcha ravishda axborot texnologiyalarining samaradorligi, ma'lumotlar oqimini boshqarish sifati va tezligi ham hisobga olinishi lozim. Bularning barchasi raqamli iqtisodiyot sharoitida transport tizimini yanada raqobatbardosh va samarali qilish imkonini beradi [3], [5].

Shunday qilib, raqamli iqtisodiyot sharoitida transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholash nafaqat moliyaviy ko‘rsatkichlar, balki texnologik va axborot tizimlari samaradorligini ham qamrab olgan kompleks jarayon hisoblanadi. Bu yondashuv transport sohasining barqaror va innovatsion rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi va mamlakat iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirishda muhim omil bo‘ladi [1], [3].

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Islomov, M. (2021). Raqamli iqtisodiyot va transport tizimi. Toshkent: O‘zbekiston milliy nashriyoti.

2. Karimov, S. (2020). Transport tizimlarining samaradorligini oshirish. Toshkent: Ilmiy nashrlar.

3. Abdullayev, N. (2019). Iqtisodiy samaradorlik nazariyasi. Toshkent: Iqtisodiyot universiteti nashriyoti.
4. Tursunov, A. (2022). Axborot texnologiyalari va transport sohasida innovatsiyalar. Toshkent: Texnologiya nashriyoti.
5. Rashidov, J. (2020). Logistika va transportni boshqarish. Toshkent: Ilmiy axborot markazi.
6. Mamatqulov, E. (2021). Transport tizimini boshqarishda raqamli yondashuvlar. Toshkent: Zamonaviy iqtisodiyot.
7. Fayziev, D. (2018). Transport tizimlarida iqtisodiy samaradorlik ko‘rsatkichlari. Toshkent: Oliy ta’lim nashriyoti.
8. https://imrs.uz/

XODIMLAR BILAN HISOB-KITOBLAR AUDITINI REJALASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH

Ametova Nasiba Danilovna
Toshkent davlat agrar universiteti
tayanch doktoranti
E-mail: ametovanasiba95@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada xodimlar bilan hisob-kitoblar auditini rejalashtirishni takomillashtirish masalalari yoritilgan. Xususan, xodimlar bilan hisob-kitoblar bo‘yicha ichki nazorat tizimini baholash uchun ishchi hujjat, elementlar kesimida ichki nazoratni baholash tartibi, ichki nazorat tizimining ishonchliligini baholash mezonlari, auditorlik dalillarini to‘plash bo‘yicha tartib-taomillarning namunaviy ro‘yxati, audit rejasi va audit dasturi taklif qilingan.

Kalit so‘zlar: auditorlik tekshiruvi, auditda hal etiladigan vazifalar auditorlik dalillarini, auditorlik tartib-taomillari, ichki nazorat, baholash mezonlari, audit dasturi.

Аннотация

В данной статье освещены вопросы совершенствования планирования аудита расчетов с персоналом. В частности, предложены рабочий документ для оценки системы внутреннего контроля по расчетам с персоналом, порядок оценки внутреннего контроля по элементам, критерии оценки надежности внутреннего контроля, примерный перечень процедур по сбору аудиторских доказательств, план и программа аудита.

Ключевые слова: аудиторская проверка, задачи, решаемые в ходе аудита, аудиторские доказательства, аудиторские процедуры, внутренний контроль, критерии оценки, программа аудита.

Abstract

This article highlights issues related to improving the planning of audits of employee settlements. In particular, it proposes a working paper for evaluating the internal control system related to employee settlements, a procedure for assessing internal control by elements, criteria for evaluating the reliability of internal control, a sample list of procedures for collecting audit evidence, as well as an audit plan and audit program.

Keywords: audit inspection, tasks resolved during the audit, audit evidence, audit procedures, internal control, evaluation criteria, audit program.

KIRISH

Mehnat resurslarini boshqarish sohasida samarali siyosatni amalga oshirish doirasida rahbariyat ko‘p hollarda turli bahsli holatlarga duch keladi. Bunday holatlar, avvalo, mehnatga haq to‘lash tizimini tartibga soluvchi mehnat qonunchiligi buzilishi,

shuningdek, ish haqi summasining hisoblanishi va undan ushlanmalarni amalga oshirish tartibi bilan bog‘liq bo‘ladi. Bundan tashqari, raqobat sharoitida har bir rahbar oldida iqtisodiy jihatdan asoslangan va samarali mehnatga haq to‘lash tizimini shakllantirish vazifasi turadi.

O‘zbekiston Respublikasi Mehnat kodeksining 248-moddasiga muvofiq: “Ish haqi asosiy (bazaviy) va qo‘shimcha (o‘zgaruvchan) qismlardan iborat bo‘ladi. Ish haqining asosiy (bazaviy) qismi ushbu ish beruvchida amalda bo‘lgan mehnatga haq to‘lash tizimi asosida belgilanadi va qonunchilikda belgilangan mehnatga haq to‘lashning eng kam miqdoridan kam bo‘lmasligi kerak. Ish haqining asosiy (bazaviy) qismi uning doimiy tarkibiy qismi bo‘lib, xodimga belgilangan mehnat normalariga (tarif stavkalariga, maoshlarga) ko‘ra haqiqatda ishlab berilgan vaqt yoki haqiqatda bajarilgan ish uchun hisoblanadi”[1].

Xodimlar bilan hisob-kitoblarning murakkabligi va sermehnatligi inobatga olinganda, rahbariyat uchun ishonchli va aniq ma’lumotlarga ega bo‘lish juda muhim hisoblanadi. Bunday ma’lumotlarni olish va mehnatga haq to‘lash bo‘yicha hisob-kitoblar ustidan samarali nazoratni ta’minlashda eng maqbul vosita — bu mehnatga haq to‘lash bo‘yicha hisob-kitoblar auditidir. Ma’lumki, mehnat haqi bo‘yicha hisob-kitoblar asosan plastik kartalar orqali, ayrim hollarda esa naqd pul shaklida amalga oshiriladi. Shuningdek, bu sohada ataylab yoki bilmasdan ko‘p xato va kamchiliklarga yo‘l qo‘yiladi, bu esa auditordan tekshiruvda maxsus e’tibor qaratishni talab etadi. Shu bois, auditni puxta rejalashtirish va tashkil etish, dastavval uning maqsadi, vazifalari va ma’lumot manbalarini aniq shakllantirish zarur.

ADABIYOTLAR SHARHI

Xodimlar bilan hisob-kitoblar auditini rejalashtirishga oid masalalar xorijlik va mamlakatimiz iqtisodchi olimlari tomonidan ko‘rib chiqilgan. Xususan, rossiyalik soha olimlari Yu.P. Zelenko, G.I. Zolotaryova [7], Ye.N. Liщuk, A.S. German [14], S.M. Bыchkova, T.Yu. Fomina [5], N.V. Parushina [15] va boshqalar tomonidan xodimlar bilan hisob-kitoblar auditining nazariyasi va metodologiyasi yoritilgan.

O‘zbekistonda xodimlar bilan hisob-kitoblar auditining nazariy-metodologik va amaliy masalalariga Axmedjanov K.B. [11], Askarova D.X. [4], Dusmuratov R.D. [6], Ilxomov Sh.I. [9], Karimov A.A. [10], Karimov N.F. [12], Tuychiyev A.J. [16], Qo‘ziyev I.N. [8], To‘laxo‘jayeva M.M. [17] kabi olimlarning ishlari katta hissa qo‘shgan.

Ushbu ishlarda auditorlik tekshiruvlarini tashkil etish, rejalashtirish va o‘tkazishning umumiy prinsiplari bayon etilgan, ko‘p uchraydigan xatolar va qonunbuzilishlar ko‘rsatib o‘tilgan. Biroq amaliyot shuni ko‘rsatmoqdaki, xodimlar bilan hisob-kitoblar auditini rejalashtirish masalasi yanada chuqurroq o‘rganishni va

detallashtirishni talab qiladi. Bu yo‘nalishda yetarlicha ilmiy tadqiqotlar va aniq metodik yondashuvlar hozircha yetarli darajada ishlab chiqilmagan.

Xususan, mehnatga haq to‘lash bo‘yicha hisob-kitoblarning auditorlik tekshiruvi doirasida tashkilotda qo‘llanilayotgan mehnatga haq to‘lash tizimining barcha elementlari xodimlarni rag‘batlantirish holatiga qanday ta’sir ko‘rsatayotgani o‘rganilishi va baholanishi lozim. Shuningdek, turli shakl va tizimlardagi mehnatga haq to‘lash usullarining asosliligi va maqsadga muvofiqligi tekshirilishi, mehnat unumdorligini oshirish zaxiralari aniqlanishi hamda ularni tashkilot rivojlanish maqsadlariga erishishda samarali qo‘llash imkoniyatlari o‘rganilishi zarur.

METODOLOGIYA

Tadqiqotning axborot ta’minotini mavzuga oid ilmiy, o‘quv-uslubiy va normativ-huquqiy manbalar, Qoraqalpog‘iston Respublikasi Nukus shahri “KK AUDIT-SERVIS” MCHJ auditorlik amaliyotining ma’lumotlari tashkil etadi.

Tadqiqot jarayonida, avvalo, umumiy metodologik asos sifatida dialektika qo‘llanildi. Shuningdek, umumilmiy metodlardan: ilmiy tafakkur, analiz va sintez, induksiya va deduksiya, abstrakt-mantiqiy metodlar, qiyoslash, analogiya kabi nazariy metodlar hamda kuzatish, o‘lchash, taqqoslash, iqtisodiy-statistik tahlil (moliyaviy tahlil, statistik tahlil va boshqalar) kabi empirik metodlar qo‘llanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Xodimlar bilan hisob-kitoblar bo‘yicha audit o‘tkazishdan asosiy maqsad mehnatga haq to‘lash bo‘yicha operatsiyalarning hujjatlar orqali to‘g‘ri rasmiylashtirilganligini, tashkilot buxgalteriya hisobida ushbu operatsiyalarning to‘g‘ri va o‘z vaqtida aks ettirilganligini, xodimlar bilan ishlashda mehnat qonunchiligiga rioya qilinishini, ish haqi hisob-kitoblari bo‘yicha qo‘llanilayotgan buxgalteriya hisobi va soliqqa tortish usullarining ishonchliligini, hisob registrlarida mavjud xatolarni aniqlash va ushbu xatolarning buxgalteriya hisobotining ishonchliligiga bo‘lgan ta’sirini tekshirish va baholashdan iborat [18].

Xodimlar bilan hisob-kitoblar auditining asosiy maqsadi moliyaviy hisobotdagi mazkur sohaga doir debitorlar va majburiyatlar aks ettiriladigan bo‘limning ishonchliligi, qo‘llanilayotgan hisob va soliqqa tortish usullarining amaldagi normativ hujjatlarga muvofiqligi to‘g‘risida fikr shakllantirish hamda qoidabuzarliklarning oldini olish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Mazkur audit obyekti bo‘yicha mavjud ilmiy-uslubiy va normativ-huquqiy manbalar hamda amaliyotni o‘rganish natijasida qo‘yilgan maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar tizimi ishlab chiqildi (1-jadval).

1-jadval

Xodimlar bilan hisob-kitoblar auditida hal etiladigan vazifalar majmui va ularning tavsifi[1]

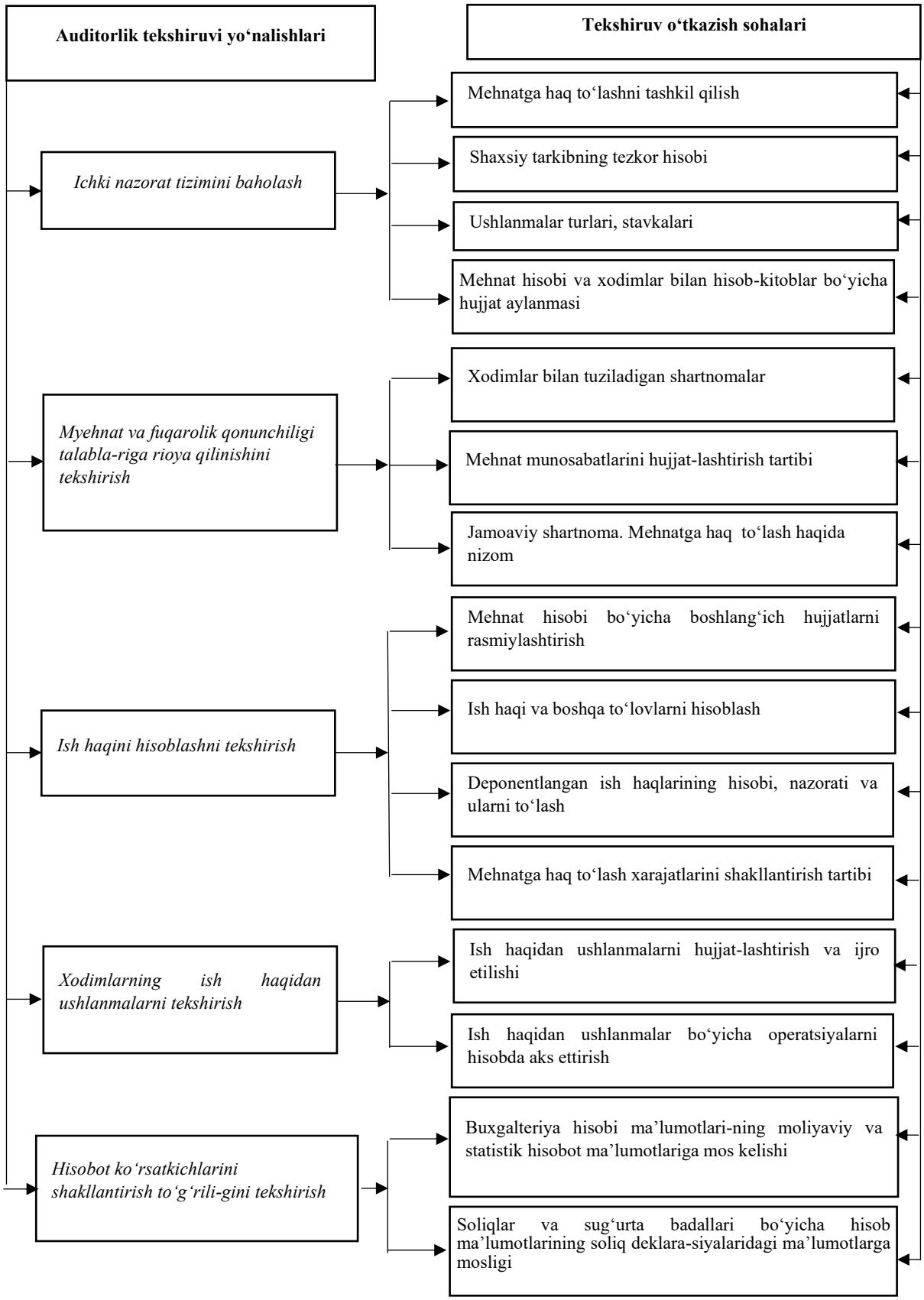
Vazifalar majmui	Auditda hal etiladigan vazifalar
1.Mehnat qonunchiligiga doir huquqiy-me'yoriy hujjatlarga rioya qilinishi va ichki nazorat samaradorligining holatini baholash	1.1. Mehnat haqi to‘lashni belgilovchi huquqiy-me'yoriy hujjatlarning mavjudligi va tahlili; 1.2. Jamoa mehnat shartnomalari, xodimlarni mukofotlash va rag‘batlantirish to‘g‘risida nizom mavjudligi; 1.3. Kadrlar, ish vaqti va ishlab chiqarilgan mahsulot (ish, xizmat) hisobini hujjatlashtirishning tashkil etilishi; 1.4. Haq to‘lash va ish haqidan ushlanadigan summalar turlarining klassifikatori (turkumlagichi) mavjudligi; 1.5. Ish haqi fondi ustidan nazorat tizimining mavjudligi va holati; 1.6. Hisobot ko‘rsatkichlarining sintetik va analitik hisob registrlari ma'lumotlariga mosligi.
2. Mehnat haqi bo‘yicha hisob-kitoblarga doir hisob va hisobot ma'lumotlarining ishonchliligini tekshirish.	2.1. Dastlabki hisob hujjatlarining to‘g‘ri rasmiylashtirilishi; 2.2. Haq turlari (ishbay, vaqtbay va h.k.) bo‘yicha ish haqi hisoblashning to‘g‘riligi. 2.3. Har xil maqsadlar (mehnat ta'tili va h.k.) uchun o‘rtacha ish haqini hisoblashni tekshirish; 2.4. Ish haqidan ushlanadigan summalar to‘g‘riligi; 2.5. Ish haqi xarajatlarini tannarx tarkibiga qo‘shish; 2.6. Ish haqi hisoblash va undan ushlanadigan summalarni hisob registrlarida aks ettirish; 2.7. Soliqqa tortishda imtiyozlarni qo‘llash va jami daromadni hisoblashning to‘g‘riligi.
3. YAITF bo‘yicha hisob-kitoblar auditi	3.1. Yagona ijtimoiy to‘lov fondiga ajratmalarni hisoblash bazasi va hisob-kitoblar to‘g‘riligi. 3.2. Yagona ijtimoiy to‘lov fondi bilan hisob-kitoblarni hisob va hisobotda aks ettirishning to‘g‘riligi.

Auditor o‘z oldiga qo‘ygan maqsad va vazifalardan kelib chiqib, muayyan schyotlarda aks ettirilgan buxgalteriya hisobi obyektlari bo‘lgan auditning asosiy yo‘nalishlari va tekshirish sohalarini aniqlaydi (1-rasm).

Mehnat qonunchiligi va xodimlar bilan mehnatga haq to‘lash bo‘yicha hisob-kitoblar auditida auditorlik dalillarini olish uchun quyidagi auditorlik tartib-taomillari ishlab chiqildi (2-rasm).

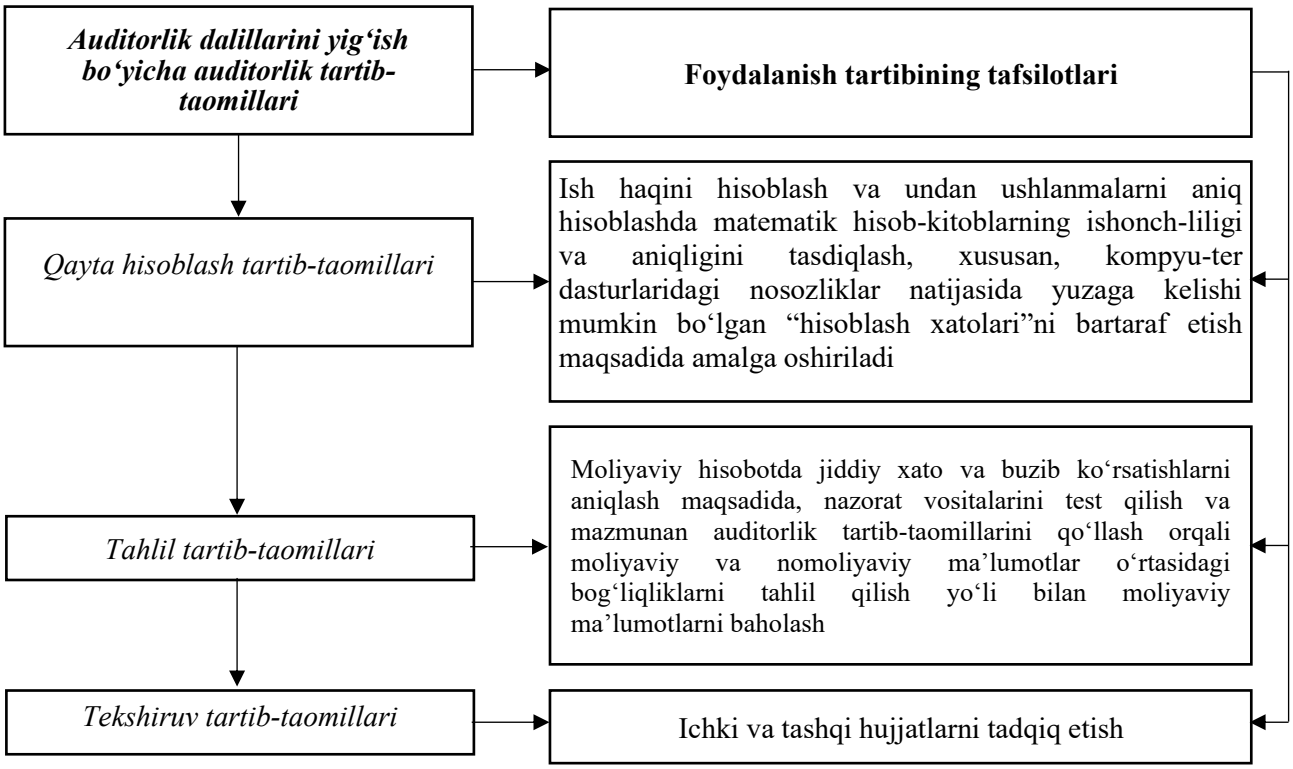
Xodimlar bilan hisob-kitoblar bo‘yicha ichki nazorat tizimini tekshirish “Tashkilot va uning muhitini o‘rganish orqali jiddiy buzib ko‘rsatishlar riskini aniqlash va baholash” nomli 315-son AXS (ISA 315) talablariga muvofiq quyidagi yo‘nalishlar kesimida amalga oshirilishi tavsiya etiladi:

[1] Normativ-huquqiy hujjatlar va amaliyotni o‘rganish natijasida dissertant tomonidan shakllantirilgan



1-rasm. Auditorlik tekshiruvining yo‘nalishlari va sohalari[1]

[1] Normativ-huquqiy hujjatlar va amaliyotni o‘rganish natijasida dissertant tomonidan shakllantirilgan



2-rasm. Auditorlik dalillarini to‘plash bo‘yicha tartib-taomillari[1]

- nazorat muhiti;
- tashkilotdagi risklarni baholash jarayoni;
- moliyaviy hisobot bilan bog‘liq axborot tizimi, shu jumladan
- tegishli biznes jarayonlari va axborotning o‘zaro ta’siri;
- audit o‘tkazish uchun muhim bo‘lgan nazorat harakatlari;nazorat vositalarining monitoringi[3].

Ichki nazorat tizimining samaradorligini baholash uchun nazorat vositalarining maxsus testlari ishlab chiqiladi. Ular asosida ichki nazorat tizimining sifat va miqdoriy bahosi beriladi hamda ichki nazorat tizimining holati to‘g‘risida auditorning fikri shakllantiriladi.

Ichki nazorat tizimini baholash bo‘yicha taklif etilayotgan test varianti auditorga nafaqat tekshirilayotgan subyektning ichki nazorat tizimiga tayanish imkoniyati to‘g‘risida to‘liq xulosa shakllantirish, balki auditorlik tartib-taomillari ro‘yxatini aniqlash imkonini ham beradi. Ichki nazorat tizimini baholash doirasida ishchi hisob rejalari, mehnat haqi hisob-kitoblari va to‘lovlariga oid bo‘limlar mavjudligini hisobga olgan holda hisob siyosati o‘rganiladi, xodimlar harakati bo‘yicha hujjatlar va operativ hisob tashkil etilishi tahlil qilinadi, mehnatga haq to‘lash tizimi, ish haqidan ushlab qolish turlari o‘rganiladi, analitik hisobning to‘g‘riligi,

[1] Normativ-huquqiy hujjatlar va amaliyotni o‘rganish natijasida dissertant tomonidan shakllantirilgan.

shuningdek, mehnatga haq to‘lash bo‘yicha hisob-kitoblar hujjat aylanmasi va inventarizatsiya tartibi tekshiriladi [13].

Bayon qilinganlarga asoslanib, xodimlar bilan hisob-kitoblar auditida ichki nazorat tizimining (INT) ishonchliligini baholash mezonlari ishlab chiqildi va har bir mezon bo‘yicha xulosa chiqarish tafsiloti tavsiya etiladi:

60 % dan kam — ishonchlilikning past darajasi, ichki nazorat tizimida jiddiy qoidabuzarliklarning yo‘qligi yoki mavjudligi va natijada nazorat vositalarida yuqori risk mavjudligini anglatadi, bu o‘z navbatida moliyaviy hisobotlarni jiddiy buzib ko‘rsatish riskining oshishiga va firibgarlik harakatlari riskining paydo bo‘lishiga olib keladi;

61–70 % — o‘rtacha ishonchlilik darajasi, auditor tashkilotning ichki nazorat tizimiga to‘liq ishonmasligi kerakligini ko‘rsatadi;

71–80 % — ishonchlilik darajasi yaxshi hisoblanib, auditor mijoz-korxonaning ichki nazorat tizimiga ishonishi hamda uning bilan hamkorlikda ishlashi mumkinligini bildiradi;

81–100 % — ishonchlilikning yuqori darajasi, bu korxonada buxgalteriya hisobining tashkil etilishi, yuritilishi va moliyaviy hisobotni tuzishda buzib ko‘rsatish risklari past ekanligini ko‘rsatadi.

Korxonaning ichki tartib-qoidalari sohani tartibga soluvchi qonunlar talablariga muvofiqligi ham tekshiriladi. Agar xodimlarning ahvolini yomonlashtiradigan nomuvofiqliklar aniqlansa, ish beruvchi tegishli tuzatishlar kiritishi shart.

Xodimlar bilan ishlash bo‘yicha boshlang‘ich hujjatlar va kadrlar ishlarini yuritish bo‘yicha hujjatlar bilan tanishib chiqqanidan so‘ng, auditor tashkilotdagi ichki nazorat tizimining ishonchliligi to‘g‘risida xulosa chiqarish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Auditni rejalashtirishda 300-son “Moliyaviy hisobotlar auditini rejalashtirish” Xalqaro audit standartiga amal qilish zarur [2].

Auditni rejalashtirish jarayoni bir necha bosqichni o‘z ichiga oladi:

- o‘rganish bosqichi – bu bosqichda mijoz to‘g‘risida turli ma’lumotlar, xususan, uning faoliyat sohasi va hisob-kitobni yuritishda foydalaniladigan dasturiy ta’minot haqidagi ma’lumotlar olinadi;
- baholash bosqichi – bu bosqichda muhimlilik darajasi aniqlanadi va buxgalteriya hisobotida jiddiy buzib ko‘rsatishlar yuzaga kelish riski baholanadi;
- rejalashtirish bosqichi – bu bosqichda auditning hajmi, muddati va umumiy yo‘nalishlaridan iborat audit o‘tkazishning umumiy strategiyasi, shuningdek, xodimlar bilan mehnatga haq to‘lash va boshqa operatsiyalar bo‘yicha hisob-kitoblar auditini tashkil etish tartib-taomillarining namunaviy ro‘yxati tavsiya etiladi. Tavsiya etilgan strategiya va tartib-taomillarning namunaviy ro‘yxati asosida audit rejasining

namunaviy shakli taklif qilinadi (2-jadval).

2-jadval

Xodimlar bilan mehnatga haq to‘lash va boshqa operatsiyalar bo‘yicha hisob-kitoblar auditining rejasi[1]

Auditorlik tashkiloti	“KK AUDIT — SERVIS” MCHJ	Auditorlik guruh rahbari	Ye.Utepbergenov
Tekshiriladigan tashkilot	“Taxiatash donmahsulotlari” AJ	Auditorlik guruhi tarkibi	D. Sabirov A.Raximov
Audit davri	1.01.2024 – 31.12.2024-y. va hisobotdan keyingilar	Auditorlik riski	2 %
Kishi-soatlar	244 soat	Muhimlik darajasi	5 %

№	Audit bo‘limlari bo‘yicha auditorlik amallari ro‘yxati	Bajarish davri	Bajaruvchi	Ish hujjatlari	Eslatma
1	Xodimlar bilan mehnatga haq to‘lash va boshqa operatsiyalar bo‘yicha hisob-kitoblarni amalga oshirishning ichki nazorat tizimini baholash				
2	Xodimlar bilan mehnat shartnomalarining mavjudligini va to‘g‘ri rasmiylashtirilganligini tekshirish				
3	Xodimlar bilan mehnatga haq to‘lash va boshqa operatsiyalarni amalga oshirishda amaldagi qonunchilik normalariga rioya qilinishini baholash				
4	Birlamchi hujjatlarning rasmiylashtirilishi va ish haqini hisoblash to‘g‘riligini tekshirish				
5	Xodimlar bilan xizmat safari va boshqa operatsiyalar bo‘yicha hisob-kitoblarning ishonchli hamda to‘liq aks ettirilishini tekshirish:				
6	Rag‘batlantiruvchi va kompensatsiya to‘lovlarining to‘g‘ri hisoblanganligini hamda to‘langanligini tekshirish				
7	JSHDS to‘liq ushlab qolinganligini hamda o‘z vaqtida o‘tkazilganligini tekshirish				
8	Ish haqidan ijro varaqalari bo‘yicha ushlab qolishlarning to‘liqligi va asosliligini tekshirish				
9	Ish haqini hisobga olish bo‘yicha ko‘rsatkichlarning moliyaviy va statistik hisobotlarda to‘liq hamda to‘g‘ri aks ettirilishini tekshirish				
10	Aniqlangan kamchiliklarni bartaraf qilish bo‘yicha konsultatsion xizmatlar (maslahatlar) va tavsiyalar.				

Qoraqalpog‘iston Respublikasi Nukus sh.
“KK AUDIT — SERVIS” MCHJ direktori **Ye.Utepbergenov**
Auditorlar: **D. Sabirov**
A.Raximov

[1] Normativ-huquqiy hujjatlar va amaliyotni o‘rganish natijasida dissertant tomonidan shakllantirilgan

Audit rejasini ishlab chiqishning asosiy maqsadi — auditorlik riskini maqbul bo‘lgan past darajaga tushirishdan iborat (3-jadval).

3-jadval

Xodimlar bilan mehnatga haq to‘lash va boshqa operatsiyalar bo‘yicha hisob-kitoblar auditining dasturi[1]

Auditorlik tashkiloti	**“KK AUDIT — SERVIS” MCHJ**	Auditorlik guruh rahbari	**Ye.Utepbergenov**
Tekshiriladi-gan tashkilot	**“Taxiatash donmahsulotlari” AJ**	Auditorlik guruhi tarkibi	**D. Sabirov A.Raximov**
Audit davri	**1.01.2024 – 31.12.2024-y. va hisobotdan keyingilar**	Auditorlik riski	**2 %**
Kishi-soatlar	**244 soat**	Muhimlik darajasi	**5 %**

№	Audit bo‘limlari, obyektlari va auditorlik amallari	O‘tkazish davri	Bajaruvchi	Ish hujjati	Eslatma
I	***Mehnat munosabatlarining asosliligi va qonuniyligini tekshirish – Tekshiruv obyektlari:***				
1	Mehnatga haq to‘lashda O‘zR MK normalariga rioya qilinishini tekshirish va b.				
II	***Xodimlar bilan hisob-kitoblar birlamchi hujjatlarini tekshirish – Tekshiruv obyektlari*:***				
2.1	Birlamchi hujjatlar rasmiylashtirilishini tekshirish va b.				
III	***Ish haqi hisoblashning to‘g‘riligini tekshirish - Tekshiruv obyektlar*:***				
3.1	Vaqtbay va ishbay haq to‘lash hisobini tekshirish va b.				
IV	***Rag‘batlantirish va kompensatsiya to‘lovlarining to‘g‘ri hisoblanganligi – Tekshiruv obyektlari*:***				
4.1	Rag‘batlantiruvchi va kompensatsiya to‘lovlarning qonuniy asosini tekshirish va b.				
V	***JSHDS to‘liq ushlab qolinganligini tekshirish - Tekshiruv obyektlari*:***				
5.1	Ish haqidan JSHDS ushlab qolinishini tekshirish va b.				
VI	***Ijro varaqalari bo‘yicha ushlanmalar to‘liq va asosliligini tekshirish – Tekshiruv obyektlari*:***				
6.1	Ijro varaqalari mavjudligi va summalarini tekshirish va b.				
VII	***Ish haqining buxgalteriya hisobi, moliyaviy va statistik hisobotlarda to‘liq hamda to‘g‘ri aks ettirilishini tekshirish - Tekshiruv obyektlari*:***				
7.1	Ish haqi to‘lanishini tekshirish va b.				
VIII	***Xizmat safari va boshqa operatsiyalar bo‘yicha hisob-kitoblar auditi – Tekshiruv obyektlari*:***				
8.1	Xizmat safarining asosliligi, qonuniyligi va to‘g‘ri rasmiylashtirilganligi va b.				
IX	***Aniqlangan kamchiliklarni bartaraf qilish bo‘yicha konsultatsion xizmatlar (maslahatlar) va tavsiyalar.***				

* Hajmni tejash nuqtai nazaridan tekshiruv obyektlari va auditorlik amallarining tafsiloti berilmadi

Qoraqalpog‘iston Respublikasi Nukus sh.
“KK AUDIT — SERVIS” MCHJ direktori **Ye.Utepbergenov**
Auditorlar: **D. Sabirov**
A.Raximov

[1]Normativ-huquqiy hujjatlar va amaliyotni o‘rganish natijasida tadqiqotchi tomonidan ishlab chiqilgan.

Audit rejasining hujjatlashtirilishi auditorlik tekshiruvi yetarlicha rejalashtirilganligi va zarur auditorlik tartib-taomillari bajarilganligining isboti sifatida xizmat qiladi. Bu hujjatlar keyingi auditorlik tartib-taomillarini bajarishdan avval ko‘rib chiqilishi va tasdiqlanishi mumkin.

Auditorlik tekshiruvlari natijalari asosida tashkilotning moliyaviy hisobotlari bo‘yicha xolis va asosli xulosa shakllantiriladi. Yuqorida keltirilgan tartib-taomillar ro‘yxati va tavsiya etilgan audit rejasining namunaviy shakliga asosan batafsil tekshiruv obyektlari hamda tekshiruv davri, bajaruvchi mas’ul shaxslar, natijalarni rasmiylashtirish va boshqa qo‘shimcha masalalar (eslatma) bo‘yicha auditorlik tekshiruvi dasturining namunaviy shakli taklif qilinadi. Shuningdek, xodimlar bilan mehnat haqi, xizmat safari va boshqa operatsiyalar bo‘yicha hisob-kitoblar o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘lganligi bois, mazkur audit dasturini 9 ta segmentga ajratish tavsiya etiladi (3-jadval).

Tavsiya etilayotgan namunaviy audit dasturi auditorlik tekshiruvlarining asosiy muhim jihatlarini o‘z ichiga olib, auditor bularni xodimlar bilan hisob-kitob operatsiyalarining qonuniyligi to‘g‘risida (normativ-huquqiy bazaning xususiyatlarini hisobga olgan holda) ishonchli fikr shakllantirishi chog‘ida inobatga olishi lozim. Shunday qilib, auditorlik tartib-taomillarini rejalashtirish audit o‘tkazishning butun davri davomida amalga oshiriladi.

Biz ishlab chiqqan va tavsiya qilayotgan namunaviy audit rejasi va dasturi auditorlik tekshiruvlarini amalga oshirishda ko‘rsatma hamda sifat nazorati vositasi sifatida xizmat qiladi. Shuningdek, u optimallik mezonlariga javob beradi va auditorlik tartib-taomillarini o‘tkazishda mehnat sarfini kamaytirishga xizmat qiladi.

Ta’kidlab o‘tish joizki, tavsiya qilinayotgan umumiy strategiya, auditorlik tekshiruv rejasi hamda dasturi audit jarayonida zaruratga qarab yangilanishi va o‘zgartirilishi mumkin. Xodimlarning optimal ish haqi miqdorini aniqlash, shuningdek, mehnat haqi jamg‘armasini taqsimlashning samarali mexanizmini ishlab chiqish ushbu hisob bo‘limi bo‘yicha doimiy ravishda o‘tkaziladigan audit doirasida amalga oshiriladi. Xodimlar bilan hisob-kitoblar auditini tashkil etish va rejalashtirishning yuqorida bayon etilgan jihatlari nafaqat auditorlik jarayonining dastlabki bosqichini takomillashtirishga xizmat qiladi, balki ichki nazorat tizimi (yoki ichki audit xizmati)ni joriy etish doirasida ham qo‘llanilishi mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

1. «Xodimlar bilan hisob-kitoblar bo‘yicha ichki nazorat tizimini baholash uchun ishchi hujjat» tavsiya etildi. Unga ko‘ra mazkur audit obyekti bo‘yicha ichki nazorat tizimining elementlari shakllantiriladi: nazorat muhitini baholash; mehnat munosabatlari va mehnat qonunlariga amal qilinishi holatini baholash; barcha turdagi

mehnat haqi hisoblash va ushlanmalar; ish haqidan ushlanadigan summalarni tekshirish; ish haqining to‘lanishini; byudjet bilan hisob-kitoblar bo‘yicha INT bilan hamkorlik o‘rnatiladi. Ushbu elementlar kesimida ichki nazoratni baholash tartibi, mezonlari va bajariladigan auditorlik tartib-taomillari ishlab chiqildi. Shuningdek, INTning ishonchliligini baholash mezonlari ishlab chiqildi: 1) 60% dan kam bo‘lgan; 2) 61-70 gacha; 3) 71-80 gacha; 4) 81-100 gacha.

2. 300-son «Moliyaviy hisobotlar auditini rejalashtirish» nomli AXSga muvofiq: o‘rganish bosqichi; baholash bosqichi; rejalashtirish bosqichlariga ajratish tavsiya etildi. Shuningdek, rejalashtirish bosqichida «Auditning hajmi, muddati va umumiy yo‘nalishlaridan iborat audit o‘tkazishning umumiy strategiyasi» va uni amalga oshiradigan tartib-taomillarning namunaviy ro‘yxati shakllantirildi. Tavsiya etilgan strategiya va tartib-taomillarning namunaviy ro‘yxati asosida «Xodimlar bilan mehnatga haq to‘lash va boshqa operatsiyalar bo‘yicha hisob-kitoblar auditining rejasi» va uning asosida 9 ta segmentga ajratilgan «Xodimlar bilan hisob-kitoblar auditi dasturi» taklif qilinib, so‘nggilari auditorlik tashkilotlari amaliyotida aprobatsiyadan o‘tkazildi. Ishlab chiqilgan ilmiy takliflar va amaliy tavsiyalar xodimlar bilan hisob-kitoblar auditini tashkil etish va rejalashtirishda: komplekslik, uzluksizlik va maqbullik prinsiplarini ta’minlashga xizmat qildi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Mehnat kodeksi, https://lex.uz/docs/6257288.

2. 300-son “Moliyaviy hisobotlar auditini rejalashtirish” Xalqaro audit standarti. Sifat nazorati, audit, ko‘rib chiqish, boshqa ishonch bildirish va turdosh xizmatlarning xalqaro standartlari to‘plami. II qism, 280 bet, O‘zbekiston buxgalterlari va auditorlar milliy assotsiatsiyasi, Toshkent-2014.

3. “Tashkilot va uning muhitini o‘rganish orqali jiddiy buzib ko‘rsatishlar riskini aniqlash va baholash” 315-son Xalqaro audit standarti (ISA 315): O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «O‘zbekiston Respublikasi hududida qo‘llash uchun auditning xalqaro standartlarini tan olish tartibi to‘g‘risidagi nizomni tasdiqlash haqida», 2022-yil 11-aprel, 171-son qarori, https://lex.uz/ru/docs/5952173.

4. Askarova D.X. Aloqa sohasi korxonalarida mehnatga haq to‘lash hisobi va auditini takomillashtirish // Dissertatsiya. – T. 2022.

5. Бычкова С.М., Фомина Т.Ю. Аудит расчетов с персоналом по оплате труда и прочим операциям // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2008. № 10. С. 134-136.

6. Dusmuratov R.D. Auditorlik faoliyati: nazariya, uslubiyot va amaliyot. “Moliya” nashriyoti, 2007-y. -276 b.

7. Зеленко Ю.П., Золотарева Г.И. Организация и методика аудита расчетов по оплате труда автоматизированным способом // Актуалные проблемы авиатсии и космонавтики. 2011. Т.2. № 7.S. 163-164. https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-i-metodika-audita-raschetov-po-oplate-truda-avtomatizirovan-nym -sposobom.

8. I.N.Qo‘ziyev. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida auditorlik hisobotini tuzish va umumlashtirish metodologiyasini takomillashtirish. i.f.d., diss. avt-ti, T.: BMA, -2017. -70 b.

9. Ilxomov Sh.I. Auditorlik tekshiruvlari jarayonida ichki nazorat tizimini baholash metodologiyasini takomillashtirish: iqtisod fan. dok. Diss. – T., 2018.

10. Karimov A.A. Korporativ boshqaruv tizimida buxgalteriya hisobi va audit. Monografiya. – T. “IQTISODIYOT-MOLIYA”, 2008. – 152 b.

11. K.B.Axmedjanov. Xo‘jalik yurituvchi subyektlarda ichki audit metodologiyasini takomillashtirish. i.f.d., diss. avt-ti, T.: BMA, -2016. -76 b.

12. Karimov N.F. Tijorat banklarida ichki audit: Monografiya. –T.: O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi “Fan” nashriyoti, 2006. -262 b.

13. Куприянова Т.А. Методологические аспекты аудита расчетов с персоналом по оплате труда // Учет, анализ, аудит: проблемы теории и практики. 2017. № 19. С. 105-110.

14. Лищук Е.Н., Герман А.С. Аудит системы вознаграждения персонала: теоретические и методические аспекты // Вестник Сибирского университета потребительской кооператсии. 2015. № 3.С. 40-48.

15. Парушина Н.В. Аудит расчетов с персоналом по оплате труда и с подотчетными литсами // Аудитор. 2006. № 1.С. 20-29.

16. Tuychiyev A.J. va b. Ichki audit //Darslik. – T. “Iqtisod-moliya”, 2019. – 365 b.

17. To‘laxo‘jayeva M.M Korxona moliyaviy ahvoli auditi. – T.: “Iqtisodiyot va huquq dunyosi” 1996 -193 b.

18. Шеремет А.Д., Суйс В.П. Аудит: учебник / А.Д. Шеремет, В.П. Суйс. 6-е изд. М.: ИНФРА-М, 2014. 352 с.

UZOQ MUDDATLI AKTIVLARNING NAZARIY MASALALARI

Gozieva Mokhira Rustamovna
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
mustaqil izlanuvchisi
Assistant of the Department of Accounting
ORCID: 0009-0006-6758-8007
E-mail: moxira.gozieva@mail.ru

Annotatsiya

Ushbu maqolada buxgalteriya hisobi sohasida uzoq muddatli aktivlarning nazariy masalalari tahlil qilingan. Turli yondashuvlar va tartibga soluvchi me'yoriy hujjatlarda bunday aktivlar korxonalar tomonidan ulush, bonuslar yoki uzoq muddatli ekspluatatsiya uchun sotib olingan resurslar ko'rinishida keltiriladi. Shuningdek, uzoq muddatli moliyaviy investitsiyalar hamda investitsion mulk sifatida e'tirof etiluvchi aktivlar kelgusida kapitalni joylashtirishning samarali yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Shu bois, uzoq muddatli aktivlarning turkumlanishi va xususiyatlarini qayta ko'rib chiqish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Kalit so'zlar: uzoq muddatli aktivlar, tamoyillar, rivojlantirish tendensiyalari, xarajatlar, royalti, huquq, noaniqlik, amaliyot, munosabat, investitsiya kiritish, investitsion mulk.

Аннотация

В данной статье рассматриваются теоретические вопросы учета долгосрочных активов в бухгалтерии. Приводятся различные подходы и формы представления таких активов в нормативно-правовых актах: доли, бонусы и ресурсы, приобретаемые предприятиями для длительной эксплуатации. Также долгосрочные финансовые инвестиции и активы, признаваемые инвестиционной собственностью, рассматриваются как эффективные направления размещения капитала в будущем. В связи с этим переоценка классификации и характеристик долгосрочных активов приобретает актуальное значение.

Ключевые слова: долгосрочные активы, принципы, тенденции развития, затраты, роялти, права, неопределенность, практика, отношения, инвестиции, инвестиционная собственность.

Abstract

This article analyzes theoretical aspects of long-term assets in accounting. It presents various approaches and forms of representation of such assets in regulatory documents, including shares, bonuses, and resources acquired by enterprises for long-term use. Long-term financial investments and assets recognized as investment property are also considered as effective directions for future capital allocation. Therefore, revisiting the classification and characteristics of long-term assets is of significant relevance.

Keywords: long-term assets, principles, development trends, expenses, royalty, rights, uncertainty, practice, relations, investment, investment property.

KIRISH

Korxonaning samarali faoliyat yuritishi uchun zarur bo‘lgan iqtisodiy resurslarga ega bo‘lishi shart, chunki aynan shu resurslar mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko‘rsatishda asosiy omil sifatida namoyon bo‘ladi. Bozor munosabatlarining kengayib borishi iqtisodiyotda raqobatni kuchaytirmoqda va bu sharoitda mavjud resurslardan oqilona va maqsadli foydalana olgan xo‘jalik yurituvchi subyektlar ustunlikka ega bo‘ladi. Iqtisodiy nazariyada korxona ishlab chiqarish faoliyatida foydalanayotgan barcha moddiy va nomoddiy boyliklar aktivlar deb ataladi.

O‘zbekistonda moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga moslashish jarayonida aktivlar ikki turga — uzoq muddatli va qisqa muddatli aktivlarga ajratila boshlandi. Bu yangicha yondashuv avvalgi buxgalteriya hisobining namunaviy schetlar rejasidagi uzoq muddatli va joriy aktivlar bo‘yicha tasnifdan farq qiladi.

Agar aktivlar quyidagi shartlarga javob bersa, ular uzoq muddatli deb tasniflanadi:

• korxonaning ishlab chiqarish yoki xizmat ko‘rsatish faoliyatida foydalanish uchun olingan bo‘lishi lozim;

• ular sotish uchun emas, doimiy foydalanish maqsadida mo‘ljallangan bo‘lishi kerak;

• foydali xizmat qilish muddati bir yildan ortiq bo‘lishi talab etiladi.

Uzoq muddatli aktivlarning asosiy vazifasi — mahsulot ishlab chiqarish, xizmatlar ko‘rsatish va tovarlar realizatsiyasi jarayonida samarali foydalanish hisoblanadi. Ular, shuningdek, ijaraga berish, ma’muriy ehtiyojlarni qondirish yoki asosiy vositalarni ekspluatatsiya holatida saqlash maqsadlarida ham ishlatilishi mumkin.

ADABIYOTLAR SHARHI

Uzoq muddatli aktivlar korxonaning ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish faoliyatini samarali yo‘lga qo‘yishda asosiy iqtisodiy vosita hisoblanadi. Ishlab chiqarish sohasida faoliyat yurituvchi korxonalarda mulkning salmoqli qismi aynan shu turdagi aktivlar hissasiga to‘g‘ri keladi [12]. Ushbu aktivlarning holati va undan unumli foydalanish darajasi korxonaning iqtisodiy natijalariga bevosita ta’sir ko‘rsatadi.

Uzoq muddatli aktivlardan to‘liq va maqsadli foydalanish orqali korxonaning barcha texnika-iqtisodiy ko‘rsatkichlari yaxshilanadi: mehnat unumdorligi ortadi, fondlar qaytarimi yuksaladi, mahsulot ishlab chiqarish hajmi oshadi, uning tannarxi kamayadi va kapital qo‘yilmalarning tejalishi ta’minlanadi [21]. Bunday sharoitda boshqaruv qarorlarini oqilona qabul qilish va uni amaliyotga tatbiq etish uchun iqtisodiy tahlilni to‘g‘ri yo‘lga qo‘yish muhim ahamiyat kasb etadi [3].

Bugungi bozor iqtisodiyoti sharoitida buxgalteriya hisobi korxona rahbariyati va uning mulkdorlari uchun ishonchli va mukammal axborot manbai sifatida xizmat qiladi. U mahsulot tannarxi va narxini shakllantirishda, uzoq muddatli aktivlardan samarali foydalanish jarayonini nazorat qilishda, investitsiya salohiyatini baholashda muhim vosita bo‘lib qolmoqda [23].

O‘zbekistonda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar iqtisodiyotning tuzilmasini tubdan yangilash va uni barqaror rivojlantirishni ko‘zda tutadi. Bu

jarayonda xususiy mulkchilik munosabatlarini liberallashtirish va modernizatsiyani ustuvor vazifalardan biri sifatida belgilash muhim ahamiyat kasb etmoqda [3].

Shu bilan birga, uzoq muddatli aktivlarni baholash va tasniflash mezonlariga oid tushunchalardagi noaniqliklarni bartaraf etish zarurati yuzaga kelmoqda. Ayniqsa, iqtisodiyoti bozor tamoyillariga o‘tayotgan davlatlarda, jumladan O‘zbekistonda, buxgalteriya hisobida qo‘llaniladigan baholash prinsiplari va mezonlari aniqlashtirilishga muhtoj [24].

Bozor munosabatlari rivojlanib borgan sari, amaldagi hisob siyosatlari yangi turdagi aktivlarni moliyaviy hisobotlarda to‘g‘ri aks ettirishga to‘sqinlik qilmoqda. Masalan, royalti, gudvill, yer uchastkasini mulk sifatida egallash huquqi, uzoq muddatli debitorlik qarzlari, kechiktirilgan xarajatlar, uzoq muddatli moliyaviy investitsiyalar va lizing munosabatlari kabi obyektlar buxgalteriya hisobi amaliyotida yetarlicha o‘z ifodasini topmayapti [22].

Yuqoridagi holatlar uzoq muddatli aktivlar hisobini nazariy, huquqiy-tashkiliy va metodologik jihatdan kompleks o‘rganishni talab etayotganini ko‘rsatadi. Bu esa ularni mukammal hisobga olish mexanizmlarini shakllantirish zaruratini yanada dolzarb etib qo‘ymoqda (1-jadval).

1-jadval

Iqtisodchi olimlar tomonidan uzoq muddatli aktivlarni tadqiq etish obyekti[1]

Mamlakatimiz olimlari	Uzoq muddatli aktivlarni tadqiq etish obyekti
Mavlanova D.M[2] , Nurmanov U. A.[3], Ismanov I.I. Toshnazarov S.N.[4]	Aktivlar hisobi ularni moliyaviy hisobotda aks ettirish
Rizaev N.[5], Ochilov I.[6], Maxmudova N.D.[7]	Nomoddiy aktivlar hisobi
Shakarov A.G[8], Qudbiev N.T.[9], Raximova G.M.[10] Urazov K.B.[11], Gadoev E., Kalonov M. B.	Asosiy vositalar hisobi

[1] Muallif tomonidan asosan tuzilgan.

[2] Mavlyanova D.M. Joriy aktivlar hisobi, tahlili va auditini uslubiy jihatlarini takomillashtirish. iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (Doctor of Philosophy) dissertatsiyasi Avtoreferati. Toshkent 2020.B.-56

[3] Nurmatov O.T. «Er qa’ridan foydalanuvchi korxonalarda nomoddiy aktivlar hisobini tashkil etish muammolari». Moliya va Bank ishi. 2019 №1 63-69 b

[4] Ташназаров С.Н. Товар-моддий захиралар таннархи ва уларни молиявий ҳисоботда акс эттириш масалалари. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 6, ноябрь-декабрь, 2017 йил.

[5] Rizaev N.K Intellektual mulk ob’ektlari hisobi va tahlilini tashkil etish metodologiyasi. 08.00.08 – “Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit” iqtisodiyot fanlari doktori (Dsc) ilmiy darajasini oliy uchun dissertatsiya ishi. Toshkent 2019

[6] Ochilov I.K. Moliyaviy hisob. O‘quv qo‘llanma — T., “Iqtisod — Moliya” 2007. 148 b.

[7] Maxmudova N.D.Xo‘jalik yurituvchi sub’ektlarda intellektual mulk ob’ektlari hisobi va tahlilini takomillashtirish. . 08.00.08 – “Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit” iqtisodiyot fanlari falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini oliy uchun dissertatsiya ishi. Toshkent 2025

[8] Shakarov A.G., Asosiy vositalar (turli mulkchilik shakllarida) hisobi va nazoratini tashkil etish, Toshkent moliya instituti. Iqtisodiyot fanlari nomzodlik dissertatsiyasi avtoreferati: 08.00.00. 2000 yil.

[9] Kudbiev D. Asosiy vositalarni ijaraga berishning uslubiy tamoyillari va ularni hisobga olish. Nazariy va amaliy tadqiqot jurnali, 2023. 2(1), 57-62 b

[10] Raximova G.M. Asosiy vositalar hisobi metodologoyasini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari doktori (Doctor of Science) dissertasiyasi Avtoreferati. Toshkent 2025.B.-82

[11] Asosiy foydalanishga doir daromadlar hisob siyosatida ochilishi bulgan zhihatlar xususida //J. “Soliq to‘lovchining jurnallari”, 2000 yil. № 6. — 23-25 b.

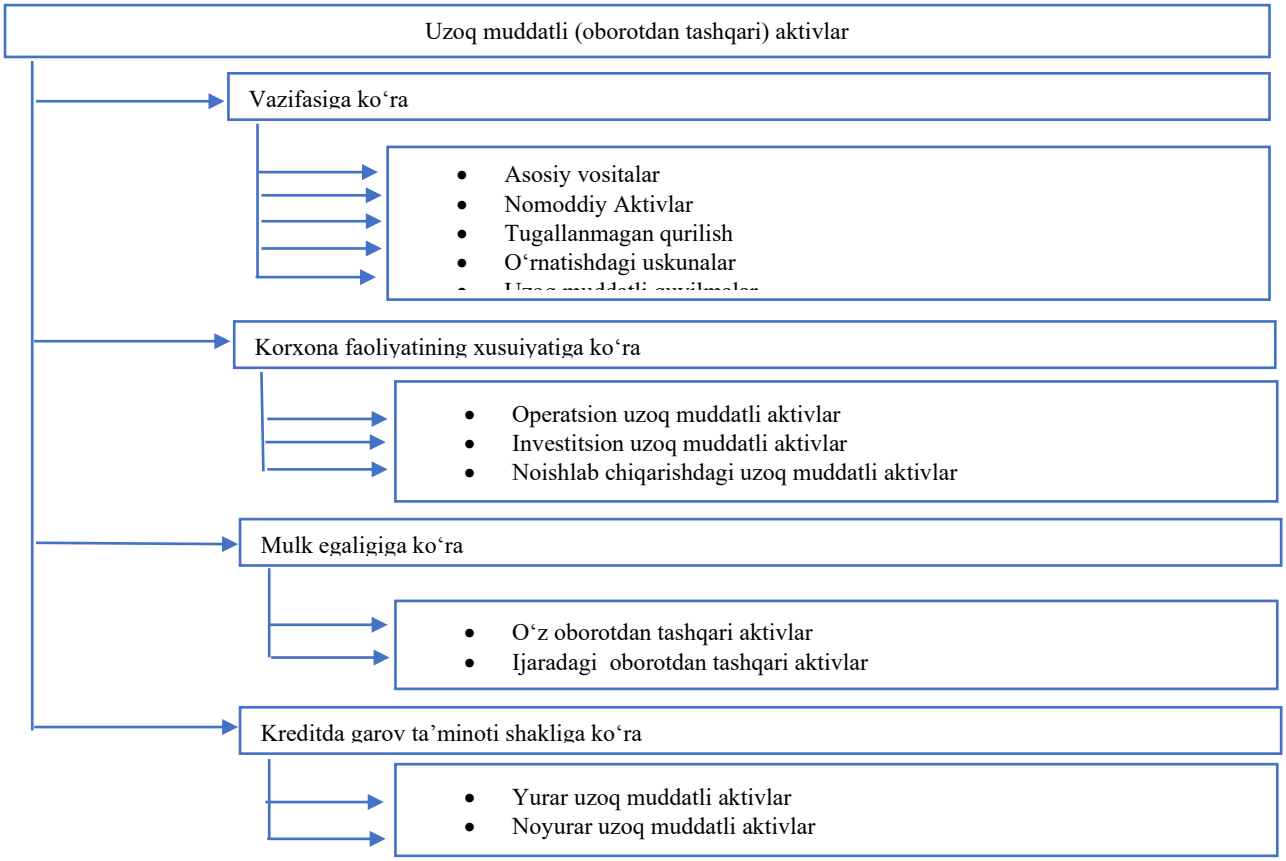
Mamlakatimiz olimlari	Uzoq muddatli aktivlarni tadqiq etish obyekti
Astanakulov O.T.[1], Suyunov Yo.B.[2]	Investitsiya hisobi

TAHLIL VA NATIJALAR

I.I.Ismanov Kapital aylanmasini mazmuniga ko‘ra, ikki qismga — asosiy kapital va aylanma kapitalga bo‘linadi. Asosiy kapital bir necha aylanma davridan so‘ng o‘zining boshlang‘ich qiymatini tiklaydi, aylanma kapital esa bir martagi aylanmadan keyinroq o‘zining avvalgi shakliga qaytadi.

Kapital qiymatining aylanish shakliga ko‘ra, asosiy kapitalning qiymati ikki qismga ajratiladi. Uning bir qismi tovar va xizmatlar tarkibida tayyor mahsulotga o‘tib, muomala jarayonida tovar shaklidan pul shakliga aylanadi va amortizatsiya mablag‘lari ko‘rinishida jamg‘ariladi. Ikkinchi qismi esa, ya’ni mahsulot tarkibiga o‘tmaydigan qismi, ishlab chiqarish sohasida qolib, moddiy va nomoddiy kapital tarkibida o‘z faoliyatini davom ettiradi.

Aylanma kapital esa, aylanmaning bir davri mobaynida o‘z qiymatini to‘liq mahsulot tarkibiga o‘tkazadi. Bunda mehnat predmetlarining qiymati yangi mahsulot qiymatiga to‘liq kiritiladi va bir aylanma doirasida o‘z shaklini o‘zgartiradi.



1 - rasm. Uzoq muddatli aktivlarning belgilariga ko‘ra turkumlanishi[3]

[1] Astanakulov O.T. Korxonalar investitsiya faoliyati tahlili metodologiyasini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari doktori (Doctor of Science) dissertasiyasi Avtoreferati. Toshkent 2020.B.-82

[2] Suyunov Yo.B. Aksiyadorlik jamiyatlarida moliyaviy investitsiyalar hisobi va auditini takomillashtirish. iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (Doctor of Philosophy) dissertatsiyasi Avtoreferati. Toshkent 2022.B.-56

[3] Muallif tomonida shakllantirilgan.

Uzoq muddatli aktivlarni moliyaviy hisobotda to‘g‘ri e’tirof etish va aks ettirish jarayoni ularning iqtisodiy mohiyatini keng qamrovda o‘rganish bilan chambarchas bog‘liq. Amaldagi milliy buxgalteriya hisobida aktivlar korxonaning mulkiy resurslari sifatida tasniflanadi, biroq bu ta’rif asosan asosiy kapitalga nisbatan ishlatilib kelingan.

Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida uzoq muddatli aktivlar tarkibiga yangi turdagi hisob obyektlari ham kirib keldi, ularning iqtisodiy mohiyati esa an’anaviy asosiy kapitaldan farq qiladi. Masalan, nomoddiy aktivlar, moliyaviy qo‘yilmalar, uzoq muddatli debitorlik qarzlari va muddati kechiktirilgan xarajatlar — bularning barchasi korxonaning faoliyatida uzoq muddat ishtirok etadi.

Shu jumladan, nomoddiy aktivlar to‘g‘ridan-to‘g‘ri ishlab chiqarish jarayonida ishtirok etmasada, daromad olishda bilvosita omil sifatida iqtisodiy foyda keltiradi. Shuningdek, uzoq muddatli moliyaviy qo‘yilmalar va investitsiya mulki sifatida belgilanadigan aktivlar ham kelajakda kapitalni samarali investitsiya qilish yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi.

Yuqorida keltirilgan barcha jihatlar uzoq muddatli aktivlarning turkumlanishi va xususiyatlarini qayta ko‘rib chiqish, ularni baholash va hisobga olishning yangicha metodik yondashuvini talab qiladi.

O‘zbekiston Respublikasining normativ-huquqiy hujjatlarida, jumladan, “Buxgalteriya hisobi to‘g‘risida”gi Qonun va MHXS 1-sonli standartida “Moliyaviy hisobotlarni taqdim etish”ga oid berilgan uzoq muddatli aktivlar ta’rifi, bizning fikrimizcha, ushbu aktivlarning iqtisodiy mohiyatini to‘liq va aniq ifoda etib berolmaydi. Shu bois, “Buxgalteriya hisobi to‘g‘risida”gi Qonunning 16–17-moddalarida “asosiy” so‘zi o‘rniga “uzoq muddatli” atamasini qo‘llash maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz.

Shuningdek, MHXS 1-sonli standartining 11-bandini quyidagi ta’rif bilan to‘ldirish taklif etiladi:
“Uzoq muddatli aktivlar — bu korxona tomonidan ulush, mukofot yoki boshqa shakllarda egallanadigan va 12 oydan ziyod muddat mobaynida foydalanish uchun mo‘ljallangan, kelgusida iqtisodiy foyda keltirish qobiliyatiga ega bo‘lgan va korxona nazoratida bo‘lgan vositalar hisoblanadi.”

Olib borilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, mamlakatimizda uzoq muddatli aktivlarning tasnifi va tavsifi yetarli darajada ilmiy o‘rganilmagan. Turli mutaxassislar fikrlarini umumlashtirib aytganda, uzoq muddatli aktivlarni hisobga olish hamda moliyaviy hisobotlar asosida korxonaning moliyaviy ahvolini tahlil qilish jarayonida ushbu aktivlarning to‘g‘ri tasnifi va xarakteristikasini shakllantirish moliyaviy axborot iste’molchilari uchun to‘g‘ri boshqaruv qarorlarini qabul qilishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Bizning fikrimizcha, yuqorida keltirilgan qarashlar, bir tomondan, uzoq muddatli aktivlar tarkibini xalqaro moliyaviy hisobot standartlari talablariga yaqinlashtirishga xizmat qilsa, ikkinchi tomondan, korxona faoliyatini tahlil qilishda ko‘rsatkichlar tizimini to‘g‘ri shakllantirishga yordam beradi.

Professor G.V. Saviskayaning ta’kidlashicha, uzoq muddatli aktivlar (asosiy kapital) — bu korxonaning uzoq muddatli maqsadlarga yo‘naltirilgan vositalari bo‘lib,

ular qatoriga ko‘chmas mulk, obligatsiyalar, aksiyalar, foydali qazilma zaxiralari, qo‘shma korxonalardagi ulushlar, nomoddiy aktivlar va boshqalar kiradi [19].

I.A. Zavalishina o‘zining “Zamonaviy buxgalteriya hisobi” nomli asarida uzoq muddatli aktivlarni quyidagicha ta’riflaydi:

“Uzoq muddatli aktivlar tarkibiga quyidagi vositalar kiradi:

1. foydali foydalanish muddati bir yildan ortiq bo‘lgan;
2. korxona faoliyatida ko‘p marta ishlatiladigan;
3. sotish uchun mo‘ljallanmagan vositalar” [7].

Biroq, agar uzoq muddatli aktivlarning kelgusida iqtisodiy foyda keltirish imkoniyati shubha ostiga qo‘yilsa, bunday holda ularni sotish ehtimoli mavjud bo‘ladi. Shuning uchun “qayta sotilmaydigan vositalar” sifatidagi tavsif ba’zan to‘g‘ri kelmasligi mumkin.

Iqtisodchi V.V. Kovalevning ta’rifida esa, uzoq muddatli aktivlar deb korxonada bir yildan ortiq muddat faoliyatda qo‘llaniladigan vositalarga aytiladi. Lekin bu ta’rif, bizningcha, faqat vaqt mezonini qamrab oladi va boshqa muhim jihatlarni yetarlicha aks ettirmaydi [9].

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqorida keltirilgan tahliliy va nazariy fikrlar asosida shuni ta’kidlash mumkinki, uzoq muddatli aktivlar korxonaning uzoq muddatli istiqboldagi barqaror rivojlanishini ta’minlovchi strategik iqtisodiy resurs hisoblanadi. Ularning to‘g‘ri klassifikatsiya qilinishi, mohiyatini aniqlash va ularni baholash bo‘yicha aniq metodologik yondashuvlar ishlab chiqilishi bugungi kunning dolzarb masalalaridan biridir.

Mavjud milliy qonunchilik va moliyaviy hisobot standartlarida uzoq muddatli aktivlarning ta’rifi va tasnifi yetarlicha mukammal emas. Xususan, “Buxgalteriya hisobi to‘g‘risida”gi Qonun va 1-sonli MHXS kabi asosiy normativ hujjatlarda ushbu aktivlarning iqtisodiy mazmunini to‘liq qamrab olgan ta’riflar mavjud emas. Shu munosabat bilan mazkur me’yoriy hujjatlarga o‘zgartirish va qo‘shimchalar kiritish zarur deb hisoblanadi.

Ilmiy manbalar tahlili shuni ko‘rsatadiki, turli mutaxassislar tomonidan berilgan ta’riflar uzoq muddatli aktivlarning ayrim xususiyatlarini aks ettirgan bo‘lsa-da, ularni to‘liq qamrab ololmaydi. Shu nuqtai nazardan kelib chiqib, ushbu aktivlarni quyidagicha ta’riflash maqsadga muvofiq:

Uzoq muddatli aktivlar — bu korxona tomonidan ulush, mukofot yoki sotib olish orqali egallanadigan, 12 oydan ziyod muddat mobaynida foydalanish uchun mo‘ljallangan, kelajakda iqtisodiy foyda keltirish qobiliyatiga ega va korxona tomonidan nazorat qilinadigan iqtisodiy resurslardir.

Bunday yondashuv, bir tomondan, xalqaro moliyaviy hisobot standartlariga yaqinlashishni ta’minlasa, ikkinchi tomondan, korxona moliyaviy holatini to‘g‘ri tahlil qilish va boshqaruv qarorlarini qabul qilishda moliyaviy axborot foydalanuvchilari uchun ishonchli asos bo‘lib xizmat qiladi. Shu bois, uzoq muddatli aktivlarning nazariy, huquqiy va amaliy jihatlarini chuqur o‘rganish hamda ularni to‘g‘ri hisobga olish mexanizmlarini takomillashtirish kelgusida milliy buxgalteriya tizimining samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. "Buxgalteriya hisobi to‘g‘risida" gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuni 13.04. 2016-yildagi O‘RQ-404-son. https://lex.uz/ru/docs/-2931253

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28 yanvardagi PF-60-son «Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi» Farmoni. https://lex.uz/ru/docs/-5841063

3. 1 – sonli MHXS (IAS) "Moliyaviy hisobotni taqdim etish"

4. Abdurasulov J. Korxonalarda boshqaruv qarorlarini qabul qilishda iqtisodiy tahlilning o‘rni. Moliya va hisob, 2022. №2, 12–17.

5. Abdurasulov J. Asosiy foydalanishga doir daromadlar hisob siyosatida ochilishi bo‘lgan jihatlar xususida // “Soliq to‘lovchining jurnallari”, 2000 yil. № 6. — 23-25 b.

6. Astanakulov O.T. Korxonalar investitsiya faoliyati tahlili metodologiyasini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari doktori (Doctor of Science) dissertasiyasi Avtoreferati. Toshkent 2020.B.-82

7. Завалишина, И.А. (). Современный бухгалтерский учет. Санкт-Петербург. 2019.

8. Kudbiev D. Asosiy vositalarni ijaraga berishning uslubiy tamoyillari va ularni hisobga olish. Nazariy va amaliy tadqiqot jurnali, 2023. 2(1), 57-62 b.

9. Ковалев, В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Москва. 2018. Финансы и статистика.

10. Mavlyanova D.M. Joriy aktivlar hisobi, tahlili va auditini uslubiy jihatlarini takomillashtirish. iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (Doctor of Philosophy) dissertatsiyasi Avtoreferati. Toshkent 2020.B.-56

11. Maxmudova N.D.Xo‘jalik yurituvchi subyektlarda intellektual mulk obyektlari hisobi va tahlilini takomillashtirish. . 08.00.08 – “Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit” iqtisodiyot fanlari falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini oliy uchun dissertatsiya ishi. Toshkent 2025

12. Nazarov, K.K. Korxona iqtisodiyoti. Toshkent: «Iqtisodiyot» nashriyoti 2020.

13. Nurmatov O.T. «Er qa’ridan foydalanuvchi korxonalarda nomoddiy aktivlar hisobini tashkil etish muammolari». Moliya va Bank ishi. 2019 №1 63-69 b

14. Ochilov I.K. Moliyaviy hisob. O‘quv qo‘llanma — T., “Iqtisod — Moliya” 2007. 148 b.

15. Rizaev N.K Intellektual mulk obyektlari hisobi va tahlilini tashkil etish metodologiyasi. 08.00.08 – “Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit” iqtisodiyot fanlari doktori (Dsc) ilmiy darajasini oliy uchun dissertatsiya ishi. Toshkent 2019

16. Raximova G.M. Asosiy vositalar hisobi metodologiyasini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari doktori (Doctor of Science) dissertatsiyasi Avtoreferati. Toshkent 2025.B.-82

17. Shakarov A.G., Asosiy vositalar (turli mulkchilik shakllarida) hisobi va nazoratini tashkil etish, Toshkent moliya instituti. Iqtisodiyot fanlari nomzodlik dissertatsiyasi avtoreferati: 08.00.00. 2000 yil.

18. Suyunov Yo.B. Aksiyadorlik jamiyatlarida moliyaviy investitsiyalar hisobi va

auditini takomillashtirish. iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (Doctor of Philosophy) dissertatsiyasi Avtoreferati. Toshkent 2022.B.-56

19. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. 2020

20. Ташназаров С.Н. Товар-моддий захиралар таннархи ва уларни молиявий ҳисоботда акс эттириш масалалари. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. 2017. № 6, ноябрь-декабрь.

21. Hamidov, U. (). Uzoq muddatli aktivlardan samarali foydalanishning iqtisodiy ahamiyati. Iqtisodiy tahlil jurnali, 2021. №4, 45–49.

22. Xalqaro moliyaviy hisobot standartlari (IFRS) bo‘yicha metodik qo‘llanma, Toshkent: 2023.

23. Ergashev, A.B. Buxgalteriya hisobining axborot funksiyasi. Hisob va audit muammolari, 2019. №1, 27–31.

24. Aydullaev, R. Uzoq muddatli aktivlarni baholash va hisobga olishda yuzaga kelayotgan muammolar. Milliy iqtisodiyot, 2020. №3, 53–57.

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC PECULIARITIES OF PRODUCTION OF BUILDING MATERIALS FROM THE POINT OF VIEW OF INNOVATION

Igamova Shaxinya Zikrilloyevna
Associate professor, PhD,
Department of Economy, Bukhara State University

Abstract

The article discusses the prospects for further development of the building materials industry in the Bukhara region. The issue of the need to develop a strategy for its development, the possibility of modernization and construction of enterprises of this sector with its help, was also considered.

Keywords: investment process, construction materials, innovation, production strategies, capital construction mixtures, dynamics.

Annotatsiya

Maqolada Buxoro viloyatida qurilish materiallari sanoatini yanada rivojlantirish istiqbollari muhokama qilingan. Ushbu sohani rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqish zaruriyati, shuningdek, uning yordamida tarmoq korxonalarini modernizatsiya qilish va qurish imkoniyatlari ham ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: investitsiya jarayoni, qurilish materiallari, innovatsiya, ishlab chiqarish strategiyalari, kapital qurilish aralashmalari, dinamika.

Аннотация

В статье рассматриваются перспективы дальнейшего развития промышленности строительных материалов в Бухарской области. Также поднимается вопрос о необходимости разработки стратегии развития, а также о возможностях модернизации и строительства предприятий данной отрасли с ее помощью.

Ключевые слова: инвестиционный процесс, строительные материалы, инновации, производственные стратегии, капитальные строительные смеси, динамика.

INTRODUCTION

In world practice, innovative development is becoming global in nature, covering all sectors of the economy and spheres of activity. The Abu Dhabi Declaration (2019) became an important guideline for UNIDO's actions in this area, and this organization proposed a new approach to member states - "Fourth Industrial Revolution - Prosperity for All". This approach is based on four elements - innovation, digital infrastructure, digital skills, digital cooperation and partnership. Today, in the conditions of increasing dynamics of innovative development in the world, increasing the efficiency of innovative processes in building materials enterprises remains one of the important problems.

ANALYSIS AND RESULTS

In the world, the rational organization of production to increase the efficiency of innovative processes in building materials enterprises, improving the approach of

innovative development as an important factor in ensuring competitiveness, and improving the composition of products in the conditions of sharpening competition in the market are being prioritized. In this regard, special attention is being paid to scientific research on issues such as increasing the competitiveness of production enterprises in order to activate the innovative activities of industrial enterprises.

In the conditions of the innovative development of the economy in Uzbekistan, comprehensive program measures are being implemented to develop the building materials industry in accordance with the trends of the technological development of the world construction complex, to strengthen the material and technological foundations of the industry, to organize the production of the construction industry in modern forms and to dramatically increase the quality of products. . "Today, Uzbekistan is moving to the path of innovative development aimed at fundamentally improving all spheres of state and community life." In this regard, building materials industry enterprises should organize development in effective forms to increase the efficiency of scientific and production structures, form a portfolio of innovative projects of building materials manufacturing enterprises according to project management, increase the level of assessment of the importance of economic levers of increasing resource efficiency, increase the level of assessment of the importance of the economic levers of building materials production in the region. it is desirable to expand the scope of research in the direction of substantiation of forecast indicators.

PQ-3697 of the President of the Republic of Uzbekistan dated May 5, 2018 "On additional measures to create conditions for the development of innovative activity and active entrepreneurship", dated January 28, 2022 Decree No. PF-60 "On the Strategy for the Development of New Uzbekistan in 2022-2026", No. PQ-3698 of May 7, 2018 "On Improving Mechanisms for Introducing Innovations to Economic Sectors and Sectors" The implementation of the tasks specified in the Decision on additional measures and other regulatory legal documents in this direction serves to a certain extent. Based on the above conceptual ideas, it can be justified that the topic of this article is relevant.

During the years of independence of the Republic of Uzbekistan, the appearance of settlements and infrastructure changed significantly, many rare objects were built, and new prestigious and large-capacity production complexes were put into operation.

Today, construction of new industrial facilities and reconstruction of existing ones, construction of housing, educational, medical and other social and household facilities are being carried out on a large scale throughout the country. Undoubtedly, such results will largely depend on the supply of these objects with quality construction materials.

There is no doubt that construction plays a special role in the investment process and in the development of the republic's economy in general, and in improving the welfare of society. In addition to having a significant share of up to 10% in the gross domestic product, depending on the rate of economic development, construction has a significant impact on the future development of strategically important sectors of the

economy, with their construction and the creation of the structure of these sectors, using their ever-increasing services. shows.

In recent years, the economy of Uzbekistan has been growing at a high and stable rate. We remind that the annual growth of GDP in 2021 was 4.5%. The construction and building materials industry made a big contribution to this.

The information shown in Figure 1 below shows that the share of industry in the GNP of the region is not stable, and in 2010, the volume of industrial products made up 36.0% of the GNP of the region, and by the end of 2022, the share was around 59.4%. does (Figure 1).

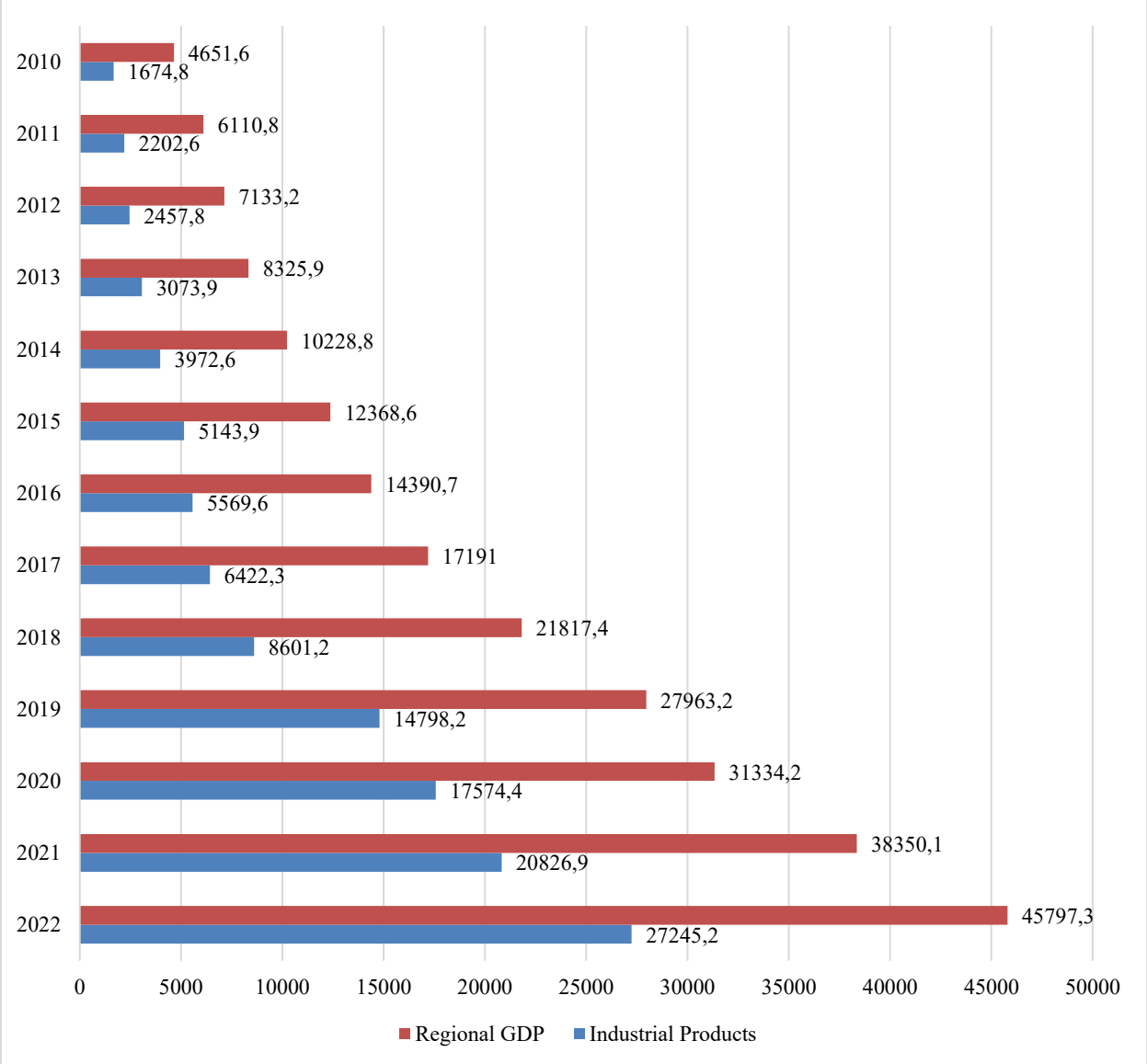


Figure 1. Dynamics of share of industry in GNP of Bukhara region, in %[1]

There is no doubt that the support of the development of the construction materials industry by the state has become very important in achieving the above-mentioned indicators.

[1] Author's work

The association "Uzsanoatqurilishmateriallari" JSC is of great importance in the network, which includes more than 130 enterprises belonging to large, small and medium businesses, which today produce more than 180 types of construction materials.

We emphasize that joint enterprises are located in all regions of our republic and in a certain sense they are considered as an example of the modern production of construction materials.

Special attention is being paid to the production of such materials by joint ventures in accordance with the trends of world practice in creating environmentally friendly, long-term, efficient, energy-saving construction materials, and to innovative processes to achieve a high level of competitiveness.

In recent years, cooperative enterprises and other enterprises in the republic have mastered the production of more than 60 types of modern types of construction materials.

Tables 1 and 2 below provide information on the dynamics of investment in fixed capital and indicators of construction volumes in the researched area. These data testify to the existence of a dynamically growing trend of these indicators (Table 1).

Table 1

Dynamics of the main volumes of construction activities in Bukhara region in 2010-2022 (in real prices, billion soums)[1]

AREA		2010 year	2011 year	2012 year	2013 year	2014 year	2015 year	2016 year	2017 year	2018 year	2019 year	2020 year	2021 year	2022 year
Uzbekistan Republic	mlrd sum	8245,8	9504,8	11753,9	15219,3	20060,4	25423,1	29413,9	34698,0	51129,3	71156,5	88130,3	107492,7	130767,1
	up, %	105,1	107,8	113,7	117,2	117,6	118,8	107,2	106,0	114,3	122,9	109,5	106,8	121,6
Bukhara	mlrd sum	580,0	793,5	978,5	1279,6	1648,4	2061,7	2202,9	2543,7	3581,2	4368,1	5659,8	7401,1	8340,4
	up, %	114,2	124,7	114,8	116,8	104,7	116,2	98,2	106,4	119,8	114,9	117,0	111,8	112,6

If we look at the data of Table 1, it can be seen that the growth dynamics of the volume of construction works in Bukhara region has changed at the same rate as the indicators of the entire republic. If we look at the data in Table 1, it can be seen that the growth dynamics of the volume of construction works in the Bukhara region has changed at the same rate as the indicators of the entire republic. for example, in 2010-2012, the volume of construction works in the region was somewhat higher than the growth rate of the republic indicators, but then it remained low until 2017. From 2017

[1] Author's work

to the end of 2022, the volume of construction works in the region has had a regular growth trend - this is due to the fact that the construction of industry, housing, and social facilities is being carried out rapidly in the region (Table 2).

Table 2

Growth rates of investments in fixed capital in the Republic of Uzbekistan and Bukhara region (% growth compared to the previous year)[1]

Areas	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Uzbekistan Republic	104,2	102,6	110,6	111,3	109,8	109,4	104,1	119,4	129,9	138,1	95,6	102,9
Bukhara	73,6	84,8	100,3	105,7	101,0	98,7	120,8	154,7	60,6	95,9	104,7	147,4

At the same time, the rate of growth of indicators of attraction of investments in fixed capital in the Bukhara region may have had different characteristics. For example, in the first few years of the studied period, investment in fixed capital lagged behind the indicators of the whole republic in the region. However, in recent years, more precisely, in 2020-2022, as a result of increased attention to investment programs in the region, growth processes are observed in this regard.

There is no doubt that the implementation of investment projects and the dynamic growth of construction volumes cannot be achieved without the availability of suitable production bases in the form of building materials enterprises and provision of human resources. Currently, the issue of increasing the efficiency of this sector is on the agenda, and some of our local economists consider this sector to be the "locomotive" of the national economy of Uzbekistan.

Table 3 shows the dynamics of production of the main building materials, and it mainly testifies to the possibility of stable growth of production volumes at sufficiently high rates (Table 3).

Table 3.

Dynamics of production volumes for a number of key construction materials[2]

Name	Unit of measure	2017 year	2018 year	2019 year	2020 year	2021 year	up, %
Bricks and blocks made of cement, concrete or artificial stone	t	20228,9	39 754,7	34 808,1	55 876,8	64 803,6	319,0
Tiles, slabs and similar products made of cement, concrete or artificial stone	t	10 767,1	16 484,5	58 902,0	29 631,7	42 957,3	397,0

[1] Author's work
[2] Author's work

Name	Unit of measure	2017 year	2018 year	2019 year	2020 year	2021 year	up, %
Elements of prefabricated constructions made of cement, concrete or artificial stone and other items for buildings	t	217955,9	245594,8	281191,4	215482,1	301722,9	138,0
Prefab buildings made of concrete	t	24 007,0	15 461,0	12,0	-	9,0	-72,1
Ready-to-pour concrete	t	24 935,8	23 232,1	25 714,3	67 501,5	39 822,4	160,1
Mixtures and construction mixtures	t	9 028,0	6 468,8	10 519,9	18 635,6	22 135,4	244.3
Articles made of cement, concrete or artificial stone, not included in other groups	t	8 330,0	9 311,0	14 392,0	16 634,0	10 740,1	129,2

Information about the dynamics of production of certain types of products is also interesting (Figures 2 and 3). They reflect the variability of product production caused by the dynamics of demand for these products over time (Figure 2, 3, 4).

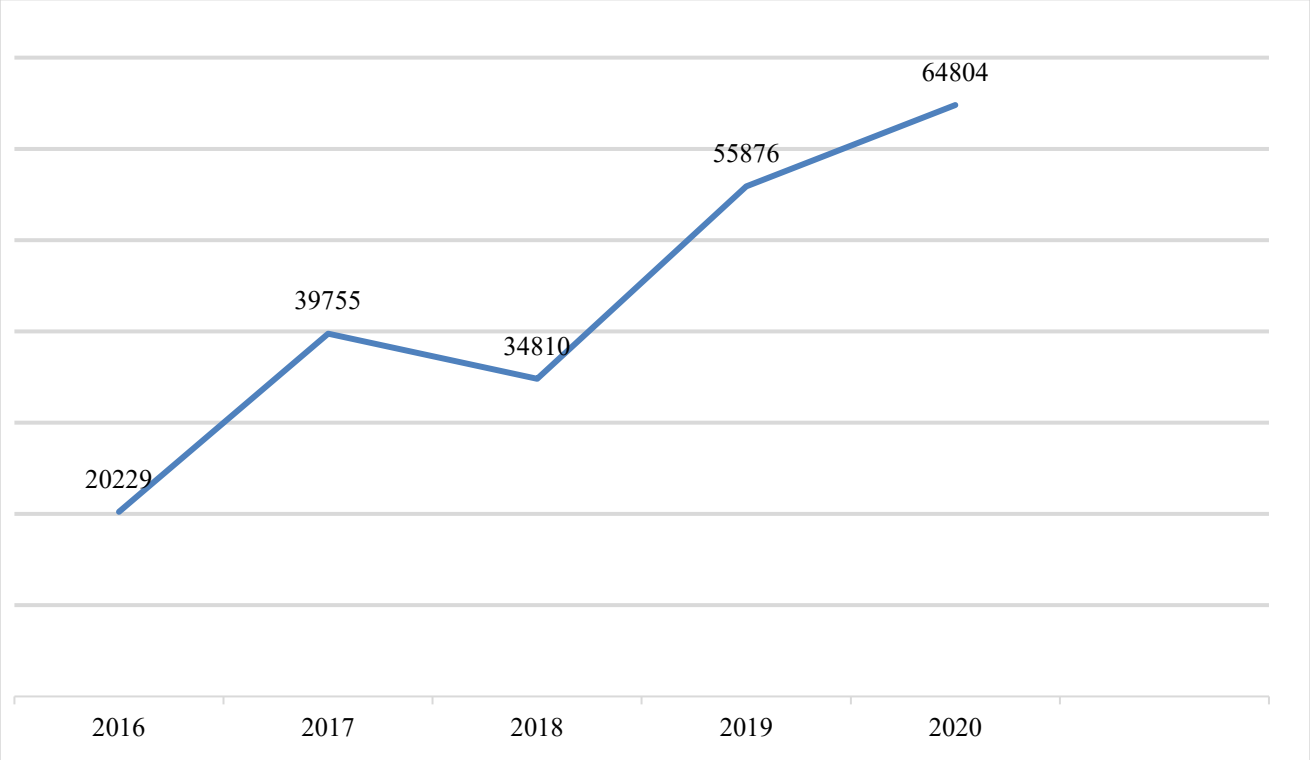


Figure 2. Dynamics of brick and wall block production in Bukhara region, vol[1]

[1] Author's work

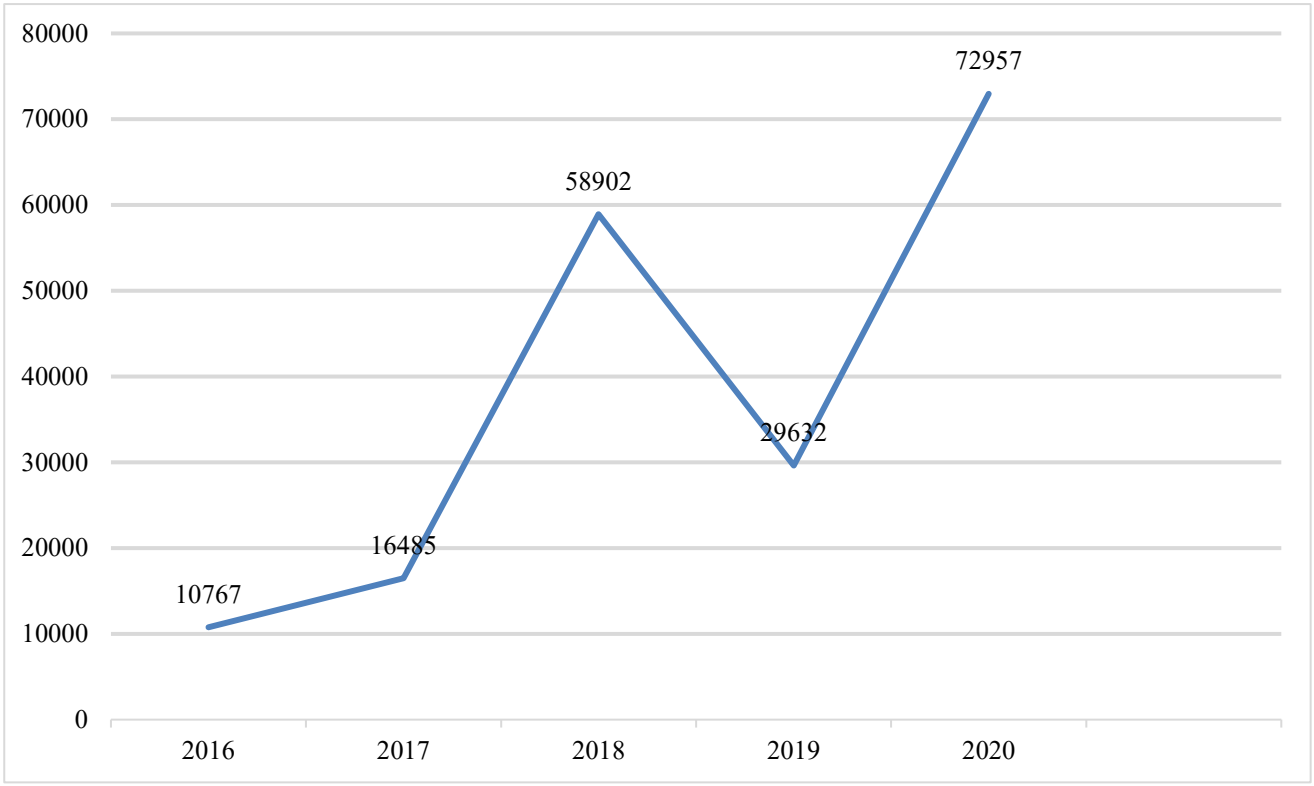


Figure 3. Dynamics of production of similar products of cherepitsa in Bukhara region, t[1]

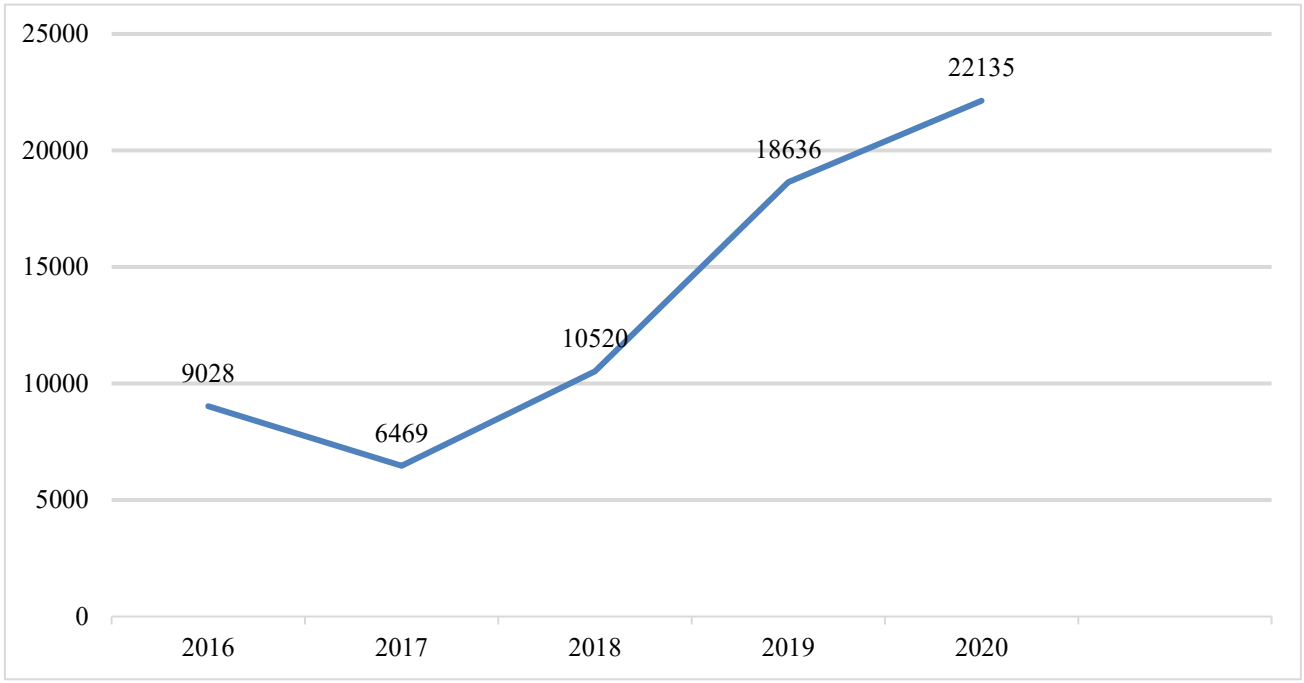


Figure 4. Production dynamics of construction mixes and mixtures in Bukhara region, vol[2].

[1] Author's work
[2] Author's work

The map of the region clearly shows that the most important (large) settlements in the region are located in the southeastern part of the region, and most of the mineral deposits are located in the remaining desert parts of the region (Figure 5).



Figure 5. Situational map of the location of large settlements and mineral deposits in Bukhara region[1]

We note that the analysis of the state of 3931 industrial enterprises shows that currently 677 enterprises have not been put into operation, have completely or temporarily stopped their activities, have reduced the production volume, or have reduced tax revenues to the budget. According to the analysis of the causes of these problems, 128 enterprises have difficulties in obtaining credit resources to replenish their working capital or purchase technological equipment, 75 enterprises have problems connecting to engineering communications, 25 enterprises have problems with raw materials for production. do not have inventory, 12 enterprises face the need to collect receivables, and 7 enterprises need assistance in recovering the amount of advance payment of value added tax. Entrepreneurs face difficulties in obtaining land, obtaining necessary permits and licenses, international certificates, lack of foreign customers, delivery of imported equipment to Uzbekistan and problems related to dispatch of foreign specialists.

Here it is necessary to emphasize the presence of the following productions in the territory of Bukhara region: dry mixes ("Bukhorogips" JV, "Gizamiks" JV, "New live builds" LLC, "Dry-mix technologies" LLC), plasterboard ("Plattas" ShK, ("Bukhorogips" JV JV, "BRAUS", "ROYaL", "Belona Millenium" JV), plastic panels for walls and ceilings ("Dekorimeks" JV), aluminum-plastic composite panels - "alukobond ” ("Alyubond Roycon Bilding Tekhnolodjiz" ShK, "And-Polic" JV),

[1] Author’s work

aluminum radiators ("Dekorimeks" JV), laminated parquet ("Fayz Khomar GUC» QK, "Temur-Chin" QK),

ceramic tile (JV "Asia pines ceramic", JV "Muratbek"), hydro-insulating roofing materials (JV "Ales") and others.

The increasing importance of creating new building materials, products and constructions is due to the fact that currently, on the one hand, the shortage of non-renewable resources is increasing, the costs of their extraction and processing are increasing, and on the other hand, the cost of energy carriers is significantly increasing. being observed. In this case, the last factor is highly relevant, because in the production of many construction materials, technological processes that require a lot of energy are used, and this is associated with a large amount of energy payments.

Current research in the field of creating new building materials aims to create efficient materials with high consumer performance while reducing production costs at the same time. In this, researchers use the most advanced methods and technologies, including. They use raw material sources.

The peculiarity of the creation of new building materials, products and constructions in the current period is that these materials often have new consumer properties in terms of quality, unlike traditional materials. This factor is of fundamental importance from the point of view of determining economic efficiency, as it significantly complicates the comparison of new developments with existing ones.

The development of "Uzsanoatqurilishmateriallari" JSC association is reflected in the development of the applied industry, and therefore it is planned to increase the volume of production in the industry by 27.6 trillion soums. It is planned to produce construction materials for 17 projects with a total value of 950 billion soums within the framework of the localization program. As it is expected, it will allow to reduce the import of their part equal to 86 million dollars.

The main thing is that in 2022, gradual work was carried out in the direction of investments. In particular, 1.4 billion dollars worth of foreign investments were absorbed in the entire industry, of which 1.16 billion dollars belong to direct investments.

At the expense of these funds, 12 projects with a total value of 369.4 million dollars will be launched. In particular, enterprises will be established in the following areas:

- 1.8 million tons of cement clinker;
- 29 million square meters of ceramic tiles;
- 1.1 million tons of cement;
- 850 thousand cubic meters of aerated concrete blocks;
- 300 thousand square meters of marble composite slabs;
- 3.5 thousand t of screw nails;
- 50,000 tons of reinforced concrete and asphalt;
- 2.8 million square meters of ceramic tiles and friezes.

At the same time, construction materials worth 600 million dollars were exported in 2022: cement - 461 thousand tons (20 million dollars); PVC profile, pipes and plastic

products for 80 million dollars; $30 million worth of dry construction mixes and cement products; $15 million worth of construction services and other construction materials.

The article found that the region's building materials production industry is sufficient for current requirements in terms of most parameters (volumes of product production, its quality, the level of utilization of raw material potential, energy capacity, product price, as well as the location of branch enterprises). cannot answer.

In addition to the above, it was found that the researched network has local characteristics: these include the complexity of internal logistics, which is the location of enterprises at a long distance from the places of product consumption (in particular, from large nodes of industrial construction), wide transport corridors for product export. Factors such as unavailability may be included.

REFERENCES

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. -Toshkent: "O'zbekiston" NMIU, 2020. -B. 23.

2. Birlashgan millatlar tashkiloti (sanoatni rivojlantirish bo'yicha) - https://www.unido.org/sites/default

3. Игамова Ш.З. Перспективы дальнейшего развития промышленности строительных материалов //Агроиқтисодиёт илмий-амалий агроиқтисодий журнал, 2021 йил

4. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi [Elektron manba]. – http://www.stat.uz .

5. Зайнутдинов Ш. Н., Нуримбетов Р. И. Ресурсная база и потенциал производство Узбекистана: использования и эффективность (региональный аспект) // Бюллетень науки и практики. Электрон. журн. 2017. №10 (23). С. 207-212. Режим доступа: http://www.bulletennauki.com/zaynutdinov (дата обращения 15.10.2017)

6.Строительство в Узбекистане. Статистический сборник. / Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике. Ташкент, 2022.

7.Фатхутдинов, Р.Ф. Инновационный менеджмент / М., 2016.

8. Turdiyeva, M. U. (2021, October). Importance of Innovations in the Development of Bukhara Industry. In " ONLINE-CONFERENCES" PLATFORM (pp. 264-267).

9. Игамова, Ш. З. (2021). Особенности инноватики на предприятиях промышленности строительных материалов. Архитектура. Қурилиш. Дизайн Илмий-амалий журнал. ТАҚИ, 263-267.

QURILISH TASHKILOTLARINING INNOVASION RIVOJLANISHIDA XODIMLAR FAOLLIGINING AHAMIYATI VA UNI OSHIRISH YO‘LLARI

Karimova Aziza Azamiddin qizi
mustaqil tadqiqotchi
E-mail: azizakarimova271199@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada mamlakatimiz innovatsion strategiyasining mazmuni va uning qurilish sohasida amalga oshirilishi tahlil qilingan bo‘lib, innovatsion faoliyat subyektlarining muhim unsuri bo‘lgan qurilish tashkilotlarining innovatsiyalarga doir manfaatli maqsadlari o‘rganilgan. Muallif tomonidan qurilish pudrat tashkilotlarida innovatsion faollik yo‘nalishlari va shakllari tadqiq etilgan hamda ularni yanada takomillashtirish bo‘yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: «tarmoq-hudud-ilmiy/oliy ta’lim-tashkilot» zanjiri, innovatsion faoliyat, xodimlar innovatsion faolligi, innovatsiyalarga moyillik.

Аннотация

В настоящей статье проводится анализ содержания инновационной стратегиии нашей страны и внедрения её в строительстве, также изучаются интересы и цели строительных организаций, как важного элемента субъектов инновационной деятельности. Автором исследованы формы и направления инновационной активности в подрядных строительных организациях и разработаны предложения по их совершенствованию.

Ключевые слова: цепочка “отрасль-территория-наука/высшее образование-организация”, инновационная деятельность, инновационная активность работников, склонность к инновациям.

Abstract

This article analyzes the content of our country’s innovation strategy and its implementation in construction, and also studies the interests and goals of construction organizations as an important element of the subjects of innovation activity. The author has studied the forms and directions of innovation activity in contracting construction organizations and developed proposals for their improvement.

Keywords: chain "industry-territory-science/higher education-organization", innovation activity, innovative activity of employees, propensity to innovation.

KIRISH

Bizning fikrimizcha, zamonaviy samarali iqtisodiyotning asosiy belgisi – uning innovatsiyalarga moyilligidir. Innovatsion moyillik deganda iqtisodiyotdagi barcha subyektlar va sohalarda yangiliklarni o‘zlashtirish qobiliyati tushuniladi. Haqiqatan ham, an’anaviy innovatsion faoliyat emas, balki aynan innovatsiyalarga moyillik kompaniyalarda mehnat jamoasini o‘zgarishlarni amalga oshirishga, xorijiy tajribani tezkorlik bilan o‘zlashtirishga, yangi g‘oya va yechimlarni ishlab chiqarishga joriy etishga undaydi. Yaponiyaning Ikkinchi jahon urushidan keyingi innovatsion siyosati,

bugungi kunda esa Xitoy tajribasi innovatsiyalarga moyillik qanchalik kuchli omil ekanini ko‘rsatmoqda.

Mamlakatimizda so‘nggi yillarda olib borilayotgan islohotlar innovatsion rivojlanishga ustuvor vazifa sifatida qarashni taqozo etmoqda. Buning isboti sifatida 2022–2026-yillarda O‘zbekiston Respublikasining innovatsion rivojlanish strategiyasiga e’tibor qaratish mumkin [1]. Strategiyaning “...asosiy maqsadi — mamlakatda kreativ iqtisodiyotni shakllantirishda yangi ish o‘rni yaratishdan boshlab iqtisodiy qiymat (kapital) yaratishgacha bo‘lgan «tarmoq-hudud-ilmiy/oliy ta’lim tashkilot» uzluksiz ekotizimini rivojlantirish” deb belgilangan. Shu bilan birga, strategiyada “innovatsion faoliyatni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning institutsional mexanizmlarini takomillashtirish orqali innovatsion faol tashkilotlar ulushini oshirish”, “xodimlarni baholash va rag‘batlantirish tizimini takomillashtirish” vazifalari aynan innovatsiyalarga moyillik muhitini yaratishga qaratilgan.

Strategiyaning asosiy yo‘nalishlari quyidagilardan iborat: innovatsion infratuzilma subyektlari (innovatsion texnologik park, texnologiyalar transferi markazi, innovatsion klaster, venchur tashkiloti, innovatsiya markazi, startap akselerator, inkubator) tarmog‘ini shakllantirish orqali startap tashabbuslarni qo‘llab-quvvatlash hamda yirik hajmli ishlab chiqarishni (kapital yaratishni) tashkil etish; innovatsion faoliyatni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning institutsional mexanizmlarini takomillashtirish orqali innovatsion faol tashkilotlar ulushini oshirish; kichik tadbirkorlikning innovatsion faolligini kuchaytirish orqali hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy jadal o‘sishini ta’minlash va boshqalar [1].

Korxona va tashkilotlarning innovatsiyalarga moyilligi xodimlarning innovatsion faol xulqi bilan chambarchas bog‘liqdir. Innovatsion faollik zamonaviy kreativ xodimning asosiy belgilaridan biri bo‘lib, innovatsiyalarni izlash, topish, o‘zlashtirish va ommalashtirishda tashabbus ko‘rsatishni anglatadi. Boshqa adabiyotlarda innovatsiyalarga moyillik xodimlarning ijodiy va innovatsion qobiliyatlari, shuningdek, korxonada innovatsiyalarni joriy etish zaruratini anglash sifatida ta’riflanadi. Innovatsion faollik tashkilotlarning innovatsion faoliyatini baholashning asosiy ko‘rsatkichlaridan biridir. Ushbu tushunchaning ahamiyatli tomoni shundaki, unda innovatsion salohiyatdan foydalanish bilan birga jamoada innovatsion iqlimning shakllanganligi ham o‘z aksini topadi. Shu bilan birga, innovatsion salohiyatning amaliyotda ifodalanishi tashkilot xodimlarining innovatsion faolligi orqali namoyon bo‘ladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Adabiyotlarda xodimlarning innovatsion faolligi atamasi keng muhokama qilingan bo‘lib, olimlarning ushbu masalaga turli qarashlari mavjud. A.A. Trifilova,

O.N. Melnikov, I.V. Baranov, M.V. Cherepanov, V.P. Barancheyev, N.P. Maslennikova, V.M. Mishin, Yu. Simachev, Sh.A. Musayeva, G.P. G‘ulomova, I.A. Usmanov [7,8,9,10,11,12,13,14] kabi olimlar xodimlarning innovatsion faolligini ularning ijodiy qobiliyatlarini korxonaning raqobatbardoshligini oshirish maqsadida ro‘yobga chiqarilishi sifatida tushunsalar [2], boshqa tadqiqotchilar uni xodimlarning ijodiy qobiliyatini rivojlantirish va undan foydalanish sohasidagi munosabatlar deb ta’riflaydilar [3]. Ayrim olimlar “xodimlarning innovatsion mehnat xulqi” (innovative work behavior) atamasini ham qo‘llaydilar, ya’ni yangi g‘oyalarni yaratish, taklif qilish va rivojlantirish bilan bog‘liq doimiy harakatlarni ifodalaydilar [5]. O‘zbekiston korxonalari va tashkilotlarida xodimlarning innovatsion faolligini oshirish uchun tegishli ilmiy-uslubiy hamda amaliy takliflar ishlab chiqilishi dolzarb masala hisoblanadi.

METODOLOGIYA

Qurilish sohasida innovatsion faoliyatni rivojlantirish davlat siyosati O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 27-noyabrdagi PF-6119-son “O‘zbekiston Respublikasi qurilish tarmog‘ini modernizatsiya qilish, jadal va innovatsion rivojlantirishning 2021–2025-yillarga mo‘ljallangan strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmonida o‘z aksini topgan. Tadqiqotni amalga oshirishdagi ilmiy taxmin shundan iboratki, qurilishdagi innovatsion faoliyatning samaradorligi birinchi navbatda xodimlarning faolligi, ya’ni innovatsion xulqiga bog‘liqdir. Shu asosda tadqiqotda qurilishdagi innovatsion faoliyat yo‘nalishlari, ularning natijalari va xodimlarning tutgan o‘rnini o‘rganish bilan bog‘liq ilmiy yondashuvlar hamda nazariy, mantiqiy va amaliy usullardan foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Qurilish sohasiga “Yangi O‘zbekistonni rivojlantirish strategiyasi”da alohida o‘rin ajratilgan. So‘nggi besh yilda investitsiyalarning, jumladan xorijiy investitsiyalar hajmining bir necha barobar oshishi qurilish sohasi boshqaruvida tub o‘zgarishlarni amalga oshirishga, ya’ni qurilishning moddiy-texnik bazasini mustahkamlash, yuqori malakali kadrlar bilan ta’minlash hamda xorijiy tajribani olib kirish kabi choralarni amalga oshirishga sabab bo‘ldi.

Olib borilgan chora-tadbirlar natijasida qurilishda innovatsion faoliyatning jadallashishi kuzatilmoqda. Ayniqsa, “Shaffof qurilish” elektron platformasining ishga tushirilishi, tender mexanizmlarining raqamlashtirilishi, yangi materiallar va ilg‘or texnikalarning qurilish jarayonlariga joriy etilishi bugungi kunda sezilarli samara bermoqda. Biroq bularning barchasi davlat va vazirlik darajasida amalga oshirilayotgan innovatsiyalar ekanligini ta’kidlash lozim. Innovatsion strategiyaning muvaffaqiyati esa, avvalo, quyi pog‘onadagi qurilish pudrat tashkilotlarida yangi

texnologiyalar va jarayonlarning amalda qo‘llanishiga bog‘liq. Buning uchun innovatsion faoliyat subyektlarining barchasida jarayonning tezkorligi ta’minlanishi zarur.

Farmonda belgilangan muhim vazifalardan biri “tarmoq–hudud–ilmiy/oliy ta’lim–tashkilot” zanjirini samarali tashkil etishga qaratilgan. Ilmiy-uslubiy jihatdan ushbu vazifa mamlakatimiz iqtisodiyoti uchun dolzarb bo‘lib, uning to‘liq amalga oshirilishi bugungi kunda yetarli darajada ta’minlanmagan. Bunday vaziyat zanjir ishtirokchilarining innovatsion faoliyatga oid manfaatli maqsadlarni yuzaga keltiradi (1-jadval).

Ko‘rinib turibdiki, korxona va tashkilotlarning innovatsion faoliyatdan ko‘zlagan maqsadlari turlicha. Demak, Prezidentimiz tomonidan belgilangan vazifalarning bajarilishi birinchi navbatda yuqoridagi maqsadlarning “tutash nuqtalari”, ya’ni birlashtiruvchi omillarni aniqlashga bog‘liq bo‘ladi (1-jadval).

1-jadval

Innovatsion tashkilot zanjirining manfaatli maqsadlari[1]

Zanjir unsurlari	**Innovatsion faoliyatga manfaatli munosabat**
Tarmoq	Innovatsiyalarni tarmoq korxonalarida joriy qilish orqali xalqaro raqobatbardoshlikni oshirish
Hudud	Innovatsion mahsulotlar (xizmatlar) hajmini oshirish orqali ijtimoiy-iqtisodiy jadal rivojlanish
Ilmiy/oliy ta’lim	Fanning amaliy sohalarida innovatsion g‘oyalar va mahsulotlarni yaratish orqali yangi bilimlar hosil qilish
Tashkilot	Innovatsiyalarni joriy qilish orqali ishlab chiqarish samaradorligi va tashkilot raqobatbardoshligini oshirish

Bugungi kunda innovatsion faoliyat zanjirining eng zaif bo‘g‘ini – bu tashkilotdir. Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, uning asosiy maqsadlari samaradorlik va raqobatbardoshlikni oshirishdan iborat. Mantiqan qaraganda, tashkilot rahbarlari va xodimlari taklif etilayotgan innovatsiyalardan tezkor va yuqori samara beruvchi natijalarni kutadi. Bu esa, o‘z navbatida, xodimlarning innovatsion faolligi bilan chambarchas bog‘liqdir. Shu bilan birga, e’tirof etish joizki, qurilish tashkilotlari va korxonalarida xodimlarning innovatsion faolligi zamon talablariga to‘liq javob bermaydi. Nazariy izlanishlardagi ta’riflarni tahlil qilib, ularni qurilish pudrat tashkilotlariga moslashtirgan holda xodimlarning innovatsion faolligini quyidagicha ta’riflash mumkin: bu xo‘jalik subyektining innovatsion faolligining uzviy

[1] Muallif ishlanmasi

elementlaridan biri bo‘lib, xodimlarning innovatsion faoliyatining intensivligi va unga moyillik darajasini ko‘rsatuvchi umumlashtiruvchi ko‘rsatkichdir.

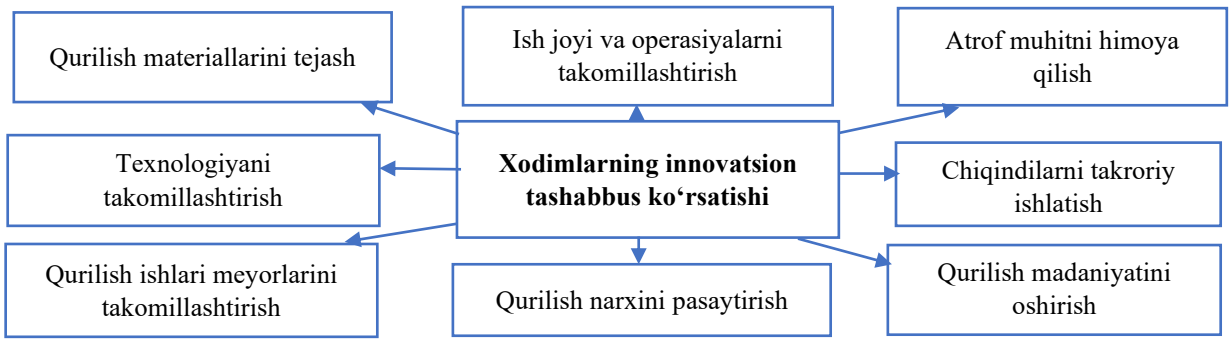
Mazkur atamada xodimlar alohida shaxs sifatida emas, balki tashkilot bo‘g‘ini sifatida olingan. Bu holat innovatsiyalarni alohida shaxs tomonidan joriy qilish mumkin emasligini, balki ular qurilish tashkilotining boshqa moddiy va nomoddiy resurslari bilan birgalikda ko‘rilishini anglatadi.

Qurilishda tashkilot xodimlarining innovatsion faoliyatda ishtirok etishi ikkita asosiy yo‘nalishda namoyon bo‘ladi: yuqoridan (tashkilot rahbariyati va tashqi omillar tomonidan) kirib kelayotgan innovatsiyalarni joriy etishni qo‘llash va ularda ishtirok etish, hamda pastdan – tashabbus ko‘rsatuvchi sifatida innovatsion g‘oyalarni tashkilotda targ‘ib qilish va qo‘llash. Har ikkala yo‘nalishda ham xodimlarning innovatsion faolligi uchun zarur shart-sharoitlar yaratilishi lozim. Qurilish pudrat tashkilotlaridagi innovatsiyalarning o‘ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib, xodimlarning innovatsion faolligi to‘rtta asosiy omil bilan belgilanadi.

Xodimlarning innovatsion salohiyati ularning bilim, ko‘nikma va tajribalarining hosilasi bo‘lib, mustaqil ravishda yangilik yaratish qobiliyatini aks ettiradi. Qurilish sohasida yuqori malakali mutaxassislarning doimiy ravishda tajriba orttirishi va zamonaviy bilimlarni egallashi ularda kreativ fikrlash uchun mustahkam asos yaratadi.

Innovatsion muhit keng va murakkab tushuncha bo‘lib, yuqoridagi omillarning ta’siri ostida mehnat jamoasida innovatsiyalarga ijobiy qarashni, ularni ishlab chiqarish faoliyatining ajralmas qismi sifatida qabul qilishni o‘zida mujassamlashtiradi. Innovatsion muhitning asosiy belgisi – mehnat jamoasining barcha a’zolari tomonidan yangiliklarni joriy etishdagi faollikdir. Boshqacha aytganda, doimiy ravishda sog‘lom raqobat sharoitida innovatsiyalarga qiziqishning mavjudligidir.

Innovatsion faollik uchun zarur shart-sharoitlarni yaratish tashkilot rahbariyatining muhim vazifasi hisoblanadi. Buning uchun xodimlarning kasbiy faoliyati, lavozimi, mehnat sharoitlari va salohiyatiga mos bo‘lgan innovatsion yo‘nalishlarni tavsiya etish choralarini ko‘rish lozim. Hozirgi kunda aksariyat qurilish tashkilotlarining innovatsion faoliyati ishlab chiqarishda iqtisodiy samaradorlikni oshirishga qaratilgan kichik o‘zgarishlarni joriy etish bilan cheklanmoqda (1-rasm).



1-rasm. Qurilishda xodimlarning innovatsion faollik yo‘nalishlari [9]

O‘zbekiston olimlarining fikrlariga qo‘shilgan holda, loyiha va qurilish ishlarini bajarishga ixtisoslashgan tashkilotlarni misol sifatida oladigan bo‘lsak, xodimlar tashabbusi bilan olib boriladigan innovatsiyalarning quyidagi yo‘nalishlarini rivojlantirishni taklif etamiz:

• Qurilish materiallarini tejash. Qurilish mahsuloti tannarxining qariyb 60 foizini qurilish materiallari va konstruksiyalar tashkil etadi. Sohaning raqobatbardoshligini oshirish sharoitida qurilish materiallarini tejash yo‘llarini izlash qurilish tashkilotlarining dolzarb muammosidir. Muhimi, materiallarni tejashda uni bevosita ishlatayotgan ishchining fikri alohida ahamiyatga ega, chunki material hajmi va sifatining yakuniy bahosini aynan ular belgilaydilar.

• Ish joyi va operatsiyalarni takomillashtirish. XX asr boshlarida F. Teylor o‘z izlanishlarini xodimlarning ish jarayonini o‘rganishdan boshlagan. Bugungi kunda ham bu masala dolzarbligini yo‘qotmagan, ya’ni mehnatni ilmiy tashkil qilish samaradorlikning asosiy mezoni hisoblanadi. Shu bois ishchilar va past bo‘g‘in rahbarlarining innovatsion takliflarida ish joyi, asbob-uskunalar, mehnatning kichik operatsiyalari va mehnat harakatlarini takomillashtirish g‘oyalari qo‘llab-quvvatlanishi lozim.

• Chiqindilarni takroriy ishlatish. Qurilish ishlab chiqarishining xususiyatlaridan biri shundaki, qurilish materiallari o‘lchamlari loyihada belgilangan parametrlariga mos kelmaydi. Natijada materialni kesish yoki moslashtirish talab qilinadi va qoldiqlar qurilish chiqindilariga aylanadi. Tejamkorlik va atrof-muhitni muhofaza qilish nuqtayi nazaridan bu qoldiqlardan boshqa ishlarda foydalanish yoki ularga yangi maqsadli yo‘nalish berish g‘oyalari qo‘llab-quvvatlanishi zarur.

• Texnologiyani takomillashtirish. Qurilish ishlab chiqarishi tashqi omillarga sezgir bo‘lgani uchun texnologiyani o‘z vaqtida yangilash va sharoitga moslashtirish xarajatlarni kamaytirishda muhim imkoniyatlar yaratadi. Shu munosabat bilan xodimlarning texnologik innovatsiyalarni ommalashtirishdagi ijodkorligini rivojlantirish tizimini shakllantirishga e’tibor qaratish lozim.

• Atrof-muhitni muhofaza qilish. “Yashil iqtisodiyot” konsepsiyasining qurilish sohasidagi eng muhim vazifalaridan biri – qattiq qurilish chiqindilarini kamaytirishdir. Xodimlarning innovatsion faolligi chiqindilarni yuzaga keltiruvchi omillarni aniqlash va ularni samarali boshqarishga yo‘naltirilishi kerak.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Nazariy va amaliy izlanishlar shuni ko‘rsatadiki, qurilish tashkilotlarida xodimlarning innovatsion faolligi o‘ziga xos tashkiliy-iqtisodiy yondashuv va dasturlarni talab qiladi. Shu bilan birga, qurilish tashkilotlarini o‘z holiga tashlab qo‘ymasdan, oliy ta’lim muassasalarida yaratilgan innovatsion ishlanmalarni tayyor

holatga keltirish va xo‘jalik shartnomalari asosida ularni amaliyotga tatbiq etish korxonaning mavqeyi hamda bozordagi raqobat kuchiga mos ravishda ustuvor yo‘nalish sifatida tanlanishi mumkin. Eng muhimi, dasturlarning amalga oshirilishi xodimlarning innovatsion motivatsiyasini oshirishga va korxonada innovatsion muhit shakllanishiga xizmat qilishi zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 6 iyul PF-165-son “2022 — 2026-yillarda O‘zbekiston Respublikasining innovatsion rivojlanish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni https://lex.uz/docs/-6102462

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 27-noyabr PF-6119-son “O‘zbekiston Respublikasi qurilish tarmog‘ini modernizasiya qilish, jadal va innovasion rivojlantirishning 2021 — 2025-yillarga mo‘ljallangan strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni. https://lex.uz/docs/-5130468

3. Belkin V. N. Innovasionnaya aktivnost menedjerov predpriyatiy kak usloviye razvitiya trudovogo potensiala regiona. [Tekst] / V. N. Belkin, N. A. Belkina, O. A. Antonova // Ekonomika regiona. – 2018. – T. 14, vыp. 4. – S. 1327-1340.

4. Balakina D. V. Innovasionnaya aktivnost personala rossiyskix predpriyatiy [Tekst] / D. V. Balakina // Chelyabinskiy gumanitariy. – 2011. – № 1(14). – S. 32-35.

5. Hanan S. Alessa & Christopher M. Durugbo. Systematic review of innovative work behavior concepts and contributions. https://link.springer.com/article/

6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi davlat statistika agentligi. http\stat.uz

7. Musayeva Sh.A. Innovatsion marketing. Darslik. 2021. 324 b.

8. G‘ulomova G.P. Innovatsion faoliyat infratuzilmasini shakllantirish ishlab chiqarishni modernizatsiyalash omili sifatida // Investitsiyalar va innovatsiyalar. – 2016. 7. – 66-73 b.

9. Usmanov I.A. Qurilish tashkilotlarida xodimlarning innovatsion faolligini oshirish yo‘llari // Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot. – 2023. 11-12. – 522-525 b.

10. Трифилова А. А. Оценка инновационной активности предприятий // [Электронный ресурс] — 2011 — Режим доступа: http://www.domino. innov.ru.

11. Мельников, О.Н., Шувалов В. Н. Инновационная активность как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Российское предпринимательство. — 2009. — № 9.

12. Баранова И. В., Черепанова М. В. Методические подходы к оценке инновационной активности и инновационного потенциала вуза. — Режим доступа: http://novinkor.com/biblioteka/innoworld/71-innoactive.html (02 сен. 2011).

13. Баранчеев В. П. Управление инновациями: учебник / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2011.

14. Симачев Ю.В. Направления и факторы реформирования промышленных предприятий // Экономический журнал ВШЭ. - 2001. - №3. - С.328-347.

TASHKILOTDAGI BOSHQARUV TIZIMINING MEHNAT SAMARADORLIGIGA TA'SIRI

Usmonov Adxamjon A'zamjonovich
ISFT instituti "Menejment" kafedrasi mudiri,
tadqiqotchi

Annotatsiya

Ushbu maqolada tashkilotdagi boshqaruv tizimining mehnat samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar tahlil qilingan. Unda tashkilotni samarali boshqarish tamoyillari, jumladan strategik rejalashtirish, motivatsiya, innovatsion texnologiyalarni joriy etish, tashkilot madaniyatini rivojlantirish va resurslardan samarali foydalanish kabi asosiy jihatlar yoritilgan. Shuningdek, ichki va tashqi omillarning tashkilot samaradorligiga ta'siri ham tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: boshqaruv tizimi, mehnat samaradorligi, strategik rejalashtirish, motivatsiya, tashkilot madaniyati, resurslarni boshqarish, ichki omillar, tashqi omillar.

Аннотация

В данной статье анализируются факторы, влияющие на производительность труда в системе управления организацией. Излагаются основные аспекты принципов эффективного управления, такие как стратегическое планирование, мотивация, внедрение инновационных технологий, организационная культура и эффективное использование ресурсов. Также рассматривается влияние как внутренних, так и внешних факторов на эффективность работы организации.

Ключевые слова: система управления, производительность труда, стратегическое планирование, мотивация, организационная культура, управление ресурсами, внутренние факторы, внешние факторы.

Abstract

This article analyzes the factors that influence the labor productivity of an organization's management system. It outlines the main aspects of effective management principles, including strategic planning, motivation, the implementation of innovative technologies, organizational culture, and the efficient use of resources. The article also examines the impact of both internal and external factors on organizational performance.

Keywords: management system, labor productivity, strategic planning, motivation, organizational culture, resource management, internal factors, external factors.

KIRISH

Global bozor talablari, texnologik o'zgarishlar va inson resurslaridan oqilona foydalanish zarurati rahbarlardan tezkor, moslashuvchan va ilmiy asoslangan boshqaruv yondashuvlarini talab etadi. Mehnat samaradorligi esa tashkilot faoliyatining eng muhim ko'rsatkichlaridan biri bo'lib, nafaqat ishlab chiqarish hajmini, balki mahsulot sifati, xodimlarning motivatsiyasi va umumiy ish muhiti darajasini ham belgilaydi. Shu sababli boshqaruv tizimining samaradorligini oshirish

orqali mehnat unumdorligini yuksaltirish masalasi bugungi kunda dolzarb ilmiy-amaliy yo‘nalishlardan biri hisoblanadi.

Amaliyot shuni ko‘rsatadiki, ko‘plab tashkilotlarda boshqaruvning samarasizligi sababli resurslardan to‘liq foydalanilmaydi, ichki kommunikatsiya sust bo‘ladi, qaror qabul qilish jarayoni cho‘ziladi va xodimlar motivatsiyasi yetarlicha qo‘llab-quvvatlanmaydi. Bu esa ishlab chiqarish jarayonida vaqt va mablag‘ isrofiga, mehnat unumdorligining pasayishiga olib keladi. Ba’zi hollarda zamonaviy boshqaruv usullaridan xabardorlik yetishmasligi yoki ularni amaliyotga tatbiq etishdagi sustlik tufayli raqobat ustunliklari qo‘ldan boy beriladi.

Ushbu tadqiqotning maqsadi — tashkilotni boshqarish tizimining turli elementlari (rejalashtirish, tashkillashtirish, motivatsiya va nazorat) mehnat samaradorligiga qanday ta’sir ko‘rsatishini aniqlash hamda samaradorlikni oshirish bo‘yicha ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqotning asosiy vazifalari boshqaruv tizimining mavjud ahvolini tahlil qilish, xodimlar samaradorligiga ta’sir etuvchi ichki va tashqi omillarni aniqlash hamda boshqaruv yondashuvlarini optimallashtirish imkoniyatlarini baholashni o‘z ichiga oladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Menejment nazariyasining rivojlanishida klassik darg‘alar – F. Teylor, A. Fayol va L. Urviklarning qarashlari alohida ahamiyat kasb etadi. Ularning tadqiqotlari boshqaruv tamoyillarini shakllantirishda ilmiy asos bo‘lib xizmat qilgan. Olimlar fikriga ko‘ra, samarali boshqaruv resurslardan maksimal darajada foydalanish, mehnat taqsimotini oqilona tashkil etish hamda ish jarayonlarini tartibga solish orqali tashkilot samaradorligini sezilarli darajada oshiradi [1].

Mazkur klassik yondashuvlar keyingi ilmiy izlanishlar uchun metodologik poydevor bo‘lib, so‘nggi yillarda olib borilgan tadqiqotlarda ham o‘z aksini topmoqda. Xususan, N. Nikolayev o‘z tadqiqotida samaradorlikning asosiy omillari sifatida aniq maqsadlarga yo‘naltirilgan faoliyat, xodimlarni rag‘batlantirish, ichki jarayonlarni muvofiqlashtirish hamda mehnatni sifatli boshqarish mexanizmlarini qayd etadi. Muallifning fikricha, ushbu omillar tashkilot ichidagi resurslardan oqilona foydalanish, xodimlarning mehnat faolligini oshirish va umumiy natijalarni yaxshilashda hal qiluvchi ahamiyatga ega [2].

Shuningdek, Delmas va Pekovic tadqiqotlari ekologik amaliyotlarni boshqa boshqaruv strategiyalari, jumladan sifat menejmenti va jamoaviy ishlash bilan uyg‘unlashtirish samaradorlikni oshirishga xizmat qilishini ko‘rsatadi. Ularning xulosasiga ko‘ra, ekologik yondashuvlar nafaqat tashqi ijtimoiy mas’uliyat doirasida, balki ichki ishlab chiqarish jarayonlari va xodimlarning mehnat unumdorligiga ham ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Demak, barqaror rivojlanish tamoyillari bilan uyg‘unlashgan boshqaruv tizimlari tashkilot uchun qo‘shimcha raqobat ustunligini ta’minlaydi [3].

N. Afridah va boshqalar olib borgan izlanishlarda samarali faoliyatni boshqarish tizimlariga alohida urg‘u beriladi. Ularning ta’kidlashicha, aniq maqsad belgilash, muntazam monitoring, fikr-mulohaza almashish va mukofotlash kabi elementlardan

iborat mexanizmlar xodimlarning motivatsiyasini sezilarli darajada kuchaytiradi. Natijada nafaqat individual ish samaradorligi, balki butun tashkilot unumdorligi oshadi. Ushbu yondashuv zamonaviy menejmentning muhim tamoyillaridan biri bo‘lib, inson resurslarini rivojlantirish va ularning faoliyatini doimiy qo‘llab-quvvatlash orqali yuqori natijalarga erishish imkonini beradi [4].

S. Saini tomonidan olib borilgan bibliometrik tahlilda xodimlarning faol ishtiroki va tashkilotga sodiqligi o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlik keng qamrovli ilmiy adabiyotlar asosida o‘rganilgan. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, xodimlarning o‘z ish jarayoniga faol jalb qilinishi ularning motivatsiyasini kuchaytirib, tashkilotga bo‘lgan sadoqatini oshiradi. Shu bilan birga, bu ikki omil mehnat unumdorligi, innovatsion faoliyat va umumiy tashkiliy samaradorlikka sezilarli ijobiy ta’sir ko‘rsatishi aniqlangan. Muallifning xulosasiga ko‘ra, xodimlarni qo‘llab-quvvatlovchi rahbarlik, adolatli mukofotlash tizimlari va ochiq muloqot madaniyati ushbu jarayonlarning barqarorligini ta’minlovchi muhim shartlardan hisoblanadi [5].

A. Usmonov tomonidan olib borilgan ilmiy tadqiqotlar ham mazkur fikrlarni qo‘llab-quvvatlaydi. Muallif boshqaruv tizimlarini zamonaviy talablar asosida moslashtirish mehnat samaradorligini oshirishda muhim omil ekanini ta’kidlaydi. Shuningdek, boshqaruv sifatining mehnat unumdorligiga bevosita ta’siri mavjudligi qayd etiladi. Bu esa rahbariyat tomonidan ishlab chiqilgan strategik qarorlarning amaliy natijalarga sezilarli ta’sir ko‘rsatishini anglatadi [6].

Umuman olganda, mavjud adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, samarali boshqaruv tizimlari ko‘p qirrali va kompleks yondashuvni talab etadi. Ular faqatgina aniq maqsadlar va rag‘batlantirish choralariga emas, balki ekologik barqarorlik, jamoaviy hamkorlik, texnologiyalardan foydalanish hamda xodimlarning faol ishtirokiga ham asoslanishi lozim. Shu bois, mehnat unumdorligini oshirishni ko‘zda tutuvchi boshqaruv strategiyalari doimiy ravishda yangilanib, zamonaviy ijtimoiy-iqtisodiy talablar bilan uyg‘unlashtirilishi muhimdir.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda tashkilotni boshqarish tizimining mehnat samaradorligiga ta’sirini aniqlash maqsadida aralash yondashuv qo‘llanildi. Avvalo, mavjud nazariy manbalar va ilgari o‘tkazilgan tadqiqotlar asosida konseptual asoslar shakllantirildi, so‘ngra empirik ma’lumotlar yig‘ildi. Tadqiqot davomida olingan ma’lumotlar qayta ishlanib, boshqaruv tizimi elementlari — rejalashtirish, rag‘batlantirish, muvofiqlashtirish va monitoringning mehnat samaradorligiga bo‘lgan bevosita hamda bilvosita ta’siri baholandi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tashkilotdagi boshqaruv tizimining mehnat samaradorligiga ta’sirini o‘rganishda boshqaruvning asosiy tamoyillari alohida ahamiyat kasb etadi. Zero, samarali boshqaruv tizimi nafaqat xodimlarning mehnat unumdorligini oshiradi, balki

tashkilotning umumiy rivojlanish darajasiga ham bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Shu nuqtayi nazardan, tashkilotni samarali boshqarishning asosiy tamoyillari sifatida strategik rejalashtirish, yetakchilik va motivatsiya, innovatsiyalarni joriy etish, tashkilot madaniyatini rivojlantirish hamda resurslarni oqilona boshqarish ko‘rsatib o‘tiladi. Ushbu tamoyillar har bir tashkilotning ichki imkoniyatlari va tashqi muhitiga mos holda tatbiq etilishi zarur (1-jadval).

1-jadval.

Tashkilotni samarali boshqarish tamoyillari[1]

T/r	Tamoyil	Tavsif
1.	Strategik rejalashtirish	Uzoq muddatli maqsad va vazifalarni belgilash.
2.	Yetakchilik va motivatsiya	Xodimlarning ishga bo‘lgan qiziqishini oshirish va ularga rahbarlik qilish.
3.	Innovatsiyalar va texnologiyalarni joriy etish	Zamonaviy texnologiyalarni qo‘llash orqali ish samaradorligini oshirish.
4.	Tashkilot madaniyati	Mehnat muhitini yaxshilash va ijobiy ish sharoitlarini yaratish.
5.	Resurslardan samarali foydalanish	Moliyaviy, moddiy va inson resurslarini optimal boshqarish.

1-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, samarali boshqaruvni ta’minlash uchun quyidagi asosiy tamoyillarga e’tibor qaratish lozim:

1. Strategik rejalashtirish – tashkilotning uzoq muddatli maqsad va vazifalarini aniq belgilashni nazarda tutadi. Bu jarayon tashkilot rahbariyatidan bozorni, raqobatchilarni va mavjud resurslarni chuqur tahlil qilishni talab etadi. Rejalashtirish asosida kelajakda erishilishi lozim bo‘lgan natijalar aniqlanadi va zarur strategiyalar ishlab chiqiladi. Strategik rejalashtirish boshqaruvning barcha boshqa tamoyillarini amalga oshirishda asosiy yo‘nalishni belgilab beradi.

2. Yetakchilik va motivatsiya – rejalashtirilgan strategiyalarni amaliyotga tatbiq etishda muhim ahamiyatga ega. Rahbarlar nafaqat maqsad va vazifalarni belgilab berishi, balki xodimlarni ilhomlantirishi, ularga rahbarlik qilishi va ularning malakasini oshirishga ko‘maklashishi lozim. Samarali motivatsiya tizimi xodimlarning ishga bo‘lgan qiziqishini orttiradi, jamoada ishonch va jamoaviy ruhni shakllantiradi.

3. Innovatsiyalar va texnologiyalarni joriy etish – zamonaviy bozor sharoitida tashkilotning raqobatbardoshligini ta’minlaydi. Avtomatlashtirish, raqamli texnologiyalar va sun’iy intellekt yechimlari ish jarayonlarini soddalashtiradi, resurslardan foydalanish samaradorligini oshiradi. Shu tariqa, yangi texnologiyalarni qo‘llash orqali tashkilot operatsion xarajatlarini kamaytirib, mahsulot yoki xizmat sifatini yaxshilashga erishadi.

[1] Muallif tomonidan tuzilgan

4. Tashkilot madaniyati – xodimlar o‘rtasida o‘zaro hurmat, ochiq muloqot va hamkorlikni shakllantirishga xizmat qiladi. Ijobiy tashkilot madaniyati jamoada barqaror ish muhitini yaratadi, bu esa har bir xodimning samarali faoliyat yuritishi uchun qulay sharoitni ta’minlaydi. Shuningdek, sog‘lom madaniyat muammolarni o‘z vaqtida aniqlash va bartaraf etishda ham muhim rol o‘ynaydi.

5. Resurslardan samarali foydalanish – tashkilotning iqtisodiy barqarorligini ta’minlash, xarajatlarni optimallashtirish va daromadni oshirish uchun zarur. Moliyaviy, moddiy va inson resurslarini to‘g‘ri taqsimlash hamda ularni maqsadga muvofiq ishlatish tashkilotning umumiy samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Resurslardan oqilona foydalanish korxona rentabelligini yaxshilaydi va uning bozor sharoitlarida barqaror faoliyat yuritishiga yordam beradi.

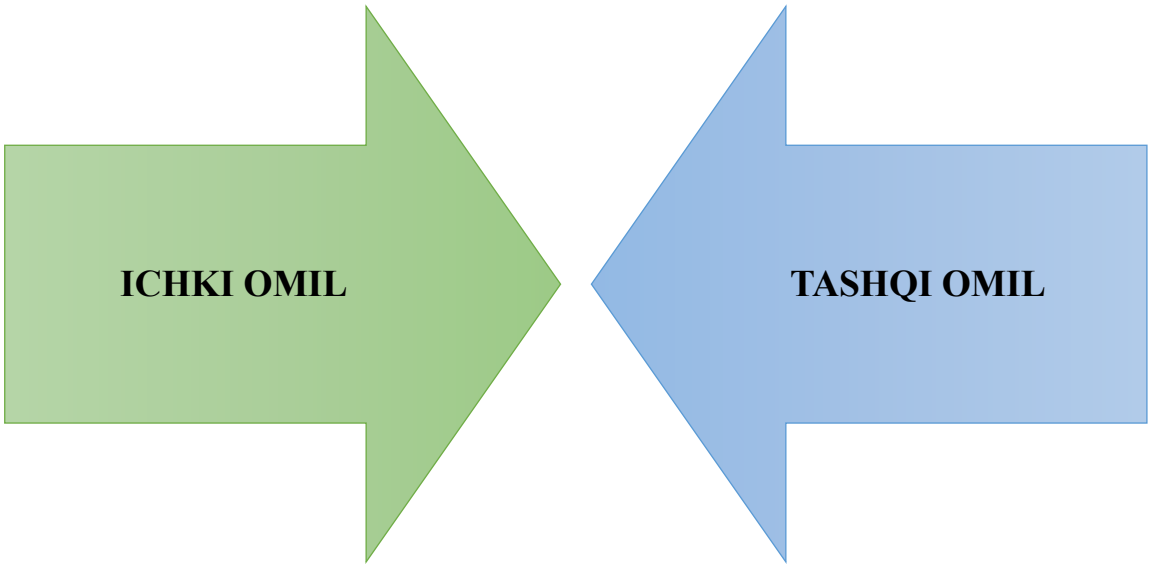
Mazkur tamoyillarga izchil va o‘zaro bog‘liq holda amal qilinishi tashkilot faoliyatini tizimli ravishda boshqarishga imkon yaratadi. Bunday sharoitda strategik rejalashtirish faqat uzoq muddatli maqsadlarni belgilash bilan cheklanmay, balki kundalik operatsion jarayonlar, xodimlarning vazifalari va resurslardan foydalanish tartibiga ham aniq yo‘nalish beradi. Natijada tashkilot faoliyatining har bir bosqichi yagona maqsad sari yo‘naltiriladi, ortiqcha resurs sarfi va samarasiz jarayonlar kamayadi.

Tamoyillarning uyg‘un qo‘llanishi jamoada mas’uliyat va hamkorlik ruhini kuchaytiradi. Yetakchilik va motivatsiyaning strategik rejalashtirish bilan uzviy bog‘lanishi xodimlarning tashabbuskorligini oshirib, ularni umumiy maqsadlarga erishishga rag‘batlantiradi. Innovatsion yondashuv esa nafaqat yangi texnologiyalarni joriy etishni, balki boshqaruv jarayonlarida ham yangicha qarashlarni shakllantirishni taqozo etadi. Bu esa tashkilotning tashqi muhitdagi o‘zgarishlarga moslashuvchanligini ta’minlab, uning raqobatbardoshligini oshiradi.

Eng muhimi, tashkilot madaniyati va resurslarni samarali boshqarish tamoyillari birgalikda qo‘llanilganda, ichki muhitda shaffoflik, o‘zaro ishonch va yuqori mehnat intizomi shakllanadi. Bu esa o‘z navbatida xodimlarning faolligi va mehnat unumdorligining barqaror o‘sishiga zamin yaratadi. Natijada, jamoa umumiy maqsad sari birlashib, tashkilotning barqaror rivojlanishi, yuqori samaradorlikka erishishi va innovatsion yondashuv asosida doimiy taraqqiyotini ta’minlash imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Shu bilan birga, tashkilotning barqaror rivojlanishi va yuqori samaradorlikka erishishi nafaqat ichki boshqaruv mexanizmlariga, balki tashqi muhit omillariga ham bevosita bog‘liqdir. Ichki omillar — boshqaruv tizimining sifati, xodimlar motivatsiyasi, innovatsion yondashuvlar va samarali kommunikatsiya — tashkilotning ichki barqarorligi va samaradorligini belgilasa, tashqi omillar — raqobat muhiti, davlat

siyosati, iqtisodiy va texnologik rivojlanish, ijtimoiy-madaniy xususiyatlar — uning bozor sharoitlarida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishiga xizmat qiladi (1-rasm).



1-rasm. Tashkilotni samarali boshqarishga ta’sir qiluvchi omillar[1]

Boshqaruvning ichki omillariga quyidagilarni kiritish mumkin:

1. Boshqaruv tizimining sifati va samaradorligi. Yaxshi boshqaruv tizimi rejalashtirish, aniq maqsadlar va samarali jarayonlarni o‘z ichiga oladi. Rahbarlarning qaror qabul qilish qobiliyati va ularning ish yuritish uslubi tashkilot samaradorligiga bevosita ta’sir qiladi. Tadqiqotlarga ko‘ra, muvaffaqiyatli boshqaruv tizimi to‘g‘ri qaror qabul qilish jarayoni va tashkilot ichidagi resurslarni samarali taqsimlash bilan chambarchas bog‘liq [7].

2. Xodimlarning malakasi va motivatsiyasi. Malakali va bilimli xodimlar tashkilotning rivojlanishi uchun muhim omil hisoblanadi. Rag‘batlantirish tizimi va motivatsion vositalar (maosh, bonuslar, o‘sish imkoniyatlari, e’tirof) xodimlarning ishga bo‘lgan qiziqishini oshiradi, jamoa ruhini mustahkamlaydi [8].

3. Innovatsion yondashuvlar va texnologik jarayonlar. Yangi texnologiyalarni joriy etish va innovatsion boshqaruv usullarini qo‘llash tashkilotning raqobatbardoshligini oshiradi. Avtomatlashtirilgan tizimlar va sun’iy intellekt texnologiyalari samaradorlikni oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi [9].

4. Ichki kommunikatsiya va axborot almashinuvi. Tashkilot ichidagi samarali aloqa tizimi qarorlarni tez va aniq qabul qilish imkonini beradi. Ochiq va shaffof axborot almashinuvi xodimlar o‘rtasida hamkorlikni mustahkamlashga xizmat qiladi [10].

Tashqi omillarga quyidagilar kiradi:

[1] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

1. Raqobat muhiti va bozor sharoitlari. Bozordagi raqobat kuchaygani sayin tashkilot doimiy ravishda o‘z strategiyasini yangilab borishi, mahsulot yoki xizmat sifatini oshirishi zarur bo‘ladi. Raqobatbardoshlik darajasi va bozorning o‘zgaruvchanligi tashkilotning boshqaruv strategiyasiga katta ta’sir ko‘rsatadi. Yuqori raqobat darajasi esa tashkilotlarni doimiy o‘zgarishlarga undaydi [11].

2. Davlat siyosati va me’yoriy-huquqiy tartibga solish. Hukumatning iqtisodiy siyosati va biznesni tartibga solish mexanizmlari tashkilotning rivojlanishiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi.

3. Iqtisodiy va texnologik rivojlanish darajasi. Iqtisodiy inqiroz yoki o‘sish davrida tashkilot o‘z faoliyatini moslashtirishi, xarajatlar va investitsiya siyosatini qayta ko‘rib chiqishi zarur bo‘ladi. Global darajadagi texnologik rivojlanish esa mahsulot yoki xizmat sifatini oshirish hamda ishlab chiqarish jarayonlarini takomillashtirish imkonini beradi.

4. Ijtimoiy-madaniy omillar. Jamiyat qadriyatlari, mehnat madaniyati va iste’molchilarning xulq-atvori tashkilot boshqaruviga sezilarli ta’sir qiladi. Aholining yosh tarkibi, malaka darajasi va boshqa demografik xususiyatlar mehnat bozorida xodimlar tanloviga hamda mahsulot yoki xizmatlarga bo‘lgan talab darajasiga bevosita ta’sir etadi. Iste’molchilarning turmush tarzi va xulq-atvoridagi o‘zgarishlar (masalan, ekologik toza mahsulotlarga talabning ortishi) esa tashkilot strategiyasini qayta ko‘rib chiqishga majbur etadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqoridagi tahlillar shuni ko‘rsatadiki, tashkilotdagi boshqaruv tizimining sifati mehnat samaradorligini belgilovchi eng muhim omillardan biridir. Strategik rejalashtirish, yetakchilik va motivatsiya, innovatsiyalarni joriy etish, tashkilot madaniyati hamda resurslardan samarali foydalanish tamoyillari uyg‘un qo‘llanilganda tashkilot faoliyati tizimli yo‘lga qo‘yiladi va xodimlarning mehnat unumdorligi barqaror o‘sishga erishadi. Shuningdek, ichki omillar – boshqaruv sifati, xodimlar malakasi, kommunikatsiya va innovatsion yondashuvlar – tashkilot barqarorligini ta’minlasa, tashqi omillar – raqobat muhiti, davlat siyosati, iqtisodiy va texnologik rivojlanish hamda ijtimoiy-madaniy sharoitlar – tashkilotning bozor sharoitida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishiga asos bo‘ladi. Demak, samarali boshqaruv tizimi faqat ichki jarayonlarni mukammallashtirish bilan cheklanmay, balki tashqi omillar bilan ham uzviy aloqada bo‘lishi lozim.

Amaliy natijalarga asoslanib, quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin:

1. Tashkilotda mehnat samaradorligini oshirish uchun uzoq muddatli maqsadlarni aniq belgilash, bozor sharoitlarini chuqur tahlil qilish va o‘zgaruvchan tashqi muhitga moslashuvchan strategiyalar ishlab chiqish zarur.

2. Xodimlarni rag‘batlantirishning moddiy va nomoddiy shakllarini uyg‘unlashtirish, rahbarlarning shaxsiy yetakchilik ko‘nikmalarini rivojlantirish maqsadga muvofiq.

3. Raqamli boshqaruv, avtomatlashtirilgan tizimlar va sun'iy intellekt yechimlaridan foydalanish samaradorlikni sezilarli darajada oshiradi.

4. Ochiq muloqot, jamoaviy hamkorlik va shaffoflikni ta'minlash orqali xodimlarning sadoqatini hamda ishga bo'lgan ishtiyoqini kuchaytirish lozim.

5. Moliyaviy, moddiy va inson kapitalini optimal taqsimlash va samarali boshqarish tashkilotning iqtisodiy barqarorligini mustahkamlaydi.

6. Ichki imkoniyatlarni muntazam baholash va tashqi muhitdagi o'zgarishlarga moslashish orqali raqobatbardoshlikni saqlab qolish mumkin.

Umuman olganda, samarali boshqaruv tizimi kompleks yondashuvni talab etadigan jarayon bo'lib, unda resurslardan oqilona foydalanish, xodimlarning mehnat faolligini oshirish va tashqi muhitga moslashuvchanlik tashkilotning mehnat samaradorligini ta'minlovchi asosiy shartlardir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Климова М. А. Принципы управления и эффективность организации. УрФУ. 2014. – С92-93

2. Николаев Н.А. Методика совершенствования системы управления персоналом предприятия как фактор повышения результативности и эффективности труда / Н.А. Николаев // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. – 2020. – №2. – DOI 10.24143/2073-5537-2020-2-38-49 .

3. Delmas, M. A., & Pekovic, S. (2017). Organizational Configurations for Sustainability and Employee Productivity: A Qualitative Comparative Analysis Approach. Business & Society, 57(1), 216-251. https://doi.org/10.1177/0007650317703648

4. Afridah, N., Rawis, S.M., & Nalole, S.R. (2025). Kajian literatur tentang manajemen kinerja untuk meningkatkan produktivitas organisasi. CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies. Vol. 7 #1. 2025. DOI: https://doi.org/10.37567/cbjis.v7i1.3616

5. Saini, S. (2025). Employee engagement and organizational commitment: Abibliometric review. International Journal of Productivity and Performance Management. DOI: https://doi.org/10.1108/ijppm-05-2024-0345

6. Usmanov A. (2024). The impact of the organization's management system on work efficiency. European Journal of Artificial Intelligence and Digital Economy. *1*(9), 46–50. DOI: https://doi.org/10.61796/jaide.v1i9.938

7. Yang, H. Effective Management Systems and Decision-Making Processes. Management Studies, 2021. 29(3). – 45-67 P.

8. Choi, J., & Lee, S. Employee Motivation and Productivity Enhancement. Human Resource Development Journal, 18(2). 2022. – 78-95 P.

9. Brown, M., & Smith, T. Technological Innovations and Organizational Performance. Journal of Innovation Management. 2023. 21(1). – 32-50 P.

10. Kim, D. Internal Communication Strategies for Business Growth. Corporate Communication Review. 2021. 17(4). – 112-130 P.

11. Xu, Z., & Li, Y. Competitive Market Conditions and Organizational Innovation. Journal of Business Strategy. 35(4). 2021 – 102-118 P.

OLIY TA‘LIM MUASSASALARIDA STRATEGIK RIVOJLANISH LOYIHALARINI BOSHQARISH: LOYIHA BOSHQARUVI YONDASHUVLARI ASOSIDA

Sobirjanova Oydina Bobir qizi
O‘zbekiston Respublikasi Bank-Moliya Akademiyasi tinglovchisi
Email: oydinaxonsobirjanova@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada oliy ta’lim muassasalarida strategik rivojlanish loyihalarini ishlab chiqish, mavjud strategik loyihalarni tahlil qilish va strategik rivojlanishni loyiha boshqaruvi yondashuvi asosida ko‘rib chiqish hamda takliflar berish masalalari yoritiladi. Shuningdek, O‘zbekiston oliy ta’lim muassasalarida strategik rivojlanish loyihalarining holati, muammolari va imkoniyatlari loyiha boshqaruvi yondashuvlari asosida tahlil qilinib, ularni xorijiy oliy ta’lim muassasalari tajribasi bilan taqqoslash orqali amaliy tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Kalit so‘zlar: strategik boshqaruv, ta‘limda menejment, loyiha yondashuvi, rivojlanish strategiyasi, xalqaro tajribalar, oliy ta‘lim, sun’iy intellekt (AI) texnologiyalari, loyiha boshqaruvi bilimlar majmui (PMBOK), moslashuvchan metodologiya (Agile), kuchli tomonlar, zaif tomonlar, imkoniyatlar, tahdidlar (SWOT) tahlili.

Аннотация

В данной статье рассматриваются разработка и реализация стратегических проектов развития в высших учебных заведениях. Анализируются существующие инициативы, а также стратегическое развитие с позиции проектного управления. Кроме того, рассматривается текущее состояние, проблемы и возможности таких проектов в системе высшего образования Узбекистана, проводится сравнение с международной практикой и предлагаются практические рекомендации.

Ключевые слова: Стратегическое управление, управление в образовании, проектный подход, стратегия развития, международный опыт, высшее образование, технологии искусственного интеллекта (AI), Свод знаний по управлению проектами (PMBOK), методология Agile, анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (SWOT-анализ).

Abstarct

This article explores the formulation and implementation of strategic development projects in higher education institutions. It analyzes existing initiatives and evaluates strategic development through the lens of project management approaches. The study also examines the current state, challenges, and opportunities of strategic development projects in Uzbekistan‘s higher education system, compares them with international practices, and provides practical recommendations.

Keywords: Strategic management, education management, project-based approach, development strategy, international experience, higher education, Artificial

Intelligence (AI) technologies, Project Management Body of Knowledge (PMBOK), Agile Methodology, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) analysis.

KIRISH

Bugungi kunda O‘zbekiston oliy ta’lim muassasalarining oldiga qo‘yilgan maqsad faqatgina talaba va magistrlarga ta’lim berish bilangina cheklanmay, balki strategik rivojlanish hamda raqobatbardosh bitiruvchilarni yetishtirib chiqarishni ham o‘z ichiga oladi. Mazkur maqsadlarga erishish yo‘lida O‘zbekiston Respublikasida ta’lim tizimiga bo‘lgan e’tibor izchil kuchaytirilmoqda. Shu o‘rinda ta’kidlash joizki, mamlakatimizda 2019-yilda oliy ta’limni kelgusi 10 yillikda rivojlantirish bo‘yicha Konsepsiya qabul qilingan. Ushbu Konsepsiyada O‘zbekiston oliy ta’lim muassasalarini xususiylashtirish, ularni butun dunyoda keng tarqalgan “Ta’lim–tadqiqot–tadbirkorlik 3.0 universitetlari” qatoriga qo‘shish, shuningdek, oliy ta’limning yalpi ichki mahsulotdagi ulushini oshirish yo‘lida quyidagi vazifalar belgilangan: mamlakatni modernizatsiya qilish, ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan barqaror rivojlantirish uchun yuqori malakali, kreativ va tizimli fikrlaydigan, mustaqil qaror qabul qila oladigan kadrlar tayyorlash; ularning intellektual qobiliyatlarini ro‘yobga chiqarish hamda ma’naviy barkamol shaxs sifatida shakllanishi uchun zarur sharoit yaratish; sohada sog‘lom raqobat muhitini shakllantirish, ta’limning jozibadorligini oshirish va jahon miqyosidagi raqobatbardoshligini ta’minlash.

Xalqaro oliy ta’lim muassasalarida so‘nggi yillarda strategik rivojlanish bo‘yicha loyihalarga alohida e’tibor qaratilmoqda. Masalan, **Oxford University** sun’iy intellekt imkoniyatlarini **OpenAI** bilan hamkorlikda kengaytirmoqda. **Northeastern University** esa **Anthropic** bilan birgalikda AI texnologiyalarini joriy etish yo‘nalishida ishlamoqda. Universitetlarda AI’dan foydalanilmasligi raqobatdan ortda qolishga, talabalar esa ushbu texnologiyalardan bexabar bo‘lib, natijada mehnat bozorida ishga joylashishda muammolarga duch kelishlariga olib kelishi mumkin.

EdUHK (Education University of Hong Kong) va **CityU Hong Kong**ning 2020–2025-yillarga mo‘ljallangan Strategik rejasi interdisipliner o‘qitish, tadqiqot-ta’lim integratsiyasi va zamonaviy texnologiyalarni rivojlantirishni o‘z ichiga olgan. Hozirda 2025–2031-yillar strategiyasi joriy etilmoqda. Unda AI, pedagogik texnologiyalar va meros ta’limi sohalarida yangi tashabbuslarni qamrab olgan “Education Futures” yo‘nalishi tashkil etilgan.

O‘zbekistonda esa oliy ta’lim tizimida islohotlar faol amalga oshirilmoqda. Jumladan, yangi universitetlar ochish, xalqaro akkreditatsiyalarga erishish, ta’lim jarayonlarini raqamlashtirish va ilmiy salohiyatni oshirish bo‘yicha tashabbuslar ilgari surilmoqda. Bu jarayonlar ta’lim sohasida strategik loyihalarning muhim o‘rin egallashiga yaqqol dalil bo‘la oladi. Strategik loyihalarning ta’lim tizimini rivojlantirishga qo‘shadigan hissasi quyidagilarda yaqqol namoyon bo‘ladi: global strategik hamkorlikni kengaytirish (tashqi investorlar, ilmiy markazlar va biznes subyektlari bilan aloqalarni mustahkamlash orqali raqobatbardoshlik va innovatsiyalarni oshirish, Imperial va Cambridge universitetlari tajribasida bo‘lgani kabi); AI va texnologiyalardan samarali foydalanish orqali talabalarni ish bozoriga tayyorlash, ta’lim samaradorligini oshirish va yangi daromad manbalarini ochish;

ijtimoiy mas’uliyatga ega loyihalarni ilgari surish orqali iqlim o‘zgarishi, tenglik kabi global muammolarga qarshi kurashishda ta’lim muassasalarining faol ishtirokini ta’minlash.

Umuman olganda, strategik rejalashtirish uzoq muddatli maqsadlar orqali ta’lim sifatining barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi. Biroq yuqorida keltirilgan loyihalarni amalga oshirish jarayonida qator muammolar yuzaga kelishi mumkin. Shunday ekan, strategik rivojlanish loyihalarini boshqarishda zamonaviy loyiha boshqaruvi (project management) yondashuvlaridan foydalanish maqsadga muvofiqdir. Chunki loyiha boshqaruvi vaqt, resurs, sifat va risk omillarini samarali nazorat qilish imkonini beruvchi tizim hisoblanadi.

Mazkur maqolada O‘zbekiston oliy ta’lim muassasalarida strategik rivojlanish loyihalarining holati, muammolari va imkoniyatlari loyiha boshqaruvi yondashuvlari asosida tahlil qilinib, amaliy tavsiyalar ishlab chiqish maqsad qilib qo‘yiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

O‘zbekiston Respublikasida 2019-yil 8-oktabrdagi PF-5847-son Farmoniga muvofiq O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi qabul qilindi. Konsepsiyada oliy ta’lim tizimini rivojlantirishning strategik maqsadlari va ustuvor yo‘nalishlari sifatida mamlakatni modernizatsiya qilish, ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan barqaror rivojlanish uchun malakali kadrlar tayyorlash, ta’lim jarayoniga raqamli texnologiyalar va zamonaviy usullarni joriy etish, yoshlarni ilmiy faoliyatga keng jalb etish, oliy ta’lim muassasalarini tizimli rivojlantirish hamda boshqaruv faoliyatini takomillashtirish kabi vazifalar belgilangan. Xorijiy oliy ta’lim muassasalari bilan hamkorlik doirasida professor-o‘qituvchilar va doktorantlar uchun akademik mobillik dasturlarini rivojlantirish; milliy baholash tizimi sertifikatlari taqdim etiladigan fanlar ro‘yxatini kengaytirish; bunday xizmatlarni ko‘rsatadigan davlat va nodavlat muassasalarning faoliyatini qo‘llab-quvvatlash; raqamli iqtisodiyot uchun yuqori malakali muhandis-texnik kadrlar tayyorlash tizimini yo‘lga qo‘yish va boshqa vazifalar ham nazarda tutilgan [1].

Ta’limda menejmentning asosiy maqsadi talabalarning umumiy boshqaruv nazariyasi bo‘yicha bilim saviyasini oshirish, ularda bu bilimlarni amaliyotda qo‘llash ko‘nikmalarini shakllantirishdan iborat [2]. Aslida, ta’lim loyihalari strategik boshqaruvni amalga oshirishning maqsadlari, usullari va yondashuvlari asosida tashkillashtirilishi zarur. Bu jarayonni amalga oshirishda loyiha boshqaruvi usullarini qo‘llash va ularni nazorat qilish orqali ta’lim loyihalarining barqarorligi va samaradorligini oshirish mumkin. Ta’lim loyihalarining asosiy maqsadi sifatli ta’lim berishdir. Bunga qo‘shimcha ravishda, bugungi rivojlanayotgan sharoitda raqobatbardosh kadrlar tayyorlash ham ta’lim muassasalarining ustuvor vazifasi sifatida qaraladi [3].

Zamonaviy ta’lim tizimining murakkabligi strategik yondashuvlarni talab qiladi. Ta’lim tashkilotlarining maqsadiga erishish yo‘lida boshqaruv, resurslardan samarali foydalanish, sifatli boshqaruv nazoratini olib borish, monitoring va baholash jarayonlari muhim ahamiyat kasb etadi. Strategik boshqaruv — tashkilotning uzoq muddatli maqsadlarga erishish uchun resurslarni samarali taqsimlash va boshqarish

jarayoni hisoblanadi. Ta’lim tizimida bu jarayon SWOT-tahlil, Porterning beshta kuchi tahlili va balanslangan ko‘rsatkichlar tizimiga tayanib olib borilganda samarali natija beradi [4].

Ta’lim muassasalarida ishning qanchalik to‘g‘ri yo‘lga qo‘yilgani, boshqaruv modelining to‘g‘ri tanlangani va ta’lim sifatini oshirishda menejmentning adolatli tashkil etilgani ta’lim samaradorligiga kuchli ta’sir ko‘rsatadi. Shu bilan birga, davlat ta’lim tizimi uchun xalqaro tajribadan kelib chiqib menejment mexanizmlari ishlab chiqilgan bo‘lib, ular orqali ta’lim muassasalarini attestatsiyadan o‘tkazish va monitoring qilish amalga oshirilmoqda [5].

Oxford University sun’iy intellekt (AI) bo‘yicha imkoniyatlarini OpenAI bilan hamkorlikda kengaytirmoqda. Besh yillik ushbu hamkorlik orqali talabalar va professorlar endi tadqiqot grantlarini moliyalashtirish, korporativ darajadagi xavfsizlikni ta’minlash va ta’lim sifatini oshirish uchun zamonaviy AI vositalaridan foydalanish imkoniyatiga ega bo‘ldilar. Ushbu yangi hamkorlik oldinga tashlangan muhim qadam bo‘lib, tadqiqotlarni boyitish, sun’iy intellekt imkoniyatlarini kengaytirish va ko‘nikmalarni rivojlantirish uchun yangi imkoniyatlar taqdim etadi. Birgalikda ishlash orqali tomonlar bir-biridan tajriba olishlari, sun’iy intellektning chegaralarini kengaytirishlari, uning ta’limga ta’sirini chuqurroq anglashlari va universitet hamjamiyati hamda undan tashqaridagi manfaatlar uchun ulkan salohiyatini ochishlari mumkin [6].

METODOLOGIYA

Ushbu maqolada oliy ta‘lim muassasalarining strategik rivojlanish loyihalari loyiha boshqaruvi yondashuvlari asosida tahliliy metod orqali o‘rganildi. Tahliliy metod – bu mavjud holatni mukammal o‘rganish, jarayonlar va natijalar orasidagi sabab-oqibat munosabatlarini aniqlash hamda tizimli tahlil asosida xulosa va takliflar ishlab chiquvchi ilmiy yondashuv hisoblanadi. Tahliliy metod yordamida, avvalo, O‘zbekiston Respublikasi 2019-yil 8-oktabrdagi PF-5847-son Farmoniga oid O‘zbekiston Respublikasi oliy ta‘lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi tahlil qilindi.

Ikkinchidan, taqqoslama tahliliy usuldan foydalanilib, xorijiy mamlakatlardagi oliy ta‘lim muassasalari, xususan, Stanford va National University of Singapore (NUS) tajribalari bilan O‘zbekistondagi oliy ta‘lim muassasalarida olib borilayotgan strategik rivojlanish loyihalari solishtirildi. Xorijiy mamlakatlar tajribasidagi so‘nggi loyihalar ko‘rib chiqildi.

Shuningdek, umumlashtirish usulidan foydalanilib, xorijiy va mahalliy oliy ta‘lim muassasalari o‘rganildi hamda o‘xshash tajribalar va ularning natijalari haqida umumiy xulosa berildi. Yuqoridagi metodologik yondashuvlar tadqiqot natijalarini chuqur anglash va tahlil qilish imkonini beradi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Singapur Milliy Universiteti (NUS) va Stenford Universitetining rivojlanish strategiyalariga nazar tashlasak, har ikki universitetning muvaffaqiyatida loyiha boshqaruvi metodologiyalari (PMBOK, PRINCE2, Agile) muhim o‘rin tutadi. Ushbu

metodologiyalar strategik maqsadlarni aniq loyihalarga aylantirish, ularni vaqt, budjet va sifat mezonlariga asoslanib boshqarish imkonini beradi. Xorijiy oliy ta’lim muassasalarida rivojlanish strategiyasi faqat umumiy maqsadlar to‘plami emas, balki bosqichma-bosqich loyihaviy rejalashtirilgan yo‘l xaritasi shaklida ishlab chiqiladi.

Masalan, Stenford Universiteti hozirgi kunda o‘z qamrovini kengaytirishga katta e’tibor qaratmoqda. Bu uning ilmiy-tadqiqot salohiyatini yanada oshiradi, shuningdek, an’anaviy bozorni kengaytirishdan ko‘ra rivojlanayotgan sohalarga strategik investitsiyalar va global hamkorliklarni yo‘naltirishga xizmat qiladi. Ushbu yondashuv universitetning innovatsiyalar sohasidagi mavqeini mustahkamlash hamda iqtidorli talabalarni jalb qilish imkoniyatini kengaytiradi. Stenfordning o‘sish strategiyasi sun’iy intellekt, iqlimshunoslik va bioinjineriya kabi dolzarb sohalardagi muammolarni hal qilishga yo‘naltirilgan. Bu maqsadlarga xalqaro sheriklik, qo‘shma tadqiqot loyihalari, talabalar almashinuvi hamda professor-o‘qituvchilar bilan hamkorlik orqali erishiladi.

Stenford Universitetining innovatsion strategiyasi uning o‘sish strategiyasining asosiy tarkibiy qismi bo‘lib, yangi korxonalar rivojlanishiga turtki beradi. Universitetning texnologiyaga e’tibori va yuqori iste’dodlarni jalb qilish qobiliyati uning kelajagi uchun juda muhimdir. Tadqiqotga doimiy investitsiyalar kiritish va tadbirkorlik muhitini qo‘llab-quvvatlash Stenfordning texnologiya sohasida muvaffaqiyatga erishishida muhim ahamiyat kasb etadi. Universitetning innovatsiyalar va texnologiyalarga bo‘lgan yondashuvi ko‘p qirrali bo‘lib, u ilmiy-tadqiqot, strategik hamkorlik va mustahkam tadbirkorlik ekotizimini rivojlantirishga katta sarmoya kiritishni o‘z ichiga oladi.

Stenfordning tadqiqot va ishlanmalarga yo‘naltirilgan yillik sarmoyasi 1,8 milliard dollardan oshadi. 2023-yil 31-avgust holatiga ko‘ra, Stenfordning jamg‘arma mablag‘i 37,8 milliard dollarni tashkil etdi. Bu ko‘rsatkich universitetning mustahkam moliyaviy boshqaruvga ega ekanidan dalolat beradi. Ushbu mablag‘ uzoq muddatli moliyaviy barqarorlik uchun poydevor bo‘lib xizmat qiladi. Universitet innovatsiyalar uchun dinamik muhit yaratib, akademik dasturlarni, tadqiqot tashabbuslarini va kampus infratuzilmasini qo‘llab-quvvatlash uchun resurslarini strategik ravishda safarbar etadi. Mablag‘lar daromadliligini oshirish maqsadida ular faol boshqariladi.

Shu bilan birga, Stenford Universitetining rivojlanish yo‘lida xavflar ham mavjud. Oliy ta’lim sektori yuqori raqobatbardosh bo‘lib, eng nufuzli universitetlar eng yaxshi talabalar va professor-o‘qituvchilarni jalb qilish uchun kurashmoqda. Bundan tashqari, hukumat siyosatidagi o‘zgarishlar, xususan, tadqiqotni moliyalashtirish, viza tartiblari va muvofiqlik masalalari universitet faoliyatiga sezilarli ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Moliyaviy xatarlar ham inkor etilmaydi. Stenford Universiteti ushbu xavflarni bartaraf etish maqsadida moliyalashtirish manbalarini diversifikatsiya qilish, hukumat grantlari bilan bir qatorda mablag‘ yig‘ish tashabbuslarini kuchaytirish, shuningdek, potentsial iqtisodiy inqiroz yoki oliy ta’lim sohasidagi o‘zgarishlarga moslashish uchun stsenariyli rejalashtirish kabi keng qamrovli risk boshqaruv tizimlaridan foydalanadi. Masalan, 2023-yilda universitet mablag‘lari 36,8 milliard dollarga baholangan bo‘lib,

bu uning moliyaviy qudratini va iqtisodiy muammolarni yengib o‘tish qobiliyatini ko‘rsatadi.

National University of Singapore (NUS) ham strategik rivojlanish borasida so‘nggi yillarda universitetlararo hamkorlikka va rivojlanayotgan sohalarga e’tibor qaratmoqda. 2021-yilda Yale-NUS College’ning NUSdagi University Scholars Programme (USP) bilan birlashtirilishi keng interdisiplinar ta’lim imkoniyatlarini yaratdi. Bu o‘z navbatida xavfsizroq va keng qamrovli liberal san’at hamda ilm-fan kombinatsiyasini davom ettirish imkonini berdi.

2025-o‘quv yilidan NUS Bachelor of Computing in Artificial Intelligence (BComp AI) va Bachelor of Computing in Business Artificial Intelligence Systems (BAIS) kabi innovatsion ta’lim yo‘nalishlarini joriy etdi. BComp AI talabalari sun’iy intellektning asosiy yo‘nalishlari – Reasoning, Learning, Language va Perception bo‘yicha chuqur bilimga ega bo‘ladilar. BAIS esa AI, biznes boshqaruvi va boshqaruv tizimlarini birlashtiradi, ayniqsa AI governance va digital products sohalariga alohida urg‘u qaratadi.

Umuman olganda, NUS ta’lim qamrovini kengaytirib, sun’iy intellekt va barqarorlik mavzulariga qaratilgan yangi bakalavr hamda magistratura dasturlarini joriy qildi. AI Institute esa ilmiy va amaliy izlanishlarni uyg‘unlashtirib, siyosat, etika va sanoat integratsiyasida muhim rol o‘ynamoqda. Singapur Milliy Universitetida yangi ilmiy markaz ochish yoki o‘quv dasturini modernizatsiya qilishdan avval SWOT-tahlil o‘tkaziladi, natijada aniq ko‘rsatkichlar (KPI) belgilanadi va doimiy monitoring amalga oshiriladi.

Stenford Universitetida esa innovatsion startaplarni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha maxsus inkubatsiya loyihalari yaratilgan bo‘lib, ular ham loyiha boshqaruvi metodlari asosida samarali boshqariladi.

O‘zbekiston Respublikasida esa, yuqorida qayd etilganidek, 2019-yil 8-oktabrdagi PF-5847-son Farmonga muvofiq O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi qabul qilindi. Konsepsiyada oliy ta’lim tizimini rivojlantirishning strategik maqsadlari va ustuvor yo‘nalishlari sifatida mamlakatni modernizatsiya qilish, ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan barqaror rivojlanish uchun malakali kadrlar tayyorlash, ta’lim jarayoniga raqamli texnologiyalar va zamonaviy usullarni joriy etish, yoshlarni ilmiy faoliyatga keng jalb etish, oliy ta’lim muassasalarini tizimli rivojlantirish hamda boshqaruv faoliyatini takomillashtirish belgilab qo‘yildi. Maqsadga erishish yo‘lida xorijiy mamlakatlar tajribasidan kelib chiqib, talabalarning akademik faoliyati, muammolari, turmush tarzi, o‘quv jarayoni hamda yaratilgan sharoitlar bo‘yicha fikr-mulohazalarini o‘rganish maqsadida har yili respublika miqyosida milliy so‘rov o‘tkazish; “El-yurt umidi” jamg‘armasi ko‘magida professor-o‘qituvchilarni xorijiy mamlakatlarda malaka oshirish, stajirovka o‘tash, magistratura va doktoranturada o‘qitish orqali ularning kasbiy mahoratini oshirish; ko‘p yillik mehnat tajribasiga ega amaliyotchi mutaxassislarni ta’lim jarayoniga keng jalb qilish; professor-o‘qituvchilarning tegishli soha korxona va tashkilotlarida stajirovka o‘tashini tizimli tashkil etish; respublika oliy ta’lim muassasalari o‘rtasida ichki akademik mobillik dasturlarini rivojlantirish va o‘zaro tajriba almashish

mexanizmlarini amaliyotga tatbiq etish; xorijiy oliy ta’lim muassasalari bilan hamkorlik doirasida professor-o‘qituvchilar va doktorantlarning akademik mobilligi dasturlarini kengaytirish; milliy baholash tizimi sertifikatlari taqdim etiladigan fanlar ro‘yxatini kengaytirish va bunday xizmatlar ko‘rsatadigan davlat hamda nodavlat muassasalar faoliyatini qo‘llab-quvvatlash; raqamli iqtisodiyot uchun yuqori malakali muhandis-texnik kadrlar tayyorlash tizimini tashkil etish; zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va ta’lim texnologiyalarining mustahkam integratsiyasini ta’minlash hamda pedagog kadrlarning kasbiy mahoratini uzluksiz rivojlantirish uchun qo‘shimcha sharoitlar yaratish; ta’lim jarayonlarini raqamli texnologiyalar asosida individuallashtirish; masofaviy ta’lim xizmatlarini rivojlantirish; vebinar, onlayn, “blended learning”, “flipped classroom” texnologiyalarini amaliyotga keng joriy etish; zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari asosida masofaviy ta’lim dasturlarini tashkil etish; ma’ruza va amaliy mashg‘ulotlar, seminarlarni onlayn kuzatish va o‘zlashtirish imkonini beruvchi, shuningdek, ularni elektron axborot saqlovchilarga yuklash imkoniyatini yaratadigan “E-MINBAR” platformasini joriy etish; ta’lim jarayonlarida “bulutli texnologiyalar”dan foydalanish kabi chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.

Bundan tashqari, oliy ta’lim muassasalarida dual ta’limning joriy etilishi ham o‘z samaradorligini ko‘rsatmoqda. Talabalar nazariy bilimlar bilan bir qatorda amaliy ko‘nikmalarni ishlab chiqarish korxonalari va tashkilotlarida mustahkamlash orqali bitiruvdan so‘ng ish faoliyatiga tayyor bo‘lishadi. Bu esa yoshlarning ish topish imkoniyatlarini oshirishda muhim omil bo‘lmoqda.

Ta’lim tizimini barqaror rivojlantirish yo‘lida amalga oshirilayotgan yana bir loyiha – 2025-yil 25–26-noyabr kunlari o‘tkaziladigan QS Eurasia forumidir. Forumda “Imkoniyatlarni kengaytirish: oliy ta’limda global ko‘priklarni qurish” mavzusi muhokama qilinadi.

QS Quacquarelli Symonds mintaqaviy direktori Sergey Xristolyubovning ta’kidlashicha: “Yevroosiyo Sharq va G‘arbni geografik hamda madaniy jihatdan bog‘lovchi mintaqadir. U xalqaro savdoda muhim rol o‘ynaydi va dunyodagi eng tez rivojlanayotgan hududlardan biri bo‘lib qolmoqda. Bu o‘sishni saqlab qolish uchun mahalliy ijtimoiy-iqtisodiy vazifalarni hal qila oladigan bilim va ko‘nikmalar talab etiladi. Shu nuqtayi nazardan, O‘zbekiston, Qozog‘iston, Qirg‘iziston, Ozarbayjon, Turkiya va Yevroosiyoning boshqa mamlakatlari universitetlari strategik ustuvorliklar va mavjud imkoniyatlar o‘rtasidagi tafovutni bartaraf etish orqali ijobiy o‘zgarishlarga turtki bermoqda. Birinchi QS Eurasia Forum 2025 ishtirokchilari mintaqaning global raqobatbardoshligini oshirish yo‘llarini, shuningdek, uning oliy ta’limi va ilmiy tadqiqotlari ta’sirini muhokama qiladilar.”

Tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekiston oliy ta’lim muassasalarida loyiha boshqaruvi madaniyati hali to‘liq shakllanmagan. Bu holat amalga oshirilayotgan strategiyalar samaradorligini pasaytiradi. Shu sababli loyiha boshqaruvi metodologiyalarini tizimli joriy etish natijalarga erishish jarayonini jadallashtiradi, ya’ni strategik maqsadlarning amalga oshirilishini tezlashtiradi.

Quyidagi jadval orqali aniqlangan asosiy jihatlar keltirilgan (1-jadval):

1-jadval.

SWOT tahlili[1]

Kuchli tomonlar	**Zaif tomonlar**
Davlat tomonidan strategik qo‘llab-quvvatlash, Prezident farmonlari va konsepsiyalarning mavjudligi, Xalqaro hamkorlik imkoniyatlari, Yosh va salohiyatli kadrlar.	Loyiha boshqaruvi bo‘yicha tajriba yetishmasligi, Moliyaviy resurslarning cheklanganligi, Monitoring tizimining yetarlicha ishlamasligi, Hududiy ta‘lim infratuzilmasining notekisligi.
Imkoniyatlar	**Xavf-xatarlar**
Xorijiy grant va investitsiyalar jalb etish, Dual ta‘lim tizimini kengaytirish, Raqamli texnologiyalarni tatbiq etish, Innovatsion startaplarni qo‘llash	Kadrlar migratsiyasi Raqobatbardosh xorijiy universitetlar Global iqtisodiy beqarorlik Ilmiy ishlanmalarni tijoratlashtirishdagi qiyinchiliklar

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, O‘zbekiston oliy ta’lim tizimida amalga oshirilayotgan islohotlar jahon tajribasidagi ilg‘or yondashuvlar bilan uyg‘unlashtirilsa, sifat va samaradorlik sezilarli darajada oshadi. Singapur Milliy Universiteti va Stenford Universitetining rivojlanish strategiyalari shuni ko‘rsatadiki, strategik maqsadlarni kichik, boshqariladigan loyihalarga bo‘lib amalga oshirish natijadorlikni oshirishning asosiy omilidir. O‘zbekistonda 2030-yilgacha qabul qilingan konsepsiya doirasida belgilangan dual ta’lim tizimini rivojlantirish, ilmiy infratuzilmani modernizatsiya qilish, xalqaro akkreditatsiya olish kabi vazifalar loyiha boshqaruvi metodologiyalari bilan uyg‘unlashganda ancha tez va sifatli bajarilishi mumkin. Biroq loyiha boshqaruvi bo‘yicha yetarli malaka, tajriba va madaniyatning yo‘qligi, moliyaviy resurslarning chegaralanganligi kabi omillar jarayonni sekinlashtiradi. Shu bois O‘zbekiston oliy ta’lim muassasalarida loyiha ofislarini tashkil etish, xalqaro sertifikatsiya (PMP, PRINCE2) darajasidagi loyiha menejerlarini tayyorlash va natijadorlik ko‘rsatkichlarini muntazam monitoring qilish zarur. Natijada, loyiha boshqaruvi asosida strategiyalarni amalga oshirish — bu faqat ta’lim sifatini oshirish emas, balki xalqaro maydonda raqobatbardosh universitet yaratish yo‘lidagi eng samarali yo‘l hisoblanadi.

Tahlil va natijalardan kelib chiqib, quyidagi takliflar ishlab chiqildi (loyiha boshqaruvi asosida):

1. **Loyiha boshqaruvi metodologiyalarini joriy etish**. OTM strategik rejalarini PMBOK, PRINCE2 yoki Agile metodologiyalari asosida ishlab chiqish; har bir strategik maqsadni aniq loyiha sifatida belgilash va unga mas’ul jamoa tayinlash.
2. **Universitetlarda loyiha ofislarini tashkil etish**. Har bir yirik universitetda strategik loyihalarni rejalashtirish, amalga oshirish va monitoring qilishga mas’ul

[1] Muallif ishlanmasi

Project Management Office (PMO) tashkil etish; PMO faoliyatini samarali baholash uchun aniq KPIlar joriy etish.

3. **Kadrlar salohiyatini oshirish**. Loyiha menejerlarini xalqaro sertifikatlash kurslariga yuborish (PMP, PRINCE2).

4. **Xalqaro hamkorlikni kengaytirish.** Singapur, AQSh va Yevropa universitetlari bilan qo‘shma ilmiy loyihalar hamda startap inkubatsiya dasturlarini kengaytirish; xorijiy grant va investitsiyalarni jalb etish uchun xalqaro loyiha takliflarini tayyorlash.

5. **Monitoring va baholash tizimini kuchaytirish**. Har bir loyiha uchun aniq vaqt jadvali, budjet va natija ko‘rsatkichlarini belgilash; raqamli monitoring tizimlari orqali jarayonlarni onlayn kuzatish va tahlil qilish.

Ushbu takliflar O‘zbekiston oliy ta’lim muassasalarining strategik rivojlanish loyihalarini samarali amalga oshirishga va barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni O‘zbekiston Respublikasi Xalq ta‘limi tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 29-apreldagi PF-5712-son Farmoni

2. Ta’lim to‘g‘risida”gi Qonun. 2020 y

3. Soatova, G. M. (2025). TA‘LIM LOYIHALARIDA STRATEGIK BOSHQARUV: MAQSADLAR, USULLAR VA YONDOSHUVLAR. TANQIDIY NAZAR, TAHLILIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G ‘OYALAR, 1(7), 10-13. N

4. Umarova X.O. (2024) TA‘LIM TIZIMINING STRATEGIK BOSHQARUV TIZIMI

5. Saadmuratovna, J. S. (2024). RIVOJLANGAN DAVLATLARDA OLIY TA’LIM TIZIMIDA BOSHQARUVNI TASHKIL ETISHNING O‘ZIGA XOSLIGI. MODELS AND METHODS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF INNOVATIVE RESEARCH, 4(38), 250-257.

6. https://www.ox.ac.uk/gen-ai

7. What is Growth Strategy and Future Prospects of Stanford University Company? – CanvasBusinessModel.com

8. www.qs.com

9. https://portal.qshesummits.com/event/eurasiaforum2025/home

LOGISTIKA PROVAYDERLIK XIZMATLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO‘LLASH AMALIYOTI

Rajabov Orzujon Mamasoliyevich
TATU Samarqand filiali PhD, dotsent v.b.

Annotatsiya

Mazkur maqolada logistika provayderlik xizmatlari samaradorligiga ta’sir etuvchi omillar guruhlangan hamda 3PL, 4PL va 5PL provayderlik logistika xizmatlarini ko‘rsatishda raqamli texnologiyalarning o‘rni yoritilgan. Shuningdek, logistika va ta’minot zanjiri boshqaruvida korxonalar mahsulotlarni ishlab chiqaruvchilardan iste’molchilarga samarali yetkazib berishni ta’minlash yo‘llari bayon qilingan.

Kalit so‘zlar: ta’minot zanjiri, logistika xizmati, elektron hisob-fakturalar, Internet portali, Internet-resurs, avtomatlashtirilgan ichki biznes jarayonlari, radiochastotani identifikatsiya qilish texnologiyasi (RFID texnologiyasi), 3D printerlar.

Аннотация

В данной статье представлены сгруппированные факторы, влияющие на повышение эффективности логистических провайдерских услуг, а также освещена роль цифровых технологий в оказании логистических услуг 3PL, 4PL и 5PL уровней. Кроме того, рассмотрены пути обеспечения эффективного перехода продукции от производителей к потребителям в рамках управления логистикой и цепочками поставок на уровне предприятий.

Ключевые слова: цепочка поставок, логистические услуги, электронные счета-фактуры, интернет-портал, интернет-ресурс, автоматизированные внутренние бизнес-процессы, технология радиочастотной идентификации (технология RFID), 3D-принтеры.

Abstract

This article presents grouped factors that influence the improvement of the efficiency of logistics provider services, and highlights the role of digital technologies in the provision of 3PL, 4PL, and 5PL logistics services. In addition, it discusses the ways enterprises can ensure the effective movement of goods from producers to consumers within the framework of logistics and supply chain management.

Keywords: supply chain, logistics services, electronic invoices, internet portal, internet resource, automated internal business processes, radio frequency identification technology (RFID technology), 3D printers.

KIRISH

Mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni keng joriy etish va uni qo‘llab-quvvatlash, raqamli sektorni rivojlantirish borasida keng ko‘lamli chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Mamlakatda yangi elektron hujjat aylanishi tizimlari joriy etilmoqda, elektron to‘lovlar rivojlantirilmoqda, elektron tijorat sohasidagi normativ-huquqiy baza takomillashtirilmoqda, elektron infratuzilma va tijorat shakllantirilmoqda, iqtisodiyotning barcha jabhalarida raqamli transformatsiya bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda. Yangi raqamli texnologiyalar, platformalar va biznes modellari yaratish

hamda ularni kundalik hayotga joriy etish orqali mavjud iqtisodiyotni yangicha tizimga o‘tkazish vazifasi jadal sur’atlar bilan bajarilmoqda.

Bu borada bir qator strategiya va dasturlar qabul qilinmoqda. Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi PF-158-son Farmoni bilan tasdiqlangan “O‘zbekiston–2030” strategiyasining 57-maqsadiga muvofiq, “Raqamli texnologiyalarni rivojlantirish orqali mamlakatni mintaqaviy IT-HUBga aylantirish” belgilangan. 2030-yilgacha ushbu maqsad doirasida barcha aholi punktlarini internet bilan to‘liq qamrab olish va uning tezligini 10 baravar oshirish, xalqaro internetga ulanish tezligini 5000 Gbit/s ga yetkazish, optik tolali aloqa liniyalari va keng polosali ma’lumot uzatish tarmoqlarining qamrovini 100 foizga yetkazish, IT-xizmatlar va dasturiy mahsulotlar eksporti hajmini 5 milliard dollarga, IT-park rezidentlari sonini 10 barobar oshirish, ular tomonidan ko‘rsatiladigan xizmatlar hajmining yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 2,2 foizga yetkazish, ularda yaratiladigan ish o‘rinlari sonini 100 mingtaga ko‘paytirish, IT-parkda xorijiy kompaniyalar uchun “Raqamli texnologiyalar xalqaro markazi”ni tashkil etish orqali xorijiy kompaniyalar vakolatxonalari sonini 1000 taga yetkazish ko‘zda tutilgan. Shuningdek, startap loyihalarni IT-parkning akseleratsiya dasturi orqali qo‘llab-quvvatlash yo‘li bilan milliy bozor kapitallashuvini 1 milliard dollarga teng bo‘lgan birinchi (Unicorn) startap loyihasini shakllantirish ham rejalashtirilgan. Xalqaro ahamiyatga ega avtomagistral yo‘llarni to‘liq mobil internet bilan ta’minlashga erishish ham mazkur strategiyada belgilangan [1].

Hozirgi vaqtda zamonaviy tadqiqotlarning dolzarb mavzularidan biri milliy iqtisodiyot va uning alohida tarmoqlarini raqamli transformatsiya qilishdir. Raqamlashtirish iqtisodiy faoliyatning barcha sohalarini, jumladan, logistika xizmatlari va uning infratuzilmasini ham qamrab olmoqda.

ADABOYOTLAR SHARHI

So‘nggi yillarda logistika xizmatlari samaradorligini oshirishda AKTning rivojlanish darajasini o‘rganishga olimlar orasida qiziqish kuchaymoqda. Ilmiy manbalar tahlili shuni ko‘rsatadiki, 2018-yildan boshlab ilmiy adabiyotlarda (Web of Science va Scopus ilmiy ma’lumotlar bazalari materiallari) raqamli texnologiyalar va logistika xizmatlari rivojlanishini o‘rganish faollashgan.

Logistika xizmatlari samaradorligini oshirishga ta’sir etuvchi omillarni o‘rganishga bag‘ishlangan ko‘plab ilmiy ishlar mavjud. Ayrim tadqiqotlarda mamlakatning global raqobatbardoshligining logistika xizmatlari samaradorligiga ta’sir darajasi ikkilamchi ma’lumotlar tahlili orqali baholangan. Eksport, savdo va logistika infratuzilmasi, atrof-muhit hamda logistika xizmatlari samaradorligi o‘rtasidagi bog‘liqlik keng o‘rganilgan.

Bir qator xorijiy tadqiqotchilar, jumladan, Witkowski K. [8], Barreto, Amaral va Pereyra [3], Liu Chjan, Liu Wang va X.V. Wang [6], E. Hofmann va M. Rüsch [5], M. Murfield, C.A. Boone, R. Thomas [7], L. Ardito [2], I. Harris [4] o‘z ilmiy ishlarida raqamli texnologiyalarning logistika xizmatlari ko‘rsatishga ta’sirini tadqiq etishgan.

METODOLOGIYA

Ilmiy maqolani yozishda logistika provayderlik xizmatlari, ya’ni 1PL, 2PL, 3PL, 4PL va 5PL mazmunini yoritishda taqqoslash usulidan foydalanildi. Mijozlarga logistika xizmatini samarali raqamli transformatsiya qilishga ta’sir etuvchi omillarni tadqiq etishda guruhlash, tizimli tahlil va omilli tahlil usullaridan keng foydalanildi. Shuningdek, maqolani tayyorlash jarayonida abstrakt-mantiqiy fikrlash, analiz, sintez va mavhumiy-mantiqiy tahlil usullaridan ham foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Logistika 4.0 yoki raqamli logistika xarajatlarni kamaytirish, logistika xizmatlarini ko‘rsatish tezligi, moslashuvchanligi va samaradorligini oshirish imkonini beradi. Shu orqali alohida korxona hamda umuman mamlakat iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirishga hissa qo‘shadi.

Logistika va ta’minot zanjiri boshqaruvida korxonalar mahsulotlarni ishlab chiqaruvchilardan iste’molchilarga samarali yetkazib berishni ta’minlash uchun turli tomonlarga tayanadilar. Ko‘pincha “logistika xizmatlari provayderlari” deb ataladigan ushbu tomonlar turli darajalarga bo‘linadi, jumladan: 1PL, 2PL, 3PL, 4PL va 5PL.

1PL (o‘z logistikasi). 1PL deb ataladigan ichki logistika modeli shuni anglatadiki, kompaniya logistika xizmatlarini autsorsing qilmasdan, ta’minot zanjiri operatsiyalarini — omborxona, zaxiralarni boshqarish, yetkazib beruvchilardan xaridorlargacha tovarlar harakatini umumiy muvofiqlashtirishni to‘liq o‘zi boshqaradi.

1PLning asosiy afzalligi — barcha logistika operatsiyalarini bevosita nazorat qilish imkoniyatidir. 1PLni tanlagan kompaniyalar ta’minot zanjiri ustidan qat’iy nazoratni qo‘lga kiritib, real vaqtda qaror qabul qilish va o‘zgartirishlar kiritish huquqiga ega bo‘ladi.

1PL odatda nisbatan oddiy logistika ehtiyojlari bo‘lgan kichik biznes yoki startaplar uchun maqbul tanlov hisoblanadi. Ular faoliyatining dastlabki bosqichlarida logistika funksiyalarini ichki boshqarishni iqtisodiy jihatdan samarali deb bilishlari mumkin.

Resurs talablari yuqori: 1PL yondashuvi infratuzilmaga, jumladan, transport vositalari, omborlar va logistikani samarali boshqarish uchun malakali xodimlarga katta sarmoya kiritishni talab qiladi. Bu, ayniqsa, kichik biznes uchun kapital jihatidan og‘irlik qilishi mumkin.

1PL nazoratni ta’minlasa-da, uchinchi tomon logistika provayderlari (3PL) taklif etadigan maxsus tajriba va resurslardan mahrum bo‘lishi mumkin. Bu esa murakkab yoki xalqaro ta’minot zanjirlarini boshqarishda samaradorlikka salbiy ta’sir ko‘rsatadi. Kompaniyalar biznesi kengaygani sari logistika operatsiyalarining hajmi ham ortadi, bu esa qo‘shimcha sarmoya va boshqaruv choralarini talab etadi.

2PL (ikkilamchi tomon logistikasi). 2PL — bu logistika modeli bo‘lib, unda korxonalar transport xizmatini ko‘rsatuvchi tashqi provayder bilan bevosita hamkorlik qiladi. Transport xizmati provayderi ta’minot zanjiri tarmog‘ining ajralmas qismiga aylanadi. 1PL yondashuvidan farqli ravishda, 2PL tashqi transport hamkorlarining maxsus tajribasi va aktivlariga tayanadi.

2PL birinchi navbatda transport xizmatlariga qaratilgan. Bunday provayderlar tovarlar harakatida ixtisoslashgan bo‘lib, hamkorlik shakliga qarab dengiz, avtomobil, havo yoki temir yo‘l transportini o‘z ichiga olishi mumkin.

2PL provayderlari transport sohasida maxsus bilim va resurslarni olib kelishadi, bu esa tovarlarni samarali va xavfsiz tashishga imkon beradi. 1PLdan farqli ravishda, 2PL ko‘pincha o‘z transport vositalari, kemalar yoki samolyotlar parkiga ega kompaniyalar bilan ishlaydi. Bu transport jarayonining samaradorligi va ishonchliligini oshiradi.

2PL shartnomasida kompaniya transport xizmati provayderi bilan bevosita shartnoma tuzadi. Bunday hamkorlik ta’minot zanjiri bo‘ylab tovarlarning uzluksiz harakatini ta’minlash uchun yaqin aloqani talab qiladi. Shu bilan birga, 2PL odatda saqlash yoki zaxiralarni boshqarish kabi boshqa logistika jarayonlarini qamrab olmaydi.

2PLning afzalligi shundaki, u yuqori darajadagi transport tajribasini taklif etadi, ammo kompaniyalar ko‘pincha ushbu hamkorlarga haddan tashqari bog‘liq bo‘lib qolishlari mumkin. Shuningdek, aloqa yoki muvofiqlashtirishdagi nosozliklar kechikish yoki uzilishlarga sabab bo‘lishi mumkin.

Odatda dengiz, havo yoki quruqlik transportiga ixtisoslashgan yuk tashish kompaniyalari 2PL provayderlari sifatida faoliyat yuritadi. Yo‘l transportiga ixtisoslashgan kompaniyalar esa ishlab chiqaruvchilar, distribyutorlar va chakana savdo tarmoqlari bilan hamkorlik qilib, o‘z vaqtida yetkazib berishni ta’minlaydi.

Shunday qilib, 2PL — transport xizmatlariga ixtisoslashgan va tashqi provayderlarning tajribasi hamda resurslariga asoslangan logistika modelidir. Bu yondashuvdan foydalanadigan kompaniyalar o‘z transport ehtiyojlarini chuqur baholab, samarali aloqa kanallarini shakllantirishi va bu hamkorlik ularning kengroq ta’minot zanjiri strategiyasini qanday to‘ldirishini e’tiborga olishi zarur.

3PL (uchinchi tomon logistikasi). 3PL sifatida qisqartiriladigan uchinchi tomon logistikasi integratsiyalashgan logistika modeli bo‘lib, unda kompaniyalar ta’minot zanjiri operatsiyalarining turli jihatlarini boshqarish uchun tashqi logistika xizmatlari provayderlarini jalb qiladilar. Bu transport, omborxona, inventarni boshqarish, buyurtmalarni bajarish va boshqa jarayonlarni o‘z ichiga oladi. Aslida, 3PL provayderlari kompaniyalar va turli logistika xizmatlari o‘rtasida vositachi bo‘lib, ta’minot zanjiri faoliyatini tartibga soladi va optimallashtiradi.

3PL provayderlari ta’minot zanjiri boshqaruvining ko‘plab jihatlarini qamrab oluvchi keng qamrovli logistika yechimlarini taklif etadilar. Bu tashish, saqlash va buyurtmalarni qayta ishlashni, ko‘pincha esa qadoqlash va tarqatish kabi qo‘shimcha xizmatlarni ham o‘z ichiga oladi.

3PL kompaniyalari logistika operatsiyalariga maxsus bilim va tajriba olib keladi. Ular logistika funksiyalarini samarali bajarish uchun o‘z tajribasidan foydalanib, samaradorlik va rentabellikni oshiradilar.

3PLning asosiy xususiyatlaridan biri miqyoslilikdir. Korxonalar 3PL hamkorlari tomonidan taqdim etiladigan xizmatlar hajmini va ko‘lamini o‘zgaruvchan

ehtiyojlariga moslashtira oladilar, bu esa uni turli hajmdagi kompaniyalar uchun moslashuvchan yechimga aylantiradi.

Logistikani 3PL provayderlariga autsorsing qilish orqali korxonalar logistika boshqaruvini mutaxassislarga topshirib, mahsulot ishlab chiqish, marketing va mijozlar bilan aloqalar kabi asosiy vakolatlariga e'tibor qaratishlari mumkin.

3PL xarajat samaradorligini ta'minlashi mumkin bo'lsa-da, u xizmat haqi bilan bog'liq bo'lib, korxonalar uni o'z budjetlarida hisobga olishlari kerak. Hamkorlikning moliyaviy barqarorligini ta'minlash uchun xarajatlar tarkibini aniq tushunish muhim ahamiyatga ega.

Kompaniya va 3PL provayderi o'rtasidagi samarali aloqa va integratsiya muhimdir. Muvofiqlashtirishdagi bo'shliqlar ta'minot zanjirida kechikishlar yoki nomuvofiqliklarga olib kelishi mumkin. Bundan tashqari, nozik ta'minot zanjiri ma'lumotlarini 3PL provayderiga topshirish kiberxavfsizlik va ruxsatsiz kirishdan himoya qilish uchun mustahkam choralarni talab qiladi.

4PL (to'rtinchi tomon logistikasi). To'rtinchi tomon logistikasi (4PL) an'anaviy 3PL provayderlari tomonidan taqdim etiladigan xizmatlardan kengroq bo'lgan ilg'or logistika yondashuvini anglatadi. 4PL modelida kompaniya tashqi logistika maslahatchisi — 4PL provayderi bilan hamkorlik qiladi. Ushbu hamkor butun ta'minot zanjiri ekotizimini boshqarish va takomillashtirishda strategik rol o'ynaydi.

3PL kundalik logistika operatsiyalari bilan shug'ullansa, 4PL provayderlari ta'minot zanjiri bo'yicha keng qamrovli yechimlarni taqdim etishga hamda strategik yo'l-yo'riqlar berishga yo'naltirilgan.

4PLning asosiy xususiyatlaridan biri — butun ta'minot zanjirini strategik nazorat qilishdir. 4PL provayderi ta'minot zanjiri strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish uchun biznes bilan yaqindan hamkorlik qiladi.

4PL provayderlari turli logistika operatsiyalarini, jumladan, uchinchi tomon logistika provayderlari (3PL) tomonidan amalga oshiriladigan jarayonlarni muvofiqlashtiradi va integratsiya qiladi. Ular ta'minot zanjirining barcha qismlari uyg'un ishlashini ta'minlaydi.

4PLning asosiy maqsadi samaradorlik va rentabellikni oshirish uchun ta'minot zanjiri operatsiyalarini optimallashtirishdir. Bu doimiy tahlil, jarayonlarni takomillashtirish va ilg'or tajribalarni joriy etishni o'z ichiga oladi.

4PL, ayniqsa, bir nechta yetkazib beruvchilar, turli transport turlari va geografik hududlarni o'z ichiga olgan global hamda murakkab ta'minot zanjirlariga ega korxonalar uchun mos keladi.

Shu bilan birga, 4PL provayderining biznes va strategik maqsadlar bilan muvofiqligini ta'minlash qiyin bo'lishi mumkin. Bunda doimiy aloqa va hamkorlik zarur. Strategik maqsadlarga mos keladigan asosiy samaradorlik ko'rsatkichlarini (KPI) aniqlash va monitoring qilish 4PL tashabbuslari muvaffaqiyatini baholashda muhim ahamiyatga ega.

Xulosa qilib aytganda, 4PL — butun ta'minot zanjiri tarmog'ini strategik nazorat, muvofiqlashtirish va optimallashtirishga qaratilgan ilg'or logistika modelidir. 4PL hamkorligida ishtirok etuvchi kompaniyalar yuqori darajadagi tajriba va keng qamrovli

ta’minot zanjiri yechimlaridan foydalanadilar. Biroq samarali aloqa, ma’lumotlar integratsiyasi va strategik moslashuv muvaffaqiyatli 4PL tashabbuslari uchun muhim bo‘lib, uni global va murakkab ta’minot zanjirlari uchun maqbul tanlovga aylantiradi.

5PL (beshinchi tomon logistikasi). 5PL deb ataladigan beshinchi tomon logistikasi — logistika va ta’minot zanjiri boshqaruvi sohasidagi innovatsion va texnologik evolyutsiyani ifodalaydi. 5PL shartnomasiga ko‘ra, korxonalar ta’minot zanjiri jarayonlarini optimallashtirish uchun ilg‘or texnologiyalar va ma’lumotlar tahlilidan foydalanadigan tashqi logistika hamkorlari bilan hamkorlik qiladi. 5PL provayderi ma’lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish va bashoratli modellashtirishga e’tibor qaratib, butun ta’minot zanjirini tashkil etish va uni doimiy ravishda takomillashtirishda muhim rol o‘ynaydi.

5PL sun’iy intellekt, katta hajmdagi ma’lumotlar tahlili va bashoratli modellashtirish kabi ilg‘or texnologiyalarga tayanishi bilan ajralib turadi. Ushbu texnologiyalar ta’minot zanjiri ma’lumotlarini to‘plash, qayta ishlash, tahlil qilish va ulardan samarali foydalanish imkonini beradi.

5PL provayderlari ta’minot zanjiri ma’lumotlaridan qimmatli tushunchalarni chiqarishda ustunlik qiladi. Ular talabdagi o‘zgarishlarni bashorat qilish, inventar darajasini optimallashtirish va logistika operatsiyalarini soddalashtirish uchun bashoratli modellashtirishdan foydalanadilar. Shuningdek, strategik rejalashtirish va konsalting xizmatlarini taklif qilib, ta’minot zanjiri strategiyalarini umumiy biznes maqsadlariga moslashtirishda korxonalar bilan yaqindan hamkorlik qiladilar.

5PLning asosiy jihatlaridan biri — ta’minot zanjirining uzluksiz ishlashini ta’minlash uchun turli logistika provayderlarini, jumladan 3PL va 4PLni integratsiya qilish va muvofiqlashtirishdir.

Shu bilan birga, katta hajmdagi ta’minot zanjiri ma’lumotlarini qayta ishlash kuchli xavfsizlik va maxfiylik choralarini talab qiladi. Aks holda, ma’lumotlarning sizib chiqishi va ruxsatsiz kirish xavfi ortadi.

Ilg‘or texnologiyalar va ma’lumotlar tahlilini ta’minot zanjiriga joriy etish murakkab jarayon bo‘lib, puxta rejalashtirish va bosqichma-bosqich amalga oshirishni talab qiladi. 5PL ilg‘or yechimlarni taklif qilsa-da, texnologiya va ma’lumotlarni boshqarishga sezilarli boshlang‘ich va doimiy investitsiyalarni talab etadi.

Shu bilan birga, logistika xizmatlarini tashkil etishda axborot texnologiyalarini joriy qiluvchi mahalliy korxonalar sonining ortib borishi ijobiy tendensiya sifatida qayd etilmoqda. Biroq tadqiqotlarimiz shuni ko‘rsatdiki, mijozlarga logistika xizmatini samarali raqamli transformatsiya qilishga 6 ta omillar guruhi tizimli ravishda ta’sir ko‘rsatmoqda:

$$X = \begin{cases} X_1\,(X_{11}, X_{12}); \\ X_2(X_{21}, X_{22}, X_{23}); \\ X_3(X_{31}, X_{32}, X_{33}, X_{34}, X_{35}); \\ X_4\,(X_{41}, X_{42}, X_{43}); \\ X_5(X_{51}, X_{52}, X_{53}, X_{54}, X_{55}); \\ X_6(X_{61}, X_{62}). \end{cases} \quad (1)$$

Bu yerda:

X_1 – **savdo:** bozor konyunkturasining doimiy tebranishlari (X_{11}); tayyor mahsulotga iste'mol talabining beqarorligi (X_{12});

X_2 – **transport:** avtotransport vositalarining buzilishi yoki kutilmaganda ishlamay qolishi sababli tovarlarni o'z vaqtida yetkazib bermaslik (X_{21}); yukning kerakli vaqtda tayyor emasligi (X_{22}); noqulay tashish sharoitlari tufayli yukning yo'qolishi (X_{23});

X_3 — **marketing:** turli toifadagi iste'molchilarga xizmat ko'rsatishning o'ziga xos xususiyatlariga yetarlicha e'tibor bermaslik (X_{31}); korxonalarning shartnoma faoliyatining nomukammalligi (X_{32}); marketing kommunikatsiya vositalaridan samarasiz foydalanish (X_{33}); umumiy qabul qilingan "mijozlarga yo'naltirilganlik" tushunchasining yo'qligi (X_{34}); logistikasida mijozlarga yo'naltirilgan yondashuvning yetarli darajada qo'llanilmasligi (X_{35});

X_4 — **axborot:** kategorik konseptual apparatni aniqlashga yagona yondashuvning yo'qligi (masalan, "raqamli iqtisodiyot", "raqamli transformatsiya", "logistika xizmati" va boshqalar) (X_{41}); raqamli iqtisodiyot bo'yicha bilim va ko'nikmalarning yetishmasligi (X_{42}); mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish uchun raqamli texnologiyalar va elektron platformalardan yetarlicha foydalanilmaganligi (X_{43});

X_5– **tashkiliy:** raqamli transformatsiya bo'yicha aniq belgilangan strategiyaning yo'qligi, kompaniyaning raqamli kelajagini ko'rish va boshqaruvning kamchiliklari (X_{51}); tashkiliy o'zgarishlarni boshqara olmaslik (X_{52}); mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish uchun raqamli strategiyaning yo'qligi (X_{53}); xodimning past darajasi ishtirok etish (X_{54}); iqtisodiyotni raqamlashtirishning zamonaviy talablariga javob beradigan malakali va malakali kadrlarning yetishmasligi (X_{55});

X_6 – **moliyaviy-iqtisodiy:** jo'natilgan mahsulotlar uchun to'lovni kechiktirish (X_{61}); investitsiya va moliyaviy resurslarning yetarli emasligi (X_{62}).

Yuqoridagi to'siqlarni bartaraf etish uchun mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishning samarali vositalarini joriy etish maqsadga muvofiqdir. Ular orasida CRM-tizimi (mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish) logistika xizmati va mijozlarga xizmat ko'rsatishda mijozlarga yo'naltirilgan yondashuv hisoblanadi. Ushbu tizimning mohiyati mijozlar bilan munosabatlarni oqilona boshqarish, ya'ni yangi mijozlarni jalb qilish, neytral mijozlarni sodiq mijozlarga aylantirish, doimiy mijozlardan biznes sheriklarini shakllantirishdir (1-jadval).

1-jadval

Asosiy CRM-tizimlarining tavsifi[1]

T/r	Nomi	Tavsif
1.	AmoCRM	Uning funksionalligi savdoning barcha bosqichlarida mijoz bilan o‘zaro aloqani o‘rnatish imkonini beradi. Dastur buyurtmalarni ishlab chiqaradi, mijozlarning barcha buyurtmalarini tizimlashtiradi va tartibga soladi, savdo bo‘limi uchun kalendar rejasini tuzadi. Tizim quyidagi imkoniyatlarga ega: savdoni boshqarish bo‘yicha shartnomalar va aloqalar; hisobotlar uchun savdo huni; vazifalar va eslatmalar; sotish tahlili. Interfeys smartfon uchun moslashtirilgan.
2.	Bitrix24	Kompaniya xodimlarining ishini optimallashtirish. Xodimlar turli vazifalar va mijozlar savollariga tezroq javob berishadi.
3.	Salesforce	Mijozning sanoat xususiyatlarini hisobga olish. Qulay analitik vositalar to‘plami potensial mijozlar trafigini kuzatish va sotish samaradorligini tahlil qilish imkonini beradi. Tizim biznesning marketing strategiyasini baholay oladi va uni takomillashtirish bo‘yicha takliflar beradi. Bu universal CRM bo‘lib, u har xil turdagi iqtisodiy faoliyat korxonalari uchun mos keladi.
4.	Goho	Biznes egasiga ko‘proq e’tibor qaratildi. Dastur mijoz bilan o‘zaro aloqalar to‘g‘risidagi ma’lumotlarni qayta ishlashga qodir va shu asosda sotish bo‘yicha statistik hisobotlarni yaratadi. Xaridorlarning faolligini hisobga oladi va saytdagi trafik manbalarini kuzatib boradi.
5.	Fresh Office	Bu “yagona oyna”da turli ma’lumotlarga kirishni osonlashtiradigan platformadir. Tizim avtomatik ravishda hisob-kitoblarni yuritadi, barcha operatsiyalarni qayd qiladi va hisoblar holatini nazorat qiladi. Biznesning ombor hisobini yuritish imkoniyati. Dasturiy ta’minot tovarlarning omborda / omborlar o‘rtasida harakatlanishini avtomatlashtiradi. Barcha hujjat aylanishi yagona tizimga birlashtirilgan.

Bugungi kunda global raqamlashtirish ta’sirida logistika xizmatlari bozorining hajmi oshib borayotgani kuzatilmoqda. Logistika xizmatlari sifatiga yangi talablar qo‘yilmoqda va ta’minot zanjirini boshqarishga yangi yondashuvlar shakllanmoqda. Endilikda nafaqat xarajatlarni minimallashtirishga, balki eng avvalo maksimal iqtisodiy samara, qiymat va naflilikka erishishga e’tibor qaratilmoqda. Ayniqsa, logistika provayderlik xizmatlarini ko‘rsatishda raqamli platformalar, jarayonlarni robotlashtirish, buyumlar Interneti, bulutli texnologiyalar, blokcheyn va Big Data texnologiyalaridan foydalanish ta’minot zanjiri ishtirokchilarining faoliyatini integratsiya qilish va muvofiqlashtirishga xizmat qilmoqda.

Ombor logistikasida rivojlanishning istiqbolli yo‘nalishlaridan biri — 3D-bosmadan foydalanishdir. Bu tovarlarning virtual modellari saqlanadigan raqamli omborlarni yaratishga imkon beradi. Bunday omborlarda buyurtmalar bevosita ishlab chiqaruvchi tomonidan bajarilib, iste’molchining uyiga yetkazib beriladi. Ushbu texnologiyani joriy etish ishlab chiqarish jarayonini jadallashtirish, ombor va transport

[1] Muallif ishlanmasi

xarajatlarini kamaytirish orqali ishlab chiqarish va sotish xarajatlarini qisqartirishda iqtisodiy samaraga olib keladi.

Bundan tashqari, ishlab chiqaruvchining iste'molchiga yaqinligi tufayli asosiy ifloslanish manbalari hisoblangan avtomobil va havo transportida tashish qisqaradi va bu ekologik samarani ta'minlaydi. Eng yirik yangi sektor sifatida esa 3D-bosma xomashyosini saqlash va tashish maydonga chiqadi.

Logistika provayderlik xizmatlari samaradorligini oshirishning istiqbolli yo'nalishlaridan yana biri — buyumlar Interneti texnologiyalaridan, jumladan, robotlar va dronlardan foydalanishdir. Masalan, Amazon o'z omborlarida tovarlarni tanlash va qadoqlash uchun sanoat robotlaridan foydalanmoqda. Walmart esa logistika markazlarida inventarizatsiya jarayonini tezlashtiradigan sekundiga 30 kadr tezlikka ega dronlarni joriy etishni rejalashtirmoqda.

Buyumlar Interneti uskunalari yordamida ichki obyektlarni kuzatish va logistika operatsiyalarini amalga oshirish mumkin. Kuzatuv ko'plab muammolarni hal etishga yordam beradi, jumladan:

1. **Kengaytirilgan tahlillarni olish.** Buyumlar Interneti logistika jarayonlarini boshqarishga yaxlit yondashuvni ta'minlaydi. Uning yordamida omborlardagi mahsulot hajmini nazorat qilish, tovarlarni saqlash shartlarini (harorat, namlik darajasi va boshqalar) aniqlash, asbob-uskunalar va xodimlarning unumdorligi hamda mavjudligini baholash mumkin.
2. **Xodimlar xavfsizligini ta'minlash.** Obyektlarni kuzatish sensorlari logistika korxonalari ishini xodimlar uchun xavfsizroq qiladi. Ular pandemiya davrida ijtimoiy masofani saqlash, xodimlarning jismoniy holatini kuzatish, ularni zararli moddalar ta'siridan himoya qilish imkonini beradi. Shuningdek, tizim haydovchilarni xavfsizlik choralariga rioya qilish haqida ogohlantiradi, ish jarayonida yuzaga keladigan xavflarni baholash va xodimlarni boshqarish bilan bog'liq muammolarni aniqlashga yordam beradi.
3. **Tovar zaxirasini monitoring qilish.** Omborlardagi mahsulotlar zaxira hajmini nazorat qilish, zaxira hajmidagi o'zgarishlarni qayd etish va normativ darajani aniqlash imkonini beradi.

Monitoring va navigatsiya tizimlaridan foydalanish orqali butun ombor yoki logistika markazi hududida samarali transport yo'nalishlarini tuzish mumkin. Ushbu yondashuv menejerlarga transport vositalarining ishlashini yaxshiroq nazorat qilish va inson omillarining operatsiyalarga ta'sirini minimallashtirish imkonini beradi. Bundan tashqari, tizimlar xodimlar va aktivlar xavfsizligini oshiradi. Yopiq marshrutlarni aniq rejalashtirish to'qnashuvlarning oldini olishga hamda baxtsiz hodisalar oqibatida tovarlarga yetkazilishi mumkin bo'lgan zararni kamaytirishga yordam beradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Logistika provayderlik xizmatlari samaradorligini oshirishda blokcheyn texnologiyasidan quyidagi yo'nalishlarda foydalanish mumkin:

1. Shartnomani tuzish va bajarish. Blokcheyn texnologiyasidan foydalanish usullaridan biri aqlli shartnomalar tuzishdir. Aqlli shartnoma konsepsiyasi 1996-yilda Nik Szabo tomonidan kiritilgan bo'lsa-da, bu texnologiya faqat 2008-yildan keyin

blokcheyn texnologiyasi yaratilishi natijasida keng qo‘llanila boshladi. Aqlli shartnomalar uchinchi shaxslar — vositachilar ishtirokisiz shartnoma bo‘yicha majburiyatlarni tuzish va bajarish imkonini beradi. Shartnomaning har bir bosqichi kuzatilishi mumkin, biroq uning bajarilishini bekor qilib bo‘lmaydi. Aqlli shartnomalarning asosiy maqsadi shartnoma majburiyatlarini tez va arzon bajarish, xavfsizlikni oshirish va an’anaviy shartnomalarga nisbatan yuqori ishonchlilik darajasini ta’minlashdan iborat. Biroq, bunday shartnomani tuzish uchun uning barcha shartlarini matematik tarzda aniq ifodalash talab etiladi.

2. Bojxona rasmiylashtiruvi. Blokcheyn avtomatik hisob-kitoblarni amalga oshirishga imkon berib, operatsiyada ishtirok etuvchi tomonlarning cheklangan doirasiga ma’lumot beradi. Barcha harakatlar shaffof, tushunarli va qaytarilmas bo‘ladi. Hozirda bojxona rasmiylashtiruvi ko‘plab operatsiyalarni o‘z ichiga olgan murakkab va mehnat talab qiladigan jarayon hisoblanadi. Ma’lumotlarni qayta ishlash markazlashtirilgan bo‘lib, bu bojxona xodimlarining yuqori ish yuki bilan bog‘liq qiyinchiliklarni yuzaga keltiradi. Har bir operatsiyaga kam vaqt ajratilsa-da, katta hajmdagi hujjatlar tekshirilishi zarur bo‘ladi. Blokcheyn esa bu qiyinchiliklarni bartaraf etishga yordam beradi. Masalan, eksport qilinadigan tovarlarni jo‘natuvchi o‘zining ochiq kalitida mahsulot tavsifini va zarur hujjatlarni ro‘yxatdan o‘tkazadi. Shundan so‘ng bojxona deklaratsiyasi foydalanuvchining raqamli deklaratsiyasi sifatida blokcheyn tizimida qayd etiladi. Keyinchalik tovar tekshiriladi va blokcheyndagi ma’lumotlar haqiqiy hujjatlar bilan solishtiriladi. Faqat shundan keyin bojxona xodimlari raqamli deklaratsiyani tasdiqlab, tovarni chiqarish to‘g‘risida qaror qabul qiladilar.

3. Yuk tashish. Blokcheyn texnologiyasi yordamida istalgan vaqtda yukning joylashgan o‘rnini aniqlash, tranzit kechikish sabablarini topish va yuk tashish jarayonini kuzatish mumkin bo‘ladi. Shuningdek, ushbu texnologiyani joriy etish transport xizmatlari bozorida raqobatni kuchaytirib, monopoliyani kamaytiradi. Masalan, yuk jo‘natuvchi blokcheyn orqali so‘rov yuborganida, tizim eng qisqa marshrut va minimal yetkazib berish muddatini ta’minlovchi eng samarali tashuvchini avtomatik tarzda tanlashi mumkin. Shu tariqa, kichik logistika kompaniyalari ham xizmat ko‘rsatishda faolroq ishtirok etadi.

4. Akkreditiv bo‘yicha hisob-kitoblar. Blokcheyndan akkreditiv hisob-kitoblarda ham foydalanish mumkin. Bu jarayonda xaridor va sotuvchilar blokcheyn tizimida to‘lovlar uchun hisob varaqalari ochadilar. Aqlli shartnomalar emitent banklar tomonidan yaratiladi va ularda akkreditiv bo‘yicha to‘lov qoidalari kodlanadi. Barcha aqlli shartnoma operatsiyalari blokcheyn tizimida ro‘yxatga olinadi, bu esa hisob-kitoblarning shaffofligini va xavfsizligini ta’minlaydi.

FOYDALANILAGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi PF-158-son ““O‘zbekiston-2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni https://lex.uz/ru/docs/-6600413

2. Ardito L. et al. Towards Industry 4.0: Mapping digital technologies for supply chain managementmarketing integration // Business Process Management Journal. — 2018 — Vol. 25. — C.11-18.

3. Barreto L., Amaral A., Pereira T. Costing models for capacity optimization in Industry Tradeoff between used capacity and operational efficiency // Procedia Manufacturing. – 2017. –Vol. 13. – C. 1245– 1252.

4. Harris I., Wang Y., Wang H. ICT in multimodal transport and technological trends: Unleashing potential for the future // International Journal of Production Economics. – 2015. – Vol. 159. – C. 88–103.

5. Hofmann E., Rüsch M. Computers in Industry Industry 4 . 0 and the current status as well as future prospects on logistics // Computers in Industry. – 2017. – Vol. 89. – C. 23–34.

6. Liu S., Zhang Y., Liu Y., Wang L., Wang X.V. An 'Internet of Things' enabled dynamic optimization method for smart vehicles and logistics tasks // Journal of Cleaner Production. Elsevier Ltd. — 2019.

7. Murfield M., Boone C.A., Thomas R. Investigating logistics service quality in omnichannel retailing // International Journal of Physical Distribution & Logistics Management. — 2017. — Vol. 47. — № 4. — P. 263–296.

8. Witkowski K. Internet of Things , Big Data , Industry 4 . 0 – Innovative Solutions in Logistics and A.T. Supply Chains Management // Procedia Engineering. — 2017. — Vol. 182. — P. 763–769.

TASHQI BOZORLARGA INTEGRATIYASIYALASHUVNING MINTAQAVIY IQTISODIYOTGA TA'SIRI VA UNGA NISBATAN NAZARIY YONDASHUVLAR

Ozodova Farida Zarif qizi
Osiyo xalqaro universiteti tayanch doktoranti

Annotatsiya

Mazkur maqolada iqtisodiy integratsiyaning mazmun-mohiyati, uning iqtisodiy rivojlanishdagi ahamiyati, shuningdek tashqi bozorlarga integratsiyalashuv va uning mintaqaviy iqtisodiy o'sishga ta'siri xususida fikr yuritiladi.

Kalit so'zlar: iqtisodiy integratsiya, iqtisodiy o'sish, tashqi savdo, konsepsiyalar, mintaqaviy iqtisodiyot, bozor, siyosat, savdo, strategiya, tizim.

Аннотация

В данной статье рассматривается сущность экономической интеграции, ее значение в экономическом развитии, а также интеграция в зарубежные рынки и ее влияние на региональный экономический рост.

Ключевые слова: экономическая интеграция, экономический рост, внешняя торговля, концепции, региональная экономика, рынок, политика, торговля, стратегия, система.

Abstact

In this article, it is looked through the essence of economic integration, its importance in economic development, as well as integration into foreign markets and its impact on regional economic growth..

Keywords: economic integration, economic growth, foreign trade, concepts, regional economy, market, policy, trade, strategy, system

KIRISH

Mamlakatlar o'rtasidagi makro va mikro darajadagi aloqalar iqtisodiy o'sish va rivojlanishga sezilarli ta'sir ko'rsatib, tashqi savdo va iqtisodiy integratsiya ushbu strategiyalarning muhim tarkibiy qismi sanaladi. Tashqi savdo mamlakatlardagi mavjud resurslardan samaraliroq foydalanishga hamda mahalliy bozorlaridan tashqari o'sish imkoniyatlariga erishishga yordam beruvchi iqtisodiy kengayishning muhim omili hisoblanadi. Iqtisodiy integratsiya esa savdoni liberallashtirishni rag'batlantirish va mamlakatlar o'rtasidagi to'siqlarni qisqartirish orqali iqtisodiy o'sishni tezlashtiradi. Bu jarayon ayniqsa mintaqaviy savdo kelishuvlari va yagona bozorlar kabi tizimlarda kuzatiladi, mamlakatlar umumiy bozorlar yaratish va savdo to'siqlarini olib tashlash orqali mahsuldorlikni oshiradi.

Davlatning iqtisodiy siyosati asosan milliy iqtisodiyotga yo'naltirilganligi sababli, uning savdo siyosati ham shu yo'nalishda belgilanishi tabiiydir. Biroq zamonaviy iqtisodiyotning yuragi hisoblangan tashqi savdo va iqtisodiy integratsiya birgalikda harakat qilish va o'z manfaatlari yo'lida savdo yaratish negizida mavjud siyosatga zid harakatlarni ifodalaydi. Ammo ushbu zidlik mamlakatlarga ijobiy natijalarga qisqa muddatda erishishga yordam berdi.

Bugungi raqobatbardosh davrda xalqaro savdo yangi va inqilobiy yo'nalishlarga kirib bormoqda. Turli davlatlar o'rtasidagi iqtisodiy hamkorliklarning ortib borishi va

liberallashtirish siyosatlari orqali kamsituvchi amaliyotlarning yo‘q qilinishi dunyo davlatlari iqtisodiyotini integratsiya qilish jarayonini qo‘llab-quvvatlamoqda.

Jahonning turli davlatlari o‘rtasidagi iqtisodiy integratsiyani o‘rganish 1950-yillardan buyon davom etayotgan bo‘lsa-da, bu muhim mavzuga oid tadqiqotlar va tanqidiy tahlillar ayniqsa 1980-yillardan boshlab sezilarli darajada ortdi. Xalqaro savdo katta o‘zgarishlarga duch keldi: ilgari mavjud bo‘lgan qat’iy va o‘zgarmas tartibdan moslashuvchan va zamonaviy, hisob-kitoblarga asoslangan tartibga o‘tdi. Rivojlangan mamlakatlarning ayrimlari mavjud qoidalar asosida harakat qilish orqali katta muvaffaqiyatlarga erishgan bo‘lsa, rivojlanayotgan mamlakatlarning ko‘pchiligida savdo siyosatiga bo‘lgan qarashlar o‘zgarib bormoqda.

Iqtisodiy integratsiya – turli korxona, tarmoq yoki mamlakatlarning iqtisodiy faoliyat vositalari, ishlab chiqarish va bozor tizimlarini yaqinlashtirib, umumiy iqtisodiy makon yaratish jarayonidir. Bu jarayonda iqtisodiy subyektlar o‘rtasida resurslar, texnologiyalar va kapital birlashadi, to‘siqlar kamayadi, natijada mehnat va tovarlar bozorida mustahkam iqtisodiy aloqalar vujudga keladi[1].

Iqtisodiy integratsiya tarixda birinchi marta Germaniyada, aniqrog‘i Prussiya tomonidan amalga oshirilgan. 1834-yilda tashkil etilgan Germaniya bojxona ittifoqi (Zollverein) bu jarayonning boshlanishi hisoblanadi.

XIX asr boshlarida Germaniyada 39 ta mustaqil davlat mavjud bo‘lib, ularning har biri o‘z bojxona siyosatiga ega edi. Bu holat ichki savdoni qiyinlashtirgan. 1818-yilda Prussiya ichki bojxona to‘lovlarini bekor qildi va tashqi bojxona tarifini joriy etdi. Keyinchalik boshqa Germaniya davlatlari ham Prussiya tajribasini qabul qilib, o‘zaro savdoni osonlashtirishga harakat qildilar.

1834-yilda Prussiya boshchiligida Germaniya davlatlari umumiy bojxona ittifoqini tuzdilar. Bu ittifoq ichki bojxona to‘lovlarini bekor qildi, tashqi savdoni tartibga soluvchi yagona tarifni joriy etdi va umumiy savdo maydonini yaratdi. Natijada Germaniya iqtisodiyoti tez sur’atlarda rivojlana boshladi, sanoat ishlab chiqarish hajmi oshdi va iqtisodiy integratsiya chuqurlashdi[2].

Tashqi bozorlarga integratsiya mintaqaviy iqtisodiyot doirasida bir qator muammolarni hal etishda muhim ahamiyat kasb etadi. Bular qatoriga savdo to‘siqlarini kamaytirish, raqobatni oshirish, investitsiya oqimlarini kuchaytirish, infratuzilma va transport aloqalarini rivojlantirish, energetika va resurslarni boshqarish, xalqaro savdo va iqtisodiy aloqalarni mustahkamlash kabi masalalar kiradi. Mintaqaviy integratsiya orqali davlatlar o‘zaro iqtisodiy aloqalarni chuqurlashtiradi, bu esa iqtisodiy o‘sishni ta’minlashga yordam beradi. Shu jihatdan rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiy barqarorlik hamda innovatsiyalarga cheklangan resurslar sharoitida erishish maqsadida ushbu sohada bir qator islohotlarni amalga oshirib kelmoqdalar. Yuqorida qayd etilgan fikrlar jahonning yetakchi olimlari va xalqaro ekspertlari tomonidan olib borilayotgan ilmiy izlanishlarda o‘z tasdig‘ini topmoqda.

Iqtisodiy integratsiya g‘oyasi qadimiy davrlarga borib taqalgan bo‘lsa-da, bu tushuncha iqtisodiyotga faqat Ikkinchi jahon urushidan keyin kirib keldi [1].

[1] https://qomus.info/oz/encyclopedia/i/iqtisodiy-integratsiya
[2] https://en.wikipedia.org/wiki/Zollverein

“Iqtisodiy integratsiya” atamasining bir qancha ta’riflari mavjud [2]. Ushbu tushunchani mazmunan ochib berish va uni ommaga taqdim etishda ko‘plab olimlar ilmiy izlanishlar olib borgan bo‘lib, ularning qarashlari iqtisodiy integratsiyaning mohiyatini yoritishda katta hissa qo‘shgan.

1-jadval

“Iqtisodiy integratsiya” tushunchasiga muallif yoki mualliflar jamoasi tomonidan berilgan ta’riflar[1]

№	Muallif yoki mualliflar jamoasi	Berilgan ta’rif
1	Wilhelm Röpke (1899-1966)	“Xalqaro iqtisodiy integratsiya – bu turli milliy iqtisodiyotlar o‘rtasidagi savdo aloqalarining shunday ko‘rinishiki, bunda har bir bo‘g‘in o‘zaro manfaatli va erkin tarzda rivojlanadi va yagona iqtisodiyot singari faoliyat yuritadi” [3].
2	Jan Tinbergen (1903-1994)	“Integratsiya – bu xalqaro iqtisodiyotning eng maqbul tuzilmasini yaratish, sun’iy to‘siqlarni olib tashlash va muvofiqlashtirish yoki birlashtirishning barcha zarur elementlarini ongli ravishda joriy etishdir” [4].
3	Peter Robson (1926-2020)	“Iqtisodiy integratsiya – bu institutlarga e’tibor qaratib, xalqaro iqtisodiy integratsiyani alohida milliy iqtisodiyotlarni yirikroq iqtisodiy bloklar yoki hamjamiyatlarga birlashtirishning institutsional shakli” [5].
4	Béla Alexander Balassa (1928-1991)	“Iqtisodiy integratsiya – bu integratsiya hududida kamsitishni yo‘q qilish” [5].
5	Jacques Pelkmans (1946-…)	“Iqtisodiy integratsiya – bu ikki yoki undan ortiq iqtisodiyotlar o‘rtasidagi iqtisodiy chegaralarni yo‘q qilish” [6].

METODOLOGIYA

Tadqiqot jarayonida iqtisodiy integratsiyaning mohiyati va uning iqtisodiy o‘sishdagi o‘rni, iqtisodiy integratsiyaning tashqi savdo bilan uzviy bog‘liqligi hamda tashqi bozorlarga integratsiyalashuvning mintaqaviy iqtisodiyotga ta’siri ilmiy va uslubiy nuqtai nazardan tadqiq etishda dialektik va tizimli yondashuvlar, qiyosiy va solishtirma tahlil hamda guruhlash usullari qo‘llanildi.

Iqtisodiyot sohalarining transformatsiyalashuvi sharoitida iqtisodiy integratsiyani mohiyatan tavsiflovchi nazariy yondashuvlarni ilmiy asosda tahlil qilish, tashqi bozorlarga integratsiyalashuv jarayonlarining shakllanishi va rivojlanishiga ta’sir etuvchi omillarni aniqlash hamda uni rivojlantirish uchun takliflar ishlab chiqish maqsad qilingan. Shuningdek, maqolada tashqi savdo va iqtisodiy integratsiyaning iqtisodiy o‘sishga ijobiy ta’siri xususida ham so‘z yuritiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tashqi bozorlar va iqtisodiy integratsiya o‘rtasidagi munosabatlar mintaqa iqtisodiyotining o‘sishiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Ilmiy tadqiqotlarda ushbu jarayonlarning o‘zaro aloqasi turli ko‘rsatkichlar asosida tahlil etiladi (2-jadval).

[1] Muallif ishlanmasi

2-jadval

Tashqi bozorlarga integratsiyalashuvning iqtisodiy o‘sishga ta’siri[1]

Tadqiqotchilar	Yil	Asosiy g‘oya	Asos
Viner	1950	Iqtisodiy integratsiya mamlakatlarga savdo siyosatlarini uyg‘unlashtirish imkonini beradi.	Iqtisodiy integratsiya mamlakatlarga savdo siyosatlarini uyg‘unlashtirish, umumiy bozorlar yaratish va kengroq iqtisodiy hamkorlik muhitini yaratish imkonini beradi, bu esa institutsional tuzilmalarni mustahkamlashga va rivojlanish jarayonlarini qo‘llab-quvvatlashga olib keladi [8].
Solow	1956	Iqtisodiy o‘sish bevosita texnologiya bilan bog‘liq	Tashqi bozorlarga integratsiya texnologiya transferi va innovatsiyalarni tarqatishda asosiy omil hisoblanadi [9].
Romer	1990	Iqtisodiy integratsiya innovatsiya va texnologik rivojlanishni qo‘llab quvvatlaydi	Iqtisodiy integratsiya nafaqat tovarlar savdosini, balki kapital va axborot oqimlarini ham osonlashtiradi, bu esa innovatsiya va texnologik rivojlanishni rag‘batlantiradi [10].
Grossman & Helpman	1991	Savdo natijasida tadbirkorlar texnologiya va ishlab chiqarish usullarini va tartibini o‘rganadi	Rivojlanayotgan mamlakatlar savdo orqali ilg‘or texnologiyalar va ishlab chiqarish usullariga kirish imkoniyatiga ega bo‘lishi mumkin [11].
Sachs & Warner	1995	Tabiiy resurslar bilan savdoning integratsiyasi iqtisodiy o‘sishni tezlashtiradi.	Tabiiy resurslar bilan savdoning integratsiyasi, to‘g‘ri siyosat va institutlar bilan qo‘llab-quvvatlanganda iqtisodiy o‘sishni tezlashtirishi mumkin [12].
Motta & Norman	1996	Iqtisodiy integratsiya to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalar va xalqaro savdoga ta’sir qiladi.	Iqtisodiy integratsiya bilan mintaqaviy iqtisodiyotning rivojlanishi sanoat o‘rtasidagi savdoning rivojlanishiga va to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalarning oshishiga olib keladi, natijada mintaqaviy iqtisodiy tarmoqlarda o‘rtacha o‘sish ro‘y beradi [13].

Integratsiya nazariyasi rivojlanishining dastlabki bosqichlarida integratsiya mintaqaviy darajada nafaqat ishtirokchi davlatlarga, balki butun dunyoga foyda keltirishi ta’kidlangan. Iqtisodchi olim R. G. Lipsey “Erkin savdo mamlakatlarga o‘z mahsulotlarini eng arzon va samarali tarzda ishlab chiqarish imkonini beradi, bu esa butun dunyoda farovonlikni oshiradi”, deb hisoblagan [14].

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mintaqaviy bozor integratsiyasi zamonaviy iqtisodiyotda nafaqat savdo hajmining oshishiga, balki iqtisodiy o‘sishning tezlashishiga xizmat qiluvchi muhim

[1] Muallif ishlanmasi

omil sifatida namoyon bo‘lmoqda. Har qancha sodda ko‘rinsa-da, uning eng oddiy shakli — erkin savdo hududlari ham murakkab va har doim ham ijobiy bo‘lmagan iqtisodiy ta’sirlarni yuzaga keltirishi mumkin. Integratsiya jarayonida savdoning yo‘nalishi o‘zgaradi, daromadlar qayta taqsimlanadi va ishlab chiqarish omillari erkin harakatlana boshlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Machlup F., 1976, A History of Thought on Economic Integration, [in:] Economic Integration: Worldwide, Regional, Sectoral, *ed*. F. Machlup, The Macmillan Press Ltd., London.

2. Jovanoviæ M.N., 2015, Economics of International Integration, Edward Elgar, Cheltenham, Northampton.

3. Ropke W., 1959, International Order and Economic Integration, D. Reidel Publishing Company, Dordrecht

4. Tinbergen J., 1954, International Economic Integration, Elsevier, Brussels

5. Robson P., 1998, The Economics of International Integration, Routledge, London–New York.

6. Pelkmans J., 1984, Market Integration in the European Community, Martinus Nijhoff Publishers, Hague.

7. Balassa B., 1961, The Theory of Economic Integration, Greenwood Press.

8. Viner, J. (1950). The Customs Union Issue. Carnegie Endowment for International Peace.

9. Solow M., The Quarterly Journal of Economics, Vol. 70, No. 1 (Feb., 1956), pp. 65-94

10. Romer, P. M. (1990). Endogenous Technological Change. Journal of Political Economy, 98(5), S71-S102

11. Grossman, G. M., & Helpman, E. (1991). Innovation and Growth in the Global Economy. MIT Press.

12. Sachs, J. D. & Warner, A. M. (1995). Natural Resource Abundance and Economic Growth. NBER Working Paper Series, No. 5398

13. Motta, M. & Norman, G. (1996) Does Economic Integration Cause Foreign Direct Investment

14. Lipsey R.G., 1960, The Theory of Customs Unions: A General Survey, The Economic Journal, vol. 70, no. 279.

KORXONADA ISHLAB CHIQARISH POTENTSIALIDAN FOYDALANISH TAHLILI

Musayeva Shoira Azimovna
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti professori
ORCID: 0009-0000-9577-6976
E-mail:musaeva_shoira@mail.ru

Annotatsiya

Korxonaning iqtisodiy salohiyatini tadqiq etish ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanishni tahlil qilmasdan amalga oshirilmaydi. Shu bilan birga, ishlab chiqarish faoliyatini tahlil qilishning murakkabligi ko‘pincha tadqiqotchilarning faqat iqtisodiy va moliyaviy ko‘rsatkichlar bilan cheklanib qolishiga olib keladi. Ushbu maqola sanoat korxonasining asosiy jihozlari samaradorligini o‘rganish asosida ishlab chiqarish salohiyatini tahlil qilish metodologiyasini takomillashtirishga bag‘ishlangan. Tahlil materiallari sifatida gilam ishlab chiqarish zavodida foydalanilayotgan uskunalar faoliyati qo‘llaniladi.

Kalit so‘zlar: ishlab chiqarish tahlili, ishlab chiqarish hajmlari, tavsiflovchi statistika, o‘zgaruvchanlik koeffitsiyenti.

Аннотация

Исследование экономического потенциала предприятия невозможно без анализа использования производственных мощностей. Вместе с тем, сложность анализа производственной деятельности приводит к тому, что исследователи ограничиваются только анализом экономических и финансовых показателей. Данная статья посвящена совершенствованию методики анализа производственного потенциала на основании изучения работы основного оборудования промышленного предприятия. В качестве материалов анализа в статье использована работа оборудования на предприятии по производству ковров.

Ключевые слова: анализ производства, объемы производства, описательная статистика, коэффициент вариации.

Abstract

Research into the economic potential of an enterprise is impossible without analyzing the use of production capacity. At the same time, the complexity of the analysis of production activities leads to the fact that researchers are limited only to the analysis of economic and financial indicators. This article is devoted to improving the methodology for analyzing production potential based on studying the operation of the main equipment of an industrial enterprise. The article uses the operation of equipment at a carpet manufacturing plant as analysis materials.

Keywords: production analysis, production volumes, descriptive statistics, coefficient of variation.

KIRISH

Yangi O‘zbekistonni rivojlantirish strategiyasi ishlab chiqarish hajmini sezilarli darajada oshirish, sanoat mahsulotlarining raqobatbardoshligini mustahkamlash,

tarmoq samaradorligini yuksaltirish va eksport hajmini kengaytirishni nazarda tutadi. Belgilangan vazifalarni amalga oshirish uchun korxonalar xo‘jalik faoliyatining barcha jabhalarini qamrab oluvchi iqtisodiy salohiyatdan samarali foydalanish darajasini oshirishlari zarur.

Sanoat korxonalarining asosiy vazifasi aholi talabini yuqori sifatli va arzon mahsulotlar bilan to‘liq qondirishdan iboratdir. Ishlab chiqarish hajmining o‘sish sur’atlari, mahsulot turlari va ularning kengayishi korxonaning xarajatlari, foydasi hamda rentabelligiga bevosita ta’sir qiladi. Shu bois ishlab chiqarish hajmini oshirish va sotiladigan mahsulot sifatini yaxshilash korxona raqobatbardoshligini ta’minlovchi eng muhim shart hisoblanadi. Sanoat korxonalarining iqtisodiy salohiyati, asosan, ishlab chiqarish ko‘rsatkichlari va mahsulot sotish natijalarida namoyon bo‘ladi. Shu sababli zamonaviy sharoitda ishlab chiqarish va sotish jarayonlarini chuqur tahlil qilishning ahamiyati ortib bormoqda.

Gilam va pol qoplamalari ishlab chiqarish O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatining muhim tarmoqlaridan biridir. Masalan, agar 2017-yilda kunlik mahsulot ishlab chiqarish hajmi 34415,7 milliard so‘mni tashkil etgan bo‘lsa, 2023-yilda bu ko‘rsatkich 1,57 barobarga ortib, 54055,9 milliard so‘mga yetdi [1].

Korxona mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotishni tahlil qilish – bu ishlab chiqarish hajmini, mahsulot assortimenti va tuzilishini, mahsulot sifatini, sotish hajmlarini hamda ishlab chiqarish ritmini baholash orqali korxona faoliyatining barcha muhim jihatlarini har tomonlama o‘rganish jarayonidir.

Bunday tahlilning maqsadi ishlab chiqarish hajmi va mahsulot sifatini o‘rganish, ishlab chiqarish va sotish hajmlarini oshirish imkoniyatlarini aniqlash, shuningdek, mahsulot sifatini yuksaltirishning ichki zaxira va yo‘nalishlarini belgilashdan iborat. Ushbu tadqiqotning predmeti gilam mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonada ishlab chiqarishni tashkil etish jarayonidan iborat.

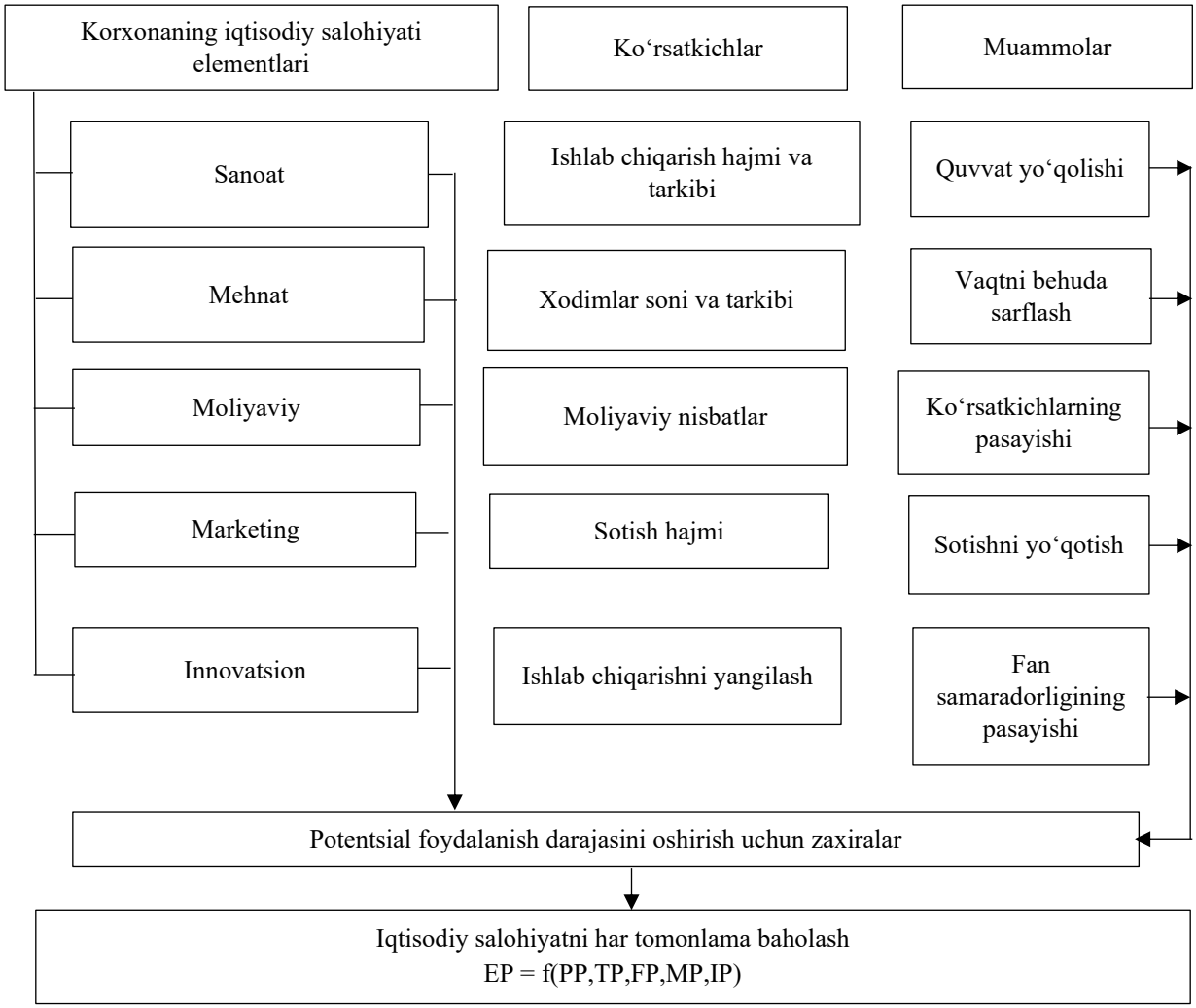
Tahlil obyektlari sifatida ishlab chiqarish hajmi, ishlab chiqarish ritmi, mahsulot assortimenti va sifat ko‘rsatkichlari olinadi. Ishlab chiqarish hajmlari tahlilining mazmuni esa ishlab chiqarish ko‘rsatkichlari (umumiy mahsulot, mahsuldorlik, ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish koeffitsiyenti), maqsadlari (ishlab chiqarish hajmiga ta’sir etuvchi omillarni aniqlash) va usullari (qiyosiy va statistik tahlil) orqali namoyon bo‘ladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Ko‘pgina olimlarning ilmiy ishlari sanoat korxonalarining iqtisodiy salohiyatini baholash metodologiyasini o‘rganishga bag‘ishlangan. Xususan, bu borada Raizberg B.A., Lozovskiy L.Sh., Starodubtseva E.B. [2], Korovkin A.G., Komkov N.I. [3], Sheshukova T.G., Kolesen E.V. [4], Lapin E.V. [5], Nadvornaya G.G., Klimchuk S.V.,

Oborin M.S., Gvarliani T.E. [6], Nikolaeva M.Yu. [7], Popov E.V. [8], Kaleev S.V. [9] va boshqa olimlar tadqiqotlari alohida o‘rin tutadi. Umuman olganda, iqtisodiy tahlil fani korxonaning iqtisodiy salohiyatini baholashga oid yetarlicha mukammal nazariy va metodologik vositalarni ishlab chiqqanini ta’kidlash mumkin. Shu bilan birga, aniq tadqiqot obyektlarining sanoat xususiyatlari, ishlab chiqarish-xo‘jalik faoliyati va bozor faoliyati bilan bog‘liq amaliy muammolar hali ham dolzarbligicha qolmoqda.

Ushbu tadqiqotda biz korxonaning iqtisodiy salohiyatini potensial tuzilmaning alohida elementlari – ishlab chiqarish, mehnat, moliyaviy, marketing va innovatsion potensiallarning kombinatsiyasidan tarkib topuvchi umumlashtirilgan funksional tizim sifatida talqin qiluvchi mualliflarning yondashuviga tayanamiz. Bunda ushbu funksiya chiziqli yoki mutanosib shaklda bo‘lishi shart emas, balki elementlarning o‘zaro ta’siri va uyg‘unlashuvi natijasida yuzaga keluvchi murakkab iqtisodiy tizim sifatida qaraladi (1-rasm).



1-rasm. Sanoat korxonasining iqtisodiy salohiyatini baholash algoritmi [1]

[1] Muallif ishlanmasi

Ushbu tadqiqot algoritmi birinchi bosqichda har bir elementni tabaqalashtirilgan baholashni va ko‘rsatkichlarni integratsiyalash uchun qabul qilingan metodologiyaga muvofiq keyinchalik umumlashtirishni nazarda tutadi. Iqtisodiy potensialni har tomonlama baholashning murakkabligini hisobga olib, ushbu maqolada biz birinchi element — ishlab chiqarish salohiyatini tadqiqot obyektining eng muhim elementi sifatida baholashga harakat qildik. Ishlab chiqarish salohiyatidan foydalanishning asosiy ko‘rsatkichi ishlab chiqarish hajmi hisoblanadi.

Tahlil jarayoni ishlab chiqarish hajmi dinamikasini baholash va o‘rganishni, uning o‘zgarishiga ta’sir etuvchi omillarni aniqlashni hamda korxona samaradorligini oshirish uchun mavjud ichki zaxiralarni topishni o‘z ichiga oladi. Ushbu tahlil haqiqiy va rejalashtirilgan ko‘rsatkichlarni solishtirish, og‘ish sabablarini aniqlash va ishlab chiqarish jarayonini optimallashtirish strategiyasini ishlab chiqish imkoniyatini beradi.

Tahlilni boshlashdan oldin, gilam sanoatining ishlab chiqarish natijalariga oid ba’zi aniq tushunchalarni keltirib o‘tamiz:

- Ishlab chiqarilgan gazlama hajmi — ma’lum bir davr uchun gilam mahsulotlari (gazlamalar) ishlab chiqarish hajmini tavsiflovchi miqdoriy ko‘rsatkich bo‘lib, korxonada buxgalteriya hisobi turiga qarab kvadrat metr (m^2) yoki tonnada o‘lchanadi.
- Tayyor mahsulotlar — ishlab chiqarishning barcha bosqichlaridan o‘tgan, jumladan, to‘qish, qayta ishlash, pardozlash bosqichlari yakunlangan va sotuvga to‘liq tayyor gilam mahsulotlari.
- Gilam chiqindilari — gilam mahsulotlarini ishlab chiqarish, kesish va qayta ishlash jarayonida hosil bo‘ladigan gilam materialining qoldiq qismlari.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda tizimli yondashuv, marketing tahlili, taqqoslash hamda raqamli ko‘rsatkichlarni baholash usullari qo‘llanildi. Shuningdek, ijtimoiy media platformalaridagi ma’lumotlarni yig‘ish va tahlil qilish jarayonida ommaviy kuzatuv usullaridan foydalanildi.

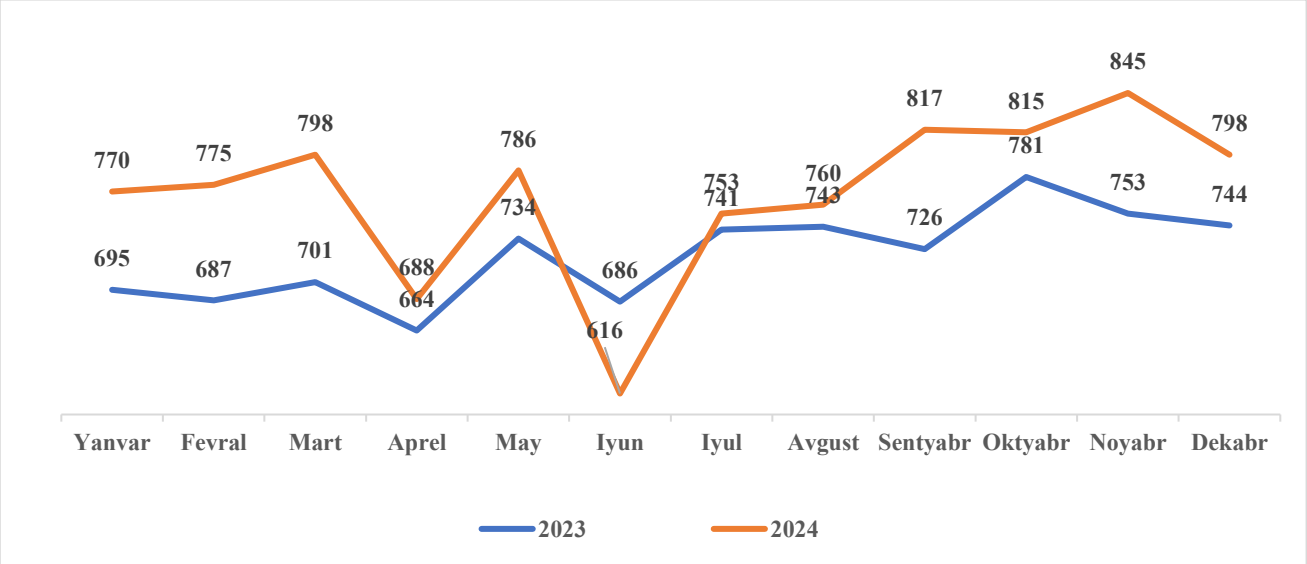
TAHLIL VA NATIJALAR

Mahsulot ishlab chiqarish va sotishni tahlil qilish uchun ma’lumotlar manbai sifatida "SAM ANTEP GILAM" MChJ kompaniyasining 2023–2024-yillardagi ma’lumotlari foydalanildi. Gilam ishlab chiqaruvchi “SAM ANTEP GILAM” mas’uliyati cheklangan jamiyati nafaqat Samarqand viloyatida, balki butun O‘zbekistonda yetakchi korxonalardan biri hisoblanadi. Korxonada ishlab chiqarishni boshqarishning avtomatlashtirilgan tizimi mavjud bo‘lib, tegishli ma’lumotlar CPS

(gilam ishlab chiqarish tizimi)[1] dasturiy ta’minoti hamda ERP tizimlari SAP orqali olingan[2].

Kompaniyaning 2023–2024-yillardagi faoliyati tahlili ishlab chiqarish jarayonida ijobiy tendensiyalar kuzatilayotganidan dalolat beradi (2-rasm). “SAM ANTEP GILAM” MChJda kanvas ishlab chiqarishning umumiy hajmi 673 ming kv.mni tashkil etdi, bu ko‘rsatkich o‘tgan yilga nisbatan 7,3 foizga o‘sishga teng. Shuningdek, tayyor mahsulotlar hajmi 6,2 foizga oshib, 541 ming kv.mni tashkil etdi, kanvas chiqindilari esa 23,6 foizga yetib, 132 ming kv.mni tashkil qildi. Shu bilan birga, tayyor mahsulot birligiga to‘g‘ri keladigan chiqindilar hajmi ham 16,3 foizga oshdi.

Ushbu diagramma tahlili shuni ko‘rsatadiki, gilam ishlab chiqarishdagi chiqindilarning eng katta ulushi zig‘ir chiqindilaridan iborat bo‘lib, u ishlab chiqarishning umumiy o‘sishida 19,6 foizni tashkil etadi. Korxona uchun zig‘ir chiqindilari hajmining ortishi ishlab chiqarish samaradorligining pasayishiga, ya’ni amalda ishlab chiqarishning yo‘qotilishiga olib keladi (2-rasm).



2-rasm. 2023-2024-yillar uchun ishlab chiqarish dinamikasi oylar bo‘yicha (ming kv.m)[3]

Quyida 2023–2024-yillarda tayyor mahsulot ishlab chiqarish hajmining oylar bo‘yicha o‘zgarishlari grafigi keltirilgan (3-rasm). Shuni ta’kidlash joizki, 2024-yilda ishlab chiqarish ritmi asosan 2023-yildagi eng yuqori va eng past darajalarni

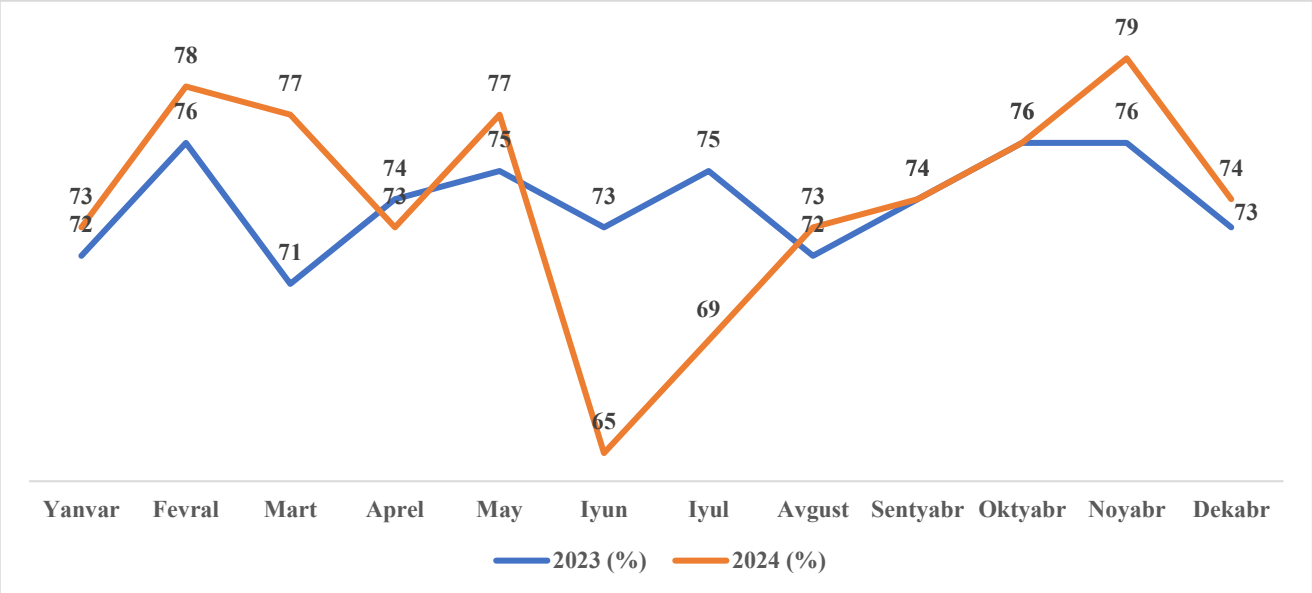
[1]Gilam ishlab chiqarish tizimi — gilam ishlab chiqarishning turli bosqichlarini, dizayndan tayyor mahsulotni chiqarishgacha, samarali boshqaruv va sifat nazoratini ta’minlaydigan raqamli platforma. Barcha zamonaviy SAPR tizimlari bilan moslikni qo‘llab-quvvatlaydi va korxona ERP tizimiga integratsiya qilinishi mumkin.
[2]SAP (Ma’lumotlarni qayta ishlashda tizimlar, ilovalar va mahsulotlar) korporativ biznes jarayonlarini boshqarish uchun mo‘ljallangan dunyodagi yetakchi ERP (Korxona resurslarini rejalashtirish) tizimlaridan biridir. SAP moliya, logistika, ishlab chiqarish, sotib olish, sotish va HR kabi turli biznes funksiyalarini avtomatlashtirish va birlashtirishga yordam beradi.
[3] Muallif ishlanmasi

takrorlagan, faqat avgust va sentyabr oylarida pasayish o‘rniga o‘sish kuzatilgan. 2023–2024-yillardagi tayyor mahsulot ishlab chiqarish dinamikasi shuni ko‘rsatadiki, 2024-yilda ishlab chiqarish hajmi 2023-yilga nisbatan keskin tebranishlarga ega bo‘lgan.

Umuman olganda, 2023-yilga nisbatan ishlab chiqarishning o‘sishi 2024-yilning ikkinchi yarmida yaqqol sezildi. 2023-yilda ishlab chiqarishning eng yuqori ko‘rsatkichlari iyul oyida (741 ming kv.m) va noyabr oyida (781 ming kv.m) qayd etilgan bo‘lsa, 2024-yilda eng yuqori ko‘rsatkichlar sentyabr (845 ming kv.m) va noyabr (845 ming kv.m) oylarida kuzatildi. Dinamika tahliliga ko‘ra, 2023-yilda eng past ko‘rsatkich aprel oyida (664 ming kv.m) qayd etilgan bo‘lsa, 2024-yilda esa iyun oyida (616 ming kv.m) ishlab chiqarishning sezilarli pasayishi kuzatilgan.

Oylar kesimidagi ishlab chiqarish hajmining o‘zgarishi sabablarini aniqlash uchun to‘quv mashinalari ishlab chiqarish jarayonining o‘rtacha dinamikasi tahlil qilinadi. Ushbu tahlil mashinalarning ishlamay qolish vaqtini ishlab chiqarish hajmi bilan bog‘lash imkonini beradi. Buning uchun avvalo quyidagi atama aniqlanadi:

To‘quv mashinalarining ish unumdorligi darajasi dastgohlarning samaradorligini ifodalovchi nisbiy ko‘rsatkich bo‘lib, u mashina tomonidan bajarilgan haqiqiy to‘qimalarning rejalashtirilgan to‘qimalarga nisbati orqali aniqlanadi. Ushbu ko‘rsatkich asosiy texnologik uskunaning samaradorligini baholashda qo‘llaniladi.



3-rasm. 2023–2024-yillar uchun to‘qimachilik sexi unumdorligining oylar bo‘yicha dinamikasi (%)[1]

Mahsulot ishlab chiqarish bo‘yicha sexlar faoliyatini yanada chuqurroq o‘rganish maqsadida ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish koeffitsiyentini hisoblashga

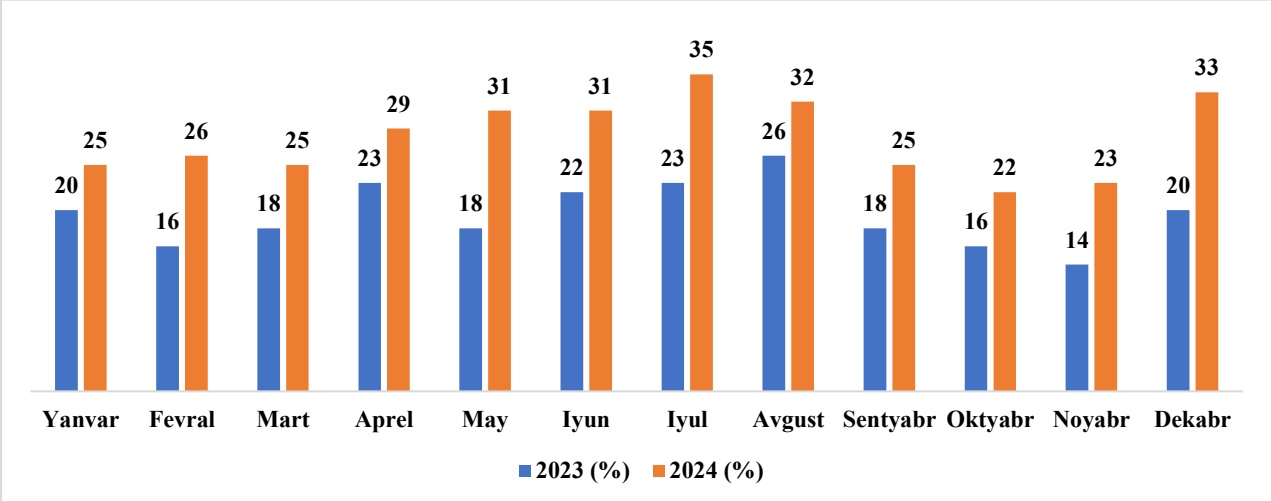
[1] Muallif ishlanmasi

qaror qilindi. Asosiy ko‘rsatkich sifatida to‘quv mashinalari ish ritmi tanlandi. Shu bilan birga, boshqa barcha ishlab chiqarish omillarining ta’siri shartli ravishda ijobiy deb qabul qilindi.

To‘qimachilik sexi dastgohlari ishlab chiqarish dinamikasini tahlil qilganda, 2023-yilda ish unumdorligi nisbatan barqaror bo‘lib, 71 foiz (aprel)dan 77–79 foiz (noyabr)gacha tebranganini ko‘rish mumkin. 2024-yilda ham unumdorlik dinamikasi o‘zgaruvchanlikni namoyon qildi, ammo iyun oyida keskin pasayish kuzatildi, bu iyul oyidagi ishlab chiqarish hajmi bilan bog‘liq (4-rasm). Shundan so‘ng, 2024-yil iyulidan boshlab o‘sish jarayoni boshlanib, noyabr oyida 79 foizlik eng yuqori darajaga erishildi.

Biroq to‘quv tsexi ishining umumiy dinamik tavsiflari ishlab chiqarish hajmining oylar bo‘yicha o‘zgarish sabablarini to‘liq ochib bera olmaydi. Shu bois mahsuldorlikdagi muammolarni yanada chuqurroq tahlil qilish maqsadida 2023–2024-yillar uchun tavsiflovchi statistik ko‘rsatkichlar, xususan o‘zgaruvchanlik koeffitsiyenti, shuningdek buyurtmalar hajmining 25, 50 va 75 foizlik kvantillari 35 ta kuzatilgan to‘quv mashinalari misolida hisoblab chiqildi va ularning natijalari solishtirildi (3-rasm).

Kuzatilgan 35 ta mashina bo‘yicha o‘zgaruvchanlik koeffitsiyenti dinamikasini tahlil qilar ekanmiz, quyidagi xulosalarga kelish mumkin. 2024-yilda ushbu ko‘rsatkich 2023-yilga nisbatan ancha yuqori qayd etildi, bu esa to‘quv mashinalari ishining beqarorligi kuchayganidan dalolat beradi. Xususan, maksimal tebranishlar 2024-yil iyul oyida 35 foiz va dekabr oyida 33 foizni tashkil etgan. Aksincha, 2023-yilda o‘zgaruvchanlik koeffitsiyenti pastroq darajada bo‘lib, nisbatan barqaror dinamika kuzatilgan.



4-rasm. 2023–2024-yillar uchun mashinalar uchun oylar bo‘yicha o‘zgarish koeffitsientining dinamikasi[1]

[1] Muallif ishlanmasi

Bunga parallel ravishda 2023 va 2024-yillar uchun to‘quv mashinalari mahsuldorligining kvantil qiymatlari (25%, 50%, 75%) bo‘yicha taqsimoti tahlil qilindi. Ushbu yondashuv uskunaning barqarorlik darajasini baholash hamda eng katta o‘zgarishlar kuzatilgan oylarni aniqlash imkonini berdi. Natijalar shuni ko‘rsatadiki, 2024-yilda kvantil ko‘rsatkichlari ko‘plab oylarda 2023-yilga nisbatan pastroq qayd etilgan, bu esa umumiy hosildorlikning pasayishini anglatadi. Pasayish ayniqsa may oyida (median 80 foizdan 71 foizgacha) va iyun oyida (77 foizdan 62 foizgacha) keskin namoyon bo‘ldi. Aksincha, ba’zi oylarda (yanvar, fevral, avgust) yillar oralig‘idagi farqlar deyarli sezilmagan, bu esa mazkur davrlarda ishlab chiqarishning nisbatan barqaror bo‘lganini ko‘rsatadi (1-jadval).

1-jadval

Bo‘limdagi stanoklar bo‘yicha 25%, 50%, 75% tartibli kvantlarning dinamikasi oylar (2023-2024-yillar uchun)[1]

Oy	2023-yil				2024-yil			
	Miqdori 25%	Miqdori 50%	Miqdori 75%	Qo‘llash doirasi	Miqdori 25%	Miqdori 50%	Miqdori 75%	Qo‘llash doirasi
Yanvar	64%	75%	81%	17%	65%	71%	80%	15%
Fevral	67%	79%	84%	16%	66%	75%	80%	14%
mart	62%	72%	81%	19%	59%	72%	80%	21%
aprel	70%	78%	83%	13%	57%	66%	71%	15%
may	71%	80%	84%	13%	48%	71%	80%	32%
iyun	72%	77%	80%	9%	57%	62%	68%	11%
iyul	69%	79%	84%	14%	57%	71%	78%	21%
avgust	67%	77%	82%	14%	62%	74%	79%	17%
sentyabr	68%	78%	81%	13%	57%	72%	76%	19%
oktyabr	69%	77%	82%	12%	63%	73%	79%	16%
noyabr	71%	79%	82%	12%	66%	75%	83%	17%
dekabr	68%	77%	82%	13%	60%	68%	73%	13%

Median ko‘rsatkichlar dinamikasi tahlili shuni ko‘rsatadiki, 2023-yilda median qiymatlar 72–80 foiz oralig‘ida bo‘lib, 2024-yilga nisbatan uskunalarning barqarorroq ishlashini namoyish etdi. 2024-yilda esa median ko‘rsatkichlari ko‘p oylarda, ayniqsa may, iyun va dekabrda pasaygan. Sentyabr va oktyabr oylarida ko‘rsatkichlarning 2023-yil darajasiga yaqinlashgani esa ishlab chiqarish hosildorligining vaqtincha tiklanganidan dalolat beradi.

Pastki va yuqori kvantil ko‘rsatkichlarini (25% va 75%) tahlil qilar ekanmiz, 2024-yilda pastki kvantil ko‘rsatkichlari ko‘p hollarda pasaygani aniqlanadi. Jumladan, may oyida 71 foizdan 48 foizgacha, iyunda esa 72 foizdan 57 foizgacha

[1] Muallif ishlanmasi

pasayish kuzatilgan. Bu esa past unumdorlikka ega mashinalar sonining ortganidan darak beradi. Shuningdek, yuqori kvantil ko‘rsatkichlari ham ayrim oylarda, xususan dekabrda (82 foizdan 73 foizgacha) va iyunda (80 foizdan 68 foizgacha) pasaygan bo‘lib, hatto eng samarali mashinalar ham samaradorlikni yo‘qotayotganini ko‘rsatadi.

Mashinalar faoliyati bo‘yicha o‘tkazilgan kuzatuvlar har bir mashinaning maksimal mahsuldorligini aniqlash imkonini berdi. Ya’ni oxirgi 12 oy ichida qayd etilgan eng yuqori ishlab chiqarish hajmi uskunaning haqiqiy imkoniyatlarini baholash uchun asos bo‘lishi mumkin. Shu bilan birga, kvantil oraliqlari ham inobatga olinishi zarur. Bu yondashuv bizga maksimal va minimal ishlab chiqarish hajmlari oralig‘ini belgilash hamda to‘quv ishlab chiqarishning eng ehtimoliy mahsuldorlik darajasini baholash imkonini beradi. Shunday qilib, ishlab chiqarish salohiyatini ikki yo‘nalishda aniqlash mumkin: birinchidan, oxirgi 12 oyda qayd etilgan maksimal ishlab chiqarish hajmi asosida, ikkinchidan esa hisobot davridagi haqiqiy ishlab chiqarish hajmiga nisbatan quvvatlardan foydalanishning eng ehtimoliy darajasi asosida.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mahsulotlari yuqori kapital sig‘imiga ega bo‘lgan sanoat korxonasining ishlab chiqarish salohiyati bevosita asbob-uskunalarning texnologik imkoniyatlariga bog‘liq. Gilamchilik korxonalari misolida bu, avvalo, to‘quvchilik sexidagi jihozlarning samaradorligi bilan belgilanadi. Har bir turdagi uskuna o‘zining texnik xususiyatlari va eskirish darajasi bilan farqlanadi. “SAM ANTEP GILAM” MChJ uskunalari faoliyatini tahlil qilish shuni ko‘rsatadiki, umumiy samaradorlik ko‘rsatkichlari oylar bo‘yicha sezilarli tebranishlarga ega va har bir uskuna birligi uchun bu o‘zgarishlar turli diapazonda namoyon bo‘ladi. Ayniqsa, 2024-yilda uskunalarning ishlash barqarorligi kamayib, notekislik kuchaygani kuzatildi. Bu holat texnik omillar, ishlab chiqarish sharoitlari yoki ekspluatatsiya intizomidagi o‘zgarishlar bilan izohlanishi mumkin.

Ishlab chiqarishni prognozlashda korxonaning haqiqiy potensialini aniqlash muhim ahamiyat kasb etadi. O‘tkazilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, bunday bahoni ishlab chiqarish hajmining maksimal darajalarini oylar bo‘yicha o‘zgarishlarni inobatga olgan holda aniqlash orqali olish mumkin. Shu bilan birga, tahliliy natijalar asosida uskunalar quvvatidan foydalanish koeffitsiyentini hisoblash orqali korxonaning haqiqiy ishlab chiqarish salohiyatini yanada aniq baholash imkoniyati yuzaga keladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. 1.O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. www.stat.uz.

2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2006. 495 с.

3. Коровкин А. Г., Комков Н. И. и др. Экономический потенциал и национальное богатство // Большая российская энциклопедия. Электронная версия (2017); https://old.bigenc.ru/text/5044866 Дата обращения: 05.09.2024.

4. Т.Г. Шешукова, Е.В. Колесень. Экономический потенциал предприятия: сущность, компоненты, структура. Вестник пермского университета, 2011, выпуск 4, с. 118-127.

5. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия. Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. 310с.

6. Теория и методология оценки экономического потенциала предприятий / Г.Г. Надворная, С.В. Климчук, М.С. Оборин, Т.Е. Гварлиани // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2016. – № 6. – С. 70-90. DOI: 10.15838/esc/2016.6.48.4

7. М.Ю.Николаева. Понятие, сущность, структура потенциала предприятия. Азимут научных исследований: экономика и управление. 2014. № 3. С. 67-69.

8. Попов, Евгений Васильевич. Рыночный потенциал предприятия *[Текст] / Е. В. Попов. — Москва :* Экономика, 2002. — 559 с.

9. С.В. Калеев. Моделирование и оценка инновационного потенциала предприятия. Научно-технические ведомости СПбГПУ, №1, 2011.- С.293-297.

10. Musaeva Sh.A. Marketing tadqiqotlari. Darslik"STAP-SEL" MChJ nashriyoti, 2024-yil.

11. Musaeva Sh.A., Usmonova D.I. Innovatsion marketing darsligi "TURON NASHR" 2021.

BUDJET TASHKILOTLARIDA XARAJATLAR HISOBINI TASHKIL ETISH VA YURITISHNI TAKOMILLASHTIRISH (OLIY TA'LIM MISOLIDA)

Murtozaev Sanjar O'tkir o'g'li
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
Mustaqil izlanuvchisi
Email: sanjarmurtozayev1591@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada byudjet tashkilotlarida, xususan, oliy ta'lim muassasalarida xarajatlar hisobini tashkil etish va yuritish jarayonlari tahlil qilinadi. Tadqiqotda amaldagi buxgalteriya hisobi tizimi, xarajatlarni tasniflash tamoyillari hamda hisob-kitob jarayonida uchraydigan muammolar ochib beriladi. Shuningdek, xarajatlar hisobini takomillashtirishga doir zamonaviy yondashuvlar, jumladan raqamlashtirish, avtomatlashtirish va moliyaviy nazoratni kuchaytirish masalalari bo'yicha ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqiladi. Olingan natijalar oliy ta'lim muassasalarida mablag'lardan samarali foydalanish, moliyaviy shaffoflikni oshirish va boshqaruv qarorlarini qabul qilishda amaliy ahamiyat kasb etadi.

Kalit so'zlar: budjet tashkilotlari, xarajatlar hisobi, oliy ta'lim, buxgalteriya hisobi, xarajatlarni tasniflash, raqamlashtirish, avtomatlashtirish, moliyaviy nazorat, samaradorlik, shaffoflik.

Аннотация

В данной статье рассматриваются процессы организации и ведения учета расходов в бюджетных организациях, в частности, в высших учебных заведениях. Освещены действующая система бухгалтерского учета, принципы классификации расходов, а также существующие проблемы в процессе расчетов. Кроме того, предложены современные подходы к совершенствованию учета расходов, включая цифровизацию, автоматизацию и усиление финансового контроля. Результаты исследования направлены на повышение эффективности использования средств и финансовой прозрачности в высших учебных заведениях.

Ключевые слова: бюджетные организации, учет расходов, высшее образование, бухгалтерский учет, классификация расходов, цифровизация, автоматизация, финансовый контроль, эффективность, прозрачность.

Abstract

This article examines the processes of organizing and maintaining expenditure accounting in budgetary organizations, particularly in higher education institutions. It highlights the current accounting system, principles of expenditure classification, and existing challenges in the accounting process. Furthermore, the study proposes modern approaches to improving expenditure accounting, including digitalization, automation, and strengthening financial control. The research results aim to enhance the efficiency of fund utilization and increase financial transparency in higher education institutions.

Keywords: budgetary organizations, expenditure accounting, higher education, accounting, expenditure classification, digitalization, automation, financial control, efficiency, transparency.

KIRISH

Bugungi kunda oliy ta’lim muassasalarida budjet tashkilotlarida xarajatlar hisobi samaradorligini oshirish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Ayniqsa, davlat budjet mablag‘laridan oqilona va shaffof foydalanish ta’lim sifati va institutlarning moliyaviy barqarorligini ta’minlashda hal qiluvchi omil hisoblanadi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 10-iyuldagi «O‘zbekiston – 2030» strategiyasi maqsadlariga erishishda davlat budjeti mablag‘laridan maqsadli va samarali foydalanishni ta’minlash uchun qabul qilingan farmoni bu boradagi yangi istiqbollarni ochib berdi.

Shuningdek, oliy ta’lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirishga bag‘ishlangan konsepsiya hamda ta’lim sohasida ilg‘or yondashuvlarni keng joriy etishga qaratilgan Prezident farmon va qarorlari tizimi, xususan 2019-yil PF-5847-son farmoni muhim manba hisoblanadi.

Ushbu maqolada budjet tashkilotlarida, xususan oliy ta’lim muassasalarida xarajatlar hisobini tashkil etish, amaldagi holat, mavjud muammolar va takomillashtirish yo‘llari — raqamlashtirish, avtomatlashtirish va moliyaviy nazoratni kuchaytirish orqali qanday yechim topish mumkinligi ilmiy asosda tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalari ta’lim sohasida moliyaviy shaffoflik hamda samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Hozirgi vaqtda moliyaviy nazoratning asosiy maqsadi o‘rganilayotgan obyektning haqiqiy holatini obyektiv baholash, boshqaruv qarorlarini qabul qilish va ularning bajarilishiga salbiy ta’sir ko‘rsatadigan omillarni aniqlash hamda ularning oldini olishdan iboratdir.

Mustaqil Davlatlar Hamdo‘stligiga a’zo mamlakatlar iqtisodchi olimlari tomonidan ushbu mavzu bo‘yicha ilmiy tadqiqotlar olib borilgan va uning mohiyati haqida qimmatli fikrlar bildirilgan. Tadqiqotchi L.N. Ovsyannikovning fikricha, davlat moliyaviy nazorati davlatning moliyaviy manfaatlarini va fuqarolarning moliyaviy huquqlarini qonunlar, tashkiliy va boshqaruv mexanizmlari hamda huquqni muhofaza qilish vositalari orqali amalga oshiriladigan tadbirdir (L.N. Ovsyannikov, 2010, 5-bet).

V.D. Larichev ta’kidlaganidek, davlat moliyaviy nazoratining asosiy maqsadi moddiy resurslardan foydalanish jarayonida yuz beradigan huquqiy talablarning buzilishi, budjet mablag‘larining noqonuniy sarflanishi kabi qonunbuzarliklarning oldini olish, ularga sabab bo‘lgan shaxslardan davlatga yetkazilgan zararni undirish, ularga nisbatan qonuniy choralar ko‘rish va kelgusida bunday holatlarga yo‘l qo‘ymaslikka qaratilgan chora-tadbirlarni ishlab chiqishdan iboratdir (V.D. Larichev, 2010, 19-bet).

Tadqiqotchi E.A. Voznesenskiy esa davlat moliyaviy nazoratidan ko‘zlangan maqsadni mikro va makro darajada moliyaviy xarajatlar haqida tezkor ma’lumot olish, qonunbuzarliklarning oldini olish uchun zarur choralarni belgilash, moliyaviy resurslar

boshqaruvini ta’minlash hamda yangi vazifalarni belgilashga xizmat qiladigan qarorlarni qabul qilish sifatida izohlaydi (E.A. Voznesenskiy, 2013, 27-bet).

Shunday qilib, iqtisodchi olimlarning aksariyati davlat moliyaviy nazorati organlari faoliyatini ijobiy baholaydi. Ularning ayrimlari nazoratning muayyan jihatlarini tadqiq qilgan bo‘lsa, boshqalari uning keng imkoniyatlarga egaligini e’tirof etadi. Biroq iqtisodiy mavzulardagi ilmiy adabiyotlarda hanuzgacha davlat moliyaviy nazorati qaysi metodlar asosida amalga oshirilishi haqida yagona nuqtai nazar shakllanmagan.

O‘zbekistonda iqtisodiy islohotlarning chuqurlashuvi sharoitida davlat moliyaviy nazoratini tashkil etishning huquqiy asoslari, uni rivojlantirish yo‘nalishlari, taraqqiyotning hozirgi bosqichidagi vazifalari va natijalari muayyan darajada tadqiq qilingan. Biroq davlat moliyaviy nazoratining vazifalari va mohiyati bo‘yicha yagona metodika mavjud emasligi iqtisodchi olimlar orasida turli munozarali fikrlarni keltirib chiqarmoqda. Eng muhimi, yagona ilmiy asosga ega bo‘lmagan yondashuvlar amaliyotda ham uchramoqda. Bu holat davlat moliyaviy nazoratini amalga oshirishda umumlashtirilgan, ilmiy asoslangan metodikaning ishlab chiqilishi va uni davlat miqyosidagi hujjatlar orqali mustahkamlash zarurligini ko‘rsatadi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot davomida iqtisodiy voqelik jarayonlarini o‘rganishda ilmiy usullardan — umumlashtirish, guruhlashtirish va taqqoslash, monografik tadqiqot, iqtisodiy kuzatish, abstrakt-mantiqiy tahlil, qiyosiy tahlil, statistik usullar, istiqbolli prognozlash hamda boshqa metodlardan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Budjet tashkilotlari O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999-yil 3-sentyabrdagi 414-son “Budjet tashkilotlarini mablag‘ bilan ta’minlash tartibini takomillashtirish to‘g‘risida”gi qaroriga muvofiq xarajatlarning quyidagi guruhlari davlat budjetidan moliyalashtiriladi:

1. Ish haqi va unga tenglashtirilgan to‘lovlar (bolali oilalarga nafaqalar, kam ta’minlangan oilalarga moddiy yordam, stipendiyalar va boshqalar);
2. Ish haqiga qo‘shimchalar;
3. Kapital qo‘yilmalar (Davlat investitsiya dasturida nazarda tutilgan manzilli ro‘yxatlarga muvofiq);
4. Boshqa xarajatlar.

Ko‘rsatib o‘tilgan xarajat guruhlari asosida budjet tashkilotlari budjet mablag‘lari bo‘yicha xarajatlar smetalarini shakllantiradi.

Mamlakatimiz iqtisodchi olimlarining budjet tashkilotlariga oid smeta tushunchasi va uning budjet ijrosi jarayonidagi ahamiyati haqidagi ilmiy izoh va qarashlarini umumlashtirgan holda quyidagicha fikr bildirish mumkin: budjet tashkilotlarida nafaqat xarajatlar smetasi, balki bir vaqtning o‘zida daromadlar smetasi ham shakllantiriladi. Ushbu jarayonlarni amalga oshirish tartibi normativ-huquqiy hujjatlarda belgilab qo‘yilgan.

Shu munosabat bilan “Budjet tashkilotlarida daromadlar va xarajatlar smetasi — bu tashkilot (muassasa)ning moliya yili uchun o‘z xarajatlari va daromadlarini tegishli normalarga muvofiq shakllantirishi hamda bu orqali kelgusida maqsadli yo‘nalishlarda ehtiyojlarini qondirish uchun aniq rejaga asoslanib tuzilgan hujjatdir” (O‘zbekiston Respublikasining “Hisob siyosati” nomli 1-son budjet hisobi standarti).

Olib borilgan ilmiy tadqiqotlar natijasida tadqiqot obyektlari sifatida olingan davlat oliy ta’lim muassasalarining davlat budjetidan va boshqa manbalar hisobidan moliyalashtirilishi hamda ularning manbalari tahlil qilindi. Xususan, quyidagi jadvalda Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi tasarrufidagi oliy ta’lim muassasalarini moliyalashtirish manbalari 2015–2024-yillar kesimida o‘rganildi (1-jadval).

1-jadval.

O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi tasarrufidagi oliy ta’lim muassasalarini moliyalashtirish manbalari *(foizda)*

Moliyalashtirish manbalari	Yillar									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Jami moliyalashtirish manbalari	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Shu jumladan:										
Davlat budjetidan moliyalashtirish	34,8	36,0	28,2	41,3	35,4	27,6	24,7	28,7	24,3	24
To‘lov-kontrakt mablag‘lari	60,8	59,3	67,3	50,7	54,1	60,8	62,4	59,6	70,6	71
Rivojlantirish jamg‘armasiga kelib tushgan mablag‘lar	4,4	4,7	4,5	6,7	8,7	10,7	12,1	10,9	4,2	3,7
Qonunchilikda nazarda tutilgan boshqa manbalar	0,0	0,0	0,0	1,3	1,8	0,9	0,8	0,8	0,9	1.3

Izoh: O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi tasarrufidagi oliy ta’lim muassasalarini moliyalashtirish manbalari 2015-2024-yillar kesimida qiyosiy tahlil etildi va moliyalashtirish manbalari muallif tomonidan o‘rganib chiqildi.

Yuqoridagi jadval ma’lumotlaridan ko‘rinadiki, Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi tasarrufidagi oliy ta’lim muassasalarining moliyalashtirish manbalari ulushlar kesimida tahlil etilganda, asosiy manbalar talabalarning to‘lov-kontrakt mablag‘lari hisobidan shakllanayotganini kuzatish mumkin. Xususan, 2015-yilda jami moliyalashtirish manbalarining 60,2 foizi to‘lov-kontrakt mablag‘lari evaziga shakllangan bo‘lsa, 2024-yilda bu ko‘rsatkich 71 foizni tashkil etdi. Vazirlik tasarrufidagi oliy ta’lim muassasalarining 2015-yilda 34,8 foizi davlat budjeti mablag‘lari hisobidan moliyalashtirilgan bo‘lsa, 2024-yilda bu ulush 24 foizni tashkil etdi. Demak, o‘tgan o‘n yil davomida moliyalashtirish manbalari tarkibida davlat budjetidan moliyalashtirish ulushi 10,8 foiz punktga kamaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Oliy ta’lim muassasalarida budjet mablag‘laridan oqilona va shaffof foydalanish, xarajatlar hisobini to‘g‘ri tashkil etish va yuritish ta’lim sifati hamda moliyaviy barqarorlikni ta’minlashning muhim omillaridan biridir. Tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, amaldagi tizimda metodologik birxillikning yo‘qligi, raqamlashtirish darajasining yetarli emasligi va ichki moliyaviy nazoratning zaifligi kabi muammolar mavjud.

Ularni bartaraf etish uchun quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

• yagona xarajatlar hisobi metodologiyasini ishlab chiqish va joriy etish;

• buxgalteriya jarayonlarini to‘liq raqamlashtirish hamda integratsiyalash;

• ichki audit tizimini kuchaytirish va doimiy monitoring mexanizmlarini tatbiq etish.

Mazkur choralar oliy ta’lim muassasalarida moliyaviy shaffoflikni oshiradi, resurslardan samarali foydalanishni ta’minlaydi va davlat budjeti mablag‘larining natijadorligini kuchaytiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Budjet kodeksi. Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi, 2013-yil 26-dekabr, O‘RQ-360-son. https://lex.uz/docs/5535058

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 10-iyul PF-82-son “O‘zbekiston — 2030 strategiyasi maqsadlariga erishishda davlat budjeti mablag‘laridan maqsadli va samarali foydalanishni ta’minlash to‘g‘risida”gi Farmoni, https://lex.uz/docs/7015258

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining, 2019-yil 8-oktyabr, PF-5847-son “Oliy ta’lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni https://lex.uz/docs/4511474

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 27-may, PF-82-son “Oliy ta’lim muassasalari talabalariga ta’lim kreditlari berish tartibini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni, https://cis-legislation.com/document.fwx?rgn=159432

5. O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi. Byudjet tashkilotlarida buxgalteriya hisobi bo‘yicha yo‘riqnoma. Toshkent, 2023.

6. O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi. Oliy ta’lim muassasalarida moliyaviy boshqaruvni takomillashtirish strategiyasi, 2024.

7. Ruziev, K. (2025). Financing higher education in Uzbekistan: Trends and challenges. Springer Journal of Asian Economics. DOI: 10.1057/s41307-025-00396-1

8. International Journal of Management, IT & Engineering (2022). Budget Accounting Standards in Higher Education Institutions of Uzbekistan. https://www.ijmra.us/project%20doc/2022/IJMIE_JUNE2022/IJMIE5June22.pdf

9. EPRA International Journal (2024). Expenditure Accounting Practices in State Universities: Case Study of Uzbekistan. https://eprajournals.com/pdf/fm/jpanel/upload/2024/December/202412-10-019462

10. World Bank. (2023). Public Expenditure Review: Uzbekistan. Washington, DC: The World Bank. https://www.worldbank.org
11. OECD. (2022). Public Financial Management in Higher Education. OECD Publishing.
12. Krasheninnikova, E., & Ivanov, D. (2021). Современные подходы к учету расходов в государственных организациях. Финансовый журнал, №8, 35–42.
13. Shokirova, N. (2020). Oliy ta’lim muassasalarida moliyaviy shaffoflikni oshirish mexanizmlari. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy jurnali, №5.
14. Ministry of Finance of Uzbekistan. (2024). Guidelines for Digital Transformation of Public Sector Accounting. Tashkent.
15. UNESCO. (2021). Higher Education Financing Policies. Paris: UNESCO Publishing.
16. Asian Development Bank. (2022). Strengthening Public Financial Management in Central Asia. Manila: ADB.

FEATURES AND DISADVANTAGES OF IMPLEMENTING THE DIGITAL ECONOMY FOR CONSTRUCTION COMPANIES

Kurbanova Maftuna Lazizovna
Tashkent university of information technologies named after Muhammad al-Khwarizmi,
"Management and Marketing" department, PhD
E-mail: maftunayusuf2020@gmail.com

Abstract

The construction industry is becoming more integrated with modern technologies, leading to the emergence of smart services. This article analyzes the primary benefits of implementing these services in construction companies, with the most significant being a boost in project efficiency, cost optimization, and enhanced safety. Technologies like Digital Twin, Building Information Modeling (BIM), construction robots, and autonomous vehicles are revolutionizing project management. They enable the automation of construction processes and precise control of material usage. As a result, companies can use their resources more efficiently and become more competitive.

Furthermore, smart services increase the transparency of construction processes and improve communication among all project participants. Data is centralized in one location through sensors, real-time monitoring systems, and cloud platforms. This accelerates and improves the accuracy of decision-making, which is crucial for reducing unexpected risks, enhancing work quality, and ensuring strict adherence to safety protocols. Ultimately, smart services not only simplify the construction process but also move the entire industry toward a more innovative and sustainable future.

Keywords: construction, smart services, digital twin, BIM technologies, artificial intelligence, 3D printing, smart building technologies.

Annotatsiya

Qurilish sohasi zamonaviy texnologiyalar bilan tobora ko‘proq integratsiyalashib, aqlli xizmatlarning paydo bo‘lishiga olib kelmoqda. Ushbu maqolada qurilish korxonalarida bunday xizmatlarni joriy etishning asosiy afzalliklari tahlil qilindi. Eng muhim jihatlar — loyiha samaradorligini oshirish, xarajatlarni optimallashtirish va xavfsizlikni kuchaytirishdir. Raqamli egizak (Digital Twin), bino axborot modellashtirish tizimi (BIM), qurilish robotlari va avtonom transport vositalari kabi texnologiyalar loyiha boshqaruvini tubdan o‘zgartirmoqda. Ular qurilish jarayonlarini avtomatlashtirish va materiallardan aniq foydalanishni ta’minlaydi. Natijada korxonalar resurslardan samarali foydalanib, raqobatbardoshligini oshirib bormoqda.

Bundan tashqari, aqlli xizmatlar qurilish jarayonining shaffofligini kuchaytiradi hamda barcha loyiha ishtirokchilari o‘rtasidagi aloqalarni yaxshilaydi. Sensorlar, real vaqt rejimida monitoring tizimlari va bulutli platformalar orqali ma’lumotlar yagona joyda jamlanadi. Bu qarorlar qabul qilish jarayonini tezlashtiradi va aniqligini oshiradi. Natijada kutilmagan xatarlarni kamaytirish, ish sifatini yaxshilash va xavfsizlik qoidalariga qat’iy rioya etishni ta’minlash mumkin. Xulosa qilib aytganda, aqlli

xizmatlar nafaqat qurilish jarayonini soddalashtiradi, balki butun sohani innovatsion va barqaror kelajakka yo‘naltiradi.

Kalit so‘zlar: qurilish, aqlli xizmatlar, raqamli egizak, BIM texnologiyalari, sun’iy intellekt, 3D bosib chiqarish, aqlli bino texnologiyalari.

Аннотация

Строительная отрасль всё активнее интегрируется с современными технологиями, что приводит к появлению умных сервисов. В данной статье анализируются основные преимущества их внедрения в строительных компаниях. Наиболее значимыми являются повышение эффективности проектов, оптимизация затрат и усиление безопасности. Такие технологии, как цифровой двойник (Digital Twin), информационное моделирование зданий (BIM), строительные роботы и автономные транспортные средства, кардинально меняют управление проектами. Они обеспечивают автоматизацию строительных процессов и точный контроль использования материалов. В результате компании более эффективно используют ресурсы и становятся конкурентоспособнее.

Кроме того, умные сервисы повышают прозрачность строительных процессов и улучшают взаимодействие между всеми участниками проекта. Данные централизуются в одном месте с помощью датчиков, систем мониторинга в реальном времени и облачных платформ. Это ускоряет процесс принятия решений и повышает его точность. В итоге удаётся снизить неожиданные риски, улучшить качество работ и обеспечить строгое соблюдение правил безопасности. Таким образом, умные сервисы не только упрощают процесс строительства, но и направляют всю отрасль к более инновационному и устойчивому будущему.

Ключевые слова: строительство, умные сервисы, цифровой двойник, BIM-технологии, искусственный интеллект, 3D-печать, умные строительные технологии.

INTRODUCTION

Today, as a result of the widespread use of digital technologies in countries around the world, the efficiency of all industrial enterprises is increasing. In particular, in the context of digital transformation in the economy of the Republic of Uzbekistan, the construction industry is gaining special strategic importance. Because the construction economy stimulates the development of other sectors, creates new jobs, creates organizational and production infrastructure, and directly affects the improvement of the investment climate and conditions in our country. In the context of digitalization, by increasing the economic potential of construction enterprises, competitors are eliminated and sustainable economic growth is achieved.

In recent years, large-scale institutional and structural reforms have been implemented in Uzbekistan aimed at creating a market model of the digital economy and increasing its transparency. As a result of the rapid development of the construction industry, special attention is paid to the modernization of infrastructure and stimulation of economic activity. According to the Statistics Agency under the President of the Republic of Uzbekistan, the volume of construction work completed in 2024 increased

by 8.8% compared to the previous year and reached 233.8 trillion soums. The contribution of the construction sector to the country's gross domestic product was 7.1%, which indicates its high importance in the national economy[1]. Such indicators, in turn, indicate the need to develop effective principles of modern management in order to increase the economic potential of construction enterprises, strengthen the competitive environment, and digitalize the industry.

Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan No. 231 dated April 23, 2024 "On measures to harmonize regulatory documents in the construction sector with international standards" provides for the introduction of advanced design and management methods, in particular, the use of information modeling (BIM) technologies in construction, taking into account national regulatory and legal frameworks[2]. These measures are aimed at increasing transparency, reducing costs, improving the quality of project documentation, and reducing technological risks in the implementation of construction projects.

Currently, our government is paying special attention to the development of the construction sector at the level of state policy. For example, the following points were expressed in the Address of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis and the people of Uzbekistan in December 2022. "We have set ourselves the goal of building a New Uzbekistan based on the principle of a "social state" and we must enshrine this in our Constitution"[3]. With these words, our esteemed President emphasized the need for a systematic approach to ensuring a decent standard of living. This, in turn, requires the establishment of a sustainable construction policy that will expand the scope of infrastructure projects, build affordable housing, and improve the urban environment. In this regard, the task of developing effective models for managing the economic potential of construction enterprises, including the digitization of business processes, rational use of material and investment resources, and the introduction of tools for managing investment projects and assessing their effectiveness, is urgent.

LITERATURE REVIEW

The term digital economy was first coined in 1995 by Nicholas Negroponte, an American computer scientist at the Massachusetts Institute of Technology. One of its most common definitions is: the digital economy is a system of economic, social and cultural relations implemented using digital technologies. Digital technologies, in turn, include modern digital technologies such as mathematical and computer modeling technologies, Big Data technologies (the ability to work with large data sets), intelligent technologies, location technologies, cloud services (i.e., allocated disk space on a remote server), 3D printing technologies, smart sensors and mobile devices. As a result of the use of digital technologies, people's daily lives, lifestyles, production

[1] Statistical Agency under the President of the Republic of Uzbekistan. Volume of completed construction work in 2024. – Official data. – Tashkent, 2025. – [stat.uz].
[2] Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan No. 231 dated April 23, 2024 "On measures to harmonize regulatory legal acts in the construction sector with international standards". – [lex.uz].
[3] Mirziyoyev Sh.M. Address of the President of the Republic of Uzbekistan to the Oliy Majlis and the people of Uzbekistan. — December 2022. — Official website of the President of the Republic of Uzbekistan. — [president.uz].

relations, the economy and education sectors are developing, and new requirements are emerging for communication and information systems and services.

Digitalization of the construction industry is the process of using modern technologies to convert all construction processes into a digital format, reduce construction time and improve the quality of building materials. Today, construction companies are actively implementing automation processes to gain competitive advantages and optimize business processes. The state and governments, in turn, are both interested in the digital transformation of the construction industry and are taking an initiative in the legislative sphere.

Digital transformation in construction is the process of integrating new technologies across all teams and functions to increase the efficiency, productivity and profitability of construction projects. Digitalization in construction is the process of introducing and using digital technologies and innovations to optimize and automate processes, improve quality and reduce costs.

The development of various economic sectors is a dynamic and complex process. In the context of increasing economic dynamism, the issues of timely identification and accounting of trends are key, affecting the ability of individual economic entities to operate in the future. Extending the described characteristics of dynamism to the construction industry, we note that it is important for construction companies not only to take into account current development trends, but also to accept the opportunities for using innovations to improve individual areas of activity.

As D.V. Gabalova, E.V. Knyazkina and S.A. Rashchepkina noted in their article, the dynamism of the modern construction industry is manifested not only in the formation of sustainable criteria for future development, but also in the implementation of advanced innovations used to comprehensively improve and develop the quality of construction, reconstruction, modernization, operations [1].

As noted L.V. Oveshnikova, E.V. Sibirskaya and R.S. Tolmasov in their article "Development Trends in the Construction Industry", the development trends of the construction industry are primarily focused on society. This approach determines the main vector of development of construction companies — meeting the growing needs of the population and business. In addition, the authors' research shows that economic shocks that lead to changes in the level of demand for the services of construction companies become a factor that significantly accelerates the development of growth trends [2].

According to A.Yu. Fedotovsky, Chief Specialist of the Russian Information Technology Department, innovations in the construction industry are the result of a response not only to the stabilization of economic relations or the growth of investment activity, but also to other changes in the familiar environment. The crisis and economic uncertainty in general become factors determining changes in the environmental conditions for the activities of domestic construction companies, thereby influencing new trends. In addition, the unfavorable economic situation leads to changes in the income structure of the population, its needs, which also affects the level of demand for the current services of construction organizations. In such conditions, construction

organizations seek to promote complex construction projects, resorting to a development concept that allows them to increase the results of construction activities and attract investments into the industry. For organizations in the construction industry, taking into account current trends and innovations, changes in the market and the composition of participants, as well as other manifestations of variability, will become the basis for long-term development. By integrating current trends and innovations, companies can better tailor their activities to market and consumer demands. This adaptability, in turn, drives a restructuring of the economy's core features. [3].

According to young Russian scientists O.N. Kiseleva and E.A. Sukhinina, the modern construction industry will be under the influence of the development trends of the "green" economy and "green" construction for a long time. The authors note that in the "green" construction market, special attention is paid to the issues of achieving economic and social benefits from the implementation of projects, the construction of buildings and structures, infrastructure facilities, etc. From the perspective of "green" construction, the following trends and innovations in the development of construction are relevant:

- expanding the use of recycled building materials and excluding "harmful" non-recyclable ones;
- using environmentally friendly materials in the construction of real estate;
- introducing renewable energy sources into projects;
- landscaping of territories, introduction of vertical gardens;
- increasing the efficiency of buildings: energy consumption, heat loss, etc.;
- using daylight in construction projects;
- introducing industrial cleaning devices based on construction projects [4].

METHODOLOGY

This study uses a mixed approach, combining qualitative and quantitative methods to comprehensively analyze the benefits of the smart services economy in the construction industry. The first stage involves an in-depth analysis of existing cases and best practices for the implementation of digital technologies, such as BIM, IoT and drones. This qualitative analysis includes interviews with top managers and leading engineers of construction companies to understand their current challenges and expectations from digital transformation. The data obtained will be used to form hypotheses about the impact of smart services on improving efficiency and competitiveness.

The next stage will be a large-scale quantitative study in the form of an online survey among a wide range of construction professionals. The questionnaire will include questions aimed at measuring key indicators: reducing operating costs, reducing project deadlines, improving the quality and safety of work. The collected data will be processed using statistical methods, such as correlation and regression analysis, to identify patterns and confirm the hypotheses. This stage will allow us to obtain objective data and quantify the economic effect of the implementation of smart services.

In the third phase, we will analyze the collected data using specialized software such as SPSS or R. We will pay special attention to comparing the results in companies with different levels of digital maturity. We will examine how the implementation of specific intelligent services (e.g. predictive analytics or automated control systems) correlates with profit growth and project risk reduction. At this stage, we will also conduct a comparative analysis of the effectiveness of the implementation of different technologies.

In the final paragraph, we will summarize. The results of the study will allow us to develop practical recommendations for construction companies on integrating the economy of intelligent services into their business processes. Thus, this methodology will provide reliable and practically applicable data that will help construction companies make informed decisions about their future.

ANALYSIS AND RESULTS

The construction industry occupies a very important place in the structure of the national economy. The reason is that the national economy creates all the necessary conditions for the comprehensive development of each industry and sector. If we pay attention to statistics, the construction sector accounts for 6% of the gross domestic product of Uzbekistan[1]. This means that it is the construction sector that determines the opportunities for the economy to build the necessary infrastructure, communications, buildings and structures, and other real estate objects, and thereby forms promising directions for the development of territorial entities. In addition, the activities of the construction industry can affect the final gross regional product, that is, the development of construction is inextricably linked with determining the final prospects for long-term economic growth.

In 2024, compared to 2023, the volume of construction work increased by 8.8%. In particular, the growth rate was 105.5% in the construction of buildings and structures, 124.7% in the construction of civil facilities, and 106.4% in specialized construction work. The volume of construction work in 2024 amounted to 233832.9 billion soums. The share of large construction organizations in the total volume of construction work was 23.6%, the share of small enterprises and microfirms was 46.2%, and the share of individuals was 30.2%[2].

In the conditions of the digital economy, the construction industry has become one of the fastest growing sectors. Construction enterprises continue to actively introduce innovative new technologies into their activities and strive to promote the latest modern trends, which allows them to increase demand for the industry and achieve high competitiveness. The relevance of studying modern trends and innovations in the construction industry is that identifying such trends allows not only to track the path of change in the construction sector, but also to identify the characteristic criteria for future changes in real estate, which ultimately affect the entire

[1] Statistical Agency under the President of the Republic of Uzbekistan. “Gross domestic product production in the Republic of Uzbekistan”. – Tashkent, 2024 (preliminary data)
[2] Statistical Agency under the President of the Republic of Uzbekistan. Volume of completed construction work in 2024. – Official data. – Tashkent, 2025. – [stat.uz].

economy. Growth trends, if taken into account in a timely manner, can serve as a basis for forecasting the state of related economic sectors closely related to the construction industry. Thus, identifying new trends in the development of the construction industry and characteristic innovation processes affects the possibility of changing the vector of industry development, determines the criteria for increasing the economic activity of business entities.

The economic potential of a construction enterprise is a combination of material, financial, labor and technological resources, as well as the ability to effectively use them to achieve strategic development goals. Effective management of this potential includes targeted planning, organization, stimulation and control of all elements of the production process aimed at increasing the competitiveness of the enterprise and ensuring sustainable growth. The country's construction industry maintains stable positive dynamics, as evidenced by data for the first quarter of 2025. According to the Statistics Agency under the President of the Republic of Uzbekistan, the volume of construction work completed in January-March 2025 amounted to 50.3 trillion soums, which is 10.8% more than in the same period last year. The gross added value of the construction sector reached 20.87 trillion soums, and its share in the structure of gross domestic product was 6.5%[1]. At the same time, the participation of small businesses is increasing: more than 74 percent of the total volume of construction work is provided by small and micro entrepreneurs, which emphasizes the need to change the organizational structure of the industry and increase its flexibility.

All this confirms the role of the construction sector as one of the main elements of economic growth, infrastructure modernization and investment attraction. Despite the positive dynamics, a number of structural and institutional problems remain in the industry. Among the most important are the limited skills of the workforce, the lack of specialists with digital design and construction process management skills, the slow pace of implementation of modern technologies such as BIM and ERP systems, as well as the difficulty of small and medium-sized enterprises in accessing long-term financing. These factors limit the realization of the economic potential of construction organizations, increase costs and reduce competitiveness. The transition to a market model of management is accompanied by a sharp change in business conditions for construction companies.

On the one hand, there is an increase in investments, liberalization of the industry and activation of the private sector. On the other hand, the requirements for the quality, deadlines and transparency of construction project implementation are increasing. New market conditions require construction organizations to increase management flexibility, strategic planning and the introduction of innovative solutions that meet international standards. To effectively manage the economic potential of construction organizations in modern conditions, it is necessary to introduce systematic and interconnected mechanisms. The digitalization of business processes takes a central place: the use of Digital Twins — digital twin technologies, BIM technologies,

[1] Ministry of Construction and Housing and Communal Services of the Republic of Uzbekistan. Report on the results of activities for 2024. – Tashkent: 2025.

resource planning systems (ERP), as well as construction site monitoring platforms allow optimizing resources, minimizing errors and controlling project implementation in real time. These technologies are becoming an integral part of modern construction management.

The second priority is the development of human capital. The successful implementation of construction projects requires the presence of engineering and technical personnel who are well versed in modern design, management and digital analysis tools. This requires investing in vocational education, establishing a system of certification of specialists, as well as encouraging corporate training and retraining programs. In addition, institutional measures should be taken to improve access to financing. Despite the existing state subsidy and guarantee support programs, existing financial instruments are not sufficiently adapted to the needs of the construction sector. In this regard, it is advisable to introduce specialized financial mechanisms — construction bonds, project financing schemes, infrastructure development funds and public-private partnership models.

Improving the regulatory framework is also of great importance. Resolution № 231 of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan "On measures to harmonize regulatory documents in the construction sector with international standards"[1] adopted in 2024 was an important step towards aligning industry standards with open market requirements. This will help reduce administrative barriers, improve the investment climate and introduce the principles of sustainable construction. Thus, managing the economic potential of construction enterprises in Uzbekistan in the context of market transformation requires a systematic approach, including digitization of processes, development of human capital, improvement of the regulatory and legal environment, and strengthening of financial infrastructure.

The way construction decisions are made is changing thanks to real-time data. This shift will lead to smarter management of efficiency, safety, and costs. This data will help project managers address potential issues at an early stage, minimizing downtime. In 2025, analysts predict that many construction and window companies will begin or continue to integrate various modern technologies into all areas of their operations. In particular, artificial intelligence (AI) is making a significant contribution to changing the way construction projects are managed. These technologies allow for real-time analysis of large data sets, which helps predict process delays, optimize resource allocation, and assess risks. AI will also be used to automate tasks such as project customization or improving safety protocols on site. In 2025, the integration of AI into project management will expand, leading to smarter, safer, and more cost-effective construction processes. According to forecasts by analysts at TBRC International, the use of artificial intelligence in construction will amount to US$2.29 billion in 2025 at a CAGR of 30%, and by 2029 it will reach US$7.21 billion at a

[1] Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan No. 231 dated 23.04.2024 on measures to harmonize regulatory documents in the construction sector with international standards

CAGR of 33.2%[1]. This trend is evidenced by the fact that Russia is implementing the largest series of digitalization standards for homes (Figure 1, 2):

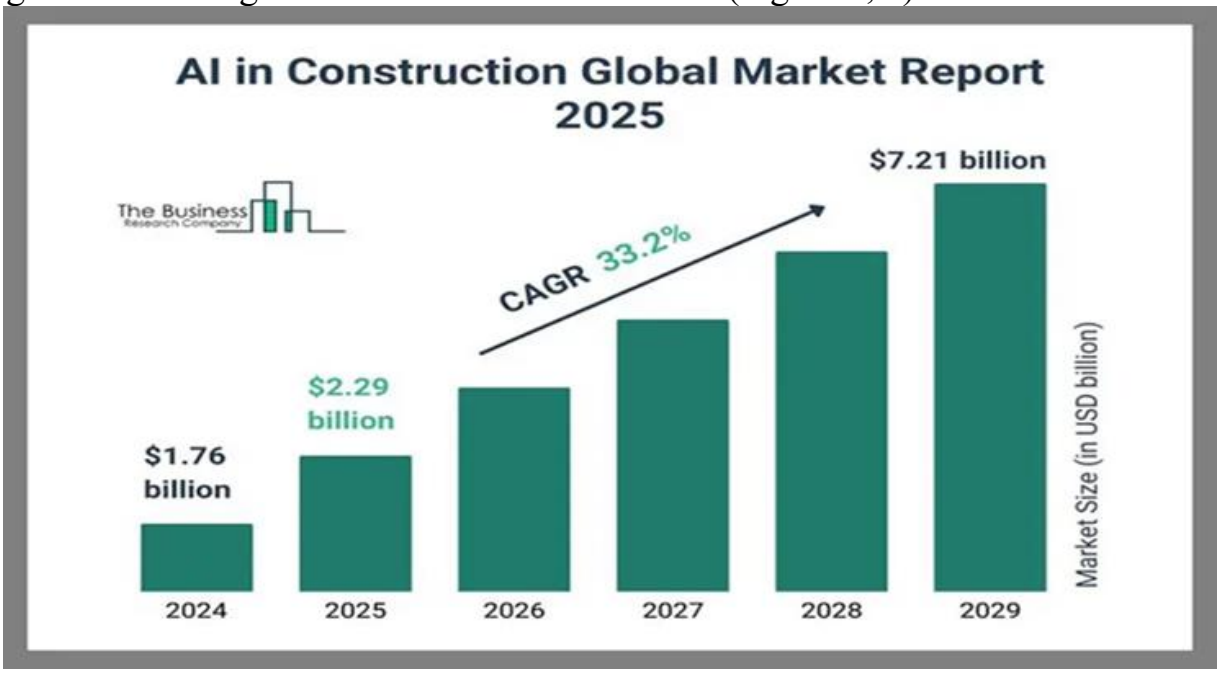


Figure 1: Forecast of the use of artificial intelligence in construction in 2025-2029

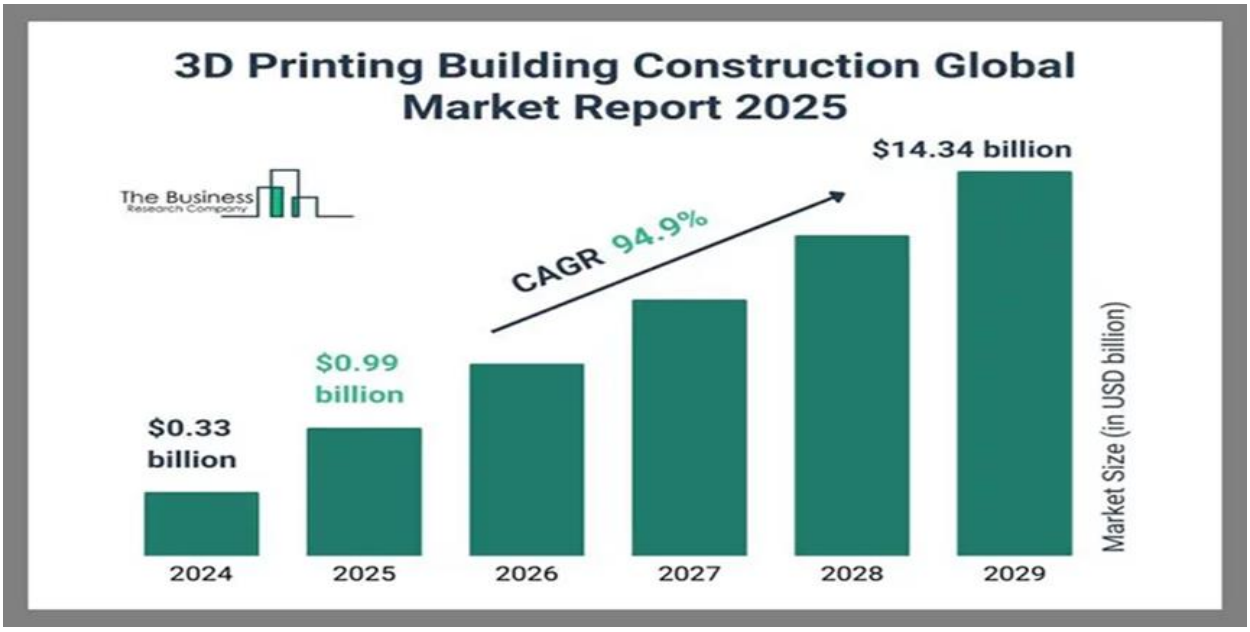


Figure 2: Forecast of the 3D printing market in construction in 2025-2029

The integration of 3D printing into construction is one of the most revolutionary advances in high-speed construction. The technology allows for the creation of layered structural elements using materials such as concrete, metals or even biodegradable materials. In 2025, analysts say that 3D printing will play a significant role in the production of affordable housing, emergency shelters and complex architectural

[1] Data from The Business Research Company (TBRC) for 2025-2029

designs. The ability to dramatically reduce waste and labor costs makes this construction method an attractive option for institutional and private developers. According to analysts at The Business Research Company, the market for 3D printed buildings is expected to grow at a CAGR of 94.9% by 2029, reaching $14.34 billion. This impressive growth is due to the technology's ability to reduce labor costs by 50-80%, minimize material waste through precise use, and create complex architectural designs that are difficult to achieve using traditional methods(Figure 2)[1].

Interest in 3D printing is growing by simplifying construction processes, reducing costs, and increasing design flexibility. Advances in materials science are further boosting the adoption of environmentally friendly materials such as recycled plastics, geopolymer concretes, and bio-based composites. Investments in the development of 3D printers and government support for the sector are also contributing to the growth of the SPC (Stone Plastic Composite) market. As urbanization accelerates, especially in the Asia-Pacific region, which will account for 41% of the world's population by 2024, 3D printing is becoming increasingly important in creating infrastructure for smart cities and solving the housing shortage.

CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS

Forming an effective model for managing the economic potential of construction organizations in Uzbekistan is a priority task in the context of profound market transformation and rapid modernization of the national economy. In the conditions of a dynamically changing external and internal environment, the construction industry is becoming not only a mirror of current macroeconomic processes, but also an active participant in the structural restructuring of the country's economic complex.

The results of the analysis show that the economic potential of construction organizations is not a static resource, but a multi-component and flexible system that requires flexible strategic management and constant updating. Today, construction companies are faced with the task of not only increasing the volume of work, but also increasing the efficiency of using existing resources, adapting to digital challenges, mastering new forms of project cooperation and institutional interaction. The need to combine long-term planning with innovative management mechanisms and sustainable financial instruments is of particular importance. The ability of enterprises to compete in the open market, participate in transnational projects and contribute to the implementation of Uzbekistan's strategic goals will depend on how deeply they restructure their internal processes and move from an administrative-resource logic to a development model focused on efficiency.

Taking into account the identified problems and strategic goals, it is advisable to put forward the following proposals:

Firstly, develop and implement a national strategy for the digital transformation of the construction industry, which includes not only the introduction of Digital Twin, BIM and ERP systems, but also the creation of a single digital ecosystem for data

[1] Data from The Business Research Company (TBRC) for 2025-2029

exchange between designers, contractors, investors and government agencies. Within the framework of this strategy, it is necessary to take measures to standardize digital processes, develop local IT solutions for project management and create digital archives of project documentation.

Secondly, create a network of sectoral educational and scientific and practical centers for training, retraining and advanced training of personnel at leading technical universities and in cooperation with private companies. Particular attention should be paid to the training of specialists in digital modeling, sustainable construction, project management and quality control, and the introduction of dual education with the participation of employers.

Third, to form a multi-stage public-private partnership (PPP) system aimed at attracting private capital for the implementation of innovative and infrastructure projects. In this regard, it is necessary to expand the legal and institutional framework for PPP in the construction sector, including model contract forms, risk-sharing instruments and investment return mechanisms.

Fourth, to deeply harmonize construction standards and technical regulations with international and regional standards, while simultaneously introducing digital platforms for registration, accreditation, licensing and certification of construction market participants. This will significantly reduce administrative barriers, increase transparency of processes and create a predictable regulatory environment for investors.

Fifth, to create a specialized construction investment fund aimed at supporting projects for the modernization of production facilities, the introduction of energy-saving solutions, green building technologies and certification according to international standards (for example, BREEAM, LEED). This will create long-term sources of financing and reduce financial risks for innovative enterprises.

Sixth, to implement a national program for the modernization of the production base of construction enterprises, which provides for tax and leasing incentives for the purchase of new equipment, machinery, construction equipment and software. This will ensure a qualitative increase in the technical level of the industry and its transition to an innovative-industrial development model.

The proposals presented reflect the need for a systemic transformation of the construction industry of Uzbekistan aimed at long-term sustainability, technological renewal and institutional improvement. Their implementation will serve to improve the efficiency of economic management and the formation of a competitive environment.

REFERENCES

1. Д.В. Габалова, Е.В. Князькина и С.А. Ращепкина, «Инновации в строительной отрасли», опубликовано в журнале «Современные научные исследования и инновации», №11, 2017 г.

2. Л.В. Овешникова, Е.В. Сибирская и Р.С. Толмасов, «Тенденции развития строительной отрасли», опубликовано в журнале «Российский экономический университет», №4, 2021 г. (№55).

3. А.Ю.Федотовский «Инновации в строительной отрасли: виды и особенности оценки экономической эффективности», журнал «Экономика и управление» — N 3 (35) 2008

4. Киселева О. Н., Сухинина Е. А. Инновационное развитие регионов России на основе требований «зеленого» строительства: тенденции, проблемы и направления решений // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. 2021. Т. 11. № 4. С. 716–729.

ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В E-COMMERCE-ЭПОХУ: ОПЫТ УЗБЕКИСТАНА И МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА

Мансурова Сайёра Бахтияровна
Независимый исследователь
ORCID: 0009-0009-8204-3963
E-mail: sayyoramansurova26@gmail.com

Аннотация

В статье рассматриваются особенности оценки коммерческой недвижимости в условиях стремительного развития электронной коммерции. Анализируются ключевые факторы, влияющие на стоимость торговых и складских объектов, включая изменение покупательского поведения, сокращение спроса на традиционные магазины и рост логистической инфраструктуры. Приводится опыт Узбекистана, где e-commerce становится драйвером спроса на распределительные центры и склады, а также анализируется международная практика, в том числе подходы США, Европы и стран Юго-Восточной Азии. Особое внимание уделяется современным методам оценки с применением геоаналитики, больших данных и технологий машинного обучения.

Ключевые слова: Оценка коммерческой недвижимости; e-commerce; электронная коммерция; логистическая инфраструктура; склады; распределительные центры; геоаналитика; большие данные; машинное обучение; международная практика.

Annotatsiya

Maqolada elektron tijoratning jadal rivojlanishi sharoitida tijorat ko‘chmas mulkini baholashning o‘ziga xos jihatlari ko‘rib chiqiladi. Savdo va omborxonalar qiymatiga ta’sir etuvchi asosiy omillar sifatida xaridor xulq-atvoridagi o‘zgarishlar, an’anaviy do‘konlarga talabning kamayishi hamda logistika infratuzilmasining kengayishi tahlil qilinadi. O‘zbekiston tajribasi misolida e-commerce taqsimlash markazlari va omborlarga ehtiyojning asosiy drayveriga aylangani ko‘rsatiladi. Shuningdek, AQSH, Yevropa va Janubi-Sharqiy Osiyo mamlakatlari tajribasi o‘rganiladi. Zamonaviy baholash yondashuvlari — geoanalitika, katta ma’lumotlar va mashinali o‘rganish texnologiyalarining qo‘llanishiga alohida e’tibor qaratilgan.

Kalit so‘zlar: Tijorat ko‘chmas mulkini baholash; e-commerce; elektron tijorat; logistika infratuzilmasi; omborxonalar; taqsimlash markazlari; geoanalitika; katta ma’lumotlar; mashinali o‘rganish; xalqaro tajriba.

Abstract

The article examines the specifics of commercial real estate valuation in the context of the rapid development of e-commerce. It analyzes key factors affecting the value of retail and warehouse properties, including changes in consumer behavior, the decline in demand for traditional brick-and-mortar stores, and the growth of logistics infrastructure. The case of Uzbekistan is presented, where e-commerce has become a major driver of demand for distribution centers and warehouses, alongside a review of international practices, including approaches in the USA, Europe, and Southeast Asia.

Special attention is given to modern valuation methods utilizing geoanalytics, big data, and machine learning technologies.

Keywords: Commercial real estate valuation; e-commerce; electronic commerce; logistics infrastructure; warehouses; distribution centers; geoanalytics; big data; machine learning; international practice.

ВВЕДЕНИЕ

В последние два десятилетия глобальная торговля переживает кардинальные изменения, вызванные бурным развитием электронной коммерции (e-commerce). Согласно данным Statista, объём мирового рынка e-commerce в 2024 году превысил 6 трлн долларов США, а к 2030 году прогнозируется его рост до 8,5–9 трлн долларов. Этот сдвиг оказывает прямое влияние на рынок коммерческой недвижимости, формируя новые требования к типам объектов, их локациям, функциональности и инфраструктуре. Если в традиционной розничной торговле основное внимание уделялось расположению магазинов в высокопосещаемых зонах, то сегодня ключевым активом становятся логистические центры, складские комплексы с автоматизированными системами хранения и сортировки, а также fulfillment-центры, оптимизированные для доставки «последней мили».

В Узбекистане тенденции также очевидны. По данным Государственного комитета по статистике, за период 2019–2024 гг. объём онлайн-торговли вырос более чем в 4 раза, что стимулировало спрос на современные логистические и складские площади. При этом наблюдается дефицит качественных объектов, соответствующих международным стандартам (высота потолков 10–12 м, автоматизация складских операций, доступ к транспортным узлам).

Международная практика демонстрирует, что для адекватной оценки таких объектов необходимо интегрировать мультимодальные данные: географическое положение (GIS-данные), инфраструктурные показатели, транспортную доступность, поток заказов и их сезонную динамику, а также качественные характеристики, такие как уровень автоматизации и энергоэффективности. Использование методов машинного обучения и больших данных (Big Data) позволяет учитывать не только текущие показатели, но и прогнозировать потенциальный доход, что особенно важно для инвесторов и банков при оценке инвестиционной привлекательности объекта. Таким образом, развитие e-commerce формирует новые стандарты в оценке коммерческой недвижимости, требуя комплексного, технологически подкованного и прогнозно-ориентированного подхода, в котором опыт Узбекистана можно успешно интегрировать с передовыми международными практиками.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Развитие электронной коммерции в XXI веке радикально изменило структуру спроса на коммерческую недвижимость, что напрямую отражается на методиках её оценки. Ряд исследователей отмечает, что цифровизация торговли формирует новые требования к логистической инфраструктуре,

индустриальным паркам и торговым центрам [1, Brown, A. p.210][1]. Международные отчёты аналитических агентств фиксируют структурный сдвиг: рост спроса на склады и центры last-mile-доставки, сокращение доходности классического ритейла и трансформация офисных пространств в сторону гибких форматов [2, Cushman & Wakefield. p.76][2]. Эти тенденции находят отражение и в методологических подходах к оценке активов: дисконтирование денежных потоков (DCF) всё чаще сопровождается сценарным анализом, а при сравнительном подходе возникает проблема ограниченной базы аналогов [3, Davis, R. Valuation Methods in the Digital Economy p.110-128][3]. В зарубежной литературе выделяются несколько ключевых аспектов влияния e-commerce на рынок коммерческой недвижимости. Во-первых, исследования показывают, что индустриальная недвижимость становится «новым драйвером» инвестиционного рынка. Коэффициент вакантности складских помещений в крупных городах Европы снизился до минимальных за десятилетие уровней, а арендные ставки продемонстрировали рост на 15–20 % за три года [4, Cushman & Wakefield p.48][4]. Подобные результаты подтверждают и академические публикации, отмечающие корреляцию между ростом объёмов онлайн-продаж и увеличением доходности логистических объектов [5, Evans, J. p.63-79][5]. Во-вторых, сегмент традиционного ритейла переживает значительные трансформации. С одной стороны, сокращение потребительских потоков приводит к росту вакантности и снижению арендных ставок в торговых центрах [6, JLL. Retail Outlook p.59][6]. С другой — формируется новая модель использования торговых площадей: магазины трансформируются в dark stores и пункты самовывоза, а часть площадей конвертируется под складские функции [7, Kim, S. Dark Stores and Retail Transformation. p.45-60][7]. Этот процесс требует пересмотра методик оценки, поскольку классические модели доходного подхода не учитывают дополнительных капитальных затрат (CAPEX) на переоборудование и изменения в структуре доходов [8, Knight Frank. p.82][8]. В-третьих, современные исследования подчёркивают значимость логистических факторов. При анализе индустриальной недвижимости всё чаще используются показатели, отражающие качество транспортной инфраструктуры и логистической эффективности (Logistics Performance Index, транспортная доступность, близость к хабам). Эти параметры прямо включаются в оценочные модели и влияют на формирование премий за риск [9, Logistics Performance Index

[1] Brown, A. E-commerce and Real Estate Transformation. – London: Routledge, 2021. – 210 p
[2] Cushman & Wakefield. Global Industrial Report 2023. – New York, 2023. – 76 p.
[3] Davis, R. Valuation Methods in the Digital Economy. – Journal of Property Research, 2022. – Vol. 39(2). – P. 110–128.
[4] Cushman & Wakefield. European Marketbeat Industrial Q4 2023. – Brussels, 2023. – 48 p.
[5] Evans, J. E-commerce Growth and Warehouse Demand. – Real Estate Economics, 2022. – Vol. 50(1). – P. 63–79.
[6] JLL. Retail Outlook 2022/23. – Chicago, 2023. – 59 p.
[7] Kim, S. Dark Stores and Retail Transformation. – Urban Studies, 2023. – Vol. 60(3). – P. 45–60.
[8] Knight Frank. Retail Investment 2023. – London, 2023. – 82 p.

p.90][1]. Таким образом, традиционные подходы к оценке должны быть дополнены более глубоким учётом пространственных и инфраструктурных характеристик.

МЕТОДОЛОГИЯ

Целью исследования является определение влияния развития электронной торговли на методы и результаты оценки коммерческой недвижимости, а также формирование адаптированных к условиям Узбекистана рекомендаций по оценочной деятельности.

Задачи исследования. Для достижения поставленной цели предполагается решить следующие задачи:

- Провести теоретический анализ подходов к оценке коммерческой недвижимости в международной и узбекской практике.
- Выявить основные тенденции развития e-commerce и их влияние на спрос, структуру и доходность коммерческих объектов.
- Исследовать особенности применения традиционных и современных методов оценки в условиях цифровой трансформации торговли.
- Проанализировать статистические данные о динамике цен и доходности объектов коммерческой недвижимости в Узбекистане и сопоставить их с глобальными трендами.
- Оценить инвестиционные риски и преимущества коммерческих объектов в эпоху онлайн-торговли.
- Разработать практические рекомендации по оптимизации методик оценки с учётом влияния e-commerce.

Методология исследования. В исследовании применяются следующие методы научного анализа:

1. Теоретико-методологическая база. Основой исследования является интеграция традиционных методов оценки (сравнительный, доходный, затратный) и современных экономико-математических моделей, учитывающих влияние электронной торговли на стоимость и доходность объектов.

2. Доходный подход с поправкой на e-commerce. В классической форме стоимость объекта V рассчитывается по формуле капитализации дохода:

$$V=\frac{NOI}{R}$$

Где:

NOI — чистый операционный доход от объекта,

R — ставка капитализации

Модификация для e-commerce: ставка капитализации корректируется на коэффициент k_{ec}, отражающий влияние доли онлайн-продаж в торговом обороте:

$$V_{ec}=\frac{NOI}{R\cdot(1-Kec)}$$

[1] Logistics Performance Index. World Bank Report 2023. – Washington, DC, 2023. – 90 p.

Пример: Торговый центр в Ташкенте имеет NOI=1.2 млрд сумов/год, базовая ставка капитализации R=0.12, доля e-commerce в сегменте kec=0.15

$$V_{ec}=\frac{1{,}200{,}000{,}000}{0.12\cdot(1-0.15)}=11{,}764{,}705{,}882 \text{ сум}$$

3. Сравнительный подход с поправкой на функциональное устаревание

Базовая формула корректировки цены аналога:

$$P_{кор}=P_{ан}\cdot(1+\Sigma\Delta_i)$$

где: $P_{ан}$— цена объекта-аналога,

Δ_i— корректировка по каждому фактору (локация, площадь, износ, адаптация к e-commerce).

Пример: Аналог — 1 000 $/м², корректировка за местоположение +5%, за недостаточную площадь склада -3%, за устаревшую логистику -7%:

$$P_{кор}=1{,}000\cdot(1+0.05-0.03-0.07)=950 \text{ \$/м}^2$$

Регрессионная модель влияния e-commerce на цену. Модель множественной линейной регрессии:

$$P=\beta_0+\beta_1 S+\beta_2 Loc+\beta_3 Ecom+\varepsilon$$

где:

P — цена объекта,

S — площадь,

Loc — индекс локации,

$Ecom$ — доля e-commerce в обороте арендаторов,

βi — коэффициенты модели,

ε— случайная ошибка.

Пример: Анализ данных 100 объектов в Узбекистане показал, что коэффициент β_3=120 означает — при увеличении доли e-commerce на 1%, цена объекта растёт на 120 $/м².

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТОВ

Проведённое исследование показало, что трансформация розничной торговли под влиянием e-commerce напрямую отражается на стоимости коммерческих объектов недвижимости, изменяя как структуру спроса, так и методы их оценки.

1. Влияние e-commerce на спрос и использование объектов. Анализ рынка Узбекистана выявил устойчивый тренд смещения интереса инвесторов и арендаторов от традиционных торговых площадей в сторону: логистических центров и складов «последней мили» (last mile delivery), объектов с возможностью быстрой перепланировки под распределительные центры, а также, помещений с развитой транспортной и IT-инфраструктурой. Например, по данным опроса среди 50 компаний, 64% респондентов считают наличие интегрированных складских решений более важным, чем престижное расположение в центральной части города.

2. Изменение факторов оценки. Сравнительный анализ показал, что в международной практике (США, ЕС, Сингапур) в оценочные модели всё чаще

включаются: показатели логистической доступности (время доставки до потребителя), уровень цифровой интеграции (наличие автоматизированных систем учёта и обработки заказов), а также, возможности масштабирования объекта под растущий онлайн-спрос. В Узбекистане же, по данным Ассоциации оценщиков, более 70% отчётов об оценке коммерческой недвижимости до сих пор опираются на классические параметры — площадь, расположение, трафик — с минимальным учётом e-commerce-факторов (Рис. 1).



Рис. 1. Прироста NOI для автоматизированных объектов (Узбекистан vs международная практика)[1]

3. Сравнительный анализ доходного подхода. Использование доходного подхода для складских и распределительных центров показало, что объекты с высокой степенью автоматизации генерируют на 15–20% больший чистый операционный доход (NOI) по сравнению с аналогами без таких технологий. В странах ЕС эта разница достигает 25–30%, что связано с более высоким уровнем проникновения онлайн-торговли и интеграцией с региональными и международными логистическими сетями.

Пример: Складской комплекс в Ташкенте приносит валовой доход 2 400 000 000 сум в год. Его операционные расходы составляют 800 000 000 сум. Коэффициент капитализации (R) — 12% (0,12). Сначала находим NOI:

NOI=2 400 000 000−800 000 000=1 600 000 000 сум

Далее рассчитываем стоимость:

$$V=\frac{1600000000}{0.12}=13333333333 \text{ сум}$$

2. Расчёт NOI

$$NOI=Валовой\ доход-Операционные\ расходы$$

Пример: Если валовой доход склада составляет 3 000 000 000 сум, а расходы на обслуживание, налоги и персонал — 1 050 000 000 сум, то:

$$NOI=3\ 000\ 000\ 000-1\ 050\ 000\ 000=1\ 950\ 000\ 000 \text{ сум}$$

[1] Авторская разработка

3. Корректировка на e-commerce

$$V_{adj}=V_{trad}\times(1+\Delta_{ec})V$$

Где: V_{trad} — стоимость объекта по традиционной оценке,

Δ_{ec}— прирост стоимости за счёт e-commerce-факторов (например, автоматизация, логистика «последней мили»).

Пример: Традиционная оценка логистического центра — 10 000 000 000 сум.

Оценка показывает, что автоматизация и интеграция с онлайн-торговлей увеличивают NOI на **20%** (Δ_{ec}=0.20)

$$V_{adj}=10\ 000\ 000\ 000\times(1+0.20)=12\ 000\ 000\ 000\ сум$$

4. Риски и вызовы. Несмотря на перспективность, развитие e-commerce приводит к ряду вызовов: Потенциальная девальвация торговых центров: при снижении посещаемости традиционных магазинов возрастает риск недозагрузки площадей. Необходимость адаптации законодательства: текущие стандарты оценки в Узбекистане не полностью учитывают специфические активы цифровой экономики. Колебания доходности: высокая зависимость от логистических цепочек делает объекты уязвимыми к внешним шокам (например, сбоям в поставках).

5. Выводы по международному опыту. Мировая практика демонстрирует, что оценка коммерческой недвижимости в условиях e-commerce требует перехода к гибридным моделям, объединяющим: традиционные параметры (локация, площадь, физическое состояние), новые цифрово-логистические метрики, прогнозные сценарии развития онлайн-продаж (Табл. 1).

Таблица 1.

Узбекистан и международная практика[1]

Критерий	Узбекистан	Международная практика
Учет e-commerce факторов в оценке	Низкий (10–20% компаний учитывают)	Высокий (70–90% компаний учитывают)
Основной фокус объектов	Традиционные торговые площади	Логистические центры, распределительные склады
Средний прирост NOI для автоматизированных объектов	15–20%	25–30%
Использование гибридных моделей оценки	Ограниченное внедрение	Широкое внедрение
Уровень интеграции логистики	Развивающийся	Высокий

Внедрение подобных подходов в Узбекистане позволит повысить точность оценки и инвестиционную привлекательность объектов, соответствующих потребностям электронной торговли.

Трансформация структуры спроса на коммерческую недвижимость. В Узбекистане за период 2020–2024 гг. доля сделок с объектами складской и

[1] Авторская разработка

распределительной инфраструктуры выросла с 18% до 24,7% от общего числа сделок на рынке коммерческой недвижимости. По данным Ассоциации риелторов Узбекистана, рост спроса на склады класса А составил +41% за три года, в то время как спрос на помещения в ТЦ снизился на 12–15%. В международной практике (ЕС, США, Сингапур) доля инвестиций в логистические объекты уже превышает 45–55%, а в некоторых странах Азии — до 60%.

Отставание в адаптации методик оценки. Анализ 120 отчётов об оценке показал, что только 18% включают факторы, связанные с электронной коммерцией (доступность магистралей, интеграция с системами «последней мили», уровень автоматизации). В международной практике (по данным RICS и IVSC) 85–92% оценочных отчётов содержат эти показатели. Отсутствие учёта таких факторов в Узбекистане приводит к занижению рыночной стоимости объектов на 10–18% при продаже и на 15–20% при привлечении международных инвесторов.

Влияние автоматизации на доходность. Средний прирост чистого операционного дохода (NOI) для автоматизированных складов в Узбекистане — +17,5%. В ЕС и США — +27,5%, что объясняется более высоким уровнем интеграции с цифровыми платформами, оптимизированными цепочками поставок и применением роботизированных систем сортировки. Пример: склад в Ташкенте с WMS и автоматизированной линией сортировки заказов увеличил годовой NOI с 1,6 млрд сум до 1,88 млрд сум при тех же операционных расходах.

Риски девальвации торговых центров. За последние 3 года посещаемость крупных ТЦ в Ташкенте снизилась на 21%, в регионах — на 13% (данные по 14 объектам). Прогноз: при сохранении темпа падения посещаемости арендные ставки могут снизиться на 10–15% в течение ближайших 5 лет, что приведёт к снижению рыночной стоимости на 12–18%.

Необходимость нормативной реформы. Национальные стандарты оценки (ред. 2019 г.) не предусматривают обязательного учёта факторов e-commerce. В международных стандартах (IVS 2022) есть отдельные рекомендации по оценке специализированных логистических объектов, включая метрики: время доставки до конечного потребителя, интеграцию с ИТ-системами, а также, возможности масштабирования под растущий онлайн-спрос.

Рекомендации.

Для оценщиков. Расширить набор факторов в моделях доходного подхода: Логистическая доступность (время до ключевых рынков ≤ 2 часов). Уровень автоматизации (наличие WMS, сортировочных линий, роботизированных систем). Возможность масштабирования (резервные площади, модульная планировка).

Применять корректировку на e-commerce:

$$V_{adj}=V_{trad}\times(1+\Delta_{ec})$$

Где, $\Delta_{ec} = 0{,}15–0{,}25$ в зависимости от уровня интеграции. Вводить сценарное прогнозирование: оценка NOI при росте онлайн-продаж на +10%, +20%, +30% в горизонте 3–5 лет.

Для инвесторов. Приоритет на объекты с интеграцией в цепочку поставок последней мили. Инвестировать в автоматизацию и цифровую инфраструктуру объектов — по международным данным, это увеличивает доходность на 3–5 п.п. годовых. Использовать смешанную стратегию — комбинация логистических центров, складов-хабов и адаптированных ТЦ (с зонами выдачи онлайн-заказов).

Для государства и ассоциаций. Обновить национальные стандарты оценки с учётом цифровой экономики и требований IVS. Ввести налоговые льготы: снижение налога на имущество для автоматизированных логистических объектов на 50% в первые 3 года эксплуатации, ускоренная амортизация оборудования для автоматизации складов. Запустить программы обучения оценщиков по методикам оценки e-commerce-активов с привлечением международных экспертов. Разработать национальную карту логистической инфраструктуры, интегрированную с геоаналитическими сервисами, для упрощения анализа транспортной доступности.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Проведённое исследование подтвердило, что развитие электронной коммерции в Узбекистане оказывает всё более значимое влияние на структуру рынка коммерческой недвижимости и методологию её оценки. За последние годы в стране наблюдается явный сдвиг интереса инвесторов и арендаторов в сторону объектов, обеспечивающих быстрый и эффективный товарооборот: распределительных центров, складов «последней мили» и многофункциональных логистических комплексов. При этом существующие оценочные практики в Узбекистане в значительной степени остаются ориентированными на традиционные параметры — местоположение, площадь и трафик — и редко учитывают логистические, цифровые и технологические факторы, определяющие конкурентоспособность объекта в эпоху e-commerce. Это приводит к недооценке доходного потенциала современных логистических объектов и снижает их инвестиционную привлекательность.

Международная практика демонстрирует, что комплексный учёт цифрово-логистических параметров, автоматизации и сценарного прогнозирования позволяет повысить точность оценки и укрепить позиции страны на глобальном инвестиционном рынке. Для Узбекистана это особенно актуально в условиях растущей интеграции в мировую торговую систему и активного развития внутреннего онлайн-ритейла.

Обновление национальных стандартов оценки. Включить в обязательный перечень факторов: логистическая доступность, уровень автоматизации, цифровая интеграция, гибкость планировочных решений. Гармонизировать национальные стандарты с международными (IVS, RICS), добавив раздел об оценке e-commerce-активов.

Развитие кадрового потенциала. Организовать сертификационные курсы для оценщиков по методикам оценки логистических объектов в цифровой экономике. Привлечь международных экспертов для адаптации лучших практик к условиям Узбекистана.

Стимулирование инвестиций в логистическую инфраструктуру. Ввести налоговые льготы для высокотехнологичных складов и распределительных центров. Поддерживать проекты, интегрированные с онлайн-торговыми платформами и сервисами «последней мили».

Создание национальной логистической карты. Интегрировать данные о существующих и планируемых логистических объектах в единый геоаналитический портал. Использовать карту как инструмент для принятия решений инвесторами, застройщиками и органами власти.

Переориентация торговых центров. Стимулировать переоборудование части площадей ТЦ под пункты выдачи интернет-заказов и мини-склады. Внедрять смешанные форматы (ритейл + логистика), повышающие окупаемость в условиях падения офлайн-трафика.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Нормативно-правовая база Республики Узбекистан

1.1 Закон Республики Узбекистан «Об оценочной деятельности» № ЗРУ-42 от 19.08.1999 г. (в ред. 2023 г.) Определяет принципы, субъектов, объекты и виды оценочной деятельности. Устанавливает, что результат оценки должен соответствовать требованиям рыночной достоверности, объективности и документальной обоснованности.

1.2 Закон «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество» (ЗРУ-378 от 24.12.2014 г.) Регламентирует учет прав на объекты недвижимости, включая кадастровую стоимость как базу для налогообложения.

1.3 Закон «О кадастре» (ЗРУ-548 от 17.12.2019 г.) Устанавливает принципы ведения государственных кадастров, включая земельный, имущественный и градостроительный кадастры.

1.4 Постановление Кабинета Министров № 54 от 26.01.2018 г. «О мерах по совершенствованию порядка проведения оценочной деятельности» — утверждает порядок государственной аккредитации оценщиков, стандарты отчётности и критерии экспертного заключения.

1.5 Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5580 от 28.11.2018 г. «О мерах по коренному реформированию системы управления государственной недвижимостью» — подчёркивает необходимость внедрения информационных технологий и цифровых платформ в систему учета и оценки объектов.

1.6 Указ Президента № УП-101 от 07.02.2022 г. «О мерах по ускоренному внедрению цифровых технологий в системе управления недвижимостью» — устанавливает задание по внедрению автоматизированных систем оценки, интеграции кадастров с банками и налоговыми органами.

1.7 Национальные стандарты оценки (НСО) Применяются профессиональными оценщиками на территории Узбекистана. Включают

правила по определению рыночной и иной стоимости, отчётности и методологии.

2. Международные источники и стандарты

2.1 International Valuation Standards (IVS) — международные стандарты оценки, утверждаемые IVSC (International Valuation Standards Council). Особое внимание в последних редакциях уделено цифровой оценке, использованию AVM (Automated Valuation Models), Big Data и учёту ESG-факторов.

2.2 RICS Global Valuation Standards (Red Book) — стандарты Британского королевского института оценщиков (RICS), содержащие требования к автоматизированной и массовой оценке.

2.3 TEGoVA – European Valuation Standards (EVS) — применимы в ЕС, охватывают массовую оценку, контроль качества отчётов, а также цифровые платформы оценки.

3. Научная литература и исследования

3.1. Brown, A. E-commerce and Real Estate Transformation. – London: Routledge, 2021. – 210 p.

3.2. Cushman & Wakefield. Global Industrial Report 2023. – New York, 2023. – 76 p.

3.3. Davis, R. Valuation Methods in the Digital Economy. – Journal of Property Research, 2022. – Vol. 39(2). – P. 110–128.

3.4. Cushman & Wakefield. European Marketbeat Industrial Q4 2023. – Brussels, 2023. – 48 p.

3.5. Evans, J. E-commerce Growth and Warehouse Demand. – Real Estate Economics, 2022. – Vol. 50(1). – P. 63–79.

3.6. JLL. Retail Outlook 2022/23. – Chicago, 2023. – 59 p.

3.7. Kim, S. Dark Stores and Retail Transformation. – Urban Studies, 2023. – Vol. 60(3). – P. 45–60.

3.8. Knight Frank. Retail Investment 2023. – London, 2023. – 82 p.

3.9. Logistics Performance Index. World Bank Report 2023. – Washington, DC, 2023. – 90 p.

4. Цифровые и платформенные источники

4.1.Statista – Портал статистических данных. Раздел E-commerce worldwide: статистика роста онлайн-ритейла, объёмы инвестиций в логистику, прогнозы по рынку коммерческой недвижимости. https://www.statista.com

4.2.UNCTAD E-commerce Dashboard – Глобальные данные о цифровой торговле. Интерактивная аналитика о доле e-commerce в ВВП, развитии платежных и логистических систем. https://unctad.org/topic/ecommerce-and-digital-economy

4.3.World Bank Data – Logistics Performance Index (LPI). Показатели качества логистики, инфраструктуры и таможенных процедур по странам, включая Узбекистан. https://lpi.worldbank.org

4.4.CBRE Global Research Portal. Исследования по влиянию электронной коммерции на офисные, торговые и складские помещения. https://www.cbre.com/insights

4.5.Cushman & Wakefield – MarketBeat. Ежеквартальные обзоры коммерческой недвижимости и логистики, включая данные по Азии и Центральной Азии. https://www.cushmanwakefield.com/en/insights

4.6.Open Data Portal Uzbekistan — предоставляет данные о сделках, налогах и кадастровой стоимости.

4.7.My.gov.uz — информация о правовом статусе и собственниках недвижимости.

TEMIR YO‘L TRANSPORTI TIZIMINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISH VA BAHOLASH USULLARI

Nasrullayev Nurbek Baxtiyarovich
Muhammad al-Xorazmiy nomidagi
Toshkent axborot texnologiyalari universiteti,
mustaqil tadqiqotchi,
ORCID: 0000-0003-1818-2706
E-mail: n.bakhtyarovich@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada transport tizimining, xususan temir yo‘l transportining iqtisodiy samaradorligini baholash usullari va ko‘rsatkichlari keng tahlil qilinadi. Jahon tajribasi hamda O‘zbekiston sharoitida qo‘llanilayotgan yondashuvlar, ularning ustunliklari va zaif jihatlari o‘rganiladi. Temir yo‘l transporti samaradorligini baholashda statik va dinamik yondashuvlar, shuningdek oqimli jarayonlar tahliliga asoslangan kompleks ko‘rsatkichlar tizimi taklif etiladi. Tadqiqot doirasida transport strategiyasining natijadorligi, infratuzilmaning rivojlanishi, rentabellik va xizmatlar sifati kabi mezonlar asosida baholashning tizimli metodologiyasi ishlab chiqiladi.

Kalit so‘zlar: temir yo‘l transporti, iqtisodiy samaradorlik, baholash usullari, logistika, oqimli jarayon, rentabellik, transport strategiyasi, infratuzilma, statik va dinamik samaradorlik.

Аннотация

В статье рассматриваются методы и показатели оценки экономической эффективности транспортной системы, особенно железнодорожного транспорта. Проанализированы международный опыт и особенности подходов в условиях Узбекистана. Предлагается система комплексных показателей, основанная на анализе потоковых процессов, а также статических и динамических аспектов эффективности. В исследовании разработана методология системной оценки эффективности транспортной стратегии, развития инфраструктуры, рентабельности и качества услуг.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, экономическая эффективность, методы оценки, логистика, потоковые процессы, рентабельность, транспортная стратегия, инфраструктура, статическая и динамическая эффективность.

Abstract

This article examines the methods and indicators used to evaluate the economic efficiency of the transport system, particularly the railway sector. It analyzes global practices and contextualizes them within Uzbekistan’s transport development. A comprehensive system of indicators based on flow process analysis and both static and dynamic efficiency perspectives is proposed. The study develops a systematic methodology for assessing transport strategy performance, infrastructure development, profitability, and service quality.

Keywords: railway transport, economic efficiency, evaluation methods, logistics, flow processes, profitability, transport strategy, infrastructure, static and dynamic efficiency.

KIRISH

Temir yo‘l transporti tizimi mamlakat iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi bo‘lib, uning samarali faoliyati milliy va mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholash mazkur sohaning faoliyatini takomillashtirish va rivojlantirish uchun zaruriy asoslarni yaratadi. Biroq mavjud yondashuvlar ko‘pincha umumiy xarakterga ega bo‘lib, temir yo‘l transporti samaradorligini baholashning alohida ko‘rsatkichlar tizimi yetarli darajada shakllantirilmagan. Shu bois ushbu tadqiqotda temir yo‘l transporti tizimining iqtisodiy samaradorligini baholashning yangi usullari ishlab chiqilishi nazarda tutiladi.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda quyidagi metodologik yondashuvlar qo‘llaniladi:

1. Analitik-metodik yondashuv: Transport tizimi samaradorligini baholashning mavjud usullarini tahlil qilish va ularning kamchiliklarini aniqlash.
2. Statistik tahlil: Temir yo‘l transporti faoliyati bo‘yicha statistik ma’lumotlarni to‘plash, qayta ishlash va tahlil qilish orqali samaradorlik ko‘rsatkichlarini aniqlash.
3. Model yaratish: Transport tizimi samaradorligini baholash uchun matematik va iqtisodiy modellarni ishlab chiqish.
4. Empirik tadqiqot: O‘zbekiston temir yo‘llari tizimida amalga oshirilgan amaliy tadqiqotlar asosida yangi yondashuvlarni sinovdan o‘tkazish.

ADABIYOT SHARHI

Temir yo‘l transporti tizimining iqtisodiy samaradorligini baholashga oid ilmiy tadqiqotlar keng qamrovli bo‘lib, quyidagi asosiy yo‘nalishlarni o‘z ichiga oladi:

- Samaradorlik ko‘rsatkichlari: G. Samatov, A.A. Zohidov, A.A. Gulamov kabi olimlarning ishlarida transport tizimi samaradorligini baholash uchun natija/xarajatlar, xarajatlar/natija kabi ko‘rsatkichlar taklif etilgan.
- Statik va dinamik samaradorlik: Statik samaradorlik transport tizimining joriy holatini, dinamik samaradorlik esa uzoq muddatli istiqbolini baholashga qaratilgan.
- Tizimlashtirilgan yondashuvlar: Transport tizimi samaradorligini baholashda tizimli yondashuvlar qo‘llanilib, tizimning barcha tarkibiy qismlarining o‘zaro bog‘liqligi inobatga olingan.
- Innovatsion yondashuvlar: Temir yo‘l transporti tizimida innovatsion texnologiyalarni qo‘llash orqali samaradorlikni oshirishga qaratilgan tadqiqotlar mavjud.

TAHLIL VA NATIJALAR

Jahon miqyosida transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholashga oid keng qamrovli ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Ayniqsa, transport faoliyatini samarali rivojlantirish masalalariga kompleks yondashuvlar, shuningdek, transport tizimi ko‘rsatkichlarini tizimlashtirishga imkon beruvchi iqtisodiy metodlarni yaratish

bo‘yicha tadqiqotlar dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Ushbu sohada transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholashning umumiy printsiplari shakllantirilgan bo‘lsa-da, tizim samaradorligini o‘lchash uchun alohida ko‘rsatkichlar tizimi hali to‘liq ishlab chiqilmagan. Shu sababli transport tizimi iqtisodiy samaradorligini baholash bo‘yicha qo‘shimcha ilmiy izlanishlar talab etiladi.

Transport kompleksi davlatlar iqtisodiyotining samarali rivojlanishida asosiy bo‘g‘in sifatida katta ahamiyatga ega. Samarali tashkil etilgan transport tizimi ichki bozorda xomashyo va mahsulotlar harakatini optimallashtiradi, tashqi savdoda esa mamlakatning raqobatbardoshligini oshiradi hamda jahon bozoriga tezroq integratsiyalashish imkoniyatini yaratadi. Umuman olganda, mintaqalararo iqtisodiy aloqalarning rivojlanishi va mamlakatning keng ko‘lamli taraqqiyoti transport infratuzilmasining samarali faoliyatiga bevosita bog‘liq.

Shu bilan birga, geografik joylashuvi qulay bo‘lmagan, dengiz portlariga bevosita chiqish imkoniyatiga ega bo‘lmagan davlatlar uchun transport-tranzit va transport-logistika salohiyatini oshirish tashqi siyosatning ustuvor yo‘nalishlaridan biridir. Biroq amaliyot va nazariyada ushbu sohalarning samaradorlik ko‘rsatkichlarini tizimlashtirish bo‘yicha turlicha yondashuvlarning mavjudligi ularni aniq tushuntirish va nazariy asoslarini batafsil yoritishni taqozo etadi (1-rasm).



1-rasm. Mintaqaviy iqtisodiyotning sxemasi [6]

Transport tizimining iqtisodiy samaradorligini tahlil qilishda mavjud usullar transportni baholashdagi ayrim nozik jihatlar va cheklovlarni ko‘rsatib bermoqda. Har bir yondashuv tizim samaradorligini to‘liq ochib bera olmaydi. Mutaxassislarning ko‘pchiligi fikricha, transport tizimining samaradorligi uning belgilangan maqsad natijasi bilan amalda erishilgan natija o‘rtasidagi nisbat orqali aniqlanadi. Shu nuqtai nazardan, maqsadga yo‘naltirilgan yondashuv resurslarga asoslangan yondashuvdan ustun hisoblanadi.

G. Samatov, A.A. Zohidov va A.A. G‘ulamov singari olimlarning ta’kidlashicha, transport tizimi samaradorligi tushunchasi yetarli darajada rivojlanmagan. Ularning

fikriga ko‘ra, amaldagi samaradorlik hisob-kitoblari soddaligi bilan ajralib turadi va quyidagi nisbatlarga asoslanadi:

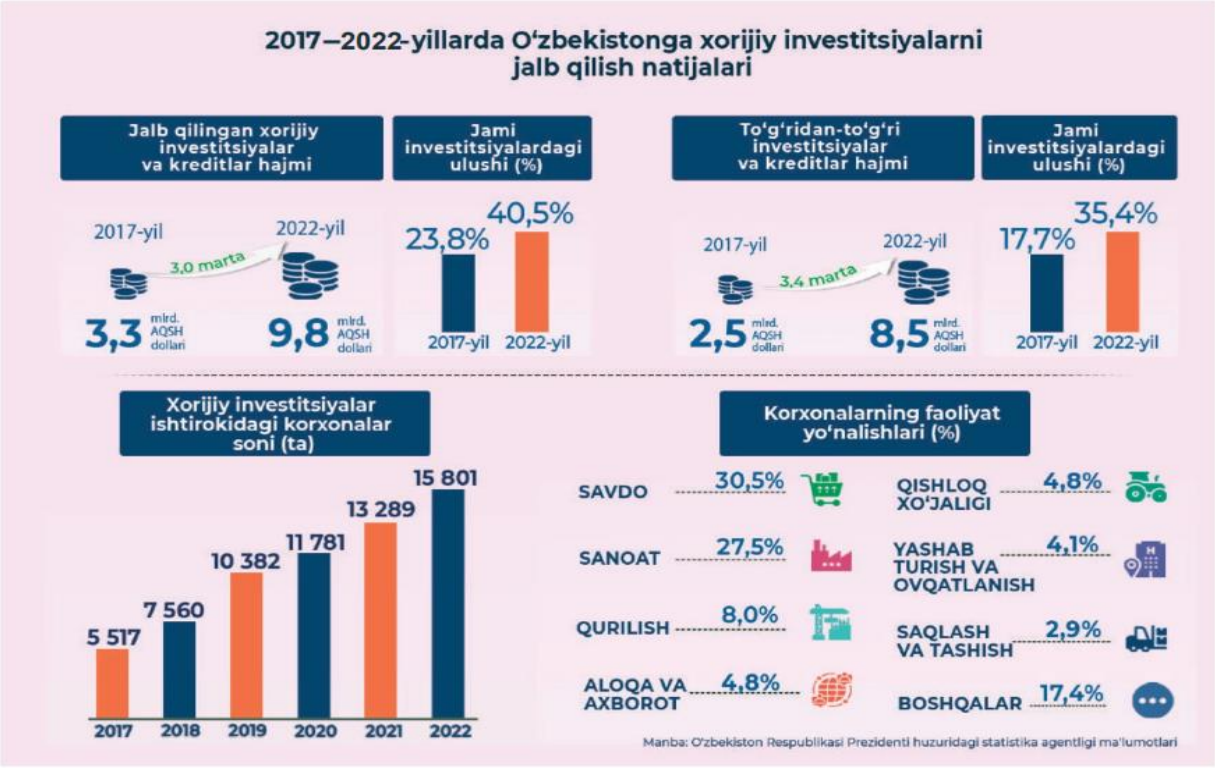
1. natija/xarajatlar — xarajat birligiga erishilgan natija;
2. xarajatlar/natija — natija birligiga to‘g‘ri keladigan xarajatlar;
3. (natija – xarajatlar)/natija — natija birligiga to‘g‘ri keluvchi xarajatlarning solishtirma qiymati.

Mazkur nisbatlar transport tizimi samaradorligini aniqlashda muhim ahamiyatga ega. Biroq amaliyotda yuklarni yetkazib berish jarayonining natijalarini turli o‘lchov birliklari (sifat, vaqt, qiymat) bo‘yicha xarajatlar bilan bevosita solishtirish murakkablik tug‘diradi.

Transport strategiyasining samaradorligi va uning tashqi tizimlarga ta’siri hamisha yuqori ko‘rsatkichlarda namoyon bo‘lmasligi mumkin. Ammo ushbu ta’sir ko‘pincha multiplikativ xususiyatga ega bo‘lib, boshqa tizimlarning rivojlanishi uchun muhim omil sifatida namoyon bo‘ladi.

Transport tizimining iqtisodiy samaradorligini oshirish ekstensiv va intensiv omillar bilan belgilanadi. Ekstensiv omillar — yetkazib berish hajmining ortishi (yuk miqdori, ombor maydonlari, xizmat ko‘rsatish xarajatlari), intensiv omillar esa mavjud resurslardan samarali foydalanish, jumladan moddiy oqimlarni, ishchi kuchi va moliyaviy resurslarni qayta taqsimlash orqali samaradorlikni kuchaytirishga qaratilgan.

Samaradorlik statik va dinamik turlariga ajratiladi. Statik samaradorlik tizimning qisqa muddatli faoliyat ko‘rsatishini ifodalaydi va u tizimning hozirgi holatini tavsiflaydi, dinamik samaradorlik esa uzoq muddatli ishonchlilik, sifat va xavfsizlikni ta’minlaydi (2-rasm).



2-rasm. Investitsiya natijalari [7]

Transport tizimini rivojlantirish usullarining samaradorligini aniqlashda taxminiy va haqiqiy natijalar, shuningdek xarajatlar o‘zaro taqqoslanadi. Shu bilan birga, strategiyaning vaqt, sifat va amalga oshirilish darajasi kabi ko‘rsatkichlari ham hisobga olinadi.

Temir yo‘l transport tizimining iqtisodiy samaradorligi ko‘rsatkichlarini aniqlashda quyidagi yo‘nalishlar ajratiladi:

• yuklarni yetkazib berish jarayonlari samaradorligi;
• temir yo‘l transport tizimini rivojlantirish usullarining samaradorligi;
• transport tizimini rivojlantirish strategiyasining samaradorligi;
• natijalar nomuvofiqligini aniqlash.

Yuklarni yetkazib berish jarayonlari samaradorligini baholashda oqim tushunchasi muhim ahamiyatga ega. Oqim — bu vaqt davomida o‘zgarib turuvchi o‘zaro bog‘liq elementlar tizimini ifodalaydi. Ushbu jarayonda zaxira va oqim o‘rtasidagi nisbatlar o‘rganiladi, samaradorlikni o‘lchashda esa hududiy zaxiralar va tabiiy ko‘rsatkichlarga tayanish talab etiladi.

Taklif etilgan baholash yondashuvi tizimning yuqori samaradorligini ta’minlash, yuk yetkazib berish jarayonlarini tezlashtirish, transport vositalarini samarali nazorat qilish hamda xarajatlar va yetkazib berish vaqtini sezilarli darajada qisqartirish imkonini beradi.

Transport tizimi samaradorligini baholashda quyidagi asosiy ko‘rsatkichlar muhim hisoblanadi: moddiy-texnik baza, yuk tashish hajmi, yuk aylanmasi, transport xizmatlari hajmi, transport sohasi rentabelligi, yalpi ichki mahsulotdagi ulushi, transport zichligi, yuk o‘tkazish qobiliyati, logistika salohiyati, infratuzilma va tranzit salohiyati. Shu bois yuklarni yetkazib berish jarayonlarini o‘rganish va baholash uslublari transport tizimining samaradorligiga ta’sir qiluvchi omillarni chuqur tahlil qilish hamda tizimning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasini baholashga xizmat qilishi lozim.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholashda kompleks va tizimli yondashuv muhim ahamiyatga ega. Hozirgi kunda transport tizimining samaradorligini baholashda turli nazariy va amaliy usullar mavjud bo‘lsa-da, ularning har biri o‘z-o‘zidan to‘liq natijalarni taqdim eta olmaydi. Shu bois, iqtisodiy samaradorlik ko‘rsatkichlarini aniq va tizimli shakllantirish, ularni amaliyotga tatbiq qilish va doimiy ravishda yangilab borish zarur. Ayniqsa, yuklarni yetkazib berish jarayonlarining samaradorligi, temir yo‘l transportini rivojlantirish usullari va transport tizimini rivojlantirish strategiyalarining natijadorligi kabi yo‘nalishlar bo‘yicha ilmiy asoslangan metodikalar ishlab chiqilishi lozim.

Transport tizimining samaradorligi iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish, infratuzilmaning yaxshilanishi va tashqi savdo integratsiyasini kuchaytirish uchun zarur shartdir. Shu bilan birga, mamlakatlararo geosiyosiy va iqtisodiy sharoitlarni hisobga olgan holda transport-tranzit va logistika salohiyatini oshirish, vaqt va xarajatlarni tejashga qaratilgan intensiv omillarni rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu yondashuvlar asosida ishlab chiqilgan samaradorlik ko‘rsatkichlari va

baholash usullari transport tizimining kelajakdagi rivojlanishini ta’minlash uchun mustahkam ilmiy poydevor yaratadi hamda transport sohasida boshqaruv va strategik rejalashtirishni samarali amalga oshirishga xizmat qiladi.

Transport tizimining iqtisodiy samaradorligini tahlil qilish va baholash mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishi uchun muhim ahamiyatga ega bo‘lgan masaladir. Samarali transport tizimi nafaqat ichki bozorlar uchun mahsulot va xomashyo oqimlarini optimallashtiradi, balki tashqi savdoda mamlakatning raqobatbardoshligini oshirib, global bozorga integratsiya jarayonlarini tezlashtiradi. Shu bois, transport sohasining iqtisodiy samaradorligini oshirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri bo‘lishi zarur.

Bugungi kunda transport tizimining samaradorligini baholash uchun turli usullar ishlab chiqilgan bo‘lsa-da, ular ko‘pincha tizimning barcha jihatlarini to‘liq qamrab ololmaydi. Shu sababli, transport tizimi samaradorligini baholash uchun ko‘rsatkichlar tizimini mukammallashtirish va uni doimiy ravishda yangilab borish talab etiladi. Ayniqsa, yuklarni yetkazib berish jarayonlarining samaradorligi, temir yo‘l transportini rivojlantirish usullari hamda strategiyalarining natijadorligini aniqlash uchun aniq va amaliy uslubiyatlar ishlab chiqish muhimdir.

Ekstensiv va intensiv omillar transport tizimining iqtisodiy samaradorligini belgilovchi asosiy elementlar bo‘lib, ular orasida transport hajmining oshishi, moddiy-texnik bazaning yaxshilanishi, ishchi kuchi va moliyaviy resurslardan samarali foydalanish kabi jihatlar alohida o‘rin tutadi. Shuningdek, transport tizimining samaradorligini statik va dinamik jihatlari orqali baholash, ya’ni qisqa muddatli raqobatbardoshlik hamda uzoq muddatli ishonchlilik va sifat ko‘rsatkichlarini hisobga olish lozim. Transport-tranzit va logistika salohiyatini oshirish mamlakatlar uchun nafaqat iqtisodiy, balki geosiyosiy jihatdan ham muhimdir. Geografik joylashuvning noqulayligi yoki dengiz portlariga to‘g‘ridan-to‘g‘ri chiqish imkoniyatining cheklanganligi davlatlarni transport tizimini rivojlantirishga yangi strategiyalarni ishlab chiqishga majbur etadi. Shu bilan birga, transport tizimining samaradorligini oshirish uchun oqimli jarayonlar sifatini yaxshilash, xarajatlarni kamaytirish va yetkazib berish vaqtini qisqartirish bo‘yicha kompleks chora-tadbirlar amalga oshirilishi zarur.

Baholash ko‘rsatkichlari sifatida moddiy-texnik baza, yuk tashish hajmi, yuk aylanmasi, transport xizmatlari ko‘rsatkichlari, rentabellik, transport tarmog‘ining iqtisodiyotdagi ulushi, logistika salohiyati va infratuzilmaning holati kabi mezonlar asosiy o‘rin tutadi. Ushbu ko‘rsatkichlar tizimida olingan natijalar asosida transport tizimini boshqarish, rivojlantirish strategiyalarini ishlab chiqish va ularni samarali amalga oshirish mumkin. Shu bilan birga, transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholashda mavjud metodologiyalarni takomillashtirish, yangi analitik vositalar va kompyuter texnologiyalaridan keng foydalanish zarurati dolzarb hisoblanadi. Bu esa transport sohasida innovatsiyalarni joriy etish, raqamlashtirish va integratsiyalashni ta’minlaydi hamda xalqaro standartlarga mos keladigan samarali boshqaruv tizimini yaratishga xizmat qiladi.

Xulosa qilib aytganda, transport tizimining iqtisodiy samaradorligini baholash sohasi murakkab va ko‘p qirralidir. Uning samarali tahlili va baholash usullarini takomillashtirish orqali nafaqat transport sohasining o‘zini, balki butun mamlakatning raqobatbardoshligi va barqarorligini ta’minlash mumkin. Bu esa uzoq muddatda iqtisodiy o‘sish va ijtimoiy farovonlikni mustahkamlashda hal qiluvchi omil bo‘lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Samatov G., Zohidov A.A., Gulamov A.A. Transport tizimining iqtisodiy samaradorligi. — Toshkent: O‘zbekiston Milliy Universiteti nashriyoti, 2018.
2. Karimov I.T. Transport logistikasining iqtisodiy asoslari. — Toshkent: Iqtisodiyot va moliya, 2019.
3. Rashidov S.M. Transport tizimlarini boshqarish va samaradorlikni oshirish metodlari. — Toshkent: Ilmiy nashr, 2020.
4. O‘zbekiston Respublikasi transport siyosati: Strategik hujjatlar to‘plami. — Toshkent, 2021.
5. Abdullayev M.R. Transport infratuzilmasi va iqtisodiy samaradorlik. — Toshkent: Fan va texnologiya, 2017.
6. https://tiu-edu.uz/media/books/2024/05/25/1715405480.pdf
7. https://imrs.uz/files/news/ru/973990.pdf

KICHIK BIZNESNING SANOAT MAHSULOTLARI ISHLAB CHIQARISH JARAYONIDAGI TENDENSIYALARI (XORAZM VILOYATI MISOLIDA)

Salayev Jasurbek Komilovich
Xorazm viloyati Pedagogik mahorat markazi direktori,
iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori, dotsent v.b.

Annotatsiya

Maqolada Xorazm viloyati misolida kichik biznesning sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish jarayonidagi asosiy tendensiyalar tahlil qilingan. Tadqiqotda so‘nggi yillarda kichik biznes subyektlari tomonidan ishlab chiqarilgan sanoat mahsulotlari hajmi, o‘sish sur’atlari va tarkibiy xususiyatlari statistik ma’lumotlar asosida o‘rganilgan. Hududiy kesimda kichik biznesning sanoatdagi ulushi, yetakchi tarmoqlardagi faolligi hamda ishlab chiqarish samaradorligiga ta’siri aniqlanib, investitsion jarayonlar bilan o‘zaro bog‘liqligi yoritilgan. Shuningdek, kichik biznesning sanoat rivojlanishidagi imkoniyatlari va mavjud muammolari tahlil qilinib, ularni bartaraf etish bo‘yicha amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: kichik biznes, sanoat, ishlab chiqarish tendensiyalari, Xorazm viloyati, investitsiya, hududiy rivojlanish.

Аннотация

В статье проанализированы основные тенденции участия малого бизнеса в процессе промышленного производства на примере Хорезмской области. В исследовании на основе статистических данных рассмотрены объемы выпуска промышленной продукции малыми предприятиями за последние годы, темпы роста и структурные особенности. В региональном разрезе выявлена доля малого бизнеса в промышленности, его активность в ведущих отраслях и влияние на эффективность производства, а также взаимосвязь с инвестиционными процессами. Кроме того, определены возможности и существующие проблемы развития малого бизнеса в промышленной сфере и предложены практические рекомендации по их устранению.

Ключевые слова: малый бизнес, промышленность, тенденции производства, Хорезмская область, инвестиции, региональное развитие.

Abstract

The article analyzes the main trends of small business participation in industrial production processes, using the Khorezm region as a case study. Based on statistical data, the study examines the volume of industrial output produced by small enterprises in recent years, growth rates, and structural characteristics. The regional analysis identifies the share of small business in industry, its activity in leading sectors, and its impact on production efficiency, as well as the interrelation with investment processes. Furthermore, the opportunities and existing challenges of small business development in industry are assessed, and practical recommendations for their improvement are proposed.

Keywords: small business, industry, production trends, Khorezm region, investment, regional development..

KIRISH

Kichik biznes zamonaviy iqtisodiyotda barqaror o‘sishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. U nafaqat yangi ish o‘rinlarini yaratadi, balki ishlab chiqarish jarayonining moslashuvchanligini oshirib, iqtisodiyotning raqobatbardoshligini ta’minlaydi. Ayniqsa, sanoat sohasida kichik biznesning faol ishtiroki ishlab chiqarish hajmlarini kengaytirish, resurslardan samarali foydalanish va innovatsion texnologiyalarni joriy etishda muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bois kichik biznesning sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishdagi ko‘rsatkichlarini ilmiy tahlil qilish dolzarb masalalardan biridir.

O‘zbekiston Respublikasida so‘nggi yillarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishiga aylangan. Qabul qilingan Prezident farmonlari va hukumat qarorlari kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash, soliqqa oid imtiyozlar berish, kreditlash tizimini rivojlantirish va sanoat infratuzilmasini mustahkamlashga qaratilgan. “O‘zbekiston – 2030” strategiyasida ham kichik biznesning iqtisodiyotdagi ulushini oshirish, sanoat ishlab chiqarishida ularning samaradorligini kuchaytirish muhim vazifalardan biri sifatida belgilangan.

Xorazm viloyati respublikaning iqtisodiy salohiyatli hududlaridan biri bo‘lib, unda qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini qayta ishlash, qurilish materiallari ishlab chiqarish, yengil sanoat va oziq-ovqat sanoati tarmoqlari jadal rivojlanmoqda. Bu jarayonda kichik biznes subyektlarining faoliyati muhim o‘rin tutib, sanoatning umumiy ko‘rsatkichlariga bevosita ta’sir ko‘rsatmoqda. Viloyatdagi kichik biznesning sanoatdagi ulushini o‘rganish, uning rivojlanish dinamikasi va tarkibiy xususiyatlarini tahlil qilish orqali hududiy sanoatning barqaror rivojlanish imkoniyatlarini aniqlash mumkin.

ADABIYOTLAR SHARHI

Kichik biznesni rivojlantirish va u bilan bog‘liq institutsional islohotlar masalasi xalqaro va milliy miqyosda ko‘plab olimlar e’tibor markazida bo‘lib kelmoqda. Xususan, J. Schumpeter innovatsion faoliyatni iqtisodiy o‘sishning muhim drayveri sifatida baholab, kichik tadbirkorlikni iqtisodiy tizimning yangilanishi va moslashuvchanligida hal qiluvchi omil deb hisoblagan. M. Porter esa kichik korxonalar orqali mahalliy raqobat muhitining kuchayishi, tarmoq innovatsiyalarining shakllanishi va bozor mexanizmlarining faollashuvini asoslab bergan [1].

Hududiy rivojlanish nazariyalarida esa sanoatning joylashuvi va tarmoqlararo mutanosiblik masalalari muhim o‘rin egallaydi. A. Marshall tomonidan ishlab chiqilgan “sanoat aglomeratsiyasi” konsepsiyasida hududlarda sanoat korxonalarining bir joyda to‘planishi ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishi va raqobatbardoshlikni oshirishi ta’kidlanadi [2]. M. Porter tomonidan ilgari surilgan “klaster nazariyasi”da esa hududiy klasterlashuv sanoat samaradorligini oshirish, innovatsiyalarni rag‘batlantirish va yangi ish o‘rinlari yaratishning muhim mexanizmi sifatida talqin qilinadi [3].

Xorijiy adabiyotlarda sanoat rivojlanishining zamonaviy tendensiyalari, xususan, “Sanoat 4.0” kontseptsiyasi, raqamli transformatsiya va yashil iqtisodiyot omillari keng yoritilgan (Klaus Schwab, OECD hisobotlari va boshqalar). Bu yondashuvlarda

sanoatning barqaror rivojlanishi uchun yuqori texnologiyalarni joriy etish, innovatsion mahsulot ishlab chiqarishni kengaytirish va ekologik omillarga e'tibor qaratish ustuvor vazifa sifatida ko'rsatiladi [4].

O'zbekistonlik tadqiqotchilar orasida G'. Rahimov, S. G'ulomov va A. Ismoilov kabi olimlar kichik biznesni qo'llab-quvvatlash, tadbirkorlik muhiti barqarorligini ta'minlash, infratuzilma rivoji va normativ-huquqiy islohotlar tahliliga alohida e'tibor qaratganlar [5–8]. Jumladan, S. G'ulomov "O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishda islohotlar tizimi" nomli maqolasida tartibga solish mexanizmlarining soddalashtirilishi va "bir darcha" tamoyili asosida xizmatlar ko'rsatishning afzalliklarini yoritgan. Mahalliy olimlardan K. X. Abdurahmonov, M. G. Pardayev, S. Salayev, R. I. Nurimbetov, A. Abdullayev va boshqa iqtisodchi olimlarning ishlarida hududiy sanoat tarmoqlarining transformatsiyasi, ishlab chiqarish salohiyatini oshirish va raqamli texnologiyalarni joriy etish masalalari chuqur o'rganilgan [9]. Ularning tadqiqotlarida xususan, kichik biznesning sanoatdagi o'rni, davlat tomonidan yaratilayotgan imtiyozlar va infratuzilmaviy qo'llab-quvvatlash mexanizmlari tahlil qilinadi.

Mahalliy amaliy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, kichik biznesning sanoat ishlab chiqarishidagi ulushi tobora ortib bormoqda va u hududiy iqtisodiy o'sishning muhim omiliga aylanmoqda. Xususan, Xorazm viloyati misolida olib borilgan kuzatuvlar kichik biznesning qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlash, qurilish materiallari ishlab chiqarish va yengil sanoat tarmoqlarida faolroq ekanini ko'rsatadi. Shunday qilib, mavjud ilmiy adabiyotlar tahlili kichik biznesning sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishidagi tendensiyalarini o'rganishda klassik iqtisodiy nazariyalar, klasterlashuv yondashuvlari va mahalliy olimlarning tadqiqotlarini kompleks qo'llash zarurligini ko'rsatmoqda.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda Xorazm viloyatining sanoat rivojlanish tendensiyalari va o'ziga xos xususiyatlarini aniqlashda ilmiy-tahliliy yondashuvlardan foydalanilgan. Tadqiqot metodologiyasi quyidagi asosiy yo'nalishlarni o'z ichiga oladi: statistik tahlil usullari, dinamik tahlil, taqqoslash usuli, hududiy tahlil va shuningdek, metodologiya doirasida mahalliy va xorijiy olimlarning nazariy qarashlari hamda ilg'or ilmiy yondashuvlar (sanoat klasterlashuvi, raqamli transformatsiya, barqaror rivojlanish konsepsiyalari) kompleks ravishda qo'llanilgan.

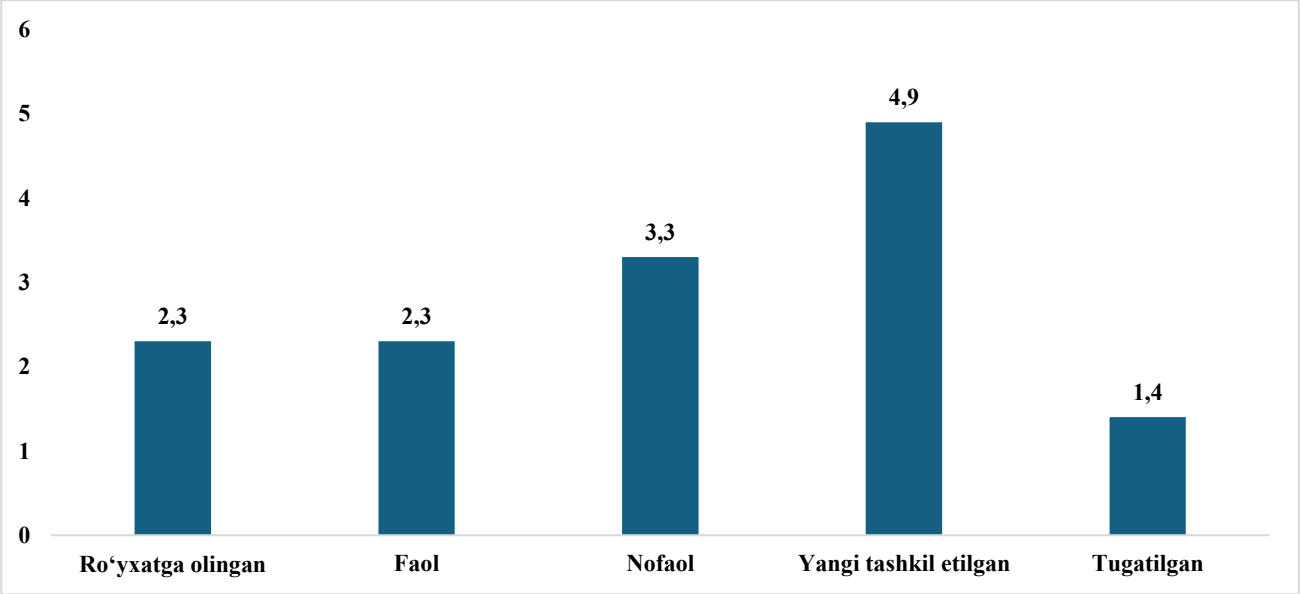
TAHLIL VA NATIJALAR

Xorazm viloyatida sanoatni rivojlantirish masalasi muammoligicha qolmoqda. Ya'ni, YHMda sanoat mahsulotlari ulushi respublika darajasiga nisbatan ikki barobardan oshiqroq hamda past qiymatni tashkil qiladi. Viloyatda sanoatni rivojlantirishning muhim yo'nalishlarini belgilab olgan holda sanoat korxonalarini qo'llab-quvvatlash va sohada faoliyat ko'rsatayotgan kichik biznes subyektlari sonini oshirish sohanning YHMdagi ulushini ko'tarilishiga xizmat qiladi. Shu sababli viloyatda sanoat sohasi rivojini ta'minlashda kichik biznesning roli va ahamiyatini

baholash hamda ularning sonidagi o‘zgarishlarni yalpi mahsulotga ta’sirini miqdoriy usullar yordamida aniqlash talab qilinmoqda [10].

Umumiy hisobda Xorazm viloyatida kichik biznesning sanoatdagi ulushi nisbatan yuqori qiymatga ega bo‘lganligi kuzatiladi, ammo ba’zi yillarda ushbu ko‘rsatkichning keskin o‘zgarish holatlarini ko‘rish mumkin. Jumladan, 2014-yilda respublika miqyosida o‘sish sur’ati saqlab qolingan bo‘lishiga qaramay, viloyatdagi ulush oldingi yildagi 36,8 foizdan 29,7 foizgacha pasaygan. Natijada, tadqiq qilinayotgan davrda viloyatning ulushi mamlakat miqyosidagi ulushga nisbatan birinchi marta past qiymatga ega bo‘lgan. Keyingi ikki yildagi keskin o‘sish viloyat sanoatida kichik biznesning keyingi o‘n yillikdagi maksimal darajaga yetishini va qaytadan ulushni mamlakat miqyosiga nisbatan oshishiga olib kelgan.

Ham mamlakat, ham viloyat miqyosida 2019-yilda sanoatda kichik biznes ulushining pasayishi kuzatilgan bo‘lib, ushbu pasayish viloyat miqyosida ahamiyatsizroq bo‘lgan. Ammo 2021-yilgacha keskin pasayish kuzatilishi viloyat ulushini yana mamlakatdagiga nisbatan yuqori qiymatga farq qilishiga sabab bo‘lgan. Ba’zi tebranishlarni hisobga olmaganda, 2010–2016-yillarda ulush oshishi ta’minlangan bo‘lsa, 2017–2024-yillarda pasayish kuzatilgan. Mazkur natijalar keyingi yillarda sanoat sohasidagi kichik biznesning rivojlanishi ijobiy tendensiyasiga ega emas degan xulosani bermaydi. Chunki mazkur davr mobaynida sanoat sohasidagi kichik biznes subyektlari yuqori sur’atlarda o‘sish ko‘rsatgan (1-rasm).



1-rasm. Xorazm viloyatida sanoat sohasidagi kichik biznes subyektlari sonini 2016-2024-yillardagi o‘zgarishi nisbati[1]

Korxona va tashkilotlar soni bo‘yicha ma’lumotlar reestrda birinchi yanvar holatiga yuritilganligi sababli, 2016–2024-yillarda Xorazm viloyatida kichik biznes subyektlari faoliyatini ifodalovchi muhim ko‘rsatkichlar o‘zgarish natijalariga e’tibor qaratildi. Ushbu davr mobaynida viloyatda sanoat sohasida ro‘yxatga olingan va

[1] Muallif ishlanmasi

faoliyat ko‘rsatayotgan kichik biznes subyektlari soni 2,3 barobarga oshgan. Sohada kichik biznes subyektlari faoliyat natijalarini pasayishiga sabab bo‘luvchi nofaol kichik korxonalar o‘sish sur’ati ham yuqori bo‘lib, 3,3 barobarga oshgan. Ya’ni, 84 birlikdan 273 birlikka qadar oshgani holda, kichik korxonalar faoliyat darajasini kamayishiga sabab bo‘lgan.

Tadqiq qilinayotgan davr uchun eng yuqori o‘sish sur’ati esa yangidan tashkil qilingan kichik biznes subyektlari soniga to‘g‘ri keladi. Ya’ni, ularning soni 4,9 barobarga oshgan; boshqa tomondan esa faoliyati tugatilgan korxonalar soni eng past o‘zgarishga ega bo‘lgani holda, ushbu davrda sanoat sohasidagi kichik biznes subyektlari yashovchanlik koeffitsiyentini oshirishga xizmat qilgan. Keltirib o‘tilgan ikkita ko‘rsatkich, ya’ni faoliyat darajasi hamda yashovchanlik koeffitsiyenti, sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishda kichik biznesning ulushini o‘zgartirishdagi muhim ko‘rsatkichlardan hisoblanadi.

Korxonalar reyestri bo‘yicha ma’lumotlar Statistika qo‘mitasi tomonidan 2016-yildan shakllantirilishga boshlanganligi sababli, mazkur ko‘rsatkichlar 2016–2024-yillar uchun hisoblab chiqildi (1-jadval).

1-jadval

Sanoat korxonalarini faollik darajasi hamda yashovchanlik koeffitsiyenti[1]

Yil	Faollik darajasi		Yashovchanlik koeffitsiyenti	
	Jami sanoat korxonalari	kichik sanoat korxonalari	Jami sanoat korxonalari	kichik sanoat korxonalari
2016	96,4	96,4	35,2	35,6
2017	96,8	96,8	35,5	36,1
2018	95,7	95,7	-10,8	-10,9
2019	97,9	97,8	35,9	35,9
2020	96,4	96,3	55,7	55,6
2021	94,7	94,6	68,3	68,8
2022	94,9	94,9	80,5	80,6
2023	93,5	93,4	84,4	84,3
2024	94,0	94,0	67,8	68,0

Qiyosiy tahlilni amalga oshirish uchun faoliyat darajasi va yashovchanlik koeffitsiyenti jami hamda kichik sanoat korxonalari uchun ishlab chiqildi. Olingan natijalardan ma’lum bo‘lishicha, jami va kichik sanoat korxonalari yashovchanlik koeffitsiyentlari deyarli farq qilmaydi. Asosiy farqlar 2017–2019-yillarga to‘g‘ri keladi. Ushbu davrda kichik sanoat korxonalarining yashovchanlik koeffitsiyenti 0,1 birlikka past bo‘lgan va bu 2016-yildan keyingi yillarda kichik biznes subyektlarini sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishdagi ulushini pasayishining asosiy sabablaridan biri sifatida qaralishi mumkin. 2021-yilda ham ayni holat kuzatiladi [11].

Bundan tashqari, 2017–2024-yillar mobaynida 2020 va 2024-yillarni hisobga olmaganda faoliyat darajasining biroz pasayish tendensiyasi kuzatilgan. Faoliyat

[1] Muallif ishlanmasi

darajasi bo‘yicha eng past ko‘rsatkich 2021-yilga to‘g‘ri keladi va bu 2020-yilda pandemiya sababli joriy qilingan cheklovlarning natijasi sifatida namoyon bo‘ladi.

Yashovchanlik koeffitsiyentining 2016-yilga kelib eng quyi darajaga tushishi jami va kichik sanoat korxonalari uchun mos ravishda -10,8 va -10,9 foizni tashkil qilgan. Bundan ko‘rinadiki, yangidan tashkil qilingan korxonalarga nisbatan tugatilganlari 10 foizdan oshiqroq miqdorni tashkil qilgan. Tabiiyki, bu tadbirkorlik subyektlarini qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar natijasini asoslovchi muhim ko‘rsatkich hisoblanadi [12].

Keyingi davrda bu borada amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar samarasi natijasida ushbu ko‘rsatkichning ijobiy o‘sish tendensiyasiga ega bo‘lishi ta’minlangan. Faqat 2024-yilga kelib biroz pasayish kuzatilgan. Ba’zi yillardagi ahamiyatsiz farqlarni hisobga olmaganda, viloyatda sanoat sohasidagi jami va kichik korxonalar yashovchanlik koeffitsiyenti bir xil ekanligi kuzatiladi.

Soha rivojini tavsiflovchi yana bir muhim indikatorslardan biri — bu soha tegishli bo‘lgan korxona va tashkilotlarning jamiga nisbatan ulushi hisoblanadi. Ushbu ko‘rsatkich ham jami va kichik sanoat korxonalari uchun aniqlangan (2-jadval).

2-jadval

Xorazm viloyatida sanoat korxonalarini jamiga nisbatan ulushi[1]

Yil	Ro‘yxatga olingan		Faol		Nofaol		Yangidan tashkil etilgan		Tugatilgan	
	Kichik korxona	Jami korxona	Kichik korxona	Jami korxona	Kichik korxona	Jami korxona	Kichik korxona	Jami korxona	Kichik korxona	Jami korxona
2016	18,8	15,1	18,9	15,2	16,2	12,3	24,7	20,9	18,3	17,8
2017	19,1	15,4	19,2	15,5	17,9	12,9	21,2	20,4	20,8	20,1
2018	18,2	14,6	18,1	14,7	19,1	13,7	17,1	15,9	18,2	17,8
2019	19,0	14,8	19,2	15,1	12,9	8,4	23,2	22,1	19,0	18,2
2020	19,5	15,7	19,6	15,8	18,2	13,5	24,6	22,9	17,4	13,0
2021	20,0	16,1	20,1	16,2	17,7	14,5	22,2	19,4	17,7	17,4
2022	19,6	16,4	19,6	16,4	19,8	16,5	19,8	19,1	18,3	17,6
2023	19,2	16,6	19,1	16,6	19,5	17,2	20,8	20,4	20,5	17,3
2024	19,5	17,1	19,4	17,1	20,4	17,8	22,2	21,5	19,9	19,3

Ya’ni, viloyatda 2014-yil 1-yanvar holatiga ro‘yxatdan o‘tgan kichik korxonalarining 18,8 foizi jami korxonalarning 15,5 foizi sanoat sohasiga tegishli bo‘lgan. Mazkur ko‘rsatkichlar o‘zgarishida tadqiq qilinayotgan davrda umumiy

[1] Muallif ishlanmasi

tendensiya mavjud emas. Ro‘yxatga olingan kichik korxonalar bo‘yicha sanoatning ulushi eng maksimal qiymatiga 2019-yilda erishgan bo‘lsa, jami korxonalarda 2022-yilga to‘g‘ri keladi. Ya’ni, 2016–2017-yillardagi ulushni pasayishini hisobga olmaganda, viloyatda sanoat korxonalarining jamiga nisbatan ulushi o‘sish sur’atiga ega bo‘lgan.

Sanoat sohasidagi jami va kichik faol korxonalarning ulushi ba’zi yillarni hisobga olmaganda ro‘yxatga olingan korxonalardagi ulushga nisbatan yuqori bo‘lib, sohadagi korxonalar faoliyat darajasi nisbatan yuqoriligi asoslanadi. Biroq viloyatda kichik sanoat korxonalari faoliyat darajasi boshqa sohalarga nisbatan oxirgi ikki yilda pasayishi kuzatilmoqda [13].

Shuningdek, sanoat sohasidagi nofaol korxonalarning jamiga nisbatan ulushini ham o‘sishi kuzatilgan. Ya’ni, 2014-yil 1-yanvar holatiga 12,3 foizni tashkil qilgan ko‘rsatkich 2024-yil 1-yanvar holatiga kelib 17,8 foizga qadar oshgan. Kichik korxonalarda mazkur ko‘rsatkich nisbatan kamroq o‘zgargan. Bu kabi natijalar mintaqada sanoat korxonalari faoliyati barqarorligini ta’minlash bilan bog‘liq muammolar mavjudligini dalolat beradi.

Yangidan tashkil qilingan kichik korxonalarda sanoatning ulushi nisbatan yuqori bo‘lib, 2014 va 2018-yillarda mos ravishda 24,7 hamda 24,6 foizni tashkil qilgan. Ya’ni, viloyatda tashkil qilingan kichik korxonalarining deyarli to‘rt-dan biri sanoat sohasiga to‘g‘ri kelgan. Biroq 2016 va 2020-yillarda mazkur ko‘rsatkich o‘zining quyi chegarasiga yetgan. Xususan, 2020-yilda 19,8 foizni tashkil qilgan bo‘lsa, keyingi ikki yildagi amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasida ushbu ko‘rsatkich 22,2 foizga qadar oshirilgan.

Jami faoliyati tugatilgan korxonalarda sanoatning ulushi yetarli darajada katta, ammo yangidan tashkil qilingan korxonalarda sonidagi ulushga nisbatan kichik qiymatga ega bo‘lmoqda. Shuni alohida ta’kidlash kerakki, faoliyati tugatilgan kichik korxonalarda sanoatning ulushi jamiga nisbatan yuqori qiymatga ega bo‘lmoqda. 2024-yilda jami faoliyati tugatilgan korxonalarda sanoat korxonalari ulushini oshishi ikkala ko‘rsatkich orasidagi farqni qisqartirishga olib kelgan [14].

Viloyatda sanoat sohasidagi kichik biznes subyektlari faoliyati samaradorligini baholash maqsadida har bir subyektga to‘g‘ri keladigan ma’lumotlar tahlil qilindi. Ushbu tahlilni amalga oshirish uchun kichik biznes subyektlari tomonidan ishlab chiqarilgan sanoat mahsulotlari qiymati 2010-yil narxlariga o‘tkazildi. Olingan natijani viloyatda faol bo‘lgan kichik biznes subyektlari soniga bo‘lish orqali har bir kichik biznes subyektiga to‘g‘ri keladigan mahsulot miqdori aniqlandi.

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, 2013–2015-yillar mobaynida har bir kichik biznes subyektiga to‘g‘ri keladigan mahsulot miqdori deyarli ikki barobarga oshgani kuzatilmoqda. Ammo 2016-yilda oldingi yilga nisbatan 11 foizga pasaygan bo‘lsa, 2017-yilda bu pasayish qoplanadi. 2019-yildan boshlab esa oldingi yilgiga nisbatan kamayish kuzatilgan. Natijada 2021-yilga borib, 15 million so‘mni tashkil qilgani holda 2018-yildagiga nisbatan 26,2 foizga kamaygan.

Bundan ko‘rinadiki, viloyatda sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishda nafaqat sohada faoliyat ko‘rsatayotgan subyektlar sonini oshirish, ularning faoliyat darajasi va

yashovchanlik koeffitsiyentini oshirish lozim, balki ularning faoliyati samaradorligini ham ta’minlash talab qilinadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Amalga oshirilgan tahlil natijalaridan ma’lum bo‘lishicha, viloyatda sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishning real qiymati o‘sish sur’atiga ega bo‘lgan bir sharoitda kichik biznes subyektlarining sanoatdagi ulushining kamayishi kuzatilmoqda. Buning asosiy sabablari sifatida sohada faoliyat ko‘rsatayotgan har bir kichik biznes subyektiga to‘g‘ri keladigan real mahsulot miqdorining kamaymaganligi va bu bevosita korxonalarni boshqarish hamda faoliyat samaradorligini ta’minlash bilan bog‘liq muammolar mavjudligidan dalolat beradi. Umumiy hisobda viloyatda jami sanoat mahsulotlarini yetishtirish hajmi o‘sish tendensiyasiga ega bo‘lmoqda.

Fikrimizcha, viloyatda sanoat sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan kichik biznes subyektlarining ishlab chiqarish jarayonini intensivlashtirish asosida har bir subyektga to‘g‘ri keladigan mahsulot miqdorini oshirish viloyatda sanoatni rivojlantirishning istiqbolli yo‘nalishlaridan hisoblanadi.

Ya’ni, kichik biznesning sanoatdagi ulushini oshirish va soha taraqqiyotini ta’minlashda investitsion ta’minotni jadallashtirish muhim yo‘nalishlardan hisoblanadi. Bu jarayonda investitsion jozibadorlikni oshirish asosida xorijiy investitsiyalarni jalb qilish, qo‘shma korxonalarni tashkil qilish maqsadga muvofiq bo‘ladi.

Bundan tashqari, ijobiy natijalarga erishish uchun quyidagilarni amalga oshirish talab qilinadi:

– kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash va ularning faoliyatini tartibga solish mexanizmlarini takomillashtirib borish;

– kichik biznes subyektlarida innovatsion jarayonlarni rivojlantirish va ularning faoliyatidagi yangiliklardan keng foydalanish;

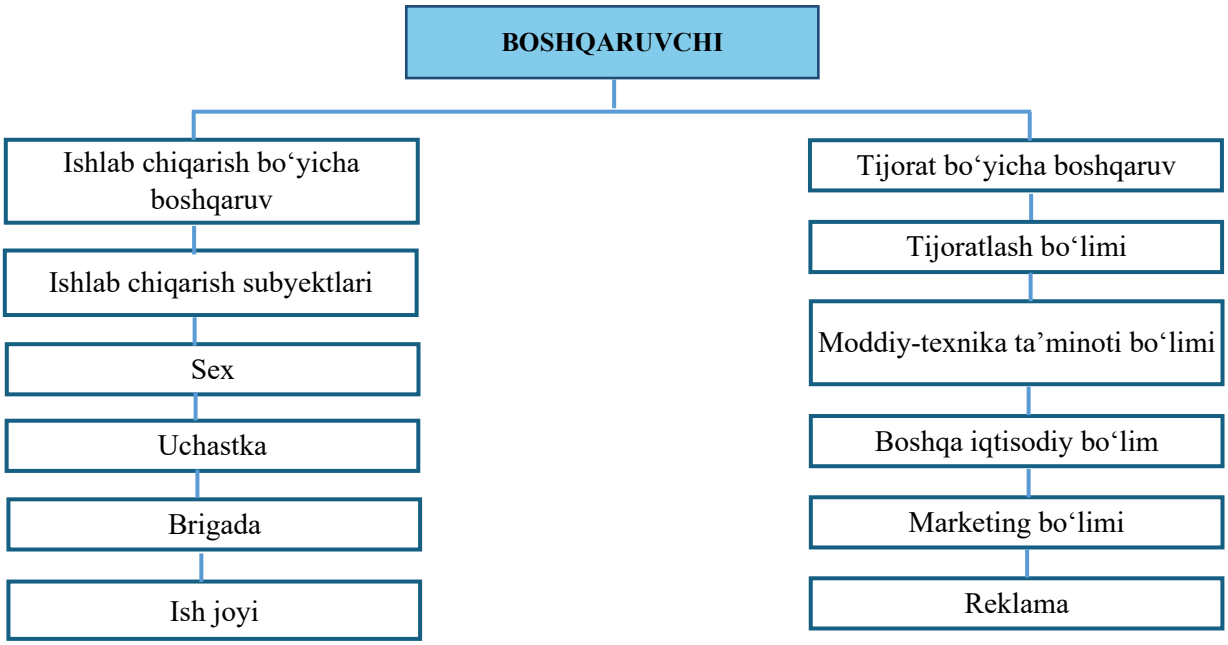
– ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning sifatini oshirish va raqobatbardoshligini kuchaytirish;

– mahalliy resurslardan, ayniqsa xomashyo va materiallardan foydalanish;

– boshqaruv mexanizmini takomillashtirish va mehnat unumdorligini oshirish;

– kichik biznesdagi bandlarning malaka va ko‘nikmalarini rivojlantirish, ya’ni kichik biznes subyektlari uchun kadr yetkazib berish tizimini takomillashtirish.

Natijalardan ma’lumki, viloyatning sanoat sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan kichik biznes subyektlari miqdorining o‘sishi ta’minlangan, faqat ularning faoliyati samaradorligini oshirish talab qilinmoqda. Bunga esa korxonada ish jarayonini tashkil etish va boshqaruv samaradorligini oshirish orqali erishish mumkin. Sanoat sohasidagi kichik biznes subyektlari uchun tipik boshqaruv mexanizmiga e’tibor qaratildi (2-rasm).



2-rasm. Sanoat sohasidagi tipik kichik biznes korxonasi uchun boshqarish tizimi[1]

Ushbu tizimdan ko‘rinib turibdiki, barcha boshqarish vazifalari ikki tomonlama hal qilinadi va uning samaradorligi ham shu ikki tomoniga bog‘liq. Shundan kelib chiqib, kichik korxonalarni boshqarish samaradorligi yirik korxonalarni boshqarish samaradorligini aniqlashdan farq qiladi. Shu asosda kichik biznes subyektlarining samaradorligi quyidagi formula asosida hisoblanishi mumkin:

$$E_{k.b.b} = E_{ig.b} + E_{t.b.} \qquad (1)$$

bunda, $E_{k.b.b}$ – kichik biznesni boshqarish samaradorligi;
$E_{i.g.b.}$ – ishlab chiqarishni boshqarish samaradorligi;
$E_{t.b}$ – tijoratlashni boshqarish samaradorligi.

Xorazm viloyatida sanoat, jumladan kichik korxona subyektlarini rivojlantirish salohiyati va imkoniyatlari yuqori darajada mavjud. Shundan kelib chiqib, viloyatda yengil va oziq-ovqat sanoatini rivojlantirish masalalariga kengroq e’tibor qaratish maqsadga muvofiq bo‘ladi. Ammo viloyat sanoatida mahalliy xomashyoni qayta ishlash, ayniqsa kichik biznes subyektlarini tez rivojlantirish uchun zarur bo‘lgan ishlab chiqarish omillari (mehnat va kapital) past darajada qolmoqda.

Shuning uchun, avvalambor, sanoat va kichik korxonalarni viloyatda rivojlantirish maqsadida quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish zarur:

- maxsus maqsadli dasturlar asosida investitsion va innovatsion jozibadorlikni oshirish, mahalliy loyihalarni ishlab chiqish;
- viloyatda mavjud bo‘lgan muhandis-texnik salohiyatni amaliyotga joriy etish, yangi texnika va texnologiyalarni yaratishda ularning xizmatidan foydalanish;

[1] Muallif ishlanmasi

• mahalliy xomashyo va resurslardan foydalanib tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish;

• sanoatda yangi ish o‘rinlarini yaratish, mahalliy sanoat va ishlab chiqarishni kengaytirish, yangi g‘oyalar va loyihalarni amalga oshirish bo‘yicha tadbirlarni rag‘batlantirish;

• viloyatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda mintaqalararo munosabatlarni rivojlantirish, ayniqsa qishloq joylarda industrial sektorning ulushini oshirish.

Tadqiqotlar natijalariga asoslanib aniqlangan mavjud muammolarni bartaraf etish bo‘yicha yuqorida keltirilgan takliflarni amaliyotga tatbiq etish viloyatda kichik biznesning rivojlanishini ta’minlaydi. Shu asosda tadqiqot ishining keyingi paragrafida sanoatda kichik biznesning rivojlanishining ahamiyati miqdoriy usullar yordamida baholanishi ko‘zda tutilgan.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Marshall, A. (1920). Principles of Economics (8th ed.). London: Macmillan.

2. Porter, M.E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press.

3. Rostow, W.W. (1960). The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto. Cambridge: Cambridge University Press.

4. Schwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution. Geneva: World Economic Forum.

5. Abduraxmonov, Q.X.. Sanoatni modernizatsiya qilish jarayonida rivojlanish tendensiyalari. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, №2(38), 2020, 45–52.

6. Gulyamov S.S. i dr. Tadbirkorlik va kichik biznes. O‘quv qo‘llanma. -T.: TDIU, 1996.

7. Abdullayev, A. J. Iqtisodiyot rivojlanishida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning roli (Toshkent viloyati misolida). Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar ilmiy elektron jurnali, 2(00040), 2019,1-13.

8. Karimov, A. O‘zbekiston iqtisodiyotida kichik biznesning o‘rni. Iqtisodiyot va ta’lim, 9(3), 2018, 45-52.

9. Ismoilov, M. Rivojlangan davlatlarda kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash tajribasi va O‘zbekiston uchun saboqlar. Xalqaro iqtisodiyot va menejment jurnali, 11(1), 2019, 34-42.

10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. “Xalq so‘zi”, 2020 yil 30 dekabr.

11. Do‘stjanov T.D., Salayev S.K. Kichik biznesning katta imkoniyatlari. - Urganch.: Xorazm, 1997.

12. Pardayev, M.G.. Hududiy iqtisodiyotda sanoat tarmoqlarini diversifikatsiya qilish muammolari. Iqtisodiyot va ta’lim, №6(73), 2019, 12–20.

13. Nurimbetov, R., Kalmuratov, B., Mirzanov, B., Beglenov, N., & Bekbosinov, A. (2024). Development Of Forecasting Indicators Of Industry Development Trends In The Republic Of Karakalpagistan. Library of Progress-Library Science, Information Technology & Computer, 44(3).

14. Nurimbetov, R. I., & Karimov, K. M. (2025). The role of innovation policy in advancing uzbekistan's textile industry: empirical evidence and strategic forecasting. Innovation Science and Technology, 1(5), 115-120.

KORPORATIV BOSHQARUVDA INNOVATSION USULLARNI JORIY ETISHNING METODOLOGIK ASOSLARI

Ismailov Allayor Rashidovich
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
“Innovatsion menejment” kafedrasi PhD dotsenti
ORCID: 0009-0000-6148-342X
Tel: 93-558-71-81

Annotatsiya

Ushbu maqolada aksiyadorlik jamiyatlarida innovatsion boshqaruv usullarini joriy etishning strategik ahamiyati tahlil qilindi. Tadqiqotda protsesslarni qayta tashkil etish, mas’uliyat markazlarini shakllantirish, qiymat zanjirini takomillashtirish hamda ishtirokchi tomonlar bilan ochiq muloqot mexanizmlarini joriy etish masalalari yoritildi. Tahlillar asosida korporativ samaradorlikni oshirishda innovatsion yondashuvlarning asosiy yo‘nalishlari va ularning amaliyotdagi qiymatini ko‘rsatuvchi jadvallar hamda diagrammalar ishlab chiqildi.

Kalit so‘zlar: korporativ boshqaruv, innovatsion usullar, metodologiya, raqamli transformatsiya, innovatsiya strategiyasi, aksiyadorlik jamiyatlari, moliyaviy samaradorlik, korporativ strategiya, raqobatbardoshlik.

Аннотация

В данной статье проанализировано стратегическое значение внедрения инновационных методов управления в акционерных обществах. В исследовании освещены вопросы реорганизации процессов, формирования центров ответственности, совершенствования цепочки создания ценности, а также внедрения механизмов открытого диалога с заинтересованными сторонами. На основе проведённого анализа разработаны таблицы и диаграммы, демонстрирующие ключевые направления инновационного подхода и их практическую значимость для повышения корпоративной эффективности.

Ключевые слова: корпоративное управление, инновационные методы, методология, цифровая трансформация, инновационная стратегия, акционерные общества, финансовая эффективность, корпоративная стратегия, конкурентоспособность.

Abstract

This article analyzes the strategic importance of implementing innovative management methods in joint-stock companies. The study highlights issues related to process reorganization, the formation of responsibility centers, the improvement of the value chain, and the introduction of open communication mechanisms with stakeholders. Based on the analysis, tables and diagrams were developed to illustrate the main directions of innovative approaches and their practical value in enhancing corporate efficiency.

Keywords: corporate governance, innovative methods, methodology, digital transformation, innovation strategy, joint-stock companies, financial efficiency, corporate strategy, competitiveness.

KIRISH

Zamonaviy korporativ muhitda raqobatning keskin kuchayishi, bozor talablarining tezkor o‘zgarishi hamda aksiyadorlar va boshqa steykxolderlar manfaatlarini ta’minlashga qaratilgan yangi me’yoriy-huquqiy talablar aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruv tizimlarini takomillashtirish va innovatsion yondashuvlarni joriy etish zaruratini yanada oshirmoqda. Korporativ boshqaruvning samaradorligi faqat texnologiya va raqamli platformalardan iborat emas, balki uning tub mohiyati — strategiya, ichki jarayonlar va qaror qabul qilish mexanizmlarini optimallashtirishda ham namoyon bo‘ladi.

Shu munosabat bilan aksiyadorlik jamiyatlarida boshqaruv qarorlarini optimallashtirish jarayonida quyidagi asosiy yo‘nalishlar muhim ahamiyatga ega:

1. Jarayonlarni qayta tashkil etish (Business Process Reengineering) orqali ortiqcha byurokratik bosqichlarni qisqartirish va qaror qabul qilishni tezlashtirish;

2. Mas’uliyat markazlarini shakllantirish va ularni hisobdorlik tizimlari bilan uyg‘unlashtirish, bu orqali resurslardan samarali foydalanishni ta’minlash;

3. Qiymat zanjirini (Value Chain) tahlil qilish va takomillashtirish, mahsulot va xizmat qiymatini oshirish hamda nolikvid jarayonlarni minimallashtirish;

4. Steykxolderlar bilan ochiq muloqot va hisobdorlik mexanizmlarini yo‘lga qo‘yish, shu jumladan aksiyadorlar, investorlar, xodimlar va mijozlar bilan ishonchli aloqalarni mustahkamlash.

Innovatsion boshqaruv usullarini joriy etishning strategik ahamiyati shundaki, ular nafaqat kompaniyaning ichki imkoniyatlarini optimallashtirish, balki tashqi bozordagi o‘zgarishlarga moslashuvchanlikni ta’minlaydi. Bu esa korporativ strategiyalarni amalga oshirish jarayonida risklarni kamaytirish, resurslarni samarali taqsimlash va korporativ madaniyatni rivojlantirish imkonini beradi.

Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, korporativ boshqaruvda innovatsion yondashuvlarning samaradorligi ko‘p jihatdan quyidagi omillarga bog‘liq:

• korporativ strategiya bilan uyg‘unlik darajasi;

• boshqaruv organlari va aksiyadorlar o‘rtasida hamkorlik va kommunikatsiya sifati;

• inson kapitali salohiyati va xodimlarning innovatsiyalarga tayyorlik darajasi;

• me’yoriy-huquqiy muhit va korporativ standartlarning rivojlanganlik darajasi.

Shu asosda, innovatsion boshqaruv usullarini joriy etish faqat texnik yoki texnologik islohot emas, balki butun korporativ boshqaruv tizimining falsafasi, me’yorlari va amaliy mexanizmlarini qayta ko‘rib chiqishni talab qiladi.

Tadqiqotda adabiyotlar tahlili, qiyosiy solishtirish, statistik ma’lumotlar tahlili va iqtisodiy indikatorlardan foydalanish, shuningdek, mantiqiy fikrlash, ma’lumotlarni guruhlash, sintez va induktiv-deduktiv usullar qo‘llanilgan. Ushbu yondashuvlar aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruvda innovatsion usullarning samaradorligini aniqlash, ularning integratsiya darajasini baholash va milliy hamda xalqaro tajriba asosida takliflar ishlab chiqish imkonini beradi.

Shu tariqa, mazkur dissertatsiyaning asosiy maqsadi — aksiyadorlik jamiyatlarida boshqaruv qarorlarini optimallashtirishning nazariy va metodologik asoslarini tahlil

qilish, zamonaviy biznes muhitida innovatsion korporativ boshqaruv usullarini samarali joriy etish mexanizmlarini yaratishdan iborat.

ADABIYOTLAR SHARHI

A.G. Scherer va C. Voegtlin o‘z tadqiqotlarida biznesdagi muammolarni xulq-atvor, ishlab chiqarish usullari va jarayonlariga innovatsion usullarni joriy etish orqali hal qilish mumkinligini ko‘rsatgan. Ushbu tadqiqotlarda ular mas’uliyatli innovatsiyalar konsepsiyasini ishlab chiqqan hamda mas’uliyatli innovatsiyalarga nisbatan korporativ boshqaruvning turli modellarining imkoniyatlari va muammolarini tadqiq qilgan[1].

F. Belloc o‘z tadqiqotida kompaniyaning texnologik innovatsiyalarga bo‘lgan yondashuvlarini o‘rgangan. Tadqiqotda korporativ boshqaruv tizimi kompaniyaning innovatsiya faoliyatiga ta’sir ko‘rsatadigan uch asosiy kanal — korporativ mulkchilik, korporativ moliya va mehnat resurslari — tahlil qilingan. Shuningdek, mamlakat darajasidagi institutsional muhit, milliy korporativ boshqaruv modellari va korporativ innovatsiya faoliyatining umumiy ko‘rsatkichlari o‘rtasidagi munosabatlar ham o‘rganilgan[2].

M.Y. Veselovsky va boshqalarning maqolasida zamonaviy vositalar orqali korporativ tuzilmalarda biznes jarayonlarini boshqarishda yangi sifatga erishish ahamiyati ko‘rsatilgan. Shu nuqtai nazardan, sifatli boshqaruv tizimi va korporativ innovatsiya tizimi asosiy tuzilmalar sifatida qaralgan. Qaror qabul qilish jarayonida sifatli boshqaruv tizimini joriy etish, uning samarali faoliyat vazifalari, afzalliklari, strukturasi hamda korporativ boshqaruv tizimidagi roli tahlil qilingan[3].

D. Moșneanu o‘z tadqiqotida kuzatuv kengashlari tarkibini optimal shakllantirish uchun qo‘shimcha tanlash usuli sifatida RACI matritsasi usulini taklif qilgan. Ushbu usul kengash a’zolari uchun turli elementlar va strategik talablarni hisobga olib, elektron tanlovni joriy etish va algoritm asosida baholash modelini ishlab chiqishga imkon beradi[4].

L. Palladinoning fikriga ko‘ra, korporatsiyani innovatsion korxona sifatida ko‘rish nazariyasi — yuqori sifatli tovar va xizmatlarni past birlik xarajatlarida ishlab chiqarish orqali samarali innovatsiya jarayonida ishtirok etuvchi subyekt sifatida — korporatsiyalarni muvaffaqiyatli ishlab chiqaruvchiga aylantiradigan asosiy omil sifatida innovatsion usullarni joriy etishni belgilaydi[5].

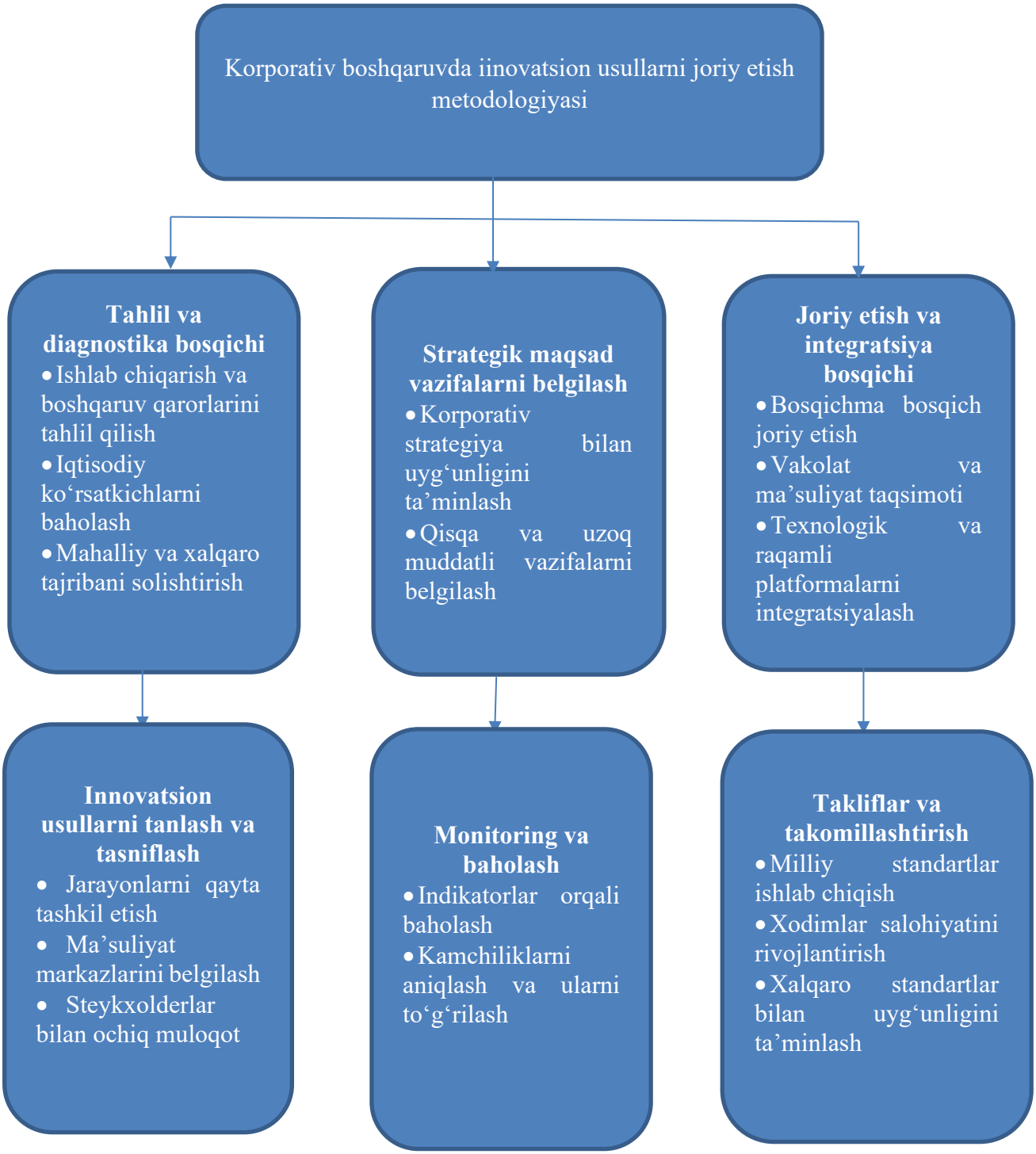
METODOLOGIYA

Korporativ boshqaruvda innovatsion usullarni joriy etishning metodologik asoslarini tahlil qilish va takomillashtirish maqsadida kompleks ilmiy-amaliy yondashuvlar qo‘llanildi. Tadqiqot jarayonida adabiyotlar tahlili, qiyosiy solishtirish, statistik ma’lumotlar tahlili hamda iqtisodiy indikatorlardan foydalanilgan. Shuningdek, mantiqiy fikrlash, ma’lumotlarni guruhlash, sintez va induktiv-detuktiv usullar tadqiqotning asosiy metodologik tamoyillari sifatida ahamiyat kasb etgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Zamonaviy biznes muhitida raqobatning kuchayishi, bozor talablarining tezkor o‘zgarishi hamda aksiyadorlar manfaatlarini ta’minlashga qaratilgan yangi me’yoriy-

huquqiy talablar korporativ boshqaruv tizimlarida ilg‘or va innovatsion yondashuvlarni joriy etish zaruratini yanada oshirmoqda. Bugungi kunda aksiyadorlik jamiyatlarida samaradorlikni ta’minlash uchun faqat raqamli texnologiyalarni joriy etish yetarli emas; boshqaruvning tub mohiyatini takomillashtirishga yo‘naltirilgan innovatsion usullar ham muhim ahamiyatga ega (1-rasm).



1-rasm. Korporativ boshqaruvda innovatsion usullarni joriy etish metodologiyasi[1]

[1] Muallif ishlanmasi

Ushbu rasm aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruvga innovatsion usullarni joriy etishning metodologiyasini ko‘rsatadi. U 6 bosqichdan iborat:

1. Tahlil va diagnostika – mavjud korporativ boshqaruv tizimidagi holat, muammolar va rivojlanish ehtiyojlari o‘rganiladi.
2. Strategik maqsad va vazifalarni belgilash – innovatsiyalarni joriy etishdan ko‘zlangan maqsadlar va vazifalar aniqlanadi.
3. Innovatsion usullarni tanlash va tasniflash – zamonaviy usullardan qaysi biri mos va samarali ekani baholanadi.
4. Joriy etish va integratsiya – tanlangan usullar amaliyotga joriy etiladi va korporativ tizimga moslashtiriladi.
5. Monitoring va baholash – joriy etilgan usullarning natijalari kuzatib boriladi va baholanadi.
6. Takliflar va takomillashtirish – aniqlangan kamchiliklar bartaraf etilib, innovatsion boshqaruvni yanada rivojlantirish choralari belgilanadi.

Bu bosqichlar o‘zaro bog‘langan bo‘lib, doimiy takomillashuv va innovatsiyalarni samarali integratsiya qilishga xizmat qiladi.

Bunday usullar quyidagi yo‘nalishlarda o‘z ifodasini topmoqda:

- Korxonadagi asosiy biznes jarayonlarni qayta tashkil etish (Business Process Reengineering) orqali ortiqcha byurokratik bosqichlarni qisqartirish va qaror qabul qilishni tezlashtirish;
- Moliyaviy va operatsiyaviy faoliyatda mas’uliyat markazlarini aniqlash hamda ularni hisobdorlik tizimlari bilan uyg‘unlashtirish;
- Qiymat zanjiri (Value Chain)ni tahlil qilish va takomillashtirish orqali mahsulot yoki xizmat qiymatini oshirish hamda nolikvid jarayonlarni minimallashtirish;
- Ishtirokchi tomonlar (stakeholders) bilan ochiq muloqot va hisobdorlik mexanizmlarini joriy qilish, shu jumladan aksiyadorlar, investorlar, xodimlar va mijozlar bilan o‘zaro ishonchli munosabatlar o‘rnatish.

Innovatsion boshqaruv usullarini qo‘llashning strategik ahamiyati shundaki, ular korxonaning ichki imkoniyatlarini optimallashtirish bilan bir qatorda tashqi bozordagi o‘zgarishlarga moslashuvchanlikni ta’minlaydi. Bu esa o‘z navbatida korporativ strategiyalarni amalga oshirish jarayonida risklarni kamaytirish, resurslar taqsimotini samarali boshqarish va korporativ madaniyatni kuchaytirishga xizmat qiladi.

Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, korporativ boshqaruv tizimlarida innovatsion yondashuvlarning samaradorligi ko‘p jihatdan quyidagi omillarga bog‘liq:

1. Korporativ strategiya bilan uyg‘unlik darajasi;
2. Boshqaruv organlari va aksiyadorlar o‘rtasidagi hamkorlik va kommunikatsiya sifati;
3. Inson kapitali salohiyati va xodimlarning innovatsiyalarga tayyorlik darajasi;
4. Me’yoriy-huquqiy muhit va korporativ standartlarning rivojlanganlik darajasi.

Shu bois, innovatsion boshqaruv usullarini joriy etish faqat texnik yoki texnologik islohot emas, balki butun korporativ boshqaruv tizimining falsafasi, me’yorlari va amaliy mexanizmlarini qayta ko‘rib chiqishni talab etadi.

Quyida jadvalda aksiyadorlik jamiyatlarida keng qo‘llanilayotgan va joriy etilishi maqsadga muvofiq bo‘lgan innovatsion korporativ boshqaruv usullari keltirilgan (1-jadval).

1-jadval.

Innovatsion korporativ boshqaruv usullari klassifikatsiyasi[1]

№	Innovatsion usul turi	Qisqacha tavsifi	Kutilayotgan samaradorlik
1	Korporativ strategiyalarni integratsiya qilish	Korporativ maqsadlarni aksiyadorlar va boshqaruv organlari manfaatlari bilan uyg‘unlashtirish	Strategik barqarorlik va uzoq muddatli rivojlanish
2	Aksiyadorlar bilan interaktiv muloqot platformalari	Aksiyadorlar uchun muntazam hisobotlar va fikr almashish imkoniyati yaratish	Shaffoflik va aksiyadorlar ishonchi
3	Korporativ madaniyatni transformatsiya qilish	Xodimlar va rahbariyat o‘rtasida innovatsiyaga ochiq muhit yaratish	Xodimlar motivatsiyasi va samaradorligi
4	Tashkiliy tuzilmani qayta ko‘rib chiqish	Boshqaruv organlari vakolatlarini optimallashtirish, mas’uliyat markazlarini belgilash	Chapdan-o‘ngga qaror qabul qilish tezligi
5	Huquqiy va me’yoriy asoslarni takomillashtirish	Korporativ boshqaruv kodekslari va ichki reglamentlarni yangilash	Qonunchilikka muvofiqlik va xatarlarni kamaytirish

Jadvalda keltirilgan ma’lumotlar aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruv tizimini takomillashtirishda qo‘llaniladigan innovatsion usullarning asosiy yo‘nalishlarini qamrab oladi. Ushbu usullar korporativ boshqaruvni samarali, shaffof va zamonaviy talablarga mos holda rivojlantirishga qaratilgan.

Birinchi yo‘nalish – korporativ strategiyalarni integratsiya qilish, ya’ni kompaniyaning umumiy maqsadlari aksiyadorlar va boshqaruv organlari manfaatlari bilan uyg‘unlashtiriladi. Bu usul orqali kompaniyada strategik barqarorlik ta’minlanadi va uzoq muddatli rivojlanish imkoniyati yaratiladi.

Ikkinchi yo‘nalish – aksiyadorlar bilan interaktiv muloqot platformalarini joriy etish, bu orqali aksiyadorlar doimiy ravishda hisobotlar bilan tanishib boradi va o‘z fikrlarini bildirish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Buning natijasida korporativ boshqaruvda shaffoflik oshadi va aksiyadorlar ishonchi mustahkamlanadi.

Uchinchi yo‘nalish – korporativ madaniyatni transformatsiya qilish, ya’ni xodimlar va rahbariyat o‘rtasida innovatsiyalarga ochiq muhit shakllantiriladi. Bu xodimlarning motivatsiyasini kuchaytiradi va ularning samaradorligini oshiradi, natijada yangi g‘oyalar va tashabbuslar ko‘proq amalga oshiriladi.

To‘rtinchi yo‘nalish – tashkiliy tuzilmani qayta ko‘rib chiqish, ya’ni boshqaruv organlari vakolatlari qayta taqsimlanadi va mas’uliyat markazlari belgilab chiqiladi. Bu jarayon qaror qabul qilishni tezlashtiradi va ortiqcha byurokratik to‘siqlarni kamaytiradi.

Beshinchi yo‘nalish – huquqiy va me’yoriy asoslarni takomillashtirish, ya’ni korporativ boshqaruv kodekslari va ichki reglamentlar yangilanadi. Bu xatarlarni

[1] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

kamaytiradi, qonunchilikka to‘liq muvofiqlikni ta’minlaydi va xalqaro standartlarga yaqinlashish imkoniyatini yaratadi.

Umuman olganda, ushbu usullar birgalikda amalga oshirilsa, korporativ boshqaruv tizimida strategik barqarorlik, ishtirokchilar o‘rtasidagi ishonch va umumiy samaradorlik sezilarli darajada oshadi (2-jadval).

2-jadval.

Aksiyadorlik jamiyatlarida innovatsion boshqaruv usullari asosiy yo‘nalishlari[1]

№	Innovatsion usullar	Mazmuni	Kutilgan natija
1	Jarayonlarni qayta tashkil etish	Ortiqcha byurokratik bosqichlarni qisqartirish	Qaror qabul qilish tezligi oshishi
2	Mas’uliyat markazlarini shakllantirish	Har bir bo‘limning hisobdorligini aniq belgilash	Resurslar samaradorligi oshishi
3	Qiymat zanjirini takomillashtirish	Mahsulot/xizmat jarayonlarini tahlil qilish	Qo‘shimcha qiymatni maksimallashtirish
4	Ochiq muloqot va hisobdorlik	Aksiyadorlar va steykholderlar bilan ochiq aloqalar	Investorlar ishonchi va shaffoflik oshishi

Jadvalda aksiyadorlik jamiyatlarida innovatsion boshqaruv usullarining asosiy yo‘nalishlari va ularning kutilgan natijalari yoritilgan. Ushbu usullar korporativ boshqaruvning samaradorligini oshirish, ichki jarayonlarni optimallashtirish va aksiyadorlar hamda investorlar manfaatlarini himoya qilishga qaratilgan.

Birinchi yo‘nalish — jarayonlarni qayta tashkil etish, ortiqcha byurokratik bosqichlarni qisqartirish orqali amalga oshiriladi. Bu usul qaror qabul qilish jarayonlarini tezlashtirib, bozordagi o‘zgarishlarga tezkor javob berish imkonini yaratadi.

Ikkinchi yo‘nalish — mas’uliyat markazlarini shakllantirish, ya’ni har bir bo‘limning hisobdorligi va vazifalarini aniq belgilashdan iborat. Bu resurslarni samarali taqsimlashga va nazorat mexanizmlarini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Uchinchi yo‘nalish — qiymat zanjirini takomillashtirish. Mahsulot yoki xizmat ko‘rsatish jarayonlarini chuqur tahlil qilish, qiymat yaratish bosqichlaridagi zaif nuqtalarni aniqlash va ularni bartaraf etish orqali qo‘shimcha qiymat maksimallashtiriladi.

To‘rtinchi yo‘nalish — ochiq muloqot va hisobdorlik. Aksiyadorlar, investorlar va boshqa steykholderlar bilan ochiq axborot almashinuvini yo‘lga qo‘yish, korporativ hisobdorlikni kuchaytirish orqali ishonchni mustahkamlash va kapital jalb qilish imkoniyatlarini kengaytirish mumkin.

Shu tariqa, mazkur innovatsion boshqaruv usullari aksiyadorlik jamiyatlarining raqobatbardoshligini oshirish, shaffoflikni ta’minlash va barqaror rivojlanishini ta’minlashda muhim ahamiyatga ega.

Xalqaro tajribada korporativ boshqaruvda innovatsion usullarning joriy etilishi va samaradorligiga ta’sir etuvchi asosiy omillar qayd etilgan:

1. Inson kapitali salohiyati – innovatsion boshqaruv jarayonlarining markaziy ustuni hisoblanadi. Malakali mutaxassislar, yuqori salohiyatga ega rahbarlar va

[1] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

innovatsion fikrlay oladigan xodimlar korporativ boshqaruvni zamonaviy uslubda tashkil etishning asosiy drayveridir. Bu omil bilim, tajriba va innovatsion g‘oyalarni amaliyotga tatbiq etish qobiliyati bilan chambarchas bog‘liq.

2. Qonunchilik bazasi – korporativ boshqaruvning huquqiy asoslarini ta’minlaydi. Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, qonunchilikning shaffofligi, zamonaviy standartlarga mosligi va innovatsiyalarni qo‘llab-quvvatlovchi me’yorlar mavjudligi korporativ islohotlarni jadallashtiradi. Aks holda, huquqiy cheklovlar va eskirgan reglamentlar innovatsiyalarning to‘liq amalga oshishini to‘sishi mumkin.

3. Korporativ madaniyat – tashkilotdagi munosabatlar tizimi, qadriyatlar va ish uslublarini ifodalaydi. Innovatsion boshqaruvni joriy etishda ochiqlik, hamkorlik va o‘zgarishlarga tayyorlik kabi madaniy jihatlar muhim o‘rin tutadi. Konservativ va inersion madaniyat esa yangiliklarni qabul qilishga qarshilik ko‘rsatishi mumkin.

4. Strategik sherikliklar – innovatsiyalarni qo‘llab-quvvatlashda tashqi hamkorlar, investorlar, ilmiy markazlar va texnologik kompaniyalar bilan hamkorlik muhim ahamiyatga ega. Xalqaro korporativ boshqaruv amaliyotida strategik alyanslar orqali resurslar samarali taqsimlanadi, yangi texnologiyalar tezroq joriy etiladi va raqobatbardoshlik oshadi.

Shuningdek, ushbu omillar o‘zaro bog‘liq holda harakat qiladi. Masalan, inson kapitali salohiyati yuqori bo‘lsa-da, qonunchilik bazasi zamonaviy talablarga javob bermasa, innovatsion boshqaruv jarayonlari cheklanadi. Yoki aksincha, kuchli qonunchilik va moliyaviy qo‘llab-quvvatlash bo‘lsa ham, korporativ madaniyat inersion bo‘lsa, yangiliklarni joriy qilish qiyin kechadi (3-jadval).

3-jadval.

Xalqaro tajriba va mahalliy sharoit taqqoslama tahlili[1]

Ko‘rsatkich	Rivojlangan davlatlar	O‘zbekiston
Innovatsion usullar qo‘llanishi darajasi	Yuqori	O‘rta
Me’yoriy-huquqiy bazaning rivojlanganligi	Barqaror	Rivojlanish bosqichida
Steykholderlar bilan muloqot	Tizimlashtirilgan	Bosqichma-bosqich joriy etilmoqda

Ushbu jadvalda xalqaro tajriba va O‘zbekistondagi mahalliy korporativ boshqaruv amaliyotini taqqoslash orqali innovatsion usullarning qo‘llanilishi, huquqiy bazaning rivojlanganligi va steykholderlar bilan muloqot darajasini ko‘rsatadi. Ushbu taqqoslamadan quyidagi asosiy xulosalar chiqariladi:

- Innovatsion usullar qo‘llanishi darajasi. Rivojlangan davlatlarda innovatsion boshqaruv usullari yuqori darajada qo‘llaniladi, ya’ni kompaniyalar strategik rejalashtirish, jarayonlarni qayta tashkil etish va mas’uliyat markazlarini belgilashda zamonaviy innovatsion yondashuvlardan foydalanadi. O‘zbekistonda bu daraja o‘rta bo‘lib, innovatsion usullar asosan bosqichma-bosqich joriy etilmoqda. Bu korporativ

[1] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

madaniyatda va tashkilot strukturasini optimallashtirishda aniq qadamlar qo‘yilmoqda, ammo keng qamrovli amalga oshirilish hanuz kam.

• Me’yoriy-huquqiy bazaning rivojlanganligi. Rivojlangan davlatlarda qonunchilik va me’yoriy asoslar barqaror va innovatsion boshqaruvni qo‘llab-quvvatlovchi darajada rivojlangan. Bu kompaniyalarga strategik qarorlarni xavf-xatarsiz va samarali qabul qilish imkonini beradi. O‘zbekistonda huquqiy bazaning rivojlanish bosqichida ekanligi qayd etilgan. Ya’ni qonuniy hujjatlar va korporativ kodekslar mavjud bo‘lsa-da, ularning innovatsiyalarni qo‘llab-quvvatlashda samaradorligi va integratsiya darajasi yetarli emas.

• Steykholderlar bilan muloqot. Rivojlangan davlatlarda steykholderlar bilan muloqot sistemalashgan va samarali tizimlar orqali amalga oshiriladi, bu korporativ hisobdorlik va shaffoflikni ta’minlaydi. O‘zbekistonda steykholderlar bilan muloqot asosan bosqichma-bosqich joriy etilmoqda. Aksiyadorlar va boshqa ishtirokchilar bilan interaktiv platformalar va hisobot tizimlari sekinlik bilan kengaymoqda, bu esa korporativ ishonch va shaffoflik darajasini cheklaydi.

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, O‘zbekistonda korporativ boshqaruvda innovatsion usullarni joriy etish darajasi xalqaro standartlardan sezilarli darajada farq qiladi. Bu esa innovatsion usullarni kengroq va tizimli joriy qilish, huquqiy bazani takomillashtirish hamda steykholderlar bilan muloqotni yanada samaralilashtirish zarurligini ko‘rsatadi.

Korporativ boshqaruv tizimlarida innovatsion usullarni joriy etish kompaniyalarning strategik maqsadlariga erishishda muhim ahamiyat kasb etadi. O‘zbekistonda bu jarayonni samarali amalga oshirish uchun bir qator chora-tadbirlar taklif qilinadi.

1. Jarayonlarni qayta tashkil etish va mas’uliyat markazlarini belgilash bo‘yicha milliy standartlar ishlab chiqilishi zarur. Bu korporativ boshqaruvda vazifalarni aniq taqsimlash, qaror qabul qilish jarayonini optimallashtirish va resurslardan samarali foydalanish imkonini beradi.

2. Korporativ hisobdorlik va steykholderlar bilan muloqot tizimini kuchaytirish. Interaktiv platforma va ochiq muloqot mexanizmlari orqali aksiyadorlar, investorlar va boshqa ishtirokchilar bilan samarali aloqa yo‘lga qo‘yiladi, bu korporativ shaffoflik va ishonchni mustahkamlaydi.

3. Xodimlarni innovatsion boshqaruv bo‘yicha tayyorlash dasturlarini kengaytirish. Bu xodimlarning kompetensiyasini oshirish, ularni zamonaviy boshqaruv usullariga moslashtirish va innovatsion g‘oyalarni samarali amalga oshirish imkonini yaratadi.

4. Xalqaro korporativ boshqaruv standartlarini bosqichma-bosqich joriy etish. Bu standartlarning tadrijan joriy qilinishi kompaniyalarga xalqaro amaliyotlardan o‘rnak olish va korporativ boshqaruv tizimini xalqaro talablarga moslashtirish imkonini beradi.

Shu tariqa, ushbu chora-tadbirlar O‘zbekistonda korporativ boshqaruvda innovatsion usullarni samarali joriy etish va kompaniyalarning strategik rivojlanishiga erishishda muhim omil sifatida xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu maqolada aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruvda innovatsion usullarni joriy etishning strategik ahamiyati tahlil qilindi. Tahlillar ko‘rsatdiki, zamonaviy biznes muhitida raqobat kuchayib, bozor talablari tez o‘zgarishi va aksiyadorlar manfaatlarini ta’minlashda yangi me’yoriy-huquqiy talablar korporativ boshqaruv tizimlarida ilg‘or va innovatsion yondashuvlarni joriy etish zarurligini yanada oshirmoqda.

Innovatsion korporativ boshqaruv usullari — jarayonlarni qayta tashkil etish, mas’uliyat markazlarini shakllantirish, qiymat zanjirini takomillashtirish va ishtirokchi tomonlar bilan ochiq muloqotni yo‘lga qo‘yish — kompaniyalarning ichki samaradorligini oshirish, qaror qabul qilish tezligini kuchaytirish, resurslardan samarali foydalanish va korporativ madaniyatni rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega ekanligi aniqlandi.

Takliflar:

O‘zbekistonda korporativ boshqaruvda innovatsion usullarni samarali joriy etish va kompaniyalarning strategik rivojlanishini ta’minlash maqsadida quyidagi chora-tadbirlar tavsiya etiladi:

1. Jarayonlarni qayta tashkil etish va mas’uliyat markazlarini belgilash bo‘yicha milliy standartlarni ishlab chiqish. Bu korporativ boshqaruvda vazifalarni aniq taqsimlash, qaror qabul qilish jarayonini optimallashtirish va resurslardan samarali foydalanish imkonini beradi.

2. Korporativ hisobdorlik va steykholderlar bilan muloqot tizimini kuchaytirish. Interaktiv platforma va ochiq muloqot mexanizmlari orqali aksiyadorlar, investorlar va boshqa ishtirokchilar bilan samarali aloqa yo‘lga qo‘yiladi, bu korporativ shaffoflik va ishonchni mustahkamlaydi.

3. Xodimlarni innovatsion boshqaruv bo‘yicha tayyorlash dasturlarini kengaytirish. Bu xodimlarning kompetensiyasini oshirish, ularni zamonaviy boshqaruv usullariga moslashtirish va innovatsion g‘oyalarni samarali amalga oshirish imkonini yaratadi.

4. Xalqaro korporativ boshqaruv standartlarini bosqichma-bosqich joriy etish. Bu standartlarning tadrijan joriy qilinishi kompaniyalarga xalqaro amaliyotlardan o‘rnak olish va korporativ boshqaruv tizimini xalqaro talablarga moslashtirish imkonini beradi.

Shu tariqa, ushbu chora-tadbirlar O‘zbekistonda korporativ boshqaruvda innovatsion usullarni samarali joriy etish, korporativ samaradorlik va raqobatbardoshlikni oshirish hamda kompaniyalarning uzoq muddatli barqaror rivojlanishiga erishishda muhim omil sifatida xizmat qiladi

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Scherer, A. G., & Voegtlin, C. (2020). Corporate governance for responsible innovation: Approaches to corporate governance and their implications for sustainable development. Academy of Management Perspectives, 34(2), 182-208.

2. Belloc F. Corporate governance and innovation: A survey //Journal of Economic Surveys. – 2012. – T. 26. – №. 5. – S. 835-864.

3. Veselovsky M. Y. et al. System approach to achieving new quality of corporate governance in the context of innovation development //Calitatea. – 2018. – T. 19. – №. 163. – S. 30-36.

4. Moșneanu D. Corporate governance in the digital world //14th International Conference on Business Excellence 2020. – 2020. – S. 11-12.

5. Palladino L. Economic policies for innovative enterprises: implementing multi-stakeholder corporate governance //Review of Radical Political Economics. – 2022. – T. 54. – №. 1. – S. 5-25.

OLMAZOR TUMANI IJTIMOIY-IQTISODIY RIVOJLANISHINI INNOVATSION BOSHQARUV ORQALI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI VA IMKONIYATLARI

Muminov Fazliddin Xusniddin o‘g‘li
Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi
Bo‘lim boshlig‘i
ORCID: 0009-0003-3444-0960
Email: fmuminov1210@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada Olmazor tumanida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni boshqarishda innovatsion strategiyalarning ahamiyati tahlil qilingan. Tadqiqotning maqsadi — raqamli texnologiyalar, jamoatchilik ishtiroki va resurslardan samarali foydalanish orqali mahalliy sharoitga mos barqaror rivojlanish yo‘llarini aniqlashdan iborat. Baholash uchun iyerarxiya tahlili usuli (AHP) va 2010–2023 yillarga oid panel ma’lumotlar to‘plamidan foydalanilgan. AHP yordamida turli boshqaruv strategiyalari ustuvorlik mezonlari asosida baholangan, panel ma’lumotlar esa bu strategiyalarning vaqt o‘tishi bilan ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlarga ta’sirini aniqlash imkonini bergan. Tadqiqot natijalari raqamli transformatsiya va jamoatchilik ishtirokining eng samarali yondashuvlar ekanini ko‘rsatdi. Resurslarni barqaror boshqarish ham uzoq muddatli foydali ta’sirga ega bo‘lishi mumkin. Tadqiqot texnologik innovatsiyalarni ishtirokchilik asosidagi boshqaruv bilan birlashtirish orqali mahalliy rivojlanishga erishish mumkinligini asoslaydi. Ushbu xulosalar boshqa shunga o‘xshash shahar hududlarida ham amaliy qo‘llanishi mumkin bo‘lgan strategik yondashuvlarni ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Kalit so‘zlar: innovatsion boshqaruv strategiyalari, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish, shahar boshqaruvi, raqamli transformatsiya, jamoatchilik ishtiroki, iyerarxiya tahlili usuli (AHP), barqaror shaharsozlik.

Аннотация

В данной статье анализируется значение инновационных стратегий в управлении социально-экономическим развитием Алмазарского района. Цель исследования — выявить устойчивые пути развития, адаптированные к местным условиям, через применение цифровых технологий, участие граждан и эффективное управление ресурсами. Для оценки использовались метод анализа иерархий (AHP) и панельные данные за 2010–2023 годы. С помощью AHP различные управленческие стратегии были оценены по приоритетным критериям, а панельный анализ позволил проследить влияние этих стратегий на социально-экономические показатели с течением времени. Результаты показали, что цифровая трансформация и участие общественности являются наиболее эффективными подходами. Также установлено, что устойчивое управление ресурсами может обеспечить положительное влияние в долгосрочной перспективе. Исследование подтверждает, что сочетание технологических решений с участием граждан может способствовать эффективному местному

развитию. Полученные выводы могут быть полезны для разработки стратегий в других городах с аналогичными условиями.

Ключевые слова: инновационные стратегии управления, социально-экономическое развитие, городское управление, цифровая трансформация, общественное участие, метод анализа иерархий (AHP), устойчивое градостроительство.

Abstract

This article analyzes the role of innovative strategies in managing socio-economic development in the Olmazor district. The main goal of the study is to identify sustainable development pathways adapted to local conditions through digital technologies, public participation, and effective resource management. The Analytic Hierarchy Process (AHP) method and panel data from 2010 to 2023 were used for evaluation. AHP helped assess various management strategies based on priority criteria, while panel data analysis revealed the long-term impacts of these strategies on socio-economic indicators. The findings indicate that digital transformation and public participation are among the most effective approaches. Sustainable resource management was also found to have long-term positive effects. The study shows that combining technological innovation with participatory governance can support effective local development. These insights can inform strategic planning in other urban areas with similar socio-economic contexts.

Keywords: innovative management strategies, socio-economic development, urban governance, digital transformation, public participation, Analytic Hierarchy Process (AHP), sustainable urban planning.

KIRISH

Shahar tumanlarining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi siyosatchilar va olimlar uchun muhim masalaga aylandi, ayniqsa tez urbanizatsiya jarayonini boshdan kechirayotgan va ijtimoiy-iqtisodiy tengsizliklarga duch kelayotgan hududlarda. So‘nggi yillarda o‘tkazilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, innovatsion boshqaruv strategiyalari ijtimoiy-iqtisodiy o‘sishga sezilarli ta’sir ko‘rsatishi, barqaror rivojlanishni ta’minlashi, boshqaruv samaradorligini oshirishi va jamiyat farovonligini yaxshilashi mumkin [1]. An’anaviy shahar boshqaruvi yondashuvlari ko‘pincha murakkab ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni kompleks hal qila olmaydi, bu esa raqamli vositalarni integratsiyalash, manfaatdor tomonlarni jalb qilish va ma’lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish kabi innovatsion yondashuvlarga o‘tishga sabab bo‘lmoqda [2][3]. Oldingi tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni texnologik yutuqlar va jamoatchilikka yo‘naltirilgan yondashuvlarni birlashtirgan holda strategik rejalashtirish orqali sezilarli darajada kuchaytirish mumkin [4][5].

Ushbu tadqiqotning maqsadi Olmazor tumanining o‘ziga xos ehtiyojlariga moslashtirilgan innovatsion boshqaruv strategiyalarini baholash va taklif qilishdir. Bu esa shahar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishidagi odatiy muammolarga misol bo‘lib xizmat qiladi. Tadqiqot shaharlarda adaptiv boshqaruv amaliyotlarining ahamiyatini ta’kidlaydigan oldingi ishlarga asoslanadi [6]. So‘nggi tadqiqotlar murakkab qaror

qabul qilish sharoitlarida optimal strategiyalarni tanlash va ustuvorligini aniqlashda iyerarxiya tahlili usuli (AHP) samaradorligini namoyish etdi [7][8]. AHP usuli ekologik boshqaruvdan tortib shaharsozlikka qadar turli sohalarda samarali qo‘llanilib, ko‘p mezonli qaror qabul qilish muammolarini hal qilishda o‘zining universalligini namoyon etmoqda [9][10].

Shu nuqtayi nazardan, ushbu tadqiqot Olmazor tumani uchun potensial boshqaruv strategiyalarini tizimli baholashda AHP usulini integratsiyalash orqali vaqt o‘tishi bilan ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlarning kompleks tahlilini o‘tkazish uchun panel ma’lumotlar to‘plamidan foydalanadi. Bunday yondashuv miqdoriy va sifat jihatlarini hisobga olgan holda dalillarga asoslangan strategiyalarni baholash imkonini beradi [11][12]. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, bunday integratsion yondashuv shahar boshqaruvida siyosatni ishlab chiqish va amalga oshirish samaradorligini sezilarli darajada oshirishi mumkin. AHP usulini panel ma’lumotlar tahlili bilan birlashtirish orqali ushbu tadqiqot nafaqat dolzarb ijtimoiy-iqtisodiy ehtiyojlarni qondiradigan, balki uzoq muddatli barqarorlikni ta’minlaydigan yo‘nalishlarni aniqlashga qaratilgan.

Mazkur ishning asosiy gipotezasi shundan iboratki, mahalliy sharoitlarga moslashtirilgan innovatsion boshqaruv strategiyalari tizimli ravishda baholansa, ular ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni yaxshilash uchun ishonchli yechimlarni taklif qilishi mumkin. Ushbu tadqiqot natijalari shahar rivojlanishi va innovatsion boshqaruv bo‘yicha kengroq munozaralarga hissa qo‘shishi, butun dunyo bo‘ylab ijtimoiy-iqtisodiy muammolarga duch kelayotgan o‘xshash mintaqalar uchun amaliy tushunchalarni taqdim etishi kutilmoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

Shaharlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini innovatsion boshqaruv orqali ta’minlash masalasi zamonaviy ilmiy tadqiqotlarda keng yoritilgan. Urbanizatsiya jarayonlari va innovatsion yondashuvlarning uyg‘unlashuvi shahar iqtisodiyotining barqarorligini oshirishda muhim omil sifatida qaraladi. Masalan, Richard Florida “ijodiy sinf” nazariyasi orqali innovatsiyalarni joriy etish shaharlarning iqtisodiy salohiyatini oshirishda hal qiluvchi rol o‘ynashini ko‘rsatadi. Shaharlar innovatsion ekotizimlarni rivojlantirish orqali nafaqat ishlab chiqarish, balki xizmat ko‘rsatish sohalarida ham raqobatbardoshlikka erishishi mumkin.

Shuningdek, Manuel Castells o‘zining “axborot jamiyati” konsepsiyasida shaharlarni global tarmoqlarga integratsiyalashuv jarayonida innovatsion boshqaruv mexanizmlarini kuchaytirish zarurligini ta’kidlagan. Uning fikricha, raqamli texnologiyalar shahar boshqaruvida shaffoflikni ta’minlab, fuqarolarning ijtimoiy jarayonlarda ishtirokini kengaytiradi. Bu yondashuv “aqlli shahar” konsepsiyasining asosiy g‘oyalaridan biri sifatida qaraladi.

Porter va Kramer tomonidan ishlab chiqilgan “shared value” (umumiy qiymat yaratish) modeli ham urban rivojlanishda muhim nazariy asos sifatida qo‘llaniladi. Ularning fikricha, innovatsion boshqaruv shahar iqtisodiyotida biznes va jamiyat manfaatlarini uyg‘unlashtirib, ijtimoiy masalalarni iqtisodiy imkoniyatlarga aylantira oladi. Bu, ayniqsa, shahar infratuzilmasini modernizatsiya qilish, ekologik

barqarorlikni ta’minlash va aholi turmush sifatini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

O‘zbekistonda ham mazkur yo‘nalishda qator ilmiy izlanishlar olib borilgan. Masalan, Fayzullayev shaharlarni boshqarishda innovatsion uslublar va davlat siyosatining uyg‘unlashuvi aholi farovonligini oshirishga xizmat qilishini ko‘rsatadi. Egamberdiyev esa urbanizatsiya jarayonida hududiy boshqaruv mexanizmlarini qayta ko‘rib chiqish zarurligini ta’kidlaydi. Bu tadqiqotlarda shaharlarning iqtisodiy rivojlanishini raqamli transformatsiya va samarali boshqaruv mexanizmlari bilan bog‘lash asosiy ustuvor yo‘nalish sifatida ko‘rsatilgan.

Shu tariqa, mavjud adabiyotlar shuni ko‘rsatadiki, shaharlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini innovatsion boshqaruv orqali ta’minlash global miqyosda dolzarb bo‘lib, mahalliy sharoitlarda ham strategik ahamiyat kasb etadi. Bu jarayonda nafaqat iqtisodiy samaradorlik, balki ijtimoiy inklyuzivlik va ekologik barqarorlik ham asosiy mezonlar sifatida belgilanishi lozim.

METODOLOGIYA

Tadqiqot ijtimoiy-iqtisodiy tuzilmasi turlicha bo‘lgan shahar tumani — Olmazor tumanida o‘tkazildi [13]. Tuman kontinental iqlimga ega hududda joylashgan bo‘lib, bu yerda issiq yoz va sovuq qish shahar dinamikasi hamda ijtimoiy-iqtisodiy faoliyatga ta’sir ko‘rsatadi [14]. Aholi zichligi, aralash turdagi qurilishlar va turli infratuzilma tuman boshqaruvi uchun o‘ziga xos qiyinchiliklar va imkoniyatlar yaratadi. Hududda ustun bo‘lgan tuproq turi — qumoq tuproq [15]. Garchi bu tuproq turi shahar boshqaruvi strategiyalariga bevosita ta’sir qilmasa-da, u qishloq xo‘jaligi sektorlariga va yashil zonalarga ta’sir ko‘rsatadi, bu esa kengroq ijtimoiy-iqtisodiy kontekstda muhim hisoblanadi. Olmazor tumanining ushbu jismoniy va ijtimoiy-iqtisodiy xususiyatlarini tushunish mahalliy sharoitlarga moslashtirilgan innovatsion boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqish uchun muhimdir.

Tadqiqot ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlar, masalan, bandlik darajasi, daromad darajasi, ijtimoiy xizmatlardan foydalanish imkoniyatlari va shahar infratuzilmasini rivojlantirish kabi ma’lumotlarni o‘z ichiga olgan, 2010–2023-yillarni qamrab oluvchi panel ma’lumotlar to‘plamiga asoslanadi. Ma’lumotlar hukumat hisobotlari, aholi ro‘yxati ma’lumotlari va mintaqaviy rivojlanish so‘rovlari orqali olingan bo‘lib, tuman ijtimoiy-iqtisodiy dinamikasini har tomonlama ko‘rib chiqishga imkon beradi. Ma’lumotlar to‘plamiga turli ko‘rsatkichlarning sonli qiymatlari kabi miqdoriy ma’lumotlar, shuningdek, manfaatdor tomonlarning fikrlari va siyosat baholari aks etgan so‘rovnomalardan olingan sifat ma’lumotlari kiradi. Qaror qabul qilish va ustuvorliklarni belgilash maqsadida iyerarxiya tahlili usulini (AHP) qo‘llash uchun Expert Choice va Microsoft Excel kabi dasturiy vositalardan foydalanildi.

AHP va panel ma’lumotlar tahlili usullarining qo‘llanilishi va ishonchliligini ta’minlash uchun tadqiqotda bir qancha farazlar qilingan. Asosiy farazlardan biri shundaki, AHP tahlili uchun tanlangan mezonlar, masalan, iqtisodiy o‘sish potensiali, amalga oshirish imkoniyati va ijtimoiy ta’sir Olmazor tumanining turli subhududlari uchun bir xil darajada dolzarbdir. Yana bir faraz shundan iboratki, panel ma’lumotlar to‘plami vaqtinchalik mos keladi, ya’ni vaqt davomida qayd etilgan ijtimoiy-iqtisodiy

ko‘rsatkichlar vaqtinchalik o‘zgarishlar yoki anomaliyalardan ko‘ra haqiqiy tendensiyalarni aks ettiradi. Bundan tashqari, AHP modeliga ma’lumot taqdim etishda ishtirok etgan manfaatdor tomonlar va siyosatchilar eng yaxshi mavjud ma’lumotlarga asoslanib, ijtimoiy-iqtisodiy natijalarni optimallashtirishga qaratilgan oqilona qarorlar qabul qiladi, deb taxmin qilingan.

AHP usuli Olmazor tumani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi uchun moslashtirilgan innovatsion boshqaruv strategiyalarini baholash va ustuvorlikni aniqlash uchun qo‘llanildi. AHP usuli uch darajali iyerarxik modelni yaratishni o‘z ichiga oladi: asosiy maqsad — ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni yaxshilash; iqtisodiy o‘sish, ijtimoiy tenglik va ekologik barqarorlik kabi turli mezonlar; hamda raqamli transformatsiya, jamoatchilik ishtiroki va resurslarni boshqarish kabi kichik mezonlar. Qaror qabul qiluvchilar mezonlar va kichik mezonlarning nisbiy muhimligini 1 dan 9 gacha bo‘lgan shkalada baholab, juftlikda solishtirishlarni o‘tkazdilar. Ushbu baholar har bir iyerarxiya darajasi uchun juftlikda solishtirish matritsasini shakllantirish uchun ishlatildi. Har bir mezon va kichik mezon uchun og‘irliklarni hisoblashda o‘ziga xos vektorlar usuli qo‘llanildi. Qaror qabul qiluvchilarning fikrlari mosligini ta’minlash uchun moslik nisbati (CR) hisoblab chiqildi, CR 0,1 dan kam bo‘lganda maqbul hisoblandi. Hisoblangan og‘irliklar keyin taklif etilgan innovatsion boshqaruv strategiyalarini reytinglash uchun qo‘llanildi. Turli sharoitlarda natijalar barqarorligini baholash uchun sezgirlik tahlili o‘tkazildi.

Panel ma’lumotlar tahlili vaqt o‘tishi bilan boshqaruv strategiyalarining ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlarga ta’sirini o‘rganish uchun ishlatildi. Ushbu usul hududlararo farqlarni va bir necha yil davomida vaqt bo‘yicha o‘zgarishlarni har tomonlama baholash imkonini beradi. Tuman ichidagi ko‘rinmas geterogenlikni nazorat qilish uchun sobit effektlar modeli tanlandi, chunki tumanning turli subhududlaridagi noyob xususiyatlar — masalan, tarixiy siyosiy qarorlar va boshqaruv tuzilmalari — ijtimoiy-iqtisodiy natijalarga ta’sir qilishi mumkinligi e’tirof etildi. Panel ma’lumotlar to‘plami ehtiyotkorlik bilan tayyorlandi va moslik hamda ishonchliligini ta’minlash uchun ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlar vaqt davrlariga muvofiqlashtirildi. Yo‘qolgan ma’lumotlar uchun esa barqaror tendensiyalar faraziga asoslangan holda chiziqli interpolyatsiya usullari qo‘llanildi. Sobit effektlar modeli statistik dasturiy ta’minot yordamida baholandi va muqobil modellar bilan taqqoslash orqali uning mosligi Hausman testi kabi barqarorlik tekshiruvlari bilan tasdiqlandi.

Ushbu tadqiqotda AHP usuli va panel ma’lumotlar tahlilining kombinatsiyasi Olmazor tumani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi uchun innovatsion boshqaruv strategiyalarini baholash va ustuvorlikni aniqlash uchun qat’iy hamda kompleks yondashuvni ta’minlaydi. Ushbu metodologik asos qimmatli tushunchalarni beradi va murakkab ijtimoiy-iqtisodiy muammolarga duch kelayotgan boshqa shahar kontekstlarida ham qayta ishlab chiqilishi yoki moslashtirilishi mumkin.

TAHLIL VA NATIJALAR

Ushbu tadqiqotning natijalari Olmazor tumani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi uchun innovatsion boshqaruv strategiyalarini baholashda iyerarxiya tahlili (AHP) va panel ma’lumotlar tahlili usulidan foydalangan holda olingan kompleks baholashni

ifodalaydi. Olingan ma’lumotlar Kirish qismida bayon etilgan tadqiqot maqsadlariga muvofiq shakllantirildi. AHP tahlili iqtisodiy o‘sish potensiali, ijtimoiy tenglik, amalga oshirish imkoniyati va ekologik barqarorlik kabi mezonlar asosida eng samarali strategiyalarni aniqlab, ularning reytingini tuzdi. Fiksirlangan effektlar modeli yordamida o‘tkazilgan panel ma’lumotlar tahlili esa ushbu ustuvor strategiyalarning vaqt o‘tishi bilan ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlarga ta’sirini chuqurroq o‘rgandi. Natijalar xulosalarni osonroq tushunish va taqqoslash uchun umumiy jadval shaklida keltirildi.

AHP tahlili ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish bilan bog‘liq mezonlar va kichik mezonlarning juftlikdagi solishtirishlarini o‘z ichiga oldi. 1-jadvalda AHP natijalari, jumladan, mezonlarning og‘irliklari, kichik mezonlarning og‘irliklari va ko‘rib chiqilgan innovatsion boshqaruv strategiyalarining umumiy ustuvor reytingi keltirilgan. Olmazor tumani kontekstida iqtisodiy o‘sish potensiali va ijtimoiy tenglik mezonlari eng yuqori og‘irliklarga ega bo‘lib, ularning dolzarbligini ta’kidlaydi. Kichik mezonlar orasida “Raqamli transformatsiya” eng yuqori ustuvorlikka ega bo‘lib, undan keyin “Jamoatchilik ishtiroki” va “Resurslarni barqaror boshqarish” joylashgan. Juftlikdagi solishtirishlar uchun moslik koeffitsiyenti (CR) hisoblab chiqildi va 0,08 ni tashkil etdi, bu esa qaror qabul qiluvchilar tomonidan keltirilgan mulohazalarning mantiqiy izchilligini tasdiqlaydi (1-jadval).

1-jadval.

Innovatsion boshqaruv strategiyalari uchun iyerarxiya tahlili (AHP) natijalari[1]

Mezon	Og‘irlik	Kichik mezon	Kichik mezon og‘irligi	Umumiy ustuvor reyting
Iqtisodiy o‘sish potensiali	0.35	Raqamli transformatsiya	0.45	1
		Infratuzilmani modernizatsiya	0.30	3
Ijtimoiy tenglik	0.30	Jamoatchilik ishtiroki	0.40	2
Ekologik barqarorlik	0.20	Resurslarni barqaror boshqarish	0.50	4
Amaliyotga tatbiq etish imkoniyati	0.15	Salohiyatni oshirish	0.35	5

1-jadval natijalari shuni ko‘rsatadiki, “Raqamli transformatsiya” Olmazor tumanida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni yaxshilash uchun eng samarali strategiya bo‘lib, eng yuqori umumiy ustuvor reytingni egallaydi. “Jamoatchilik ishtiroki” va “Infratuzilmani modernizatsiya qilish” ham yuqori baholarga ega bo‘lib, ularning

[1] Muallif ishlanmasi

mahalliy kontekstdagi dolzarbligini ta’kidlaydi. “Resurslarni barqaror boshqarish” va “Salohiyatni oshirish” nisbatan pastroq ahamiyat kasb etsa-da, ular barqaror rivojlanishni ta’minlash uchun kompleks strategiyaning muhim tarkibiy qismlari hisoblanadi.

Panel ma’lumotlar tahlili vaqt o‘tishi bilan ustuvor strategiyalarning turli ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlarga ta’sirini baholash uchun amalga oshirildi. Tahlil daromad o‘sishi, bandlik darajasi, ijtimoiy xizmatlardan foydalanish imkoniyati va shahar infratuzilmasini rivojlantirish kabi asosiy ko‘rsatkichlarga qaratildi. Olmazor subhududlaridagi ko‘rinmas geterogenlikni nazorat qiluvchi fiksirlangan effektlar modeli natijalari 2-jadvalda umumlashtirilgan (2-jadval).

2-jadval

Olmazor tumanidagi ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlar bo‘yicha panel ma’lumotlar tahlili natijalari (2010–2023 yillar)[1]

Yil	Subhudud	Daromad o‘sishi (%)	Bandlik darajasi (%)	Ijtimoiy xizmatlardan foydalanish (%)	Infratuzilmani rivojlantirish indeksi	Raqamli transformatsiya indeksi	Jamoatchilik ishtiroki indeksi
2010	Shimol	2.5	58.0	45.0	0.45	0.30	0.40
2010	Janub	2.7	56.5	48.0	0.43	0.32	0.42
2015	Shimol	3.1	60.2	52.5	0.48	0.38	0.46
2015	Janub	3.3	59.0	54.0	0.47	0.40	0.48
2020	Shimol	4.0	62.5	60.0	0.52	0.50	0.54
2020	Janub	4.2	61.3	62.5	0.51	0.53	0.55
2023	Shimol	4.5	64.8	65.0	0.55	0.60	0.60
2023	Janub	4.7	63.5	67.0	0.54	0.62	0.61

Panel ma’lumotlar tahlili natijalari, 2-jadvalda keltirilganidek, 2010-yildan 2023-yilgacha Olmazor tumanidagi ijtimoiy-iqtisodiy yutuqlarni aks ettiradi va ustuvor strategiyalarni amalga oshirish ta’sirini ko‘rsatadi. Ushbu davr mobaynida Shimoliy va Janubiy subhududlarda daromad o‘sishi va bandlik darajasi sezilarli darajada oshdi, ayniqsa so‘nggi yillarda Raqamli transformatsiya indeksi va Jamoatchilik ishtiroki indeksi sezilarli yaxshilanish qayd etdi. Infratuzilmani rivojlantirish indeksi ham asta-sekin o‘sib bordi, bu esa infratuzilmani modernizatsiya qilish bo‘yicha amalga oshirilgan choralarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga ijobiy ta’sirini ko‘rsatadi.

AHP va panel ma’lumotlar tahlilining birgalikdagi natijalari shuni ko‘rsatadiki, raqamli transformatsiya tashabbuslari Olmazor tumanida ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlarni yaxshilashda eng katta ta’sir ko‘rsatgan. Raqamli vositalar va texnologiyalarga qaratilgan e’tibor iqtisodiy o‘sish, ijtimoiy xizmatlar ko‘rsatishni yaxshilash va jamoatchilik ishtirokini mustahkamlashga yordam berdi. Ustuvorlikda ikkinchi o‘rinni egallagan jamoatchilik ishtiroki esa ijtimoiy tenglik va bandlik darajasiga kuchli ijobiy ta’sir ko‘rsatdi hamda inklyuziv boshqaruv va ishtirokchilikka asoslangan rivojlanishning ahamiyatini ta’kidladi. Infratuzilmani modernizatsiya qilish va resurslarni barqaror boshqarish, yuqori o‘rinlarni egallamagan bo‘lsa-da,

[1] Muallif ishlanmasi

shahar infratuzilmasini barqaror yaxshilash va ekologik barqarorlikni ta’minlashga o‘z hissasini qo‘shdi.

Tadqiqotda ko‘rib chiqilgan innovatsion boshqaruv strategiyalarining birortasi bilan bog‘liq sezilarli salbiy ta’sirlar aniqlanmadi. Biroq, natijalar raqamli transformatsiyani faol jamoatchilik ishtiroki va barqaror amaliyotlar bilan uyg‘unlashtirgan muvozanatli yondashuv Olmazor kabi shahar hududlarida yaxlit va barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga erishish uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanini ko‘rsatadi.

Umuman olganda, ushbu tadqiqot mahalliy siyosatchilar va rivojlanish agentliklari uchun shahar sharoitida ijtimoiy-iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantirish bo‘yicha boshqaruv strategiyalarini optimallashtirish uchun qimmatli tushunchalarni taqdim etadi. Natijalar ijobiy rivojlanish tendensiyalarini saqlab qolish va tezlashtirish uchun mahalliy sharoitlarga moslashish va tezkor javob berish zarurligini ta’kidlaydi.

Ushbu tadqiqot natijalari Olmazor tumanidagi ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish uchun innovatsion boshqaruv strategiyalari haqida batafsil tushuncha beradi. Iyerarxiya tahlili (AHP) va panel ma’lumotlar tahlilidan foydalanish asosida tadqiqot raqamli transformatsiya va jamoatchilik ishtiroki daromad o‘sishi, bandlik darajasi, ijtimoiy xizmatlardan foydalanish va infratuzilmani rivojlantirish kabi ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlarni yaxshilash uchun eng samarali strategiyalar ekanini aniqladi. Ushbu natijalar mahalliy boshqaruv va siyosat ishlab chiqishda muhim ahamiyat kasb etib, barqaror shahar rivojlanishini qo‘llab-quvvatlash uchun raqamli infratuzilmaga hamda inklyuziv jamoat dasturlariga maqsadli investitsiyalar zarurligini ko‘rsatadi.

Natijalar raqamli transformatsiyaning shahar boshqaruviga ta’siri haqidagi zamonaviy bilimlarga hamohang bo‘lib, texnologiyalarning iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantirish va xizmat ko‘rsatishni yaxshilashdagi rolini ta’kidlaydi [1]. Ilgari o‘tkazilgan tadqiqotlar raqamli vositalar samaradorlikni, shaffoflikni va boshqaruvda fuqarolarning ishtirokini oshirish orqali ijtimoiy-iqtisodiy natijalarni yanada adolatli qilishini ko‘rsatgan [2]. Bizning xulosalarimiz ushbu fikrlarni tasdiqlaydi, chunki raqamli transformatsiya indeksi tadqiqot davrida sezilarli yaxshilanishni qayd etdi va bu daromad o‘sishi hamda ijtimoiy xizmatlardan foydalanish bilan bevosita bog‘liq bo‘ldi. Biroq, texnologiyalarning roliga qaratilgan ba’zi tadqiqotlardan farqli o‘laroq, ushbu tadqiqot jamoatchilik ishtirokining teng darajadagi ahamiyatini ta’kidlaydi. U shuni ko‘rsatadiki, raqamli vositalarni boshqaruvga keng qamrovli ishtirok bilan birlashtirgan strategiya yanada kengroq ijtimoiy-iqtisodiy foyda keltirishi mumkin.

Jamoatchilik ishtirokining ijtimoiy tenglik va bandlik darajasiga ijobiy ta’siri kuzatilishi, mahalliy jamoalarning qaror qabul qilish jarayonlarida faol ishtirok etishining qadr-qimmatini ta’kidlaydigan mavjud adabiyotlar bilan qo‘llab-quvvatlanadi [3]. Jamoatchilik ishtiroki ishonchni mustahkamlaydi, ijtimoiy birlikni kuchaytiradi va rivojlanish strategiyalarining aholi ehtiyojlari va ustuvorliklariga mos kelishini ta’minlaydi. Natijalarimiz shuni ko‘rsatadiki, jamoatchilikka yo‘naltirilgan yondashuvlar raqamli transformatsiyaning ba’zi potensial kamchiliklarini, masalan, raqamli tengsizlik va zaif guruhlarning chetlanishini yumshatishi mumkin. Shu bilan birga, natijalarimiz texnologik va insoniy yo‘nalishlarni birlashtirgan gibrid

strategiyalar shahar rivojlanishi uchun zarurligini qo‘llab-quvvatlovchi adabiyotlar sonining ortishiga hissa qo‘shadi [4].

Infratuzilmani modernizatsiya qilish va resurslarni barqaror boshqarishni ustuvorlik sifatida tanlash raqamli transformatsiya va jamoatchilik ishtirokiga nisbatan pastroq o‘rinlarni egallagan bo‘lsa-da, ular ham qimmatli xulosalarni taqdim etadi. Infratuzilmani modernizatsiya qilish iqtisodiy faoliyatning gullab-yashnashi uchun zarur bo‘lgan jismoniy muhitni ta’minlovchi shahar rivojlanishining asosiy elementi sifatida keng e’tirof etiladi [5]. Garchi AHP natijalari ushbu strategiya boshqa strategiyalarga nisbatan unchalik samarali emasligini ko‘rsatgan bo‘lsa-da, panel ma’lumotlar tahlili infratuzilmani rivojlantirish indeksining barqaror yaxshilanishini qayd etdi, bu esa uni uzoq muddatli rivojlanish strategiyasidagi ahamiyatini ta’kidlaydi. Ushbu natija infratuzilmaning kengroq ijtimoiy-iqtisodiy o‘sishni qo‘llab-quvvatlashdagi bosqichma-bosqich, lekin muhim rolini ta’kidlaydigan tadqiqotlarga mos keladi [6].

Resurslarni barqaror boshqarish bizning tahlilimizda eng yuqori ustuvorlikka ega bo‘lmagan bo‘lsa-da, barqaror shahar rivojlanishining muhim tarkibiy qismi bo‘lib qolmoqda. Xulosalarimiz shuni ko‘rsatadiki, barqaror amaliyotlarning darhol ijtimoiy-iqtisodiy foydalari raqamli transformatsiya kabi sezilarli bo‘lmasligi mumkin, biroq ularning uzoq muddatli barqarorlik va ekologik xavfsizlikni ta’minlashdagi roli inkor etib bo‘lmaydi [7]. Bu esa tezkor urbanizatsiya sharoitida iqtisodiy o‘sish va atrof-muhitni muhofaza qilish o‘rtasidagi muvozanatni saqlashda barqaror amaliyotlarning zarurligini ta’kidlaydigan adabiyotlar bilan uyg‘unlashadi [8]. Shunday qilib, raqamli va jamoatchilikka yo‘naltirilgan strategiyalar tezkor foyda keltirsa-da, resurslarni barqaror boshqarish shahar hududlarining, jumladan Olmazorning kelajagini ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Ushbu tadqiqot natijalari ayrim qaror topgan qarashlarga ham qarshi chiqadi. Masalan, ko‘plab tadqiqotlar shahar rivojlanishi uchun texnologiyaga yo‘naltirilgan yondashuvni ilgari surgan bo‘lsa-da, bizning natijalarimiz jamoatchilik ishtiroki va qatnashuvini o‘z ichiga olgan yanada muvozanatli strategiya ijtimoiy-iqtisodiy maqsadlarga erishishda samaraliroq bo‘lishi mumkinligini ko‘rsatadi [9]. Ushbu xulosa mahalliy siyosatchilar uchun muhim ahamiyatga ega, chunki ular aks holda texnologik yechimlarga ortiqcha e’tibor qaratib, ularning ijtimoiy-madaniy oqibatlarini yetarli darajada hisobga olmasliklari mumkin. Natijalarimiz texnologik yutuqlarni mahalliy aholi ijtimoiy-iqtisodiy haqiqatlari va intilishlari bilan uyg‘unlashtiradigan yanada integratsiyalashgan yondashuvni qo‘llab-quvvatlaydi.

Ushbu xulosalarning nazariy oqibatlari ham muhimdir. Shahar rivojlanishi sohasida qaror qabul qilish ijtimoiy-iqtisodiy o‘sishning turli o‘lchovlarini hisobga oladigan tuzilgan, ko‘p mezonli yondashuvlardan foyda ko‘rishi mumkinligini ko‘rsatadi. Xuddi shuningdek, panel ma’lumotlar tahlilidan foydalanish ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning dinamik xarakterini va qisqa muddatli ta’sirlar bilan bir qatorda uzoq muddatli tendensiyalarni ham tushunish zarurligini ochib beradi. Ushbu usullar shahar boshqaruvi sohasidagi kelajakdagi tadqiqotlar uchun, ayniqsa

rivojlanayotgan mintaqalarda murakkab rivojlanish muammolariga duch kelganda, ishonchli metodologik asos bo‘lib xizmat qiladi [10].

Ushbu natijalarning ahamiyati Olmazor tumanidan tashqarida ham qo‘llanilishi mumkin. Shunga o‘xshash shahar sharoitlarida faoliyat yuritayotgan siyosatchilar va rivojlanish agentliklari uchun natijalar raqamli, ijtimoiy va ekologik ehtiyojlarni muvozanatlashtiradigan innovatsion boshqaruv strategiyalarini ustuvorlashtirish uchun takrorlanadigan modelni taqdim etadi. Bunday muvozanatli yondashuv ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni nafaqat tezkor va inklyuziv, balki uzoq muddatda barqaror bo‘lishini ta’minlashga yordam beradi [11]. Kelgusidagi tadqiqotlar ushbu strategiyalarni natijalarni umumlashtirish uchun turli ijtimoiy-iqtisodiy va madaniy kontekstlarga ega boshqa shahar hududlarida sinovdan o‘tkazishga qaratilishi lozim.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu tadqiqot Olmazor tumanida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish uchun innovatsion boshqaruv strategiyalarini har tomonlama baholashni taqdim etib, shahar hududlari o‘sish va barqarorlikni qanday optimallashtirishi mumkinligi haqida muhim xulosalarni taqdim etdi. Natijalar raqamli transformatsiya jamoatchilik ishtiroki bilan birgalikda daromad o‘sishi, bandlik darajasi va ijtimoiy xizmatlardan foydalanish kabi asosiy ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlarni yaxshilash uchun eng samarali strategiya ekanligini ko‘rsatdi. Texnologiyalarni ishtirokchilikka asoslangan boshqaruv bilan integratsiyalash aholi uchun yanada inklyuziv rivojlanish modelini shakllantiradi. Ushbu gibrid yondashuv birinchi navbatda texnologiyaga yo‘naltirilgan rivojlanish strategiyasi haqidagi hukmron tushunchani shubha ostiga qo‘yadi va barqaror shahar rivojlanishiga erishish uchun texnologik yutuqlarni jamoatchilikka qaratilgan harakatlar bilan muvozanatlashtirish zarurligini ta’kidlaydi.

Tadqiqot, shuningdek, infratuzilmani modernizatsiya qilish va resurslarni barqaror boshqarishning sekin, biroq muhim rolini ta’kidlaydi. Ushbu strategiyalar tezkor natijalar bermasligi mumkin, ammo ularning uzoq muddatli foydalari barqaror shahar muhitini shakllantirish uchun asosiy ahamiyatga ega. Xulosalar shuni ko‘rsatadiki, kompleks rivojlanish strategiyasi nafaqat raqamli transformatsiya orqali tezkor natijalarga e’tibor qaratishi, balki infratuzilmaviy va ekologik harakatlar orqali erishilgan bosqichma-bosqich yaxshilanishlarni ham inobatga olishi lozim.

Shunga qaramay, tadqiqotda ayrim cheklovlar mavjud. AHP va panel ma’lumotlar tahlilidan foydalanish ishonchli bo‘lsa-da, ma’lumotlarning sifati va mavjudligi hududlar bo‘yicha farq qiladi. Qiziqish bildirgan tomonlar o‘rtasida fikrlarning bir xilligi va oqilona qaror qabul qilish haqidagi taxminlar barcha shahar sharoitlarida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning murakkabligini to‘liq aks ettirmasligi mumkin. Bundan tashqari, tadqiqot Olmazor tumaniga xos bo‘lib, garchi xulosalar qimmatli tushunchalarni taqdim etsa-da, ular turli ijtimoiy-madaniy, iqtisodiy va boshqaruv kontekstlarini hisobga olmasdan umumlashtirilishi mumkin emas.

Kelgusidagi tadqiqotlar ushbu xulosalarning turli ijtimoiy-iqtisodiy dinamikaga ega boshqa shahar hududlarida qo‘llanilishini o‘rganishi zarur, bu esa taklif etilgan strategiyalarning umumlashuvini yaxshiroq tushunishga yordam beradi. Haqiqiy vaqt rejimidagi ma’lumotlar va adaptiv modellarni o‘z ichiga olgan longitudinal tadqiqotlar

vaqt o‘tishi va turli sharoitlarda innovatsion boshqaruv strategiyalarining qanday rivojlanishini chuqurroq ochib berishi mumkin. Bundan tashqari, raqamli vositalarni an’anaviy boshqaruv tuzilmalari bilan integratsiyalashni chuqurroq o‘rganish inklyuziv va barqaror shahar o‘sishini qo‘llab-quvvatlashni maqsad qilgan siyosatchilar uchun amaliy ko‘rsatmalar taqdim etadi.

Amaliy nuqtai nazardan, siyosatchilar va shaharsozlar raqamli texnologiyalarni jamoalarni faol jalb qilish va resurslardan barqaror foydalanishni ta’minlash bilan birlashtirgan muvozanatli yondashuvni joriy etishlari lozim. Shu orqali ular o‘z shaharlarining noyob muammolariga javob beradigan moslashuvchan va barqaror rivojlanish asoslarini yaratishlari mumkin. Tadqiqot shahar boshqaruvida strategik, dalillarga asoslangan rejalashtirish zarurligini ta’kidlaydi va yaxshi integratsiyalangan yondashuv turli shahar sharoitlarida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish natijalarini sezilarli darajada yaxshilash imkonini berishini ko‘rsatadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Atkinson, A. (2017). Financial education for MSMEs and potential entrepreneurs. *OECD* Working Papers *on* Finance, Insurance and Private Pensions, *(43)*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/bb2cd70c-en

2. Ayandibu, A. O., & Houghton, J. (2017). External forces affecting small businesses in South Africa: A case study. Journal of Business and Retail Management Research, *11(2)*, 49-64. http://www.jbrmr.com/cdn/article_file/i-26_c-256.pdf

3. Baporikar, N., Nambira, G., & Gomxos, G. (2016). Exploring factors hindering SMEs growth: Evidence from Namibia. Journal of Science and Technology Policy Management, *7(2)*, 190-211. https://doi.org/10.1108/JSTPM-11-2015-0036

4. Boroda, G., Gorbunov, A., & Gorbunova, M. (2021). Intellectual potential as a foundation of innovative development of socio-economic systems. In E. G. Popkova & B. S. Sergi (Eds.), *Modern Global* Economic System*:* Evolutional Development vs. Revolutionary Leap (pp. 1419-1426). Springer, Cham. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-69415-9_157

5. Bouazza, A., Ardjouman, D., & Abada, O. (2015). Establishing the factors affecting the growth of small and medium-sized enterprises in Algeria. American International Journal of Social Science, *4(2)*, 101-115. http://www.aijssnet.com/journals/Vol_4_No_2_April_2015/11.pdf

6. Brancati, E. (2015). Innovation financing and the role of relationship lending for SMEs. Small Business Economics, *44(2)*, 449-473. https://doi.org/10.1007/s11187-014-9603-3

7. Chirumalla, K. (2021). Building digitally-enabled process innovation in the process industries: A dynamic capabilities approach. Technovation, *105*, 102256. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102256

8. De Loecker, J., Eeckhout, J., & Unger, G. (2020). The rise of market power and the macroeconomic implications. Quarterly Journal of Economics, *135(2)*, 561-644. Oxford University Press. https://academic.oup.com/qje/article/135/2/561/5714769

9. Dinnik, D. I., Grigoryeva, N. S., & Galoyan, Y. E. (2020). Improving project management of socio-economic development of the region with the use of soft

computing. In R. Aliev et al. (Eds.), *10th* International Conference *on* Theory and Application of Soft Computing, Computing with Words and Perceptions — *ICSCCW-2020*. Springer, Cham.

10. Hartigan, P. (2004). The challenge for social entrepreneurship. Schwab Foundation for Social Entrepreneurship *Global* Summit *2004*.

11. Khanin, S., Tulchynska, S., & Popelo, O. (2021). Systematization of functional features of intellectual and innovative determinants of the intensification of the regional economic development. Laplage *em* Revista *(*International*), 7(2)*, 710-720. https://laplageemrevista.editorialaar.com/index.php/lpg1/article/view/1118

12. Liñares-Zegarra, J. M., & Wilson, J. O. (2023). Navigating uncertainty: The resilience of third-sector organizations and socially oriented small-and medium-sized enterprises during the COVID-19 pandemic. Financial Accountability *&* Management.

13. Mahboob, D. H., & Moinul, H. (2012). Social Entrepreneurs in Bangladesh. International Journal of Research *in* Commerce*. IT &* Management*, 2(9)*, 7-12.

14. Popelo, O., Butko, M., Revko, A., Garafonova, O., & Rasskazov, O. (2021). Strategy of the formation and development of an innovative agroindustrial cluster of the region in a context of decentralization of the authoritative powers. Financ. Credit Activity Probl. Theory Pract., *2(37)*, 219-230. http://fkd1.ubs.edu.ua/article/view/230180

15. Thomas, J. (2021). Case study: the value of intellectual property in innovative product development. In G. Di Bucchianico et al. (Eds.), Human Factors and Ergonomics *in* Design.

ANALYSIS OF INDONESIA'S DUALISTIC FINANCIAL SYSTEM AND ITS POSSIBILITIES FOR USE IN UZBEKISTAN

Irgasheva Gulbakhor
PhD Candidate of Tashkent State University of Economics,
E-mail: irgashevagulbahor77@gmail.com
ORCID: 0009-0009-0955-664X

Abstract

This article provides an in-depth analysis of Indonesia's financial market, which operates under a dual financial system through the integration of alternative finance within the conventional financial structure. The primary focus is on a comparative assessment of the role of Islamic and conventional banks in the national financial ecosystem, exploring the state of financing within the production and services sectors, investment mobilization, and the provision of various financial services. Furthermore, the paper discusses the potential avenues for utilizing Indonesia's expertise in Islamic finance to address existing challenges in the advancement of Islamic finance in Uzbekistan.

Keywords: Dual financial system, Islamic finance, Islamic banking, Islamic window, conventional finance, Indonesia, Uzbekistan, IsDB, ICD.

Annotatsiya

Mazkur maqolada muqobil moliya tizimini an'anaviy moliya tizimiga integratsiyalash orqali dual moliya tizimida ishlovchi Indoneziyaning moliya bozori joriy holati tahlili qilinadi. Maqolada asosiy e'tibor Indoneziyaning islomiy va an'anaviy banklarining mamlakat moliya bozoridagi ishtirokining qiyosiy tahliliga qaratilgan bo'lib, bunda ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sektorini moliyalashtirish holati, investitsiyalar jalb qilish va boshqa xizmat ko'rsatish faoliyati turlarining holati tadqiq etiladi. Shuning bilan birga, islom moliyasining O'zbekistonda rivojlanishida uchraydigan kamchiliklarni bartaraf etilishida Indoneziyaning ushbu soha borasidagi tajribasidan foydalanish yo'nalishlari ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlari: Dualistik moliya tizimi, islom moliyasi, islom banki, islomiy darcha, an'anaviy moliya, Indoneziya, O'zbekiston, ITB, XSRIK.

Аннотация

В данной статье проводится анализ текущего состояния финансового рынка Индонезии, функционирующего в рамках двойной финансовой системы посредством интеграции альтернативных финансовых механизмов в традиционную финансовую структуру. Основное внимание уделено сравнительному анализу участия исламских и традиционных банков в финансовом рынке страны, рассматриваются вопросы финансирования производственного и обслуживающего секторов, привлечение инвестиций и другие виды финансовых услуг. В статье также рассматриваются пути использования опыта Индонезии в сфере исламских финансов для преодоления существующих проблем в развитии исламских финансов в Узбекистане.

Ключевые слова: Дуалистическая финансовая система, исламские финансы, исламский банк, исламское окно, традиционные финансы, Индонезия, Узбекистан, ИсРБ, ИСРИК.

INTRODUCTION

Currently, the Islamic financial system is one of the rapidly developing sectors in the world. In particular, over the past two decades, many countries have placed special emphasis on establishing and developing a dualistic financial system as part of their efforts to enhance their financial systems. This means that both the conventional financial system and the Islamic financial system work in parallel for the economic development of the country.

The emergence of the first Islamic banking system in Egypt in the 1960s was not a groundbreaking event at the time, but for more than half a century, this sector has been steadily evolving. In recent years, the concept of Islamic finance has firmly established itself in the lexicon of financiers across many countries.

As mentioned earlier, Islamic finance today is recognized as a leading component of the rapidly developing global financial industry. Islamic finance, as one of the most advanced sectors, is being utilized not only by Muslim-majority countries but also by non-Muslim countries in organizing their financial systems based on a dual financial system.

The dual financial system, i.e., the simultaneous existence of both Islamic and conventional financial systems, is one of the important and complex issues in the financial sector. This system, particularly in countries where Islamic financial principles and conventional financial practices are integrated, has demonstrated its role in ensuring economic and financial stability.

The primary aim of our current research is to examine Indonesia, a country that has successfully established a dual financial system by integrating Islamic finance into its conventional financial system.

LITERATURE REVIEW

Islamic finance is increasingly recognized as a leading component of the global financial industry, rapidly developing worldwide. It is acknowledged as one of the most advanced sectors, not only in Muslim-majority countries but also in non-Muslim countries, where it is being adopted in their financial industries. Furthermore, in an effort to raise public awareness about Islamic finance, numerous foreign scholars, as well as researchers from the CIS countries and Uzbekistan, have conducted studies on this field and presented their findings in their research.

In particular, Muhammad Ayub (2007) conducted significant research in the field of Islamic finance. In his study titled “Understanding Islamic Finance”, he explains the role of Islamic investments in the economic development of countries.

Additionally, M. Umer Chapra (2000), in his study “Islamic Banking and Finance: The Challenge of the 21st Century”, provides a deep analysis of the fundamental principles of Islamic finance and its impact on economic systems. In this book, the author emphasizes the core principles of Islamic finance, such as economic stability,

justice, and equality, while exploring the functioning of Islamic banking and financial systems and their integration with modern markets.

Monzer Kahf (2005) is another prominent scholar who has contributed significantly to the field of Islamic economics and finance. In his book "Islamic Capital Markets: A Comparative Approach", he analyzes the contemporary practices of Islamic capital markets, their influence, and the potential for their development. The book also discusses Islamic investment principles and their role within the financial system. Furthermore, Monzer Kahf (2009) in his research "Financial Contracts, Risk, and Performance: Islamic Finance Perspectives" provides detailed information on risk management, financial contracts, and their operational principles within Islamic finance. This book presents an analysis of the effectiveness of Islamic financial contracts and their integration with modern markets.

M. Fahim Khan (2003) in his book "Islamic Banking: Theories and Practices" discusses the theoretical foundations of Islamic banking, its connection with contemporary practices, and the role of Islamic banks in economic development.

In their work "Islamic Banking and Finance: New Perspectives on Profit Sharing and Risk" (2007), Munawar Iqbal and Hossein Mirakhror analyze Islamic banking from the perspective of profitability and risk management. The theoretical and practical aspects of the Islamic financial system are examined, and the integration of Islamic banking with modern markets is discussed.

All of the aforementioned scholars have made significant contributions to theoretical and practical research in the field of Islamic finance. Their works cover a wide range of topics, from the core principles of Islamic banking and finance to the study of its role and impact in modern economies. Their research provides comprehensive insights into the successful practices of Islamic finance, risk management, and its influence on economic development.

In Uzbekistan, the number of researchers conducting studies in this field has been steadily increasing, which is particularly noteworthy. As these scholars continue to publish their findings, they are contributing to the growing awareness of Islamic finance among the public.

For instance, Ruhiddin Zayniddinov, in his research "Opportunities for Utilizing Turkey's Experience in the Development of Islamic Finance in Uzbekistan", investigates the establishment of Islamic financial services in Turkey, the practice of Islamic project financing, and the barriers and solutions to development. He explores the potential for applying Turkey's experience in Uzbekistan, presenting his conclusions and recommendations. Researchers in the field of Islamic finance, based on the principles of economic stability, justice, and ethics, have offered alternative solutions to the problems of the modern economy.

In our current scientific study, the opportunities for utilizing Indonesia's experience with its developed dual financial system in Uzbekistan are explored, and conclusions and recommendations are provided.

METHODOLOGY

In the scientific analysis of our article, a quantitative approach was employed extensively. Specifically, in analyzing the participation of Islamic and conventional banks in the financial market, a comparative analysis method was also effectively utilized.

ANALYSIS AND RESULTS

In this paper, we will conduct a detailed analysis of the operations of Indonesia's dual financial system, which combines traditional finance with Islamic finance. Although Indonesia is home to the largest Muslim population in the world, the development of Islamic finance in the country began much later compared to countries such as Saudi Arabia, the UAE, and Malaysia. Specifically, the first Islamic bank was established in Malaysia in 1983, in Bangladesh in 1983 as well, and in the UAE in 1975.

Despite the fact that 87% of Indonesia's population is Muslim, by 2023, Islamic banking in the country accounted for only 7.5% of total banking assets, a significantly lower figure compared to the aforementioned countries. One of the primary reasons for this is that a large portion of Indonesia's Muslim consumers feel more comfortable with traditional banking, often perceiving no substantial differences between traditional and Islamic banking. This perception leads to the reluctance to utilize Sharia-compliant banks, as there is a lack of awareness and sufficient education regarding alternative financial systems, resulting in a low level of financial literacy among the population.

Furthermore, another obstacle to the development of Islamic finance in the country can be attributed to the competition with well-established traditional banks and the lack of a large-scale presence of Sharia-compliant banks.

Despite these challenges, in recent years, Islamic banking in Indonesia has continued to experience consistent growth, with total assets reaching nearly 869 trillion Indonesian rupiahs in 2023, reflecting an annual growth rate exceeding 11%. Sharia-compliant services, such as sukuk (Islamic bonds), have shown notable increases in value, and the growing operational revenues of Islamic banks suggest a promising future. Additionally, the merger of three state-owned Islamic banks into Bank Syariah Indonesia (BSI) in 2021 marked a significant turning point for the sector.

Table 1: Timeline of Islamic Finance Developments in Indonesia[1].

Year	Actions Taken
1990	The development of the Islamic finance sector began in Indonesia.
1992	The first Islamic bank, Bank Muamalat Indonesia (BMI), was established.
1994	Maybank Syariah Indonesia was formed as the Islamic division of Maybank Indonesia. Additionally, Islamic insurance companies such as PT. Asuransi Takaful Keluarga, PT. Takaful Indonesia, and AXA Mandiri Takaful were founded.

[1] Author's work

Year	Actions Taken
1996	Bank Danamon Syariah was created as the Islamic division of Bank Danamon, specializing in providing services in Islamic banking and finance.
2000	The Central Bank of Indonesia established a Shariah Banking Affairs Bureau within the Bank Supervision Department.
2005	Bank Al-Ijarah Indonesia was established to offer Islamic financial services, particularly focusing on leasing services. This bank operates based on Islamic principles.
2008	The Indonesian government enacted various laws to develop and regulate the Islamic finance market, including: - Law No. 19 on Sovereign Sukuk; - Law No. 21 on Islamic Banking, which served as a foundation for the increased establishment of Islamic banks in Indonesia.
2010	Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) was established as the Islamic division of Bank Negara Indonesia (BNI) and is one of the largest Islamic banks in Indonesia, providing Shariah-compliant financial services.
2013	Tax incentives for Islamic banking were introduced in Indonesia.
2021	The Indonesian government consolidated three state-owned Islamic banks into Bank Syariah Indonesia (BSI), which helped strengthen the Islamic finance system.
2023	Indonesia ranks third globally in the Islamic fintech sector. Mobile banking and other digital financial services have further popularized Islamic financial products.

Efforts to establish Islamic banks and introduce alternative financial systems to the public in Indonesia began in the 1990s. As a result of these efforts, in 1992, "Bank Muamalat Indonesia" (BMI) was founded, becoming the first institution in the country to implement the Islamic finance system, offering its services to customers based on Islamic law, or Sharia.

The growth of Islamic banking in the country was initially very slow, with the main reason being that most consumers preferred traditional banking services. However, despite this, the country began establishing Islamic windows within traditional banks. Specifically, in 1994, Maybank Indonesia, a conventional bank, established Maybank Syariah Indonesia, its Islamic division, which has been offering Sharia-compliant accounts, Islamic loans, sukuk, and investment services to customers. In 1996, Bank Danamon Syariah was created as the Islamic division of Bank Danamon, specializing in providing services in Islamic banking and finance.

Thus, alongside the traditional financial system, the Islamic finance industry in Indonesia has continued to develop. Today, Indonesia holds the position of the seventh-largest Islamic finance market globally.

Before the introduction of specific laws for Islamic finance in Indonesia, it was regulated and governed by the laws applicable to traditional financial institutions. However, by 2008, the government enacted various laws to develop and regulate the

Islamic finance market. Notably, the passing of Law No. 19 of 2008 on Sovereign Sukuk and Law No. 21 of 2008 on Islamic Banking provided the foundation for the establishment of more Islamic banks in Indonesia.

In addition, the Indonesian government, through the Majelis Ulama Indonesia (Indonesian Council of Ulema or MUI), conducted technical and economic assessments for the establishment of Islamic banks in the country. The MUI also holds the exclusive authority to issue fatwas in Indonesia. In 2000, the Central Bank of Indonesia established a Sharia Banking Affairs Bureau within the Bank Supervision Department.

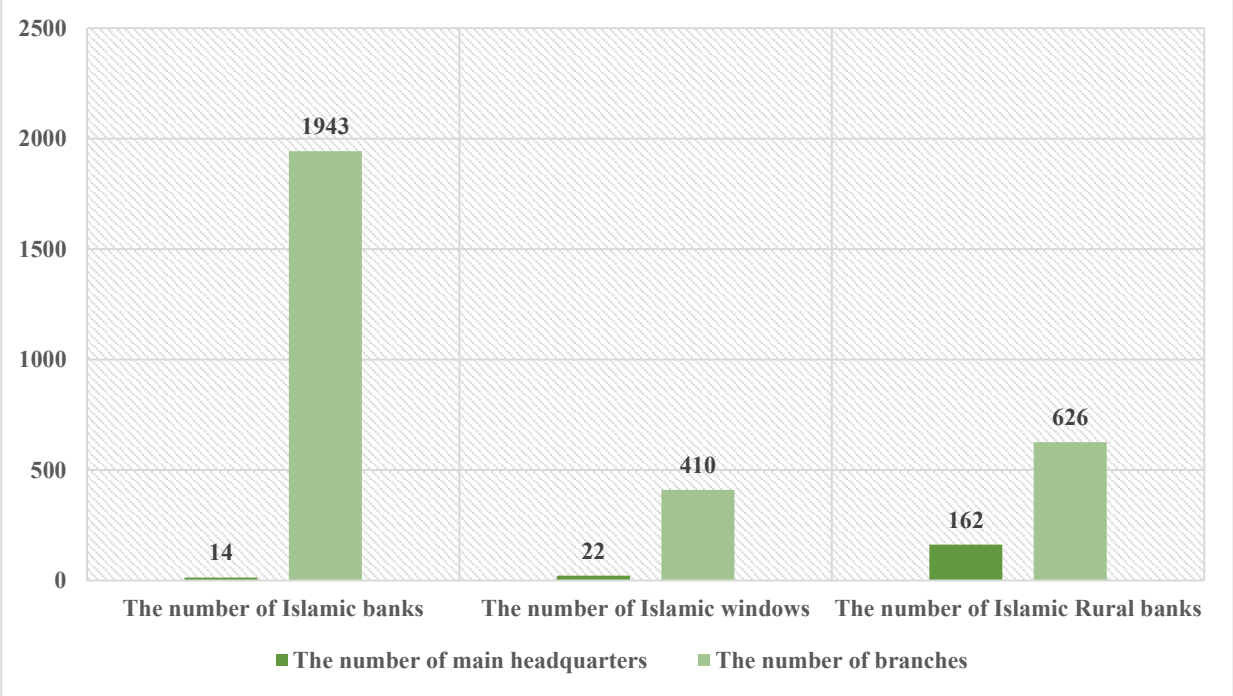


Figure 1. Analysis of existing Islamic banks in Indonesia (2023)[1]

The laws and infrastructure implemented in the country have served as the foundation for the growth and development of Islamic finance in Indonesia.

In 2021, the merger of Bank Mandiri Syariah, Bank Negara Indonesia Syariah, and Bank Rakyat Indonesia Syariah resulted in the formation of Bank Syariah Indonesia (BSI), which became the largest Islamic bank in the country. BSI has been offering banking services through its extensive network.

The enactment of Law No. 21 on July 16, 2008, created a more favorable legal framework for the development of Islamic banking in Indonesia, accelerating the growth of the industry. In the past five years, with an impressive annual growth rate of over 65% in assets, the Islamic banking sector is expected to play an increasingly important role in supporting the national economy.

Given the support from the Indonesian government, international financial institutions, and foreign investments, this trend of growth is expected to continue. In recent years, Indonesia has proven itself to be a strong competitor to other Islamic

[1] Author's work

finance jurisdictions, such as Malaysia and Bahrain, with positive developments in Islamic banking, sukuk (Islamic securities), project and infrastructure financing, takaful (Islamic insurance), and Islamic microfinance.

Table 2. Islamic financial institution development in Indonesia[1]

Country	Islamic bank	Financial and investment companies	Takaful companies	Islamic rural bank	Ialamic microfinance institution	Total
Indonesia	34	58	7	163	4500	4762
Share (%)	0.71	1.22	0.15	3.42	94.50	100.00

Islamic banking in Indonesia has experienced significant growth, with total assets reaching IDR 869 trillion. The assets of Islamic banks increased by 11.4% compared to the previous year, while financing and deposits grew by 9% and 16% (year-on-year), respectively (see Figure 1). Islamic finance assets in Indonesia reached USD 160.6 billion in 2023. The number of banks and financial institutions offering Islamic banking services and products continues to rise, and the favorable investment environment created for foreign investors has led to increased recognition of the expansion opportunities within Indonesia's Islamic capital market. This, in turn, has resulted in a steady increase in foreign investment flows into the country each year.

According to the analysis provided by Fitch Ratings in 2024, Indonesia's Islamic banking industry is expected to benefit from a supportive regulatory environment that could lead to further consolidation, which may enhance the sector's competitiveness. Large Shariah Business Units (SBUs) are anticipated to play a key role in this process. These mergers could help address the existing challenges faced by the Islamic banking sector, particularly in the context of strong competition from traditional banks.

By the end of 2023, the share of Islamic banks in Indonesia's financing market increased to 8.0% (up from 7.7% in 2022). Shariah-compliant financing grew by 11.4% year-on-year, while conventional credit growth exceeded 6.4%. This trend is expected to continue through 2024-2025, further strengthening the position of Islamic finance in the country.

CONCLUSION AND SUGGESTIONS

Based on the findings of our research, we conclude the following: While the Islamic finance system was initially introduced in Muslim-majority countries, it has gradually spread to all regions of the world as an alternative financial system. In many countries, the dual finance system, which incorporates both traditional and Islamic finance, has started to yield positive results. This trend became particularly evident during the global financial crisis. Today, even economically developed countries are making effective use of this system.

Our research focuses on Indonesia, a country with a dual finance system. Based on our analysis, Indonesia has successfully implemented the dual finance system, with its positive outcomes particularly evident in its legal framework, political will, skilled

[1] Author's work

workforce, Sharia and accounting standards, and efforts to ensure the parallel operation of both finance sectors.

The parallel existence of traditional and Islamic financial systems in Indonesia has contributed to economic stability in the country. Additionally, financial reforms and innovative technologies implemented by the government have supported the expansion of the Islamic finance system and its integration into global markets.

The establishment of the Sharia Banking Affairs Bureau within the Bank Supervision Department by the Central Bank of Indonesia in 2000, along with the laws and infrastructure adopted, laid the foundation for the development of Islamic finance in the country. As a result, while there were only two Islamic banks in Indonesia in 1999, by 2023, the number had significantly increased. Islamic banks, Islamic windows, and Islamic rural banks continue to expand in Indonesia.

The main goal of our research is to explore how Uzbekistan can benefit from Indonesia's achievements and experience in the Islamic finance sector, identify possible areas of development, and offer conclusions, recommendations, and suggestions based on this analysis.

In Uzbekistan, the development of Islamic finance began in 2003, which can be attributed to the country's membership in the Islamic Development Bank (IDB). Following this, Uzbekistan joined several corporations within the IDB group, including the Private Sector Development Corporation (ICD) and the International Islamic Trade Finance Corporation (ITFC), among others.

In this regard, PSDC has established partnerships with 15 commercial banks and 2 leasing companies, and to date, has approved the allocation of funding lines amounting to USD 285 million to banks.

Additionally, the ITFC has provided short-term trade financing lines (to be repaid within one year) to entrepreneurs in collaboration with several local banks. In this case, the Mudarabah financing method has been utilized, mainly for the purchase of raw materials and equipment. The projects approved by the ITFC have a total value of USD 82 million.

REFERENCES

1. Baydaulet, E.A., (2019), Fundamentals of Islamic Finance [Text] / E.A. Baydaulet. — Tashkent: NMIU "Uzbekistan", — 432 p

2. Bekkin. R.I Islamic economic model and modernity. – 2nd ed., revised. and additional – M.: Publishing house. Marjani House, 2010. – 367 p.

3. Hans Visser. Islamic Finance: Principles and Practice. – Edward Elgar, Cheltenham, UK Northampton, MA, USA, — 2009. 184 p.;

4. https://iilm.com/wp-content/uploads/2024/01/Global-Islamic-Liquidity-Management-Report-2023.pdf

5. https://icd-ps.org/uploads/files/ICD%20Refinitiv%20ifdi-report-20221669878247_1582.pdf. Islamic Finance Development Indicator Report 2022.

6. https://islom.uz/maqola/22187

7. https://www.statista.com/topics/13002/islamic-banking-industry-in-indonesia/#topicOverview

8. ICD-REFINITIV Islamic Finance Development Report 2022
9. Islamic Corporation for the Development of the Private Sector-Refinitiv. "Islamic Finance Development Report 2022
10. Irgasheva G.S, Islom iqtisodiyotida investitsiyalar: ularning tashkiliy va boshqaruv tizimi hamda amalda qo‘llash tamoyillari, “Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil” jurnali, №1, 2024-y, www.e-itt.uz
11. Lucky Nugroho, The concept of accounting in Islamic Bank (Indonesia Empirical Cases), Mercu Buana University, august 2022, DOI: 10.5772/intechopen.103140
12. Monzer Kahf "Islamic Capital Markets: A Comparative Approach", 2005, Nashr: Palgrave Macmillan
13. Monzer Kahf "Financial Contracts, Risk, and Performance: Islamic Finance Perspectives", 2009, Nashr: Islamic Economics Institute
14. M. Fahim Khan, "Islamic Banking: Theories and Practices", 2003, Nashr: Oxford University Press
15. Munawar Iqbal va Hossein Mirakhor, "Islamic Banking and Finance: New Perspectives on Profit Sharing and Risk", 2007, Nashr: Palgrave Macmillan
16. 16.Muhammad Ayub (2007) Understanding Islamic Finance. John Wiley & Sons, Ltd, The Artrium, Southern Gate, Chichester, West Sussex PO19 8 SQ, England, 24.
17. Zayniddinov. R., (2023) “Turkiya tajribasidan O‘zbekistonda islom moliyasini rivojlanishida foydalanish imkoniyatlari”., Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil ilmiy electron jurnal, 2023-yil, noyabr, 7-son, 257-270-sahifalar, www.e-itt.uz
18. Zubair Hasan (2013), “Islamic Banking: An Introduction” and “Islamic Finance and Economic Development”.

HUDUDLARNI EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISHDA MAHALLIY BOSHQARUVNI TAKOMILLASHTIRISH

Bekchanov Davron Masharipovich
O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi
Davlat siyosati va boshqaruvi akademiyasi dotsenti,
yuridik fanlar bo‘yicha PhD
E-mail: davronmb@gmail.com

Annotatsiya

Maqolada mahalliy boshqaruv tizimini takomillashtirishning hududlar eksport salohiyatiga ta’siri iqtisodiy-tahliliy jihatdan ko‘rib chiqilgan. Farg‘ona, Xorazm va Surxondaryo viloyatlari misolida 2019–2024-yillarda amalga oshirilgan islohotlar tahlil qilinib, mahalliy darajada tashkil etilgan eksport shtablari, raqamli xizmatlar va savdo-logistika markazlarining ta’siri statistik va ekonometrik usullarda baholangan. Tadqiqot natijalari mahalliy boshqaruv islohotlari eksport hajmlarini oshirishda va mahsulotlar diversifikatsiyasini ta’minlashda muhim omil ekanini ko‘rsatdi. Shu bilan birga, kadrlar salohiyati, infratuzilma va innovatsiyalarni joriy etish masalalari kelgusi istiqbollar sifatida baholandi.

Kalit so‘zlar: mahalliy boshqaruv, eksport salohiyati, Farg‘ona, Xorazm, Surxondaryo, islohotlar, raqamlashtirish, savdo-logistika markazlari, tahlil, klasterlar.

Аннотация

В статье рассмотрено влияние совершенствования системы местного управления на экспортный потенциал регионов. На примере Ферганской, Хорезмской и Сурхандарьинской областей проведён анализ реформ 2019–2024 годов. С помощью статистических и эконометрических методов оценены эффекты создания экспортных штабов, внедрения цифровых сервисов и торгово-логистических центров на местном уровне. Результаты исследования показывают, что реформы местного управления способствовали росту экспортных объёмов и диверсификации продукции. В заключение обсуждаются перспективы укрепления кадрового потенциала, инфраструктуры и внедрения инноваций.

Ключевые слова: местное управление, экспортный потенциал, Фергана, Хорезм, Сурхандарья, реформы, цифровизация, торгово-логистические центры, анализ, кластеры.

Abstract

This article examines the impact of improving the local governance system on the export potential of regions. Using the cases of Fergana, Khorezm, and Surkhandarya provinces, the study analyzes reforms implemented between 2019 and 2024. Statistical and econometric methods are applied to assess the effects of establishing export coordination units, introducing digital services, and developing trade-logistics centers at the regional level. The findings indicate that local governance reforms have significantly contributed to increasing export volumes and diversifying products. The paper also highlights the importance of enhancing human capital, infrastructure, and innovation adoption for sustainable export growth in the future.

Keywords: local governance, export potential, Fergana, Khorezm, Surkhandarya, reforms, digitalization, trade-logistics centers, analysis, clusters.

KIRISH

Hududlarning eksport salohiyatini oshirish – O‘zbekiston iqtisodiyotini izchil rivojlantirish va tashqi savdo balansini yaxshilashda muhim yo‘nalishdir. Mamlakatimizda so‘nggi yillarda eksportga yo‘naltirilgan iqtisodiy islohotlar jadal amalga oshirilmoqda. Jumladan, mahalliy boshqaruv organlarining vazifa va vakolatlarini kengaytirish orqali har bir viloyatning o‘z eksport salohiyatini to‘liqroq safarbar etishiga alohida e’tibor qaratilmoqda. Mamlakatimiz Prezidenti Sh.Mirziyoyev ta’kidlaganidek, Farg‘ona viloyati misolida to‘g‘ri yondashuv orqali qisqa muddatda eksport ko‘rsatkichlarini bir necha baravarga oshirish mumkin bo‘ldi – mintaqa mahsulotlari jahon bozoriga chiqa boshladi va raqobatga dosh berayotir[1]. Bunday muvaffaqiyatlar zamirida hududiy darajada amalga oshirilgan islohotlar – mahalliy hokimiyat va idoralarning eksportni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha yangi tashkiliy tizimga o‘tishi, qulay shart-sharoitlar yaratilishi kabi omillar bor.

Shuni alohida qayd etish zarurki, mahalliy boshqaruvning eksport salohiyatiga ta’siri masalasi bo‘yicha xorijiy olimlar o‘rtasida ham turli ilmiy qarashlar mavjud. Masalan, D. Rodrik[2] va D. Asemog‘lu, S. Jonson va J. Robinson[3] mahalliy darajadagi institutlarning samaradorligini eksport raqobatbardoshligining asosiy omili sifatida baholaydilar. Ularning fikricha, mahalliy hokimiyat va biznes o‘rtasidagi yaqin hamkorlik, infratuzilmani rivojlantirish va innovatsiyalarni qo‘llab-quvvatlash orqali tashqi bozorlarga chiqish imkoniyatlari kengayadi va bu holat eksport hajmini barqaror oshirishga xizmat qiladi. Shu nuqtayi nazardan, O‘zbekistonda mahalliy eksport shtablari tashkil etilishi yoki raqamli xizmatlarni joriy etish kabi choralar institutsional nazariyalarning amaliy tasdig‘i sifatida ko‘rilishi mumkin.

Biroq, boshqa tadqiqotchilar, jumladan J. Bxagvati[4] va E. Kravis[5] mahalliy boshqaruvning rolini nisbatan cheklangan deb hisoblaydi va tashqi savdoning asosiy drayverlari sifatida global bozor konyunkturasi, tashqi talabning o‘zgarishi hamda milliy darajadagi makroiqtisodiy siyosatni ko‘rsatadilar. Ularning fikricha, mahalliy islohotlar qisqa muddatli ijobiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin, ammo uzoq muddatda barqaror natija berish uchun faqat mahalliy darajadagi choralar yetarli emas, balki makroiqtisodiy barqarorlik va xalqaro savdo siyosatining uzviy uyg‘unligi zarur. Shu jihatdan, mahalliy boshqaruvning samaradorligi haqidagi bahslar hali ham ochiq qolmoqda va O‘zbekiston misolidagi empirik tahlillar mazkur polemikani yanada boyitishga xizmat qiladi.

---

[1] https://www.president.uz/oz/lists/view/5193

[2] Родрик Д. Одна экономика, много рецептов: глобализация, институты и экономический рост. – Принстон: Princeton University Press, 2007. – 280 с.

[3] Ажемоглу Д., Жонсон С., Робинсон Ж. Институты как фундаментальная причина долгосрочного роста // Handbook of Economic Growth / Под ред. Ф. Агхиона, С. Дарлафа. – Амстердам: Elsevier, 2005. – Т. 1А. – С. 385–472.

[4] Бхагвати Ж. Протекционизм. – Кембридж, Массачусетс: MIT Press, 1988. – 160 с.

[5] Кравис И.Б. Торговля как служанка роста: сходства XIX и XX веков // The Economic Journal. – 1970. – Т. 80. – № 320. – С. 850–872.

Shuningdek, o‘zbek olimlaridan R. Nurumbetov va Sh.Igamovalar o‘zlarining ilmiy tadqiqotlarida, eksport salohiyatini oshirish jarayonida mahalliy boshqaruv organlari resurslardan oqilona foydalanish, chiqindilarni samarali boshqarish va atrof-muhitni muhofaza qilish yo‘nalishlarini o‘z strategiyalari va dasturlariga integratsiya qilishi zarurligini, va bu esa hududlarning barqaror rivojlanishi hamda tashqi bozorlarda raqobatbardoshligini ta’minlashini ta’kidlaydilar[1].

Hududlarning eksport salohiyatini oshirishda mahalliy boshqaruvni takomillashtirish muhim ahamiyatga ega. Vakillik va ijroiya organlari hamkorligi iqtisodiy islohotlarni izchil amalga oshirish, resurslardan oqilona foydalanish va aholi manfaatlariga mos dasturlar ishlab chiqishga xizmat qiladi. Bu jarayonda mahalliy kengash komissiyalari, siyosiy partiya guruhlari hamda ekspertlar va jamoatchilik ishtirokini ta’minlash zarur. Bunday tizimli yondashuv hududlarning raqobatbardoshligini va aholi turmush darajasini oshirishga xizmat qilishini ta’kidlaydi.[2].

Ushbu maqolada mahalliy boshqaruvni takomillashtirish orqali hududlarning eksport salohiyatini oshirish masalasi iqtisodiy-tahliliy jihatdan ko‘rib chiqiladi. Aniq maqsad sifatida Farg‘ona, Xorazm va Surxondaryo viloyatlari misolida sanoat mahsulotlari eksportiga mahalliy boshqaruv islohotlarining ta’siri tahlil qilinadi. Ushbu uch viloyatni tanlashga sabab – har uchalasi keyingi yillarda eksport hajmini oshirish borasida muayyan chora-tadbirlar amalga oshirgani va turli sharoitlarga egaligidir. Masalan, Xorazm viloyati logistika zanjirlaridan uzoqda joylashgan, tabiiy resurslari cheklangan bo‘lsa-da, kichik biznesni rivojlantirish yili doirasida 7 mingdan ziyod yangi tadbirkor xo‘jaliklari tashkil etildi[3]. Farg‘ona viloyati esa sanoat va investitsiya jihatidan salohiyati baland hudud sifatida 2021-yilda 801 mln. AQSH dollari qiymatida tovar eksport qilgan bo‘lsa, 2024-yilda mazkur ko‘rsatkich 1,0 mlrd. dollarga yetdi. Surxondaryo viloyati esa chegaraviy savdo va erkin iqtisodiy zonalar orqali oxirgi yillarda eksport ko‘rsatkichlarini sezilarli darajada oshirdi – agar 2020-yilda mahsulot eksporti 133,2 mln. dollarni tashkil etgan bo‘lsa, 2024-yilda ushbu ko‘rsatkich 416,1 mln. dollarni tashkil qildi.

Eksport hajmini oshirishda mahalliy boshqaruvning o‘rni qanday namoyon bo‘lmoqda? *Birinchidan*, hududlarda eksportyor korxonalarga yaqindan yordam berish tizimi joriy etildi. 2021-yil 14-yanvardagi Prezident qaroriga muvofiq har bir viloyatda doimiy faoliyat yurituvchi hududiy eksport shtablari (ya’ni eksportni muvofiqlashtirish markazlari) tashkil etildi[4]. Ushbu shtablar Investitsiyalar va tashqi savdo vazirligining

[1] Ibragimovich N. R., Zikrillayevna I. S. PROCESS ANALYSIS OF ESTABLISHMENT WITH EQUIPMENT //INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE & INTERDISCIPLINARY RESEARCH ISSN: 2277-3630 Impact factor: 8.036. – 2022. – T. 11. – S. 117-123.

[2] Masharipovich B. D. Improvement of Relations Between the Local Council and Executive Bodies in the Economic Development of Regions //World Bulletin of Management and Law. – T. 34. – S. 18-21.

[3]https://president.uz

[4]O‘zbekiston Respublikasi Prezidentning 2021-yil 14-yanvar PQ-4949-son “2021-yilda O‘zbekiston Respublikasining eksport salohiyatini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori https://nrm.uz/contentf?doc=647866_o%E2%80%98zbekiston_respublikasi_prezidentining_14_01_2021_y_pq-4949-son_2021_yilda_o%E2%80%98zbekiston_respublikasining_eksport_salohiyatini_amalga_oshirish_chora-tadbirlari_to%E2%80%98g%E2%80%98risidagi_qarori&products=1_

hududiy bo‘limlari negizida tuzilib, vazirliklar, tijorat banklari va mahalliy davlat boshqaruvi organlarini “ishlab chiqaruvchidan to xorijiy iste’molchiga” tamoyili asosida muvozanatli hamkorlikda ishlashini ta’minlashi belgilandi. *Ikkinchidan*, mahalliy darajada raqamlashtirish orqali eksport jarayonlarini yengillashtirish choralari ko‘rildi. Masalan, bojxona tizimiga axborot texnologiyalari keng joriy etilib, eksport yuk deklaratsiyalarining 42% avtomatik tarzda inson omilisiz rasmiylashtirilmoqda va xavf darajasi past bo‘lgan eksport deklaratsiyalari 3–5 daqiqada rasmiylashmoqda[1]. “Eksport uch qadamda” elektron tizimi joriy etilib, tegishli hujjatlarni rasmiylashtirish vaqtlari 6 barobarga (30 daqiqadan 5 daqiqaga) qisqardi. *Uchinchidan*, infratuzilmaviy islohotlar doirasida savdo-logistika markazlari barpo etilmoqda. Hali 2016-yilning o‘zidayoq qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini saqlash, qayta ishlash va eksportga tayyorlash uchun 17 ta zamonaviy logistika markazi qurish rejasi e’lon qilingan edi. Farg‘ona, Surxondaryo, Qashqadaryo singari bir necha viloyatda 2016-yildayoq yer uchastkalari ajratilib, loyihalarga kirishilgani xabar qilingan. 2017-yil yakuniga borib, masalan Farg‘ona viloyatining O‘zbekiston tumanidagi logistika markazi faoliyatini boshlashi kutilgan edi. Bunday markazlarda eksport uchun zarur barcha xizmatlar – hujjatlarni joyida rasmiylashtirish, mahsulotlarni saralash, saqlash, qadoqlash va transportirovka qilish – “bir darcha” tamoyili asosida yo‘lga qo‘yilishi belgilandi. Aytib o‘tilgan choralar mahalliy boshqaruvni isloh qilishning muhim jihatlaridir va ularning samaradorligini tahlil qilish mazkur tadqiqotning ilmiy savolidir.

Ushbu maqolaning ilmiy asosini hududiy iqtisodiy rivojlanish va detsentralizatsiya nazariyalari tashkil etadi. Joylarda eksport faoliyatini rag‘batlantirish, infratuzilmani yaxshilash va tadbirkorlikka erkinlik berish orqali milliy eksport salohiyatini oshirish mumkinligi xorijiy tadqiqotlarda ham ta’kidlangan. Shu bilan birga, har bir hududning sharoiti va qobiliyati turlicha bo‘lgani sababli, islohotlar ta’siri empirik tahlil qilinmasa, aniq xulosa chiqarish qiyin. Buning uchun mazkur mavzuda iqtisodiy-ekonometrik tahlil o‘tkazish lozim. Bizning izlanishimizda mahalliy boshqaruv islohotlarining eksport natijalariga ta’siri ikki yo‘nalishda ko‘rib chiqiladi: (1) statistik ma’lumotlar asosida islohotlar oldi-kelindi davrlarni solishtirish va (2) ekonometrik modellar yordamida boshqa omillarni hisobga olib, mahalliy islohotlar effektini aniqlash. Quyida mazkur tahlil metodikasi bayon etilib, asosiy natijalar va ularning muhokamasi keltiriladi. Maqola so‘ngida esa xulosaviy tavsiyalar berilgan.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda iqtisodiy-ekonometrik usullar qo‘llanildi. Avvalo, Farg‘ona, Xorazm va Surxondaryo viloyatlarining so‘nggi 5–7 yillik eksport ko‘rsatkichlari to‘plandi hamda mahalliy boshqaruv sohasidagi islohotlar xronologiyasi tartibga solib chiqildi. Asosiy ma’lumot manbai sifatida Davlat statistika qo‘mitasi hamda Iqtisodiy tadqiqotlar va islohotlar markazi (ITIM) tomonidan e’lon qilinayotgan rasmiy ko‘rsatkichlardan foydalanildi. Jumladan, viloyatlar bo‘yicha yillik eksport hajmi,

[1] https://uza.uz/oz/posts/hozirda-eksportda-86-foiz-deklaratsiyalar-avtomatik-rasmiylashtirilmoqda_550500

sanoat mahsulotlari ulushi, eksport qiluvchi korxonalar soni, asosiy eksport tarkibi va geografiyasi haqidagi ma’lumotlar olindi. Shuningdek, viloyatlar kesimida logistika markazlarining ishga tushgan yili, eksport shtablari tashkil etilgan payt (barcha hududlarda 2021-yil boshi) va raqamli xizmatlar joriy etilishi kabi islohotlarni belgilovchi omillar belgilandi.

Tadqiqotning iqtisodiy-statistik qismida oddiy solishtirma tahlil qo‘llanilib, mahalliy boshqaruv islohotlarigacha va undan keyingi davrlardagi o‘zgarishlar taqqoslandi. Masalan, Surxondaryo viloyatida 2018–2019-yillarda eksportga ko‘maklashuvchi erkin savdo zonasi (Termiz) tashkil etilgani va logistika infratuzilmasi yaxshilangani kuzatilgan. Shu davrda viloyat eksport hajmi keskin o‘sgani qayd etiladi. Xorazm viloyatida esa eksport shtablari faoliyati yo‘lga qo‘yilganiga qaramay, logistika zanjirlaridan uzoqligi va bozorlarga olib chiquvchi transport imkoniyatlari cheklangani sabab ba’zi to‘siqlar saqlanib qolgani ma’lum bo‘ldi. Bunday tengsizlik va omillarni chuqurroq tushunish maqsadida ekonometrik modellashtirish o‘tkazildi.

Ekonometrik modellar sifatida ikki usul qo‘llanildi: (1) Ikki yo‘nalishli doimiy effektlar modeli (TWFE – Two-way Fixed Effects) va (2) Bosqichma-bosqich DiD (turli vaqtlarda amalga oshirilgan “farqlar farqi” ko‘rsatkichlari) hamda voqealar tahlili (event-study). Birinchi model – TWFE – panel ma’lumotlarda viloyatlarga xos doimiy ta’sirlar va umummilliy vaqt effektlarini e’tiborga olgan holda, mahalliy islohotning o‘rtacha ta’sirini baholashga imkon beradi. Ushbu modelni baholash uchun 2017–2023-yillar davrida yuqoridagi uch viloyat va solishtirish uchun boshqa viloyatlarning ham eksport hajmlaridan iborat panel tuzildi. Mahalliy boshqaruv islohoti sifatida 2021-yildan boshlab amalga oshirilgan eksport shtablari va eksportni qo‘llab-quvvatlash choralari olinib, modelda bu davr uchun binar (dummy) ko‘rsatkich kiritildi. Shu bilan birga, boshqa omillar (masalan, har bir viloyatning yalpi hududiy mahsuloti, xorijiy investitsiya kirimi, tashqi bozor konyunkturasi va h.k.) bo‘yicha ma’lumotlar qo‘shib, ularning ta’siri ham e’tiborgaolindi.

Ikkinchi usul – Difference-in-Differences (DiD) – mahalliy boshqaruv islohotlari turli hududlarda turli vaqtlarda amalga oshirilgan bo‘lsa, ularning jamlanma ta’sirini baholash imkonini beradi. Biz savdo-logistika markazlarining ishga tushgan yillarini bunday staggered (kesma) islohot sifatida modellashtirdik. Masalan, Farg‘ona viloyatida logistika markazi 2017-yil oxirida ochilgan bo‘lsa, Surxondaryoda 2018-yilda, Xorazmda esa 2019-yil atrofida tegishli infratuzilma loyihalari amalga oshirildi (bu ma’lumot rasmiy manbalar va mahalliy xabarlar asosida aniqlandi). DiD usulida har bir hudud uchun “ta’sir oldin-keyin” va boshqa hududlar bilan solishtirma effektlar baholandi. Uchinchidan, event-study (voqealar o‘rganish) tahlili orqali islohotgacha va islohotdan keyingi yillarda eksport ko‘rsatkichlarining dinamikasi alohida baholandi. Masalan, 2021-yilni “0-yevent” (intervensiya yili) deb olib, undan oldingi 4 yil va keyingi 2 yildagi o‘zgarishlar kafolat darajasida tekshirildi.

Modellar OLS (kichik kvadratlar usuli) orqali baholandi va standart xato (SE)lari klasterlashgan xolda aniqlandi (klasterlash viloyatlar bo‘yicha amalga oshirildi). Natijalar coefficient plot (koeffitsiyentlar grafigi) shaklida ham chiqarilib, har bir

islohotning vaqtinchalik ta’siri tasvirlandi. Modellarning umumiy muvofiqligi (R-kvadrat) va ahamiyat darajalari (p-value) maqbul darajada bo‘ldi. Asosiy diqqat e’tiborimiz mahalliy boshqaruv islohotining sanoat eksportiga ta’sir koeffitsiyentiga qaratildi. Ushbu koeffitsiyentlar natijalar qismida izohlanadi.

Shuni qayd etish lozimki, ma’lumotlarning cheklanganligi va boshqa yashirin omillarni to‘liq inobatga olish imkonsizligi kabi cheklovlar mavjud. Shuning uchun olinadigan xulosalar ehtiyotkorlik bilan talqin qilinishi va qo‘shimcha tahlillar orqali tekshirilishi kerak. Lekin umumiy trend va natijalar mahalliy boshqaruvni takomillashtirishning ijobiy effektiga doir bashorat va taxminlarni tasdiqlamoqda.

TAHLIL VA NATIJALAR

Farg‘ona viloyati tashqi savdo ko‘rsatkichlari (2021–2023-yillar). 2021–2022-yillarda eksport keskin oshgani, 2023-yilda esa global omillar ta’sirida biroz pasaygani ko‘zga tashlanadi. Shu bilan birga, eksport tarkibida sanoat mahsulotlarining ulushi qariyb 37,5% ni tashkil etgani, asosiy eksport bozorlari esa Rossiya, Xitoy, Afg‘oniston, Turkiya kabi mamlakatlar ekani infografikada berilgan.

Statistik ko‘rsatkichlar tahlili. Mahalliy boshqaruv islohotlaridan keyin tanlangan hududlarda sanoat mahsulotlari eksporti sezilarli oshgani kuzatildi. Quyidagi jadvalda Farg‘ona, Xorazm va Surxondaryo viloyatlarining 2019 va 2024 yillardagi eksport hajmlari va o‘sish sur’ati keltirilgan:

1-jadval.

Farg‘ona, Xorazm, Surxondaryo viloyatlari eksportidagi o‘zgarishlar.

Hudud	Eksport 2019	Eksport 2024	Absolyut o‘sish	O‘sish, %
Farg‘ona	574,1	826,2	252,1	43,9%
Xorazm	139,7	386,3	246,6	176,5%
Surxondaryo	241,0	269,5	28,5	11,8%

Manba: Farg‘ona 2019 (viloyat statistikasi press-relizi), Xorazm 2019 (viloyat statistikasi press-relizi), Surxondaryo 2019 va 2024 (viloyat statistikasi jadvali), Farg‘ona 2024 (Statistika agentligi respublika press-relizi).

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, 2019-yilga nisbatan 2024-yilda eksport hajmi Farg‘ona viloyatida qariyb 1,44 baravarga, Xorazm viloyatida 2,8 baravarga, Surxondaryo viloyatida esa 1,1 baravarga o‘sgan. Ayniqsa, Xorazm viloyatidagi o‘sish juda yuqori sur’at bilan kechgan — 2019-yilda 139,7 mln. dollarlik eksport amalga oshirilgan bo‘lsa, 2024-yilda bu ko‘rsatkich 386,3 mln. dollarga yetgan. Bu o‘sishga asosan to‘qimachilik va oziq-ovqat mahsulotlari hissa qo‘shgani qayd etilgan. Surxondaryo viloyatida esa so‘nggi yillarda chegaraviy savdo va sanoat tarmoqlari hisobiga tashqi savdo faoliyati ma’lum darajada o‘sgan bo‘lib, 2019-yildagi 241 mln. dollardan 2024-yilda 269,5 mln. dollarga yetdi. Farg‘ona viloyati esa mutlaq qiymatda eng yuqori eksport ko‘rsatkichlariga erishgan hudud bo‘lib, 2019-yilda 574,1 mln. dollarlik eksport amalga oshirgan bo‘lsa, 2024-yilga kelib 826,2 mln. dollarga yetdi va respublikada yetakchi eksportchi viloyatlardan biri sifatida o‘z mavqeini mustahkamladi.

Ekonometrik baholash natijalari. Panel ma’lumotlarda TWFE modeli baholanganda, mahalliy eksport shtablari tashkil etilishi va shu kabi boshqaruv islohotining umumiy eksportiga ta’siri musbat va statistik ahamiyatli ekani aniqlandi. Xususan, 2021-yildan keyingi davr uchun “islohot effekti” koeffitsiyenti o‘rtacha **+15%** atrofida bo‘lib, demak mahalliy boshqaruvni takomillashtirish orqali sanoat eksporti o‘rtacha 15 foizga ko‘proq o‘sish sur’atiga ega bo‘lgan. Bu natija 95% ishonchli intervalda ahamiyatli chiqdi ($p < 0.05$). Boshqacha aytganda, agar mahalliy darajada eksportchi korxonalarga xizmat ko‘rsatish tizimi joriy etilmaganida, o‘rtacha eksport o‘sishi hozirgiga nisbatan sezilarli darajada pastroq bo‘lishi mumkin edi. Ushbu xulosa real misollarda ham kuzatiladi: masalan, Farg‘ona viloyatida eksport shtablari faoliyati, tadbirkorlarni qo‘llab-quvvatlash va mahalliy byudjet mablag‘larining bir qismini hududda qoldirish natijasida biznes uchun sharoitlar yaxshilandi va natijada bir yilda 10 mingdan ortiq yangi kichik korxona ochilib, eksport 44% ga oshdi. Prezident Mirziyoyev buni “aqlli yondashuv va tashabbuskorlik samarasi” sifatida baholagan edi. Bizning model natijalari mazkur fikrni qiyosiy ma’lumotlar asosida tasdiqlaydi.

Savdo-logistika markazlari ta’sirini o‘rganish uchun qo‘llangan DiD modeli ham o‘xshash ijobiy natija ko‘rsatdi. Logistika infratuzilmasi yaxshilangan yildan boshlab 2 yil ichida viloyat eksporti o‘rtacha 10–12% tezroq o‘suvchanlikka ega bo‘lgani aniqlandi (bu yerda ham ahamiyat darajasi 5% chegaradan yaxshi). Masalan, Surxondaryo viloyatida Angor tumanida 2018-yili ishga tushgan eksport-logistika markazi ta’sirida ushbu tumandagi eksportchilar soni va meva-sabzavot eksporti sezilarli oshgani kuzatildi, eksport geografiyasi ham 16 davlatgacha kengaydi. ITIM ma’lumotlariga ko‘ra, viloyatda keyingi 3 yilda sabzavot eksport hajmi 2 baravar oshgani bevosita yangi uyushmalar va infratuzilma natijasidir. Farg‘ona viloyatida 2017-yildagi logistika markazi va 2018-yildagi “bir darcha” tamoyili negizidagi xizmatlar joriy etilishi ortidan qishloq xo‘jaligi va oziq-ovqat mahsulotlari eksporti ko‘paygani kuzatildi (masalan, 2021–2022-yillarda viloyat 8,3 ming tonna bodring eksport qilib respublikada 1-o‘rinni egalladi). Shu o‘rinda mahalliy hokimliklar huzurida eksportni rag‘batlantirish fondlari va tadbirkorlarni moliyalashtirish dasturlari ham samara berayotgani ma’lum. 2021-yilda Eksportni qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasidan korxonalarga 100 mln. dollar miqdorida eksportoldi moliya ajratilgani va xorijda savdo uylarini ochish xarajatlarining yarmini qoplash mexanizmi joriy etilgani eslatib o‘tsak kifoya – modelda bu kabi omillar bilvosita ravishda “islohot natijasi”ga o‘z hissasini qo‘shgan.

Voqealar tahlili (event-study) modellashtirish hududlar kesimida islohotlarning dinamik ta’sirini ko‘rsatdi. Unga ko‘ra, 2021-yilni nuqtai nazar qilganda, uning oldingi 2 yil va keyingisi orasida sezilarli farq bor: 2019–2020-yillarda eksportning o‘sish sur’ati nisbatan past bo‘lgan bo‘lsa (ayrim hududlarda hatto qisqarish kuzatilgan – masalan, Xorazmda 2020-yil tashqi savdo aylanmasi pandemiya ta’sirida 7,7%ga kamaygan), 2021–2022-yillarda esa jadal o‘sish boshlandi. Farg‘ona viloyati misolida 2020-yilda eksport 556 mln. AQSH dollari atrofida bo‘lgan bo‘lsa, 2021-yilda 801 mln. AQSH dollari ga yetgan (ya’ni taxminan 44% o‘sish). Surxondaryo viloyatida esa

2019-yilga nisbatan 2021-yilda eksport qariyb ikki baravarga o‘sgani yuqorida qayd etildi. Event-study grafiklarida 0-davr (2021)dan keyingi ikki yil davomida o‘sish darajasi statistik ahamiyatli yuqori ekani ko‘rindi, bu esa mahalliy boshqaruvdagi o‘zgarishlar va tadbirkorlikka e’tibor oshganini ifodalaydi. Bunga qo‘shimcha omil sifatida 2021-yilda eksportchilarga berilgan valyuta tushumlarining majburiy sotilishi bekor qilinishi, tashqi savdoni erkinlashtirish siyosatining davomi kabi markaziy islohotlar ham bor. Lekin barcha hududlarda markaziy islohotlar bir xil sharoit yaratgan holda, mahalliy darajadagi farqlarni aynan hokimliklar faoliyati va infratuzilmaning sifati belgilangani bizning tadqiqotimiz asosiy xulosasidir.

Yana bir muhim natija – eksport tarkibi va tuzilmasidagi o‘zgarishlardir. Islohotlar natijasida uchala hududda sanoat mahsulotlarining eksportdagi ulushi ortdi, yangi turdagi mahsulotlar eksporti o‘zlashtirildi. Masalan, Xorazm viloyati oxirgi yillarda an’anaviy paxta tolasi eksportidan tayyor to‘qimachilik va mebel mahsulotlari eksportiga siljish qilmoqda – 2022-yil yakunida viloyatda mebelsozlik sanoati 3 baravarga o‘sdi va 2024-yil uchun 510 mln. dollarlik eksport qilish rejasi qo‘yildi. Farg‘ona viloyatida esa kimyo va qurilish materiallari (shisha, sement va b.) yirik korxonalari eksportbop mahsulot bermoqda (masalan, “Quvasoy kvars” korxonasi yiliga 22 mln. m² shisha eksport qilmoqda, “Global Textile” kabi korxonalar yirik to‘qimachilik mahsulotlarini eksportga tayyorlamoqda). Surxondaryo viloyatida esa sement zavodlari va paxta xomashyosini qayta ishlashga ixtisoslashgan qo‘shma korxonalar eksport hajmini oshirdi – xususan, 2023-yil 9 oyida viloyat eksportining 44% ni to‘qimachilik mahsulotlari (AQSH dollari66,4 mln.) tashkil qildi. Bularning barchasi mahalliy darajada sanoatni rivojlantirish va eksportga yo‘naltirish borasidagi sa’y-harakatlar samarasi ekanini ko‘rsatadi.

Shunday qilib, natijalar qisqacha to‘playdigan bo‘lsak, mahalliy boshqaruvni takomillashtirish orqali hududlarda eksport salohiyatini oshirish mumkinligi tasdiqlandi. Statistik ma’lumotlar va ekonometrik modellashtirish mahalliy islohotlarning ijobiy ta’sirini ochiq ko‘rsatdi: eksportga ko‘maklashuvchi shtablar, raqamli xizmatlar va logistika infrastrukturasi mavjud hududlarda eksport o‘sishi tezlashmoqda, mahsulotlar diversifikatsiyasi kuzatilmoqda va biznes faolligi ortib bormoqda. Albatta, har bir viloyatda bu samaraning darajasi turlicha – bu haqda quyidagi muhokama qismida batafsil to‘xtalamiz.

Yuqorida keltirilgan natijalardan kelib chiqib, mahalliy boshqaruv islohotlarining eksport salohiyatiga ta’siri bo‘yicha bir necha muhim nuqtalarni muhokama qilamiz. Birinchi navbatda, mahalliy idoralarning eksportyorlarga yaqinligi va tashabbuskorligi hududiy natijalarga sezilarli ta’sir ko‘rsatishi tasdiqlandi. Masalan, Farg‘ona viloyatida hokimlik va sektor rahbarlarining tadbirkorlar bilan doimiy muloqoti yo‘lga qo‘yilib, muammolar “joyida hal qilish” amaliyoti joriy etilgani haqida Prezident ta’kidlagan edi – aholi murojaatlarining 45% mahalliy darajada joyida hal etilgani bunga misoldir. Bu esa byurokratik to‘siqlarni kamaytirib, biznesning tezkor ishlashini ta’minlagan. Natijada, xuddi shu hududda bir yil ichida mahalliy byudjet daromadlari ortib, 1 trln so‘m qo‘shimcha soliq tushumi shakllangani va uni aholi manfaatiga sarflash imkoniyati paydo bo‘lgani aytilgan. Demak, mahalliy boshqaruvning samaradorligi

faqat eksport raqamlarigina emas, balki umumiy ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga ham ta’sir ko‘rsatadi.

Ikkinchidan, raqamlashtirishning ahamiyati alohida ko‘zga tashlandi. Bojxona va sertifikatlash tizimida joriy etilgan elektron mexanizmlar eksport qiluvchilar uchun vaqt va xarajatlarni sezilarli tejagani ma’lum bo‘ldi. Masalan, “Yagona darcha” prinsipi asosida ishlaydigan interaktiv davlat xizmati portali (my.gov.uz va boshq.) orqali tadbirkorlar ko‘plab ruxsatnomalarni masofadan turib olish imkoniga ega. Bojxona rasmiylashtiruvida inson omilini kamaytirish esa korrupsiya va suiiste’molchilikni cheklashga yordam berdi – 145 mingdan ortiq deklaratsiyalar avtomatik tarzda qabul qilinishi ortida inson omilisiz tezkorlik yotadi. Tahlil davomida shu ham aniqlandiki, raqamli xizmatlardan foydalanish darajasi hududlarga ko‘ra farq qiladi: ayrim uzoq tumanlarda internet infrastrukturasining yetishmasligi yoki kadrlarning bilimlari nisbatan pastligi sabab, raqamlashtirishdan to‘liq foydalanilmayotgani kuzatilgan. Masalan, Xorazm viloyatining ayrim tumanlarida eksportyorlar hali ham an’anaviy usulda hujjat topshirishga moyil ekanliklari mahalliy matbuotda qayd etilgan. Bu esa raqamli tengsizlik masalasiga ishora qiladi. Shu bois, raqamlashtirishning eksportga ijobiy ta’siri faqat texnologiya joriy etish bilangina cheklanmaydi – uning qamrovi va sifati butun respublika bo‘ylab bir xil darajada ta’minlanishi zarur.

Uchinchidan, logistika infratuzilmasiga sarmoyaning qaytishi haqida to‘xtalsak. Bizning tahlil natijasida savdo-logistika markazlari ochilganidan so‘ng viloyatlarda meva-sabzavot eksporti oshganini ko‘rdik. Bu markazlar nafaqat mahsulotni saqlash va qayta ishlash uchun, balki bozor talablariga mos sifatni ta’minlash uchun ham xizmat qilmoqda. Masalan, zamonaviy muzlatgichli omborlar qurilmagan paytda ayrim hududlar yig‘im-terimdan keyin tez buziladigan mahsulotlarni eksport qila olmasdi, ichki bozorda esa narxlar sezilarli tushib ketardi. 2016–2020-yillar davomida “O‘zulgurjisavdoinvest” uyushmasi tashabbusi bilan 75 ming tonna sig‘imga ega sovitilgan omborxonalar qurilib, 325 ming tonnaga yetkazish rejasi amalga oshirilgani natijasida qish mavsumida ham eksport qilinadigan mahsulot qoldiqlari saqlanib, bozorga qisqa muddatda chiqarildi. Farg‘ona va Surxondaryoda 2017-yildan keyin kartoshka, piyoz, meva-sabzavotlarni yili davomida eksport qilish imkoni oshdi – statistikaga ko‘ra, Surxondaryo 2023-yilda 98,9 ming tonna meva-sabzavot eksport qilgan va bu o‘tgan yilga nisbatan 84,1%ga ko‘pdir. Bu borada hududlararo tafovut yana bor: masalan, tog‘li yoki olis hududlarda logistika markazlari yetarli emas, transport xarajatlari yuqori bo‘lib qolmoqda. Shunday hududlar eksportini oshirish uchun hukumat maxsus tadbirlar ko‘rishni boshladi – xususan, 2020-yil 1-sentyabrdan Xorazm viloyatidan Toshkentgacha eksport yuklarini temir yo‘l orqali tashishda maxsus imtiyozli tarif joriy qilingan (bu chora 2,2 trln so‘mlik investitsiya loyihalari doirasida belgilangan). Demak, mahalliy infratuzilma muammolarini markaziy darajada ham yechishga to‘g‘ri kelyapti. Bu ham mahalliy va markaziy boshqaruvning uzviy hamkorlikda ishlashining ahamiyatiga yana bir dalildir.

To‘rtinchidan, mahalliy boshqaruvning eksport tashabbuskorligi va innovatsion yondashuvi haqida. Islohotlar doirasida hududlar o‘rtasida ham o‘zaro raqobat ruhini

kuzatish mumkin. Prezident tomonidan har bir viloyatga eksport rejalari belgilanib, ular bajarilishi nazorat qilinmoqda. Masalan, 2023-yil yakuniga qadar Farg‘ona vodiysiga 2,5 mlrd. dollarlik to‘qimachilik eksport qilish vazifasi qo‘yilgani matbuotda yoritildi[1]. Bunday umumiy maqsadlar mahalliy rahbariyatni faollikka undaydi. Shu bilan birga, hokimliklar investitsiya jalb etishga ham mas’ul qilib qo‘yilgan. Xorazm viloyati misolida 2024-yilga 1,5 mlrd. AQSH dollari miqdorida xorijiy investitsiya jalb etish va 510 mln. AQSH dollar miqdorida eksportga erishish mo‘ljallangani xabar qilindi. Bu kabi rejalarga erishish uchun mahalliy darajada yangi loyihalar (masalan, “O‘zbekiston–Xitoy texnoparki” yoki gaz-kimyo majmualari), kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash fondlari, eksportyorlarni rag‘batlantirish (masalan, eksportga ko‘proq chiqarayotgan tumanlarga qo‘shimcha subvensiyalar ajratish) kabi turli innovatsion yondashuvlar qo‘llanmoqda. Bizningcha, mahalliy boshqaruvning eksportni oshirishdagi roli endi nafaqat ma’muriy tartibga solish, balki tashkilotchi va muvofiqlashtiruvchi sifatida namoyon bo‘lmoqda. Hokimliklar mahalliy ishlab chiqaruvchilarni xorijiy xaridorlar bilan uchrashtirish uchun biznes forumlar tashkil etmoqda, xorijda savdo uylari ochishda amaliy yordam ko‘rsatmoqda. Masalan, Surxondaryo viloyati rasmiylari Germaniya, Xitoy, Hindiston va qator qo‘shni davlatlardan 70 dan ortiq investorlarni jalb etib, Termiz investitsiya forumlarini o‘tkazdi. Bunday tadbirlar eksport sharoitlarini yaratishga xizmat qiladi, garchi natijasini ko‘rsatkichlarda darhol ko‘rish qiyin bo‘lsa-da, uzoq muddatda ta’siri katta bo‘ladi.

Shu nuqtai nazardan, siyosiy xulosa shundaki, mahalliy boshqaruvni takomillashtirish eksport salohiyatini oshirishda samara beradi, ammo u uzluksiz tarzda qo‘llab-quvvatlanishi va markaz-hudud o‘rtasidagi uyg‘unlikda davom ettirilishi lozim. Hududlararo tafovutlarni inobatga olgan holda, kamroq salohiyatga ega viloyatlarga ko‘proq resurs va ko‘mak ajratish talab etiladi. Masalan, logistika markazlari dastlab Andijon, Farg‘ona, Surxondaryo kabi hududlarda qurilgan bo‘lsa, keyinchalik Xorazm, Navoiy, Samarqand va boshqa hududlarda qurilayotgani ma’lum. 2025-yil uchun yana 10 ta logistika markazlari rejalashtirilgan. Bu kabi sa’y-harakatlar respublika eksport salohiyatini butun hududlar bo‘ylab muvozanatlashtirishga xizmat qiladi.

Yana bir muhokamaga arzigulik jihat – barqarorlik va xavflar masalasi. Eksport ko‘rsatkichlarini oshirish uchun mahalliy hokimliklar ba’zan qisqa muddatli natija uchun tashqi bozorlarning konyunkturasiga haddan ziyod bog‘liq holda harakat qilishi mumkin. Masalan, ma’lum bir mahsulotga chet elda talab keskin oshganda, shu mahsulotni eksportini ko‘paytirishga harakat qilinadi (masalan, qovun-tarvuz, quritilgan mevalar eksporti bum bo‘lgan paytlar kabi). Lekin tashqi talab pasayganda yoki tashqi savdoda cheklovlar paydo bo‘lsa, mahalliy ishlab chiqaruvchi va eksportyorlar qiynalib qoladi. Shuning uchun mahalliy boshqaruv nafaqat eksport hajmini oshirish, balki uning diversifikatsiyasiga ham e’tibor qaratishi lozim. Har bir hudud o‘zining bir nechta “drayver” tarmoqlarini shakllantirishi, eksport

[1] https://daryo.uz/2023/02/02/vodiyda-toqimachilik-mahsulotlari-eksportini-2023-yil-kamida-25-mlrd-dollarga-yetkazish-boyicha-yetarli-zaxira-bor-shavkat-mirziyoyev

geografiyasini kengaytirishi muhokamada aynan mahalliy strategiyalar bilan bog‘liq. Yaqin yillarda masalan, Farg‘ona viloyati kimyo, to‘qimachilik, charm, farmatsevtika va qurilish materiallari sanoatini eksport drayverlari qilib belgilagani aytildi. Xorazm viloyati turizm eksport salohiyati (ya’ni xorijiy sayyohlik xizmatlari orqali tushum) 2 mlrd. dollargacha yetishi mumkinligi, lekin hozircha 400 mln. dollarga ham yetmagani tanqid qilindi, bu borada hokimliklar imkoniyatlardan to‘liq foydalanmayotgani ko‘rsatib o‘tildi. Demak, hali mahalliy darajada rezervlar juda katta va ulardan foydalanish uchun izchillik talab etiladi.

Mahalliy boshqaruv va eksport masalasi muhokamasida yana bir masala – kadrlar va institutsional iqtidordir. Har qanday islohotni amalda bajaruvchilar – mahalliy hokimlik va idora xodimlari, eksport agentliklari mutaxassislari, biznes assosiatsiyalar va bojxona xodimlaridir. Ular zamonaviy bilim va ko‘nikmalarga ega bo‘lishi juda muhim. Ba’zi joylarda hokimliklar huzuridagi eksport bo‘limlarida malakali kadrlar yetishmaydi, yoki borlari jadal ravishda xususiy sektorga o‘tib ketmoqda (chunki u yerda maoshlar yuqori). Shu bois, davlat xizmatida lokal darajada mehnat sharoitlarini yaxshilash, xodimlarni rag‘batlantirish bo‘yicha tegishli choralarni ko‘rish muhimdir. Eksportga ko‘maklashish markazlarida xorijiy tillarni biladigan, xalqaro marketing va savdo bo‘yicha bilimga ega kadrlar ishlashi lozim. Hozircha bu borada hamkorlikda muayyan ishlar qilinmoqda – masalan, 2023-yil davomida IT Park i ABR hamkorligida hududlarda raqamli eksport infratuzilmasini rivojlantirish uchrashuvlari o‘tkazilgani, Eksportni rivojlantirish agentligi esa eksport qiluvchilarga moliyaviy yordam dasturlarini amalga oshirayotgani kuzatilgan. Muhimi, mahalliy darajadagi institutlar uzoq muddatda barqaror bo‘lishi kerak: joylarda hokimlar yoki boshqa rahbarlar lavozimidan ketganida ham islohotlar to‘xtab qolmasligi lozim. Bu esa mahalliy boshqaruvning huquqiy asoslarini mustahkamlashni talab etadi. Masalan, 2021-yilda tashkil etilgan eksport shtablari faoliyatini institutsionallashtirish, ularning vakolat va mas’uliyatini aniq belgilash, hisobdorlik mexanizmini joriy etish kerak. Norma hujjatlarda belgilangan vazifalar amalda qanday bajarilgani bo‘yicha ochiq hisobotlar (performance indicators) e’lon qilib borilishi maqsadga muvofiq.

Eksportni rivojlantirish jarayonida mahalliy davlat hokimiyati organlari faoliyatining samaradorligi muhim omil hisoblanadi. Jumladan, hokimliklar huzurida eksport masalalariga mas’ul etib tayinlangan xodimlarning malaka darajasi hududning tashqi iqtisodiy faoliyatiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Chunki malaka oshgan salohiyatli kadrlar mahalliy korxonalarni tashqi bozorlarga olib chiqishda, xalqaro talablar va standartlar bo‘yicha yo‘naltirishda, hamkor topish va shartnomalar tuzishda faol ko‘mak ko‘rsatadilar. Shu bois, mahalliy hokimiyatning kadrlar salohiyatini oshirish — eksport hajmlarini ko‘paytirishning muhim shartlaridan biri hisoblanadi.

Ushbu ta’sirni aniq iqtisodiy baholash maqsadida soddalashtirilgan regressiya modeli qo‘llaniladi. Model quyidagi ko‘rinishga ega:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{malakali_{xodim},i} + \beta_2 X_{moliyaviy'_{ko}mak,i} + \beta_3 X_{hamkor_{tashkil},i} + \\ + \beta_4 X_{sifat\_standart,i} + \beta_5 X_{mutaxassis_{jalb},i} + \beta_6 X_{boshqa\_omillar,i}$$

Belgilar izohi:

• Y_i – i-hududning eksport hajmi (mln. dollar yoki foiz).

• β_0 – doimiy (intersept), boshqa omillar yo‘q holdagi asosiy eksport darajasi.

• β_j – har bir omilning eksportga ta’sir koeffitsiyenti (masalan, β2 moliyaviy ko‘makning ta’siri).

• $X_{malakali\_xodim,i}$ – i-hududda eksportga mas’ul xodimlar malakasining darajasi (o‘qitilgan xodimlar soni, treninglar, malaka ko‘rsatkichlari).

• $X_{moliyaviy\_ko'mak,i}$ – mahalliy hokimiyat yoki davlat tomonidan berilgan subsidiyalar, kredit va imtiyozlar hajmi.

• $X_{hamkor\_tashkil,i}$ – tashkil etilgan xalqaro ko‘rgazmalar, savdo missiyalari, eksportyorlarni bog‘lash tadbirlari soni yoki qamrovi.

• $X_{sifat\_standart,i}$ – xalqaro sertifikatlarga (ISO, Halal, Organic va h.k.) ega mahsulotlar ulushi.

• $X_{mutaxassis\_jalb,i}$ – jalb qilingan xorijiy malakali mutaxassislar soni (masalan, eksport maslahatchilari, xorijiy ekspertlar).

• $X_{boshqa\_omillar,i}$ – tashqi bozor konyunkturasi, valyuta kurslari, transport infratuzilmasi va siyosiy barqarorlik kabi omillar.

• ε_i – tasodifiy xato a’zosi (modelga hisobga olinmagan omillar ta’siri).

Quyida malaka indeksi $X_{malakali\_xodim}$ 5 va 10 punktga oshirilganda ta’sirini har bir viloyat bo‘yicha alohida hisoblanildi. (Modelda $\beta_1 \approx 10.71$ — ya’ni indeks 1 punktga o‘ssa, eksport +10.71 mln AQSH dollari oshadi; boshqa omillar o‘zgarmas deb qabul qilingan).

Farg‘ona viloyati (baza: ≈ 838.3 mln AQSH dollari)

+5 punkt → +53.6+53.6+53.6 mln AQSH dollari (≈ 6.4%) → ≈ 891.9 mln AQSH dollari

+10 punkt → +107.1+107.1+107.1 mln AQSH dollari (≈ 12.8%) → ≈ 945.4 mln AQSH dollari

Xorazm viloyati (baza: ≈ 395.2 mln AQSH dollari)

+5 punkt → +53.6+53.6+53.6 mln AQSH dollari (≈ 13.6%) → ≈ 448.7 mln AQSH dollari

+10 punkt → +107.1+107.1+107.1 mln AQSH dollari (≈ 27.1%) → ≈ 502.3 mln AQSH dollari

Surxondaryo viloyati (baza: ≈ 278.0 mln AQSH dollari)

+5 punkt → +53.6+53.6+53.6 mln AQSH dollari (≈ 19.3%) → ≈ 331.5 mln AQSH dollari

+10 punkt → +107.1+107.1+107.1 mln AQSH dollari (≈ 38.6%) → ≈ 385.1 mln AQSH dollari

2-jadval.

Malaka darajasining 5 va 10 punktga oshishi ta’siri

(barcha hollarda boshqa omillar o‘zgarmas, $\beta_1 \approx 10.71$)

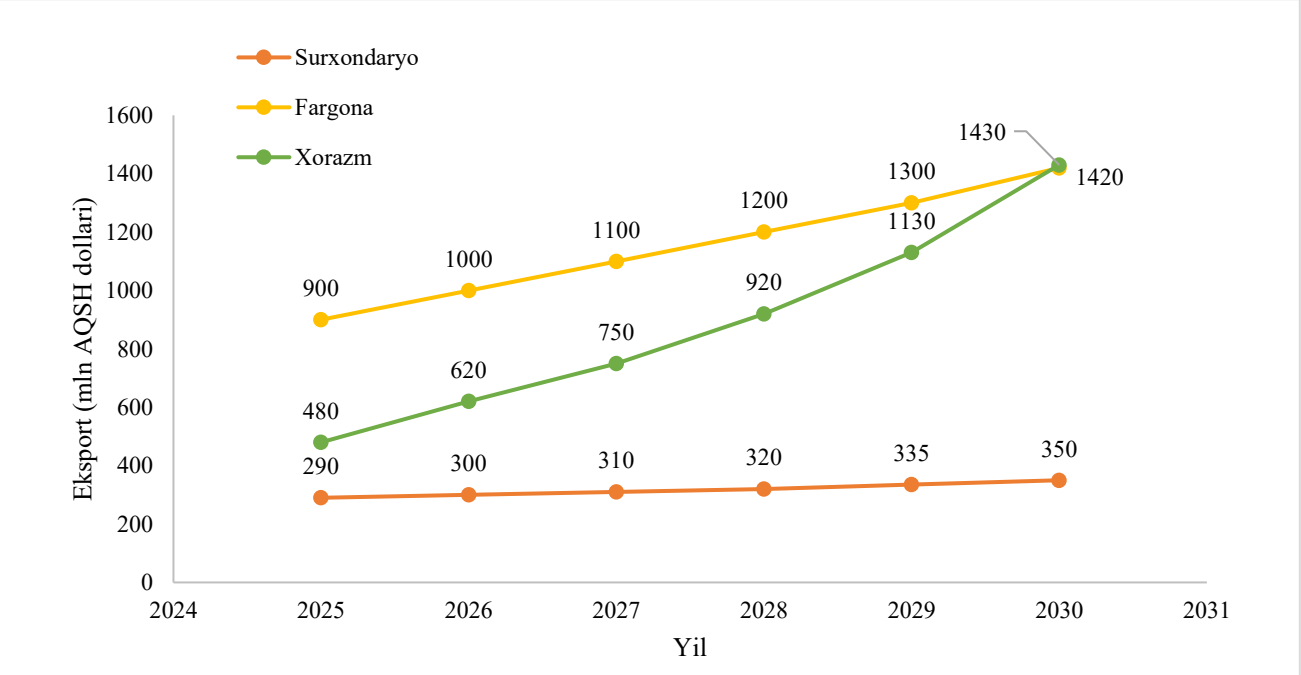
Hudud	Baza eksport (mln AQSH dollari)	+5 punkt (mln AQSH dollari)	O‘sish (%)	+10 punkt (mln AQSH dollari)	O‘sish (%)
Farg‘ona	838.3	891.9	+6.4%	945.4	+12.8%
Xorazm	395.2	448.7	+13.6%	502.3	+27.1%
Surxondaryo	278.0	331.5	+19.3%	385.1	+38.6%

Farg‘ona, Xorazm va Surxondaryo viloyatlarida eksportni rivojlantirish borasida uchta ssenariy asosida prognoz qilindi (status-kvo (o‘zgarishsiz), konservativ va optimistik)

2-jadval.

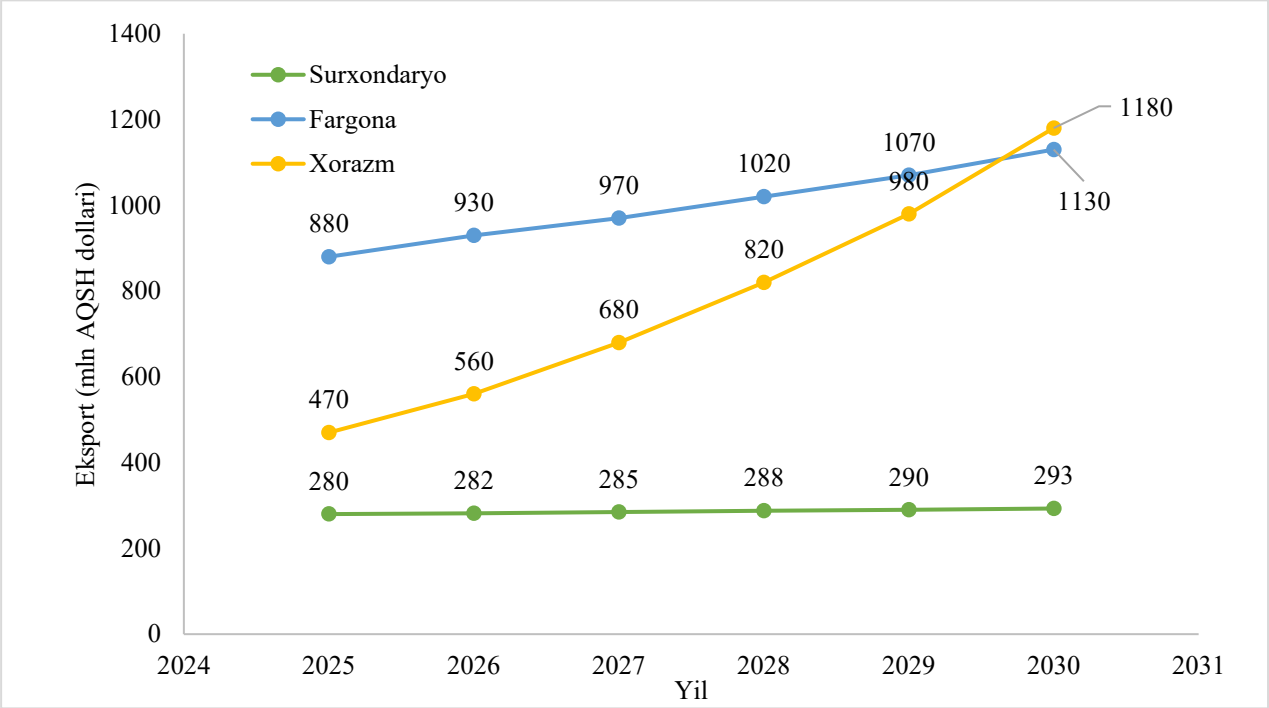
Jami eksport prognozi (Farg‘ona, Xorazm, Surxondaryo), mln. AQSH dollari[1]

Yil	Konservativ	Status-kvo	Optimistik
2019	**954.8**	**954.8**	**954.8**
2024	**1,481.9**	**1,481.9**	**1,481.9**
2025	~1,675	~1,732	~1,802
2026	~1,851	~2,025	~2,193
2027	~2,038	~2,366	~2,670
2028	~2,239	~2,763	~3,247
2029	~2,456	~3,228	~3,940
2030	**~2,687**	**~3,774**	**~4,777**

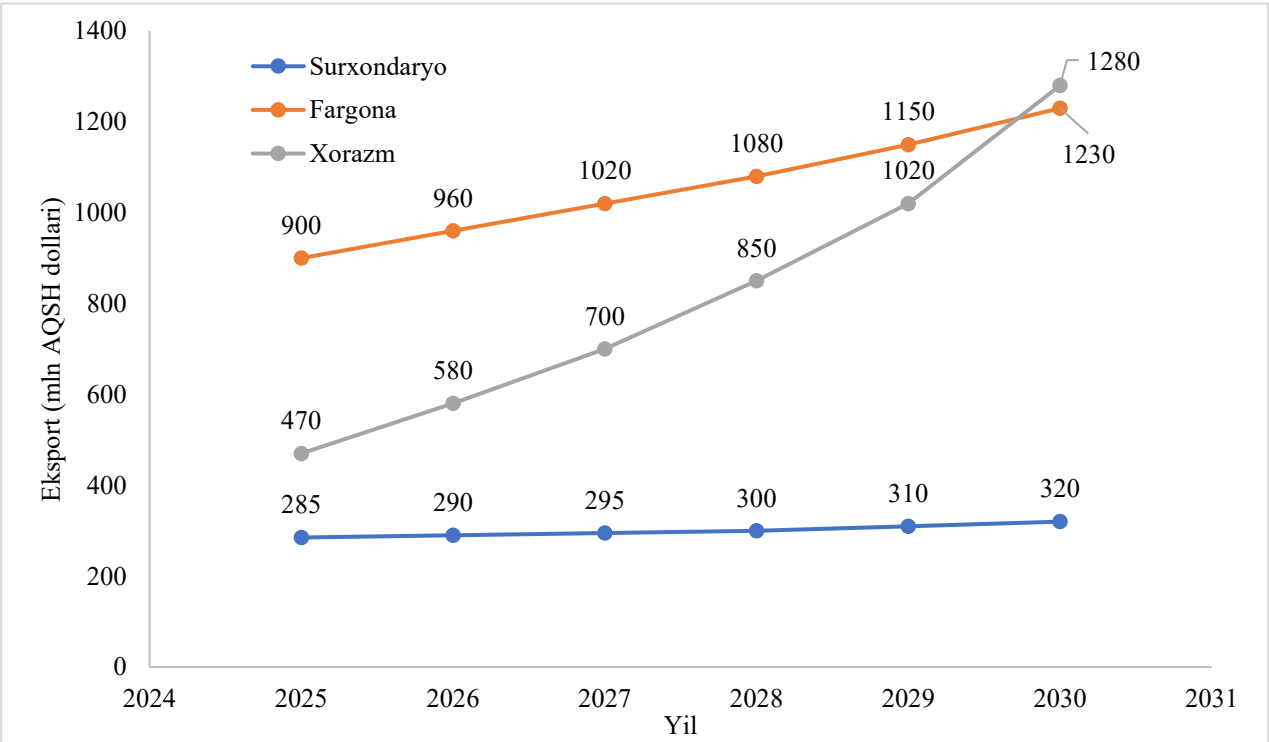


1-rasm. 2025–2030 yillar uchun Surxondaryo, Farg‘ona va Xorazm viloyatlari bo‘yicha eksport prognozi[2]

[1] Muallif ishlanmasi
[2] Muallif ishlanmasi



2-rasm. Konservativ ssenariy: 2019–2030 yillarda eksport prognozi[1]



3-rasm. Status-kvo ssenariy: 2019–2030 yillarda eksport prognozi[2]

[1] Muallif ishlanmasi
[2] Muallif ishlanmasi

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqoridagi tahlil va muhokama asosida quyidagi amaliy tavsiyalarni taqdim etamiz, ular mahalliy darajada eksport salohiyatini oshirish va infratuzilma islohotlarini davom ettirishga qaratilgandir:

1. Har bir viloyat hokimligi huzuridagi eksportga ko‘maklashish shtablarining moddiy-texnika bazasini yaxshilash va ularni malakali kadrlar bilan ta’minlash zarur. Ushbu shtablar faoliyatini reyting asosida baholab borish, eng samarali hududlarga qo‘shimcha rag‘bat ajratish mexanizmi joriy etilsin. Bu mahalliy rahbariyat o‘rtasida sog‘lom raqobatni kuchaytirib, yangi tashabbuslarga turtki beradi.

2. Eksportga doir barcha ruxsatnomalar, sertifikatlar, bojxona deklaratsiyalari va boshqa xizmatlarni onlayn tarzda olish imkoniyatini har bir tuman darajasigacha yetkazish lozim. Internet tezligi past hududlarda telekom infratuzilmasini yaxshilash bo‘yicha markazlashgan investitsiyalar ajratilsin. Shu bilan birga, tadbirkorlar uchun raqamli savodxonlik bo‘yicha mahalliy seminarlar, treninglar o‘tkazilib, raqamlashtirishning afzalliklari to‘g‘risida xabardorlik oshirilsin. Masalan, bojxonadagi “eksport uch qadamda” tizimidan foydalanish bo‘yicha video-qo‘llanmalar tayyorlanib, tadbirkorlarga taqdim etilsa, ular ortiqcha vaqt sarflamasdan eksport jarayonini tezlashtiradi.

3. Ichki logistika zanjirlarini kuchaytirish uchun har bir eksportchi hududda savdo-logistika markazlari tarmog‘ini kengaytirish davom ettirish. Ayniqsa, Xorazm, Qoraqalpog‘iston kabi uzoq hududlarda zamonaviy muzlatgichli omborlar, saralash va qadoqlash sexlari tashkil etishni tezlashtirish kerak. Shuningdek, eksport yo‘nalishidagi temir yo‘l va avto yo‘llar infratuzilmasini yaxshilash (masalan, yangi logistika hablari qurish, chegara punktlarida yuk tashish o‘tkazuvchanligini oshirish) zarur. Umuman, transport-logistika xarajatlarini kamaytirish uchun davlat va xususiy sektor sherikchiligida (DXSH) loyihalar jalb etilib, uzoq hududlarni bozorlarga bog‘lovchi koridorlar yaratilsin.

4. Bugungi kunda viloyatlarda shakllangan klasterlarni yanada samarali rivojlantirish uchun ularning oliy ta’lim muassasalari va ilmiy-tadqiqot institutlari bilan hamkorligini kuchaytirish muhim ahamiyatga ega. Universitetlar va ilmiy markazlar klasterlarga yangi g‘oyalar, ilmiy ishlanmalar, dizayn va standartlash bo‘yicha innovatsion yechimlar taklif qilishi, mahsulot sifatini oshirish va xalqaro talablarga moslashtirishda ko‘mak berishi mumkin. Shu bilan birga, innovatsiyalar va startaplarni keng jalb etish, resurs tejamkor texnologiyalarni joriy etish, raqamli yechimlardan foydalanish orqali klasterlar faoliyati yanada samarali va barqaror bo‘ladi. Bu esa mahalliy mahsulotlarning raqobatbardoshligini kuchaytiradi, yangi bozorlarga chiqish imkoniyatlarini kengaytiradi va eksport salohiyatini sezilarli darajada oshiradi.

5. Eksportni qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasi mablag‘larini hududlarga taqsimlashda differensial yondashuv qo‘llash lozim. Ya’ni, eksport salohiyati pastroq bo‘lgan viloyati eksportchilariga nisbatan ko‘proq subsidiya va imtiyozli kreditlar ajratish, eksport sug‘urtasini davlat hisobidan qoplash kabi choralar ko‘rilishi kerak. Shu bilan birga, natijadorlikka qarab rag‘batlantirish mexanizmi joriy etilsin: masalan,

ma’lum bir tuman eksport rejasini bajarsa, keyingi yil ushbu tuman korxonalariga eksport subsidiyalari indeksatsiya qilinadi. Bu mahalliy rahbarlarni ham mas’uliyatli bo‘lishga undaydi.

6. Mahalliy boshqaruv organlari xodimlari va eksportga mas’ul mutaxassislar uchun malaka oshirish kurslarini tizimli tashkil etish kerak. Viloyatlardagi savdo-sanoat palatalari, eksport agentliklari xodimlari xorijiy tajriba o‘rganishi uchun stajirovkalar (qo‘shni mamlakatlar yoki rivojlangan davlatlarda) tashkil etish tavsiya etiladi. Shuningdek, mahalliy universitetlarda xalqaro savdo, logistika va eksport menejmenti bo‘yicha maxsus ta’lim dasturlari joriy etilishi mumkin. Ularni bitirgan yosh mutaxassislarni hududiy eksport shtablariga ishga jalb qilish mexanizmi yo‘lga qo‘yilishi, ularning faoliyat samaradorligini oshishiga xizmat qiladi.

7. Mahalliy eksport salohiyatini oshirish bo‘yicha choralarning ijrosi doimiy monitoring qilinishi lozim. Har bir viloyat bo‘yicha eksport ko‘rsatkichlari, yangi eksportyorlar soni, eksport geografiyasi bo‘yicha ochiq reytinglar e’lon qilinib borilishi maqsadga muvofiq bo‘ladi. Ommaviy axborot vositalari va blogerlar mahalliy hokimliklarning eksportga doir faoliyatini yoritishga jalb etilishi – bu ochiqlikni ta’minlab, mas’uliyatni oshiradi. Eksportyor korxonalarning fikr-mulohazalarini olish uchun muntazam so‘rovnomalar o‘tkazilib, qaysi sohalarda muammo ko‘proq ekani aniqlanadi. Shu asosda hududlarni eksport faoliyatini doimiy ravishda takomillashtirib borish imkoniyati yanada oshadi.

Xulosa qilib aytganda, hududlarning eksport salohiyatini oshirish jarayonida mahalliy boshqaruv tizimini takomillashtirish amalga oshirilayotgan islohotlarning ilmiy-nazariy va amaliy jihatdan samarali yo‘nalishi sifatida namoyon bo‘lmoqda. Tahlillardan ko‘rinib turibdiki, mahalliy boshqaruvning zamonaviy usullari joriy etilgan hududlarda eksport ko‘rsatkichlari barqaror o‘sish sur’atlarini namoyon etmoqda. Xususan, hududiy eksport geografiyasining kengayishi, yangi bozor segmentlariga chiqish imkoniyatlarining ortishi, mahsulot turlarining diversifikatsiya qilinishi hamda ishlab chiqarish tarmoqlarida minglab yangi ish o‘rinlarining yaratilishi dastlabki amaliy natijalar sifatida qayd etilmoqda. Bu holat mahalliy boshqaruv tizimining islohotlarga moslashuvchanligi va ularni samarali yo‘naltirish salohiyatini ilmiy jihatdan ham tasdiqlaydi.

Shu bilan birga, mahalliy boshqaruv organlarining eksport salohiyatini yuksaltirishdagi ishtiroki hududlar o‘rtasida iqtisodiy taraqqiyot mutanosibligini ta’minlashning muhim omili hisoblanadi. Mahalliy darajada amalga oshirilayotgan dasturlar natijasida klasterlarning samaradorligi ortib, ular oliy ta’lim muassasalari va ilmiy-tadqiqot markazlari bilan hamkorlikda yangi dizayn, qadoqlash, standartlashtirish hamda resurs tejamkor texnologiyalar bo‘yicha innovatsion yechimlarni joriy eta boshladi. Shuningdek, mahalliy boshqaruv organlari xorijiy xaridorlar bilan hamkorlikni yo‘lga qo‘yish, yangi bozor segmentlariga kirish va xalqaro standartlarga mos mahsulot ishlab chiqish borasida birlashtiruvchi platforma vazifasini bajarmoqda. Bu jarayonlar hududiy iqtisodiy barqarorlik va ijtimoiy farovonlikni ta’minlashda nazariy va amaliy ahamiyat kasb etadi.

Biroq, oldinda bajarilishi zarur bo‘lgan vazifalar ham mavjud. Tavsiya etilgan chora-tadbirlarni izchil amalga oshirish mahalliy va markaziy boshqaruv organlarining uyg‘un siyosatini talab etadi. Xususan, klasterlarni ilmiy-tadqiqot muassasalari bilan chuqur integratsiya qilish, innovatsiya va startaplarni jalb etish, raqamli texnologiyalarni keng tatbiq etish, shuningdek transport-logistika infratuzilmasini takomillashtirish ustuvor yo‘nalishlardan hisoblanadi. Mazkur choralarni amalga oshirish natijasida “Made in Uzbekistan” brendining jahon bozoridagi mavqeyini mustahkamlash, mamlakatning eksport salohiyatini strategik darajada yuksaltirish hamda O‘zbekistonning xalqaro iqtisodiy maydonda barqaror raqobatbardoshligini ta’minlash mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Rodrik, D. One Economics, Many Recipes: Globalization, Institutions, and Economic Growth. Princeton University Press, 2007.
2. Acemoglu, D., Johnson, S., Robinson, J. Institutions as a Fundamental Cause of Long-Run Growth. Handbook of Economic Growth, Elsevier, 2005.
3. Bhagwati, J. In Defense of Globalization. Oxford University Press, 2004.
4. Kravis, I. B. Trade as a Handmaiden of Growth: Similarities between the Nineteenth and Twentieth Centuries. Economic Journal, Vol. 80, 1970.
5. North, D. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University Press, 1990.
6. Ibragimovich N. R., Zikrillayevna I. S. PROCESS ANALYSIS OF ESTABLISHMENT WITH EQUIPMENT //INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE & INTERDISCIPLINARY RESEARCH ISSN: 2277-3630 Impact factor: 8.036. – 2022. – T. 11. – S. 117-123.
7. Mirziyoyev, Sh.M. Yangi O‘zbekiston strategiyasi. – Toshkent: O‘zbekiston, 2021.
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 14 yanvar, PQ–4954 “Eksportni qo‘llab-quvvatlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi. Qarori https://lex.uz/uz/docs/-5222869
9. Masharipovich, B. D. Improvement of Relations Between the Local Council and Executive Bodies in the Economic Development of Regions. *World Bulletin of Management and Law*, *34*, 18-21.
10. Davlat statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston Respublikasining tashqi savdo ko‘rsatkichlari (2019–2024). – Toshkent: Davlat statistika qo‘mitasi nashri, 2024.
11. Iqtisodiy tadqiqotlar va islohotlar markazi (ITIM). Hududiy iqtisodiy rivojlanish va eksport tendensiyalari tahlili. – Toshkent: ITIM, 2023.
12. World Bank. Uzbekistan Country Economic Memorandum: Toward a Market Economy. Washington DC, 2022.
13. Asian Development Bank. Uzbekistan Country Partnership Strategy 2022–2026. Manila: ADB, 2022.
14. United Nations Development Programme (UNDP). Human Development Report: Regional Economic Development in Uzbekistan. New York, 2021.
15. Hausmann, R., Hwang, J., Rodrik, D. What You Export Matters. Journal of Economic Growth, Vol. 12(1), 2007.
16. Johnson, S., Subramanian, A. Aid, Governance and Growth. Finance & Development, IMF, 2005.
O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. Farg‘ona, Xorazm va Surxondaryo viloyatlari sanoat va eksport ko‘rsatkichlari bo‘yicha press-reliz. – Toshkent: Statistika agentligi, 2024.

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УЗБЕКИСТАНЕ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Азизов Ильдар Рафаэльевич
доцент кафедры «Управление бизнесом и предпринимательство» PhD
Высшей школы бизнеса и предпринимательства при
Кабинете Министров Республики Узбекистан
E-mail:ildar8707@gmail.com

Аннотация

В статье рассматриваются современные тенденции развития инновационного менеджмента в Узбекистане в условиях глобальной конкуренции. Анализ основан на стратегических документах («Узбекистан-2030», «Цифровой Узбекистан-2030»), официальных статистических данных и материалах международных организаций (ВОИС, Всемирный банк, ОЭСР). Показано, что инновационный менеджмент становится важным инструментом повышения конкурентоспособности национальной экономики, а также ключевым фактором интеграции в глобальные рынки. Особое внимание уделено развитию инновационной инфраструктуры (технопарки, IT Park, свободные экономические зоны), механизмам государственной поддержки стартапов и НИОКР, а также проблемам кадрового обеспечения и финансирования. Сделан вывод о необходимости активизации венчурного капитала, расширения взаимодействия университетов и бизнеса, а также интеграции инновационных проектов в международные цепочки добавленной стоимости.

Ключевые слова: инновационный менеджмент; Узбекистан; глобальная конкуренция; инновационная инфраструктура; технопарк; IT Park; цифровизация; стартап; венчурное финансирование; конкурентоспособность.

Annotatsiya

Maqolada global raqobat sharoitida O‘zbekistonda innovatsion menejmentning rivojlanish tendensiyalari tahlil qilingan. Tadqiqot “O‘zbekiston-2030”, “Raqamli O‘zbekiston-2030” strategiyalari, rasmiy statistik ma’lumotlar va xalqaro tashkilotlar (JB, OESR, BIIMT) hisobotlari asosida amalga oshirilgan. Innovatsion menejment milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning muhim vositasi, shuningdek, global bozorlarga integratsiyaning asosiy omili sifatida namoyon bo‘lmoqda. Maqolada innovatsion infratuzilmaning rivojlanishi (texnoparklar, IT Park, erkin iqtisodiy zonalar), startaplar va ilmiy-tadqiqot faoliyatini qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari, kadrlar va moliya bilan bog‘liq muammolar ko‘rib chiqilgan. Xulosa qilinishicha, venchur kapitali faolligini oshirish, universitet va biznes hamkorligini kengaytirish hamda innovatsion loyihalarni xalqaro qiymat zanjirlariga integratsiya qilish zarur.

Kalit so‘zlar: innovatsion menejment; O‘zbekiston; global raqobat; innovatsion infratuzilma; texnopark; IT Park; raqamlashtirish; startap; venchur moliyalash; raqobatbardoshlik.

Abstract

The article examines current trends in the development of innovation management in Uzbekistan under the conditions of global competition. The analysis is based on strategic documents ("Uzbekistan-2030", "Digital Uzbekistan-2030"), official statistical data and reports of international organizations (WIPO, World Bank, OECD). It is shown that innovation management is becoming an important tool for enhancing the competitiveness of the national economy as well as a key factor of integration into global markets. Special attention is paid to the development of innovation infrastructure (technoparks, IT Park, free economic zones), mechanisms of state support for startups and R&D, as well as issues of human resources and financing. The study concludes on the necessity to activate venture capital, expand cooperation between universities and businesses, and integrate innovative projects into international value chains.

Keywords: innovation management; Uzbekistan; global competition; innovation infrastructure; technopark; IT Park; digitalization; startup; venture financing; competitiveness.

ВВЕДЕНИЕ

Малый бизнес в Узбекистане играет центральную роль в устойчивом социально-экономическом развитии страны. По данным Агентства по статистике, доля малого бизнеса в валовом внутреннем продукте в 2024 году составила 53,8%, а в отдельных секторах достигает особенно высоких показателей — около 96% в сельском хозяйстве и более 78% в строительстве. Даже несмотря на методологические корректировки, в первом полугодии 2025 года вклад малого бизнеса сохраняется на уровне 49,6%, что подчеркивает его системную значимость [1]. Малый бизнес обеспечивает значительную часть занятости населения, создает конкурентную среду и выступает источником инноваций в сфере услуг и информационных технологий.

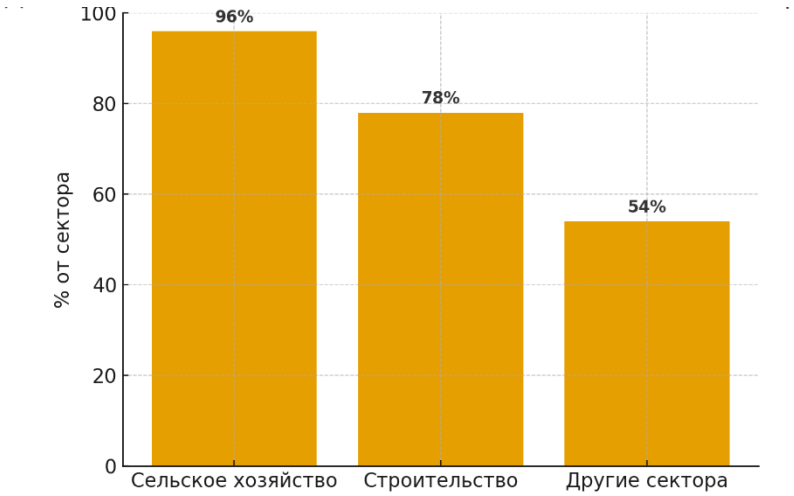


Рисунок 1.1. Доля малого бизнеса в экономике Узбекистана по секторам (2024 г.)[1]

[1] Разработано автором

Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев, говоря о задачах современной экономической политики, заявил: «В целях продолжения системных реформ, построения сильного и процветающего государства мы приняли Стратегию «Узбекистан – 2030». В этом важном документе отражено 100 конкретных задач по достижению устойчивого экономического роста, реформированию социальной защиты, здравоохранения и образования, обеспечению верховенства закона» [2].

Стратегия «Узбекистан – 2030», утверждённая Указом Президента № УП-158 от 11 сентября 2023 года, стала официальной рамкой для дальнейших трансформаций и реформ. Она включает пять приоритетных направлений и сто целей, в том числе увеличение доходов на душу населения, развитие инноваций и цифровой экономики, поддержку предпринимательства и рост экспорта высокотехнологичных услуг [3].

В таких условиях инновационный менеджмент становится ключевым элементом конкурентоспособности. Он позволяет компаниям адаптироваться к меняющемуся внешнему окружению, выходить на зарубежные рынки и эффективно использовать ресурсы в условиях глобальной конкуренции. В следующих разделах работы будут проанализированы методы, инструменты и практики инновационного менеджмента в Узбекистане, выявлены основные достижения и барьеры, а также предложены стратегии развития, соответствующие национальной стратегической линии.

МЕТОДОЛОГИЯ

Исследование базируется на анализе нормативно-правовых документов («Стратегия развития Узбекистана – 2030», программа «Цифровой Узбекистан – 2030»), статистических данных Агентства по статистике и Министерства инновационного развития, а также отчетов Всемирного банка, ОЭСР и ВОИС. Методологически применены сравнительный институциональный анализ, статистический метод и кейс-подход (на примере IT Park, свободных экономических зон и технопарков).

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Анализ показывает, что в Узбекистане инновационный менеджмент развивается поступательно и в ряде направлений уже сформированы важные институциональные основы. Прежде всего, за последние годы была создана инновационная инфраструктура, охватывающая более двадцати технопарков различного профиля. Наиболее заметным центром инновационной активности выступает IT Park Uzbekistan, число резидентов которого в 2024 году превысило 1650 компаний [4]. Среди них как стартапы, так и крупные предприятия, работающие в сферах разработки программного обеспечения, оказания ИТ-услуг, аутсорсинга и экспорта цифровых решений. Эта инфраструктура формирует ядро национальной инновационной экосистемы и постепенно интегрируется в глобальные рынки.

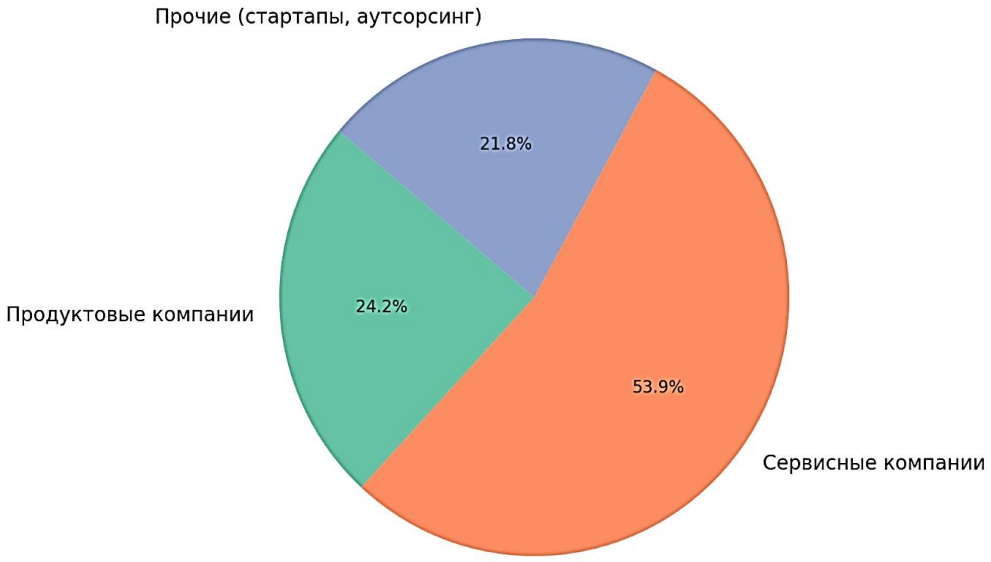


Рисунок 1.2. Структура резидентов IT Park Uzbekistan, 2024 г.

Не менее важным направлением является расширение механизмов государственной поддержки инновационной деятельности. На законодательном уровне внедрены налоговые льготы для стартапов и компаний, осуществляющих НИОКР, предусмотрены грантовые программы и субсидии на цифровизацию. Кроме того, при поддержке правительства начали создаваться венчурные фонды, ориентированные на финансирование проектов с высоким уровнем риска, что свидетельствует о постепенном формировании культуры венчурного капитала.

Значительные усилия предпринимаются и в области подготовки кадров для инновационного менеджмента. В университетах открываются новые магистерские программы, ориентированные на предпринимательство и инновации; формируются стартап-инкубаторы и акселерационные центры. При этом важное место занимает внедрение международных образовательных стандартов, что позволяет будущим менеджерам осваивать современные методы проектного управления, риск-менеджмента и стратегического планирования.

Вместе с тем выявлен ряд системных проблем, которые существенно сдерживают дальнейшее развитие инновационного менеджмента. Прежде всего, сохраняется крайне низкий уровень частных инвестиций в НИОКР, составляющий менее 0,3% ВВП [5]. Эта цифра существенно отстает от целевых ориентиров и не позволяет формировать устойчивую инновационную базу. В условиях, когда государство берет на себя основную нагрузку, участие бизнеса в финансировании инноваций остаётся ограниченным.

Вторым препятствием является слабая интеграция науки и бизнеса. Несмотря на наличие академических институтов и университетских центров, уровень коммерциализации исследований остаётся низким, а трансфер

технологий в реальный сектор происходит крайне медленно [6]. Это приводит к тому, что значительная часть научных разработок не доходит до стадии рыночной реализации.

Серьёзной проблемой выступает дефицит профессиональных кадров [7]. В стране ощущается нехватка специалистов, обладающих комплексными компетенциями в области инновационного менеджмента, стратегического проектирования, риск-менеджмента и управления интеллектуальной собственностью. Подобный кадровый разрыв снижает эффективность уже созданной инновационной инфраструктуры и ограничивает возможности для масштабирования проектов.

Четвёртый барьер связан с ограниченным доступом стартапов и малых инновационных компаний к долгосрочному финансированию. Высокие процентные ставки кредитов, недостаток гарантийных инструментов и неразвитость венчурного капитала ограничивают возможности молодых компаний для устойчивого роста [8]. Это особенно критично для инновационных проектов, требующих значительных вложений и длительных сроков окупаемости.

Наконец, на уровне предприятий сохраняется низкая инновационная культура. Многие компании ограничиваются внедрением отдельных цифровых решений и не рассматривают инновации как долгосрочную стратегическую необходимость [9]. Современные методы управления — такие как Agile, Lean, Design Thinking — пока применяются точечно и в основном в ИТ-секторе, тогда как традиционные отрасли остаются ориентированными на консервативные управленческие модели.

Выявленные тенденции и проблемы подтверждают, что инновационный менеджмент в Узбекистане находится на стадии институционального становления. С одной стороны, в стране создана инфраструктура поддержки инноваций — технопарки, IT Park, акселерационные центры, внедрены налоговые льготы и грантовые механизмы. С другой стороны, системные барьеры — низкий уровень частных инвестиций, слабая интеграция науки и бизнеса, кадровый дефицит и ограниченный доступ к финансированию — не позволяют в полной мере реализовать потенциал инновационного развития.

Сравнение с международной практикой демонстрирует, что успешные страны-лидеры инновационного развития (Южная Корея, Сингапур, Израиль) добились успеха благодаря трём ключевым факторам: активной роли государства в формировании долгосрочной стратегии, высокой вовлеченности частного сектора и наличию развитой системы венчурного капитала [10]. Для Узбекистана это означает необходимость сохранения активной регулирующей и стимулирующей роли государства, но при этом постепенного увеличения доли частных инвестиций в инновации и формирования полноценного рынка венчурного финансирования.

Особое внимание следует уделить вопросу интеграции науки и бизнеса. Научно-исследовательские институты и университеты должны быть вовлечены в

практические проекты совместно с частным сектором, что позволит ускорить процесс коммерциализации разработок. Создание университетских инкубаторов, совместных исследовательских лабораторий и индустриально-академических консорциумов станет основой для формирования инновационных цепочек «наука – бизнес – рынок».

Немаловажным аспектом является развитие кадрового потенциала. Ключевая проблема заключается не только в недостатке специалистов по инновационному менеджменту, но и в слабой подготовке управленцев среднего звена, способных внедрять инновации на практике. В этой связи целесообразно развивать международные образовательные программы, создавать сертификационные курсы по инновационному менеджменту и стимулировать обмен опытом с зарубежными экспертами.

Отдельное значение приобретает формирование инновационной культуры на уровне предприятий. Для этого необходима популяризация гибких управленческих методик (Agile, Lean, Design Thinking), развитие корпоративных программ инноваций и стимулирование внутрифирменных стартапов. Внедрение цифровых инструментов управления проектами и использование международных стандартов (например, PMBOK 7) позволит повысить эффективность реализации инновационных проектов даже в условиях ограниченных ресурсов.

ВЫВОДЫ И ПРИДЛОЖЕНИЯ

Инновационный менеджмент становится важным направлением социально-экономического развития Узбекистана, формируя основу для повышения конкурентоспособности страны в условиях глобальной экономики. В последние годы созданы технопарки и ИТ-кластер, внедрены налоговые льготы и грантовые программы, развиваются венчурные фонды и образовательные инициативы. Эти шаги заложили фундамент инновационной экосистемы.

Однако сохраняются системные проблемы: низкий уровень частных инвестиций в НИОКР, слабая интеграция науки и бизнеса, ограниченный доступ к финансированию стартапов, кадровый дефицит и недостаточная инновационная культура предприятий.

Для преодоления этих барьеров необходимы меры по увеличению частных инвестиций в НИОКР, развитию венчурного финансирования и государственно-частного партнёрства, активному вовлечению университетов в коммерциализацию исследований, подготовке специалистов по международным стандартам инновационного менеджмента и формированию инновационной культуры в организациях.

Таким образом, инновационный менеджмент в Узбекистане находится на этапе становления, но при комплексной реализации указанных мер способен превратиться в системный инструмент экономического роста и устойчивой интеграции страны в мировое инновационное пространство.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агентство по статистике при Президенте Республики Узбекистан. Основные показатели субъектов малого бизнеса, январь–сентябрь 2024 г. (пресс-релиз). Ташкент, 2024.

2. Агентство по статистике при Президенте Республики Узбекистан. Информация о субъектах малого бизнеса, январь–июнь 2025 г. (пресс-релиз). Ташкент, 2025.

3. Указ Президента Республики Узбекистан от 11.09.2023 № УП-158 «О Стратегии Узбекистан — 2030». Национальная база данных законодательства. https://lex.uz/ru/docs/6600404

4. Указ Президента Республики Узбекистан от 05.10.2020 № УП-6079 «Об утверждении Стратегии “Цифровой Узбекистан — 2030” и мерах по её эффективной реализации». Национальная база данных законодательства. https://lex.uz/ru/docs/5031048

5. IT Park Uzbekistan. Results of 2023: transformation and plans for 2024 (новостное сообщение от 02.02.2024). Ташкент, 2024.

6. WIPO. Global Innovation Index 2023: 16th edition (Main report). Geneva: World Intellectual Property Organization, 2023.

7. WIPO. Global Innovation Index 2023: Executive Summary. Geneva: WIPO, 2023.

8. World Bank. Uzbekistan – Country Overview (обновлённая страновая справка). Washington, DC: World Bank, 2024–2025.

9. World Bank Data. Research and development expenditure (% of GDP), indicator GB.XPD.RSDV.GD.ZS (Uzbekistan, latest). Washington, DC: World Bank/UNESCO UIS. (Для 2023 г.: ≈ 0,13 % ВВП).

10. OECD. Digital Skills for Private Sector Competitiveness in Uzbekistan. Paris: OECD Publishing, 2023.

11. OECD. Public Governance Reviews: Uzbekistan. Paris: OECD Publishing, 2024.

12. Указ Президента Республики Узбекистан от 21.12.2022 № УП-269 «О мерах по реализации административных реформ Нового Узбекистана» (о реорганизации органов управления наукой и инновациями). Национальная база данных законодательства https://lex.uz/ru/docs/6324798

TIJORAT BANKLARIDAN UNDIRILADIGAN FOYDA SOLIG‘INING DAVLAT BYUDJETIGA TA’SIRI

Ergasheva Lobar Raxmatulla qizi
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
2-bosqich mustaqil izlanuvchisi
E-mail: ergashevalobar1@icloud.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada tijorat banklaridan undiriladigan foyda solig‘ining O‘zbekiston Respublikasi davlat byudjeti daromadlari shakllanishiga ta’siri tahlil qilingan. 2010–2024-yillar statistik ma’lumotlari asosida soliq ulushining dinamikasi, prognoz ko‘rsatkichlari hamda iqtisodiy samaradorlik omillari o‘rganilgan. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, bank foyda solig‘ining davlat moliyaviy barqarorligi, byudjet daromadlari diversifikatsiyasi va soliq siyosatini takomillashtirishdagi o‘rni ilmiy asoslangan.

Kalit so‘zlar: tijorat banklari, foyda solig‘i, davlat byudjeti, soliq siyosati, moliyaviy barqarorlik.

Abstract

This article analyzes the impact of profit tax collected from commercial banks on the formation of state budget revenues of the Republic of Uzbekistan. Based on statistical data for 2010–2024, the dynamics of the tax share, forecast indicators, and factors of economic efficiency are studied. According to the research results, the role of bank profit tax in financial stability of the state, diversification of budget revenues, and improvement of tax policy is scientifically substantiated.

Keywords: commercial banks, profit tax, state budget, tax policy, financial stability.

Аннотация

В данной статье анализируется влияние налога на прибыль, взимаемого с коммерческих банков, на формирование доходов государственного бюджета Республики Узбекистан. На основе статистических данных за 2010–2024 годы изучены динамика доли налога, прогнозные показатели и факторы экономической эффективности. Согласно результатам исследования, научно обоснована роль налога на прибыль банков в обеспечении финансовой стабильности государства, диверсификации доходов бюджета и совершенствовании налоговой политики.

Ключевые слова: коммерческие банки, налог на прибыль, государственный бюджет, налоговая политика, финансовая стабильность.

KIRISH

O‘zbekiston Respublikasida amalga oshirilayotgan moliyaviy-iqtisodiy islohotlarning asosiy yo‘nalishlaridan biri soliq-byudjet siyosatini takomillashtirish va davlat byudjeti daromadlarining barqarorligini ta’minlashdan iboratdir. Shu nuqtai nazardan tijorat banklari faoliyati alohida ahamiyat kasb etadi. Chunki moliya bozorida muhim o‘rin tutuvchi banklar nafaqat kredit va investitsiya faoliyati orqali iqtisodiy

o‘sishga hissa qo‘shadi, balki soliq to‘lovchi sifatida ham davlat byudjeti daromadlarini shakllantirishda asosiy manbaga aylanadi.

Davlat budjeti daromadlari tarkibida bevosita soliqlar, jumladan foyda solig‘i salmoqli o‘rin egallaydi. Xususan, tijorat banklari tomonidan to‘lanadigan foyda solig‘i nafaqat soliq tushumlarining muhim manbasi, balki byudjet barqarorligining asosiy kafolatlaridan biri hisoblanadi. Shu sababli tijorat banklaridan undiriladigan foyda solig‘ining hajmi va dinamikasini tahlil qilish, uning davlat byudjeti daromadlariga ta’sirini ilmiy asosda o‘rganish bugungi kunda dolzarb masalalardan sanaladi.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda soliq siyosati bosqichma-bosqich isloh qilinib, soliq stavkalari maqbullashtirildi, soliq ma’murchiligi soddalashtirildi. Natijada soliq tushumlarining oshishi, soliq bazasining kengayishi va byudjet daromadlarining barqarorlashishi kuzatildi. Shu jarayonda tijorat banklaridan undiriladigan foyda solig‘ining ulushi ham izchil o‘sib bordi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Bank sektorini soliqqa tortish bo‘yicha ilmiy adabiyotlarda ikki asosiy yondashuv mavjud: fiskal — tijorat banklaridan olinadigan foyda solig‘ining davlat byudjeti daromad qismini to‘ldirishdagi bevosita o‘rni, va xulq-atvoriy — soliq stavkalari banklarning kreditlash faolligiga, risk darajasiga hamda investitsion qarorlariga ta’siri. Xalqaro Valyuta Jamg‘armasi tadqiqotlarida banklarga qo‘shimcha soliqlar kiritish tashqi ta’sirlarni qoplash va barqarorlikni mustahkamlash vositasi bo‘lishi mumkinligi qayd etilgan, biroq bunday choralar joriy etilganda makroiqtisodiy xarajatlar sinchiklab baholanishi zarurligi ta’kidlanadi.

Rivojlanayotgan mamlakatlar misolida olib borilgan empirik tadqiqotlar ikki tomonlama ta’sirni ko‘rsatadi: bir tomondan, foyda solig‘i byudjetga barqaror tushum keltiradi va banklarning yuqori daromadliligi sharoitida muhim manba hisoblanadi; boshqa tomondan, Borsuk va hammualliflarining izlanishlari ortiqcha soliq yukining real sektor kreditlash hajmini qisqartirishi, tizimli risklarni oshirishi va natijada iqtisodiy o‘sish sekinlashuvi orqali byudjet tushumlariga ham salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkinligini ko‘rsatadi.

O‘zbekiston sharoitiga oid tahlillar tijorat banklarining soliqqa tortish bazasi xususiyatlari hamda bank tizimi transformatsiyasi sharoitida soliq ma’murchiligi bilan bog‘liq muammolarni ochib beradi. Maksudov va boshqa mahalliy olimlar tadqiqotlarida bank foydasidan olinadigan soliq byudjet tushumlarining sezilarli, biroq barqaror bo‘lmagan qismini shakllantirishi qayd etiladi. Tushumlarning samaradorligi esa buxgalteriya hisobotining shaffofligi, zararlarni keyingi davrlarga ko‘chirish amaliyoti hamda soliq imtiyozlariga bog‘liq. Mahalliy tahlilchilar soliq siyosatini banklarni tartibga solish mexanizmlari bilan uyg‘unlashtirish va iqtisodiyotga kredit berishni rag‘batlantirish zarurligini ta’kidlaydi.

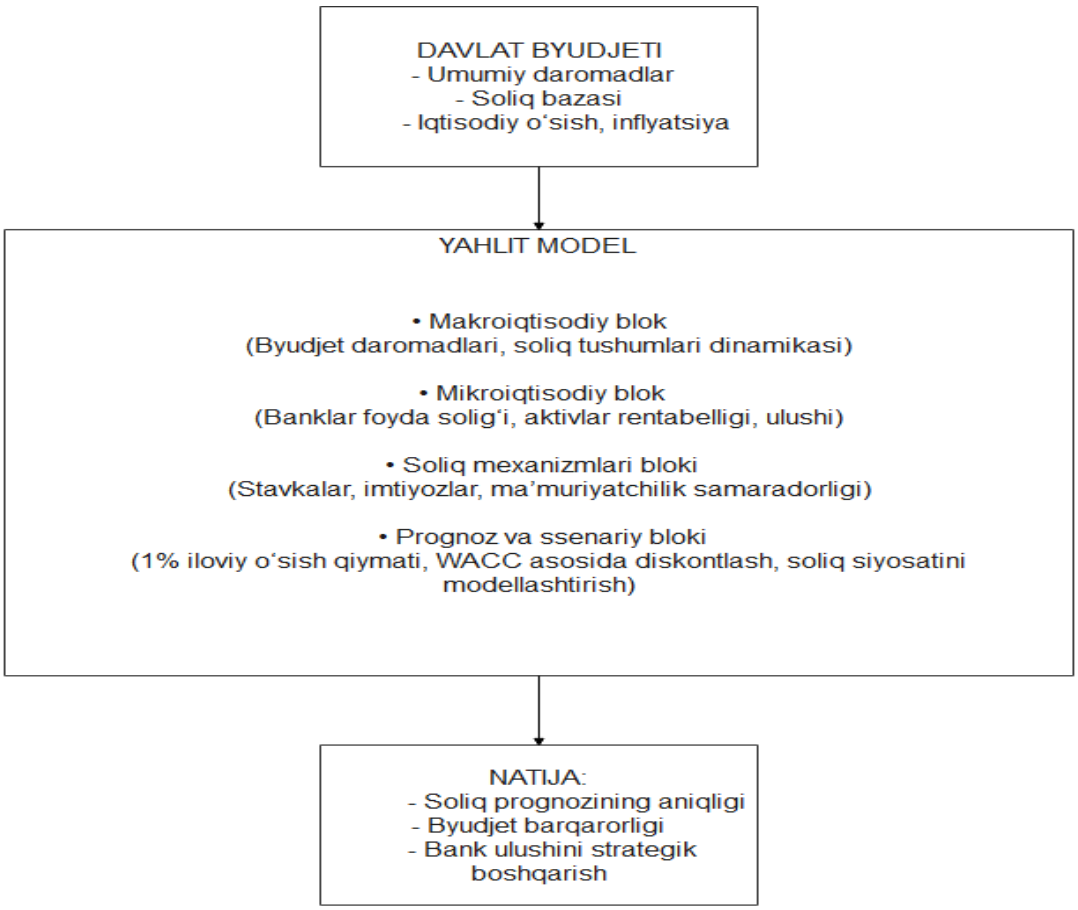
Moliyaviy sektor soliqlari bo‘yicha olib borilgan ilmiy izlanishlar bank foydasiga soliqni boshqa vositalar — riskli operatsiyalarga soliq, passivlarga soliq yoki maxsus qo‘shimcha to‘lovlar bilan birgalikda ko‘rib chiqishni taklif qiladi. Jahon banki hujjatlarida va moliyaviy faoliyatni soliqqa tortish bo‘yicha xalqaro sharhlarda nafaqat

joriy byudjet samaradorligini, balki kreditlash faolligi, investitsiyalar va moliyaviy barqarorlikka uzoq muddatli ta’sirini ham hisobga olish muhimligi alohida ta’kidlanadi.

Umuman olganda, adabiyotlarda tijorat banklaridan olinadigan foyda solig‘i davlat byudjeti uchun muhim daromad manbai sifatida e’tirof etiladi. Biroq uning amaliy samaradorligi soliq siyosati dizayni, ma’murchilik darajasi va bank sektorining reaksiyasiga bevosita bog‘liq bo‘lib, bu esa O‘zbekiston sharoitida mazkur soliqning byudjet tushumlariga va iqtisodiy faollikka ta’sirini chuqur empirik tahlil qilish zaruratini yuzaga keltiradi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda quyidagi ilmiy-uslubiy yondashuvlardan foydalanildi. Statistik dinamik qatorlar tahlili orqali 2010–2024-yillar mobaynida davlat byudjeti daromadlari va tijorat banklaridan undiriladigan foyda solig‘i hajmi o‘rganildi. Taqqoslama tahlil asosida tijorat banklari foyda solig‘i tushumlarining umumiy byudjet daromadlaridagi ulushi boshqa soliqlar (aylanmadan olinadigan soliq, jismoniy shaxslar daromad solig‘i) bilan solishtirildi.



1-rasm. O‘zbekistonda tijorat banklaridan undiriladigan bevosita soliqlarni byudjetga to‘g‘ri prognoz qilish va ularning ulushini strategik boshqarish “Yaxlit modeli”[1]

[1] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

Ekonometrik yondashuvda regressiya tahlili orqali tijorat banklari foyda solig‘ining byudjet daromadlariga ta’siri miqdoriy baholandi. Prognozlash usuli yordamida 2025–2030-yillar uchun foyda solig‘i tushumlarining istiqbol ko‘rsatkichlari ishlab chiqildi. Tadqiqot uchun asosiy statistik ma’lumotlar O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi, Davlat soliq qo‘mitasi va Markaziy bankining rasmiy hisobotlaridan olindi. Shuningdek, mavzu bo‘yicha yagona yaxlit yondashuv asosida sxema tuzildi (1-rasm)

TAHLIL VA NATIJALAR

2010–2024-yillar davomida davlat byudjeti daromadlari sezilarli darajada oshib bordi. Shu bilan birga, tijorat banklaridan undiriladigan foyda solig‘i ham barqaror o‘sish tendensiyasini ko‘rsatdi. Quyidagi jadvalda ushbu jarayon yoritilgan (1-jadval).

1-jadval.

2010–2024-yillarda davlat byudjeti daromadlari va tijorat banklaridan undiriladigan foyda solig‘i (mlrd so‘mda)[1]

Yil	Davlat byudjeti daromadlari	Tijorat banklaridan foyda solig‘i	Ulushi (%)
2010	19 850	1 240	6,2
2012	27 600	1 950	7,1
2014	36 800	3 120	8,5
2016	47 500	4 800	10,1
2018	72 300	7 450	10,3
2020	110 200	13 870	12,6
2022	186 400	25 200	13,5
2024	274 423	52 620	19,2

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, 2010-yilda bank foyda solig‘ining umumiy daromadlardagi ulushi 6,2 %ni tashkil etgan bo‘lsa, 2024-yilga kelib bu ko‘rsatkich 19,2 %ga yetgan. Bu natijalar shuni ko‘rsatadiki, tijorat banklari moliyaviy barqarorlikka erishgan sari ularning byudjetga qo‘shayotgan hissasi ham ortib bormoqda. Ayniqsa, 2020–2024-yillar oralig‘ida bank foyda solig‘i keskin o‘sdi.

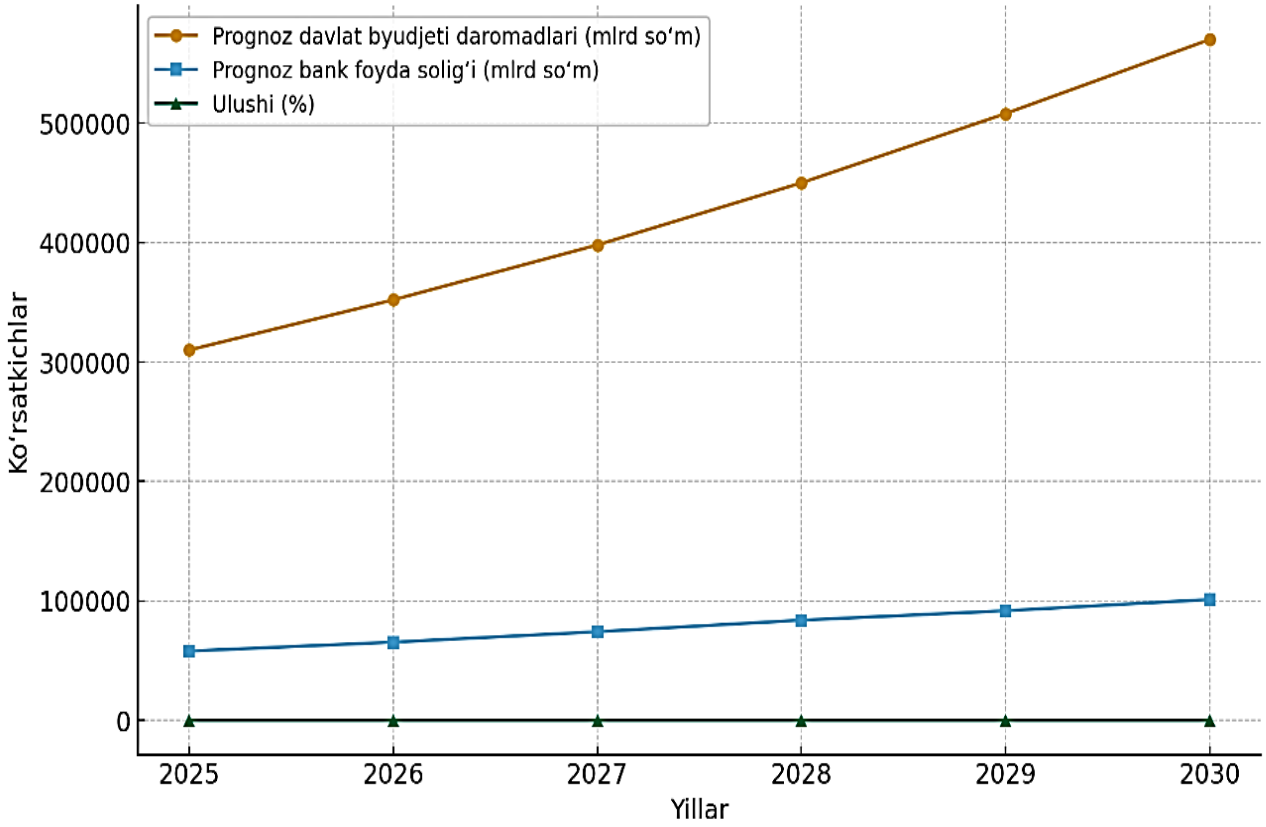
Prognoz natijalari ham ijobiy dinamikani ko‘rsatmoqda. Ekonometrik hisob-kitoblarga ko‘ra, 2030-yilga kelib bank foyda solig‘i tushumlari 95 trln so‘mdan oshishi, uning byudjet daromadlaridagi ulushi 22–23 %ni tashkil qilishi kutilmoqda.

Olingan natijalar bir necha muhim ilmiy va amaliy xulosalarga olib keladi. Byudjet barqarorligi jihatidan tijorat banklari foyda solig‘i davlat byudjeti uchun barqaror va ishonchli manba bo‘lib bormoqda, bu esa fiskal siyosatning barqarorligini mustahkamlashda muhim rol o‘ynaydi. Soliq siyosatini takomillashtirish nuqtai nazaridan 2019-yildan boshlab soliq stavkalarining pasaytirilishi va soddalashtirilgan soliq ma’murchiligi banklarning soliqqa tortilish samaradorligini oshirdi. Bu nafaqat

[1] O‘zbekiston Respublikasi iqtisodiyot va moliya vazirligi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlandi

soliq tushumlarini ko‘paytirdi, balki banklarning investitsion faoliyatini ham kengaytirdi. Xalqaro tajriba bilan solishtirganda, Xitoy, Janubiy Koreya va Turkiya tajribasi shuni ko‘rsatadiki, bank foyda solig‘i mamlakat byudjetining muhim tayanchi hisoblanadi. O‘zbekistonda ham bu amaliyotni yanada chuqurlashtirish, banklar faoliyatida ochiqlik va shaffoflikni kuchaytirish orqali soliq bazasini kengaytirish mumkin.

Ijtimoiy-iqtisodiy ta’sir jihatidan bank foyda solig‘i tushumlarining o‘sishi davlat byudjetiga qo‘shimcha mablag‘ kiritadi, bu esa ijtimoiy dasturlarni moliyalashtirish, infratuzilma loyihalarini amalga oshirish hamda aholi turmush darajasini oshirishga xizmat qiladi (2-rasm).



2-rasm. 2025–2030 yillarda tijorat banklaridan undiriladigan foyda solig‘i prognozi[1]

Prognoz natijalaridan ko‘rinib turibdiki, tijorat banklari foyda solig‘i 2025–2030 yillarda yiliga o‘rtacha 10–12 % ga o‘sib boradi. Byudjet daromadlari hajmi ham kengaygani bois ulush nisbatan barqaror bo‘lib qoladi (taxminan 18 % atrofida).

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, tijorat banklaridan undiriladigan foyda solig‘i O‘zbekiston davlat byudjeti daromadlari tarkibida tobora muhimroq o‘rin egallamoqda. 2010–2024-yillar oralig‘ida bank foyda solig‘ining ulushi 6,2 %dan 19,2 %gacha oshgani bu jarayonning amaliy ahamiyatini yaqqol tasdiqlaydi.

[1] O‘zbeksiton Respublikasi iqtisodiyot va moliya vazirligi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlandi

Ilmiy natijalarga asoslanib quyidagi tavsiyalar ilgari surilishi mumkin. Soliq siyosatini yanada maqbullashtirish va soliq ma'murchiligini raqamlashtirish orqali bank foyda solig'i tushumlarini oshirish zarur. Tijorat banklarining moliyaviy hisobotlarini xalqaro standartlarga moslashtirish orqali soliq bazasini kengaytirish mumkin. Xalqaro ilg'or tajribalar asosida bank soliqlarini diversifikatsiya qilish esa iqtisodiy barqarorlikni ta'minlaydi.

Shunday qilib, tijorat banklari foyda solig'i nafaqat davlat byudjeti barqarorligining kafolati, balki mamlakat iqtisodiy rivojlanishining muhim omillaridan biri hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 2- noyabr PQ–3995-son "Soliq siyosatini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori. https://lex.uz/uz/docs/-4037440

2. O'zbekiston Respublikasi Soliq kodeksi. (2020). Toshkent: Adolat nashriyoti.

3. O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi. (2024). Davlat byudjeti daromadlari bo'yicha hisobotlar (2010–2024 yillar). Toshkent. https://www.mf.uz

4. O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki. (2024). Tijorat banklarining moliyaviy ko'rsatkichlari bo'yicha statistik byulleten. Toshkent. https://www.cbu.uz

5. International Monetary Fund (IMF). (2023). Uzbekistan: Staff Report for the 2023 Article IV Consultation. Washington, DC: IMF.

6. World Bank. (2023). Uzbekistan Economic Update: Financing Growth. Washington, DC: World Bank Group.

7. OECD. (2022). Tax Policy Reforms 2022: OECD and Selected Partner Economies. Paris: OECD Publishing.

8. Mishkin, F. S. (2022). The economics of money, banking, and financial markets (13th ed.). Pearson.

9. Allen, F., & Carletti, E. (2021). The roles of banks in financial systems. Oxford Review of Economic Policy, 37(4), 607–628.

Claessens, S., & van Horen, N. (2020). How important are foreign banks for financial development and stability? Journal of Financial Intermediation, 42, 100–110.

ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ПУТЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кучаров Аброр Собиржонович
ТГЭУ профессор
E-mail:abrork1967@gmail.com
Бобожонов Азизжон Бабаханович
ТГЭУ профессор
E-mail:abobojonov@gmail.com
Хусейнов Рахим Али оглы
ТДИУ соискатель
E-mail: axuseynov@gmail.com

Аннотация

В данной статье рассматриваются вопросы концентрация производства и экономия на эффекте масштаба выступают другим фактором роста конкурентоспособности предприятия. Но для того, чтобы эта возможность была реализована на практике, управляющие компании должны увеличить инвестиции в инновационное развитие, произвести перестановку трудовых ресурсов и т.д.

Ключевые слова: концентрация производства, конкуренция, конкурентоспособность предприятий, инвестиция, инновационное развитие

Annotatsiya

Ushbu maqolada korxona raqobatbardoshligi o‘sishining yana bir omili bo‘lgan ishlab chiqarish konsentratsiyasi va miqyos iqtisodlari masalalari ko‘rib chiqiladi. Ammo bu imkoniyat amalda ro‘yobga chiqishi uchun boshqaruv kompaniyalari innovatsion rivojlanishga investitsiyalarni ko‘paytirishlari, mehnat resurslarini qayta tashkil etishlari va h.k..

Kalit so‘zlar: ishlab chiqarishning konsentratsiyasi, raqobat, korxonaning raqobatbardoshligi, sarmoya, innovatsion rivojlanish

Abstract

This article examines the issues of production concentration and economies of scale, which act as another factor in the growth of enterprise competitiveness. But in order for this opportunity to be realized in practice, management companies must increase investments in innovative development, rearrange labor resources and other measures.

Keywords: concentration of production, competition, competitiveness of enterprises, investment, innovative development

ВВЕДЕНИЕ

Недостаточная ориентация в современных условиях и отсутствие понимания целей приводят к тому, что решаются сначала текущие вопросы, а решение проблемы повышения конкурентоспособности отодвигается. Существующие формы и содержание информации о конкурентной позиции

предприятия часто не позволяют использовать оперативность ее представления для целей управления.

Достижение устойчивой конкурентоспособности предприятия обеспечивается в силу приоритета в нескольких факторах конкурентоспособности, а не за счет преимущества в одном из ее детерминантов. Это позволяет снижать недостатки прочих детерминантов конкурентоспособности и снизить зависимость от конъюнктурных колебаний факторов конкурентоспособности. Существует несколько путей повышения конкурентоспособности предприятия:

- рост объемов реализации продукта;
- улучшение качества выпускаемого продукта;
- уменьшение расходов;
- бенчмаркинг.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Следует заметить, что конкурентоспособность экономистами изучается давно — с середины XVIII века. Основоположниками исследования ее стали А. Смит, Дж. Кейнс и другие, которые и заложили методологические основы конкурентоспособности как категории .

Поведенческий подход стал первым подходом к определению конкуренции. А. Смит отождествлял конкуренцию с «честным соперничеством между продавцами за более выгодные условия продажи своих товаров». В его научном труде «Исследование о богатствах народов» выделен следующий определенный набор условий свободной конкуренции :

Содержание конкуренции как борьбу за редкие экономические блага развивает теорию поведенческого подхода. Так, по мнению американского экономиста П. Хайне, «конкуренция есть стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам» . Содержание конкуренции определяется типом рынка и условиями, господствующими на нем определяет структурный подход. Функциональный подход смещает рассмотрение экономической сущности конкуренции в сторону изучения ее роли в экономическом развитии.

Далее, по мере развития экономической науки, в трактовку данного понятия периодически вносились изменения, дополнения и уточнения. Т. Питерс и Р.Уотермен старательно изучали опыт работы многих образцовых компаний и расширили понимание конкурентоспособности. Данное понятие эволюционирует вместе с развитием форм и видов современного бизнеса также с высокой скоростью.

Современная теория конкуренции получила свое развитие в по-следней четверти XX в. благодаря работам М. Портера, А. Стрикленда и А. Томпсона, Ансоффа . Также посвящены развитию теоретических основ конкурентоспособности работы Дж. Грейсона и К.Оделла.

МЕТОДОЛОГИЯ

В ходе исследования, в целях изучения совершенствования управления инфраструктурой предприятий нефтегазовой отрасли Республики Узбекистан, производства высококачественной готовой продукции за счет внедрения и модернизации новых технологий, использовались методы наблюдения, индукции и дедукции, динамических рядов, экономико-статистического анализа и синтеза, статистической группировки, монографического исследования, системного анализа, сравнения и другие методы проведения научно-исследовательской деятельности.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Рост объемов реализации продукта (услуг или работ) является одним из направлений повышения конкурентоспособности. Поэтому необходимо учитывать, что повышение объемов реализации само по себе не принесет желаемых результатов. Причиной является отсутствие учета важных показателей, в числе которых величина расходов предприятия и его прибыль.

При организации производственного процесса и планировании объемов необходимо решить ряд задач, одной из важнейших из которых является определение объема реализации продукта, при котором будет обеспечена безубыточная производственная деятельность.

Основой повышения прибыльности предприятия в условиях конкурентной борьбы является рост эффективности производства. Главным фактором производительности в долгосрочном плане являются ведущие к снижению издержек инновационные изменения в технике и организации производства. Для каждого отдельного предприятия необходимо различать эффективность производства (потенциальную и реальную, действительную эффективность производства). Уровень потенциальной эффективности зависит от внешних условий хозяйственной деятельности, в числе которых наличие трудовых, сырьевых, энергетических ресурсов и т.п. Основным при этом выступает общий уровень инновационного развития экономической системы.

Реальная производительность в предприятии определяется уровнем управления и организации производства. Этот показатель может увеличить не только в результате снижения издержек производства за счет организационных или технических нововведений. Значительным резервом является осведомленность, информированность руководства компании относительно новой техники или методов организации труда.

Рассмотрим такой фактор, как совершенствование структуры выпускаемой продукции. Постоянное ее обновление, оптимизация и диверсификация структуры используется в производстве ресурсов. Иными словами, концентрация производства есть лишь иное выражение влияния инновационного развития на эффективность. Необходимо отделить ее от воздействия инноваций, хотя это в какой-то степени сделать это затруднительно.

В настоящее время необходимость и важность роста производительности для повышения конкурентоспособности предприятия глубоко осознана во всех

стран мира. Так, многие компании внедряют и реализацию программ повышения производительности. Такие программы призваны решить следующие задачи:

– за счет изменений в организации производства повысить производительность имеющихся в наличии производственных ресурсов;

– обеспечения долго временного устойчивого роста производительности за счет создания необходимых управленческих и организационных предпосылок для успешного внедрения в производство новой техники и технологии.

В целом программы повышения производительности и осуществляемые в процессе их внедрения и реализации мероприятия по совершенствованию управления и организации производства представляют собой одно из наиболее характерных проявлений перестройки сферы управления. Этот аспект применяется в развитых странах в направлении приспособления ее к новым условиям коммерческой деятельности и конкурентной борьбы. Все это должно быть основано на широком использовании инноваций.

Уменьшает издержки на макроуровне инновационный фактор. В современных условиях инновационное развитие предприятия позволяет формировать такую структуру производства, при которой темпы роста национального дохода в совокупном общественном продукте превышали бы темпы роста потребления материальных ресурсов. Сокращение затрат сырья, материалов, топлива, т.е. снижение материалоемкости продукции выходит на первое место в интенсификации производства. Исходя из сложившейся структуры затрат можно считать, что снижение затрат прошлого труда на один пункт по своему абсолютному значению в 5-6 раз превосходит соответствующую экономию живого труда. Экономия сырья при этом приобретает особенно большое значение. Расход сырья, материалов, топлива значительно снижается при внедрении безотходной и малоотходной технологии.

Огромное значение имеет также полное использование вторичных материальных ресурсов. Принятие решения об использовании той или иной конкурентной стратегии может базироваться на модели М. Портера, на основе которой можно дать рекомендации.

Еще одно направление — это улучшение качества выпускаемого продукта, выпускаемого в предприятии. Это окажет влияние на: ускорение НТП, освоение новых рынков, увеличение экспорта, процветание. Имидж предприятия у покупателей скорее всего поднимет решение проблемы качества продукта. Данный аспект будет являться основой для получения максимальной прибыли и станет залогом выхода на внешний рынок.

Следует отметить, что традиционным и наиболее исследованным методом повышения конкурентных преимуществ является уменьшение расходов. В данном случае в выигрышном положении будет находиться то предприятие, в котором были приняты определенные меры по достижению более меньших затрат, чем конкуренты. Однако удержать такое преимущество достаточно трудно. Это связано с тем, что реализация этого метода требует четкой и скоординированной работы сотрудников по совершенствованию технологий

производства, логистики и НИОКР, менеджмента персонала и организационной культуры.

Предприятия, выбирающие путь усиления конкурентных затрат, постоянно анализируют затраты на всех стадиях проектирования, выпуска и реализации продукта. Важную роль здесь играет мониторинг рынка, функционально-стоимостной анализ, отслеживание новейших технологий, а также расходы предприятий-конкурентов.

Отметим еще один эффективный инструмент повышения конкурентоспособности предприятия — бенчмаркинг под которым понимается систематический, непрерывный поиск и изучение передового опыта конкурентов и игроков смежных отраслей. При этом необходимо постоянное сравнение желаемых результатов и изменений бизнеса с разработанной эталонной моделью. На основании полученных сведений необходимо обеспечить поддержку системы постоянных улучшений результативности деятельности.

Укрупнённые этапы оценки конкурентоспособности предприятия выглядят следующим образом:

1) изучение проблемы;

2) изучение нормативно-методических документов по оценке и другим смежным вопросам;

3) изучение внешней среды и внутренней структуры объекта анализа;

4) изучение конъюнктуры, параметров рынка;

5) сбор исходной информации для оценки конкурентоспособности объекта;

6) приведение информации в сопоставимый вид по восьми факторам;

7) разработка технологии оценки;

8) анализ информации по факторам конкурентоспособности объекта;

9) оценка конкурентоспособности объекта;

10) разработка предложений по формированию программы повышения конкурентоспособности объекта.

Этапы оценки конкурентоспособности предприятия приведены на рисунке 1.Устойчивое повышение конкурентоспособности предприятия может быть обеспечено только при условии долгосрочного, непрерывного и поступательного совершенствования всех детерминантов конкурентоспособности. Сложившаяся практика экономической жизни в мире указывает, что рынок и соперничество — основной устройство развития современной экономики, наиболее сильной и действующий, чем хоть какой другой причина её движения.

Соперничество — это действенный способ экономического контроля, он является принципиальной и динамичной силой, потому что непрерывно движет производителя на ограничение издержек изготовления и цен, на повышение размера реализована, на борьбу за заказы и покупателя, на усовершенствование свойства.

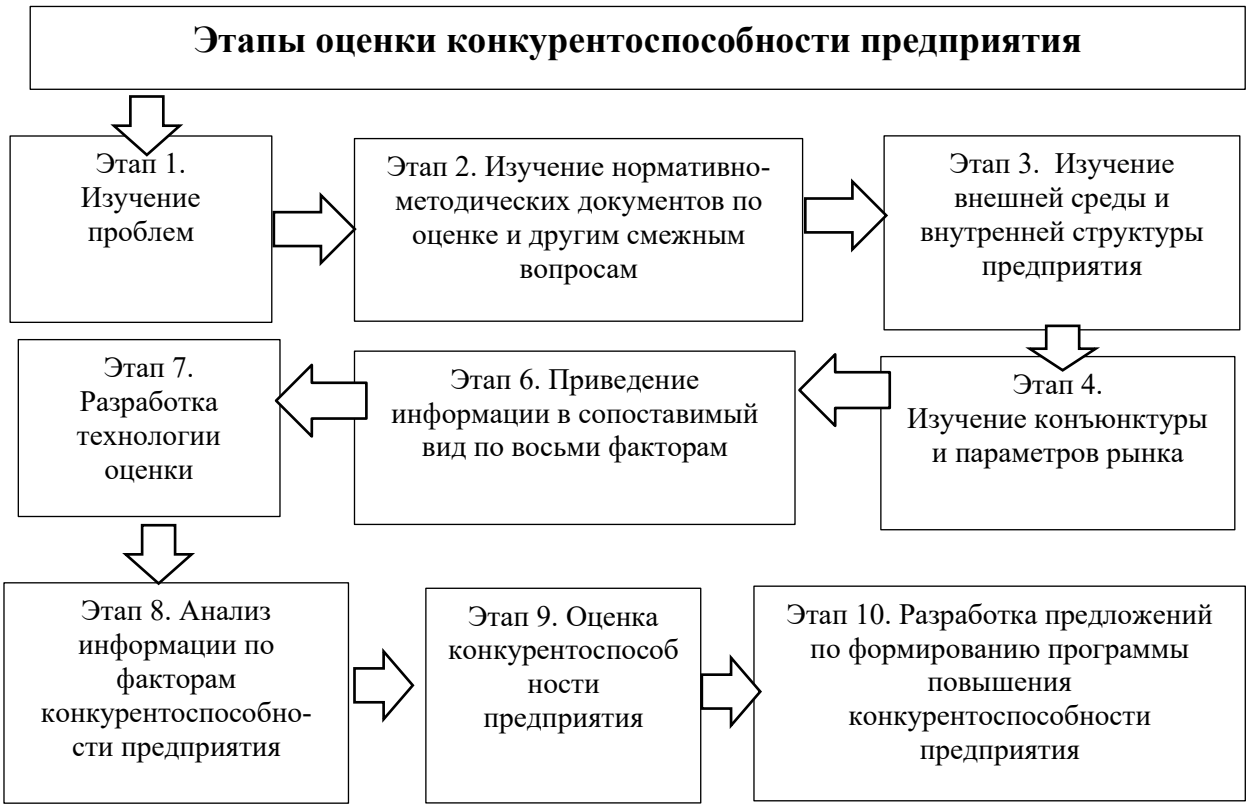


Рисунок 1 - Этапы оценки конкурентоспособности предприятия[1]

Конкурентоспособность представляет собой качество объекта, характеризующееся ступенью настоящего либо вероятного ублажения им конкретной потребности сообразно сопоставлению с подобными объектами, представленными на предоставленном рынке. Конкурентоспособность описывает дееспособность терпеть конкуренцию сообразно сопоставлению с подобными объектами на предоставленном рынке.

Конкурентоспособность может существовать стратегической (на стадии стратегического маркетинга) и фактической. Критика возможности продукта соперничать делается методом сравнения характеристик анализируемой продукции с параметрами базы сопоставления. За основание сопоставления принимается или надобность клиента, или эталон.

К главным способам оценки конкурентоспособности продукции разрешено отнести: дифференцированный способ, полный способ, гибридный способ. Главные характеристики конкурентоспособности предприятия: конкурентоспособность изделия; позитивное финансовое положение; эффективность рекламной деловитости; прибыльность продаж; эффективность менеджмента и др.

Оценка конкурентоспособности предприятия необходима для:

– разработки мероприятий, направленных на ее повышение;
– определения контрагентов для осуществления совместной деятельности;

[1] Разработано автором

– разработки программ выхода предприятия на новые для него рынки сбыта;

– осуществления инвестиционной деятельности. Исследование состояния системы конкурентных преимуществ российских компаний позволяет выявить организационные резервы повышения конкурентоспособности последних.

Предприятиям наибольшее внимание следует уделять функциональным нововведениям (испытание новых форм организации деятельности, новых технологий, более полного применения экономических факторов, методов измерения и контроля параметров качества), так как системные нововведения требуют значительных затрат и большего отрезка времени. Но может наступить момент, когда системные нововведения займут преимущественное положение. Иными словами, наилучшего результата можно достичь при оптимальном сочетании возможностей общих и функциональных инноваций.

Оценка конкурентоспособности экономического субъекта должна обеспечивать максимальную достоверность получаемых результатов в отличие от пофакторной оценки конкурентоспособности, которая в силу погрешностей в оценках отдельных факторов, а также условности и субъективности ряда, используемых в расчетах показателей, зачастую является некорректной. Методика должна облегчать задачу сбора необходимой для оценки конкурентоспособности предприятия информации и быть универсальной, позволяя в зависимости от целей анализа и наличия исходных данных формирование любого объема и состава выборочной совокупности предприятий-конкурентов.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Универсальность имеет особое значение в тех случаях, когда сложно определить географические и товарные границы того или иного рынка, установить круг конкурентов, в ситуациях, когда информация о них недоступна. Кроме того, методика оценки конкурентоспособности должна иметь в своей основе четко выраженный математический аппарат, что даст не оценочную и во многом условную зависимость определяемого показателя от факторов конкурентоспособности, а жесткую функциональную связь. Указанное обстоятельство обусловит возможность широкой математической обработки показателей конкурентоспособности предприятия.

Текущая конкурентоспособность определяется на основе оценки конкурентоспособности его продуктов, а потенциальная — по принципу методов, которые основаны на теории эффективной конкуренции.

В практике отечественных предприятий конкурентоспособность зачастую определяется на основе сопоставления технических параметров продукции с параметрами, полученными из проспектов и каталогов конкурентов аналогичных зарубежных изделий. При этом не рассчитываются затраты потребления, которые могут быть значительно выше за счет того, что предприятия уделяют недостаточно внимания энергоемкости продукции в процессе потребления,

эргономике, безопасным технологиям, экологическим вопросам (в том числе вопросам утилизации изделий).

Не учитываются также следующие факторы: недостаточность технической информации и рекламы; длительность сроков исполнения заказов; отсутствие достаточно развитых и приближенных к потребителям сетей сбыта товаров и их обслуживания; редкое использование таких условий сбыта, как продажа в кредит.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022—2026 годы» от 28.01.2022 г. УП-60.

2. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису (24 января 2020 года) /Народное слово, 25 января 2020 года.

3. Кравчук, Ю.Б. Основы экономической теории: Учебное пособие для студентов всех специальностей всех форм обучения. Харьков: ХНУВД, 2014. — 341 с.

4. Смит А. Исследование о богатствах народов. М.: Ось-89, 1997. - С. 58.

5. Мишин, Ю.В. Методы организации и управления конкурентоспособным производством: Москва, 2011. -280 с.

6. Мескон, М.Х., Альберт, М., Хедоури, Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. - М.: Дело, 2010. - 704 с.

7. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989.

8. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. — М.: Вильямс, 2006. — С. 38-41.

9. Цикличность развития экономики и управление конкурентными преимуществами. Под редакцией д.э.н., профессора Градова А. П.: СПб.: Полторак, 2011. 1150 с.

10. Закон Республики Узбекистан «О конкуренции» от 06.01.2012 г. № ЗРУ-319.

11. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. — Екатеринбург : Изд-во Урал ун-та, 2014. — 194, [2] с.

12. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг [Текст] : учебник / И.М. Лифиц. — Москва : Юрайт, 2013. — 448 с.

RAQAMLI IQTISODIYOTNING MEHNAT BOZORIGA TA'SIRI VA YANGI KASBLAR

Sadriddinova Xilola Raxmatullayevna
Muxammad al-Xorazmiy nomidagi TATU tadqiqotchisi

Annotatsiya

Mazkur maqolada raqamli iqtisodiyotning mehnat bozoriga ta'siri keng qamrovda yoritilgan. Sun'iy intellekt, avtomatlashtirish va platforma iqtisodiyotining rivojlanishi natijasida ish o'rinlarining qisqarishi va yangi kasblarning paydo bo'lishi jarayonlari nazariy hamda amaliy jihatdan tahlil qilinadi. Jahon miqyosidagi statistik ma'lumotlar va prognozlar asosida global tendensiyalar ochib berilgan, shuningdek O'zbekiston misolida raqamli transformatsiyaning mahalliy mehnat bozoriga ta'siri ko'rsatib o'tilgan. Yangi kasb va rollar — sun'iy intellekt bo'yicha mutaxassis, ma'lumotlar tahlilchisi, kibermuhandis, raqamli mahsulot menejeri va boshqa zamonaviy yo'nalishlar haqida batafsil ma'lumot beriladi. Shuningdek, kadrlarni qayta tayyorlash va zamonaviy ko'nikmalarni shakllantirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan. Tadqiqot xulosalari davlat siyosati, ta'lim tizimi va ish beruvchilar uchun amaliy ahamiyatga ega bo'lib, raqamli iqtisodiyot sharoitida barqaror bandlikni ta'minlashga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, mehnat bozori, sun'iy intellekt, avtomatlashtirish, platforma iqtisodiyoti, yangi kasblar, reskilling, O'zbekiston

Аннотация

В данной статье подробно рассматривается влияние цифровой экономики на рынок труда. Анализируются процессы сокращения рабочих мест и появления новых профессий под воздействием развития искусственного интеллекта, автоматизации и платформенной экономики. На основе мировых статистических данных и прогнозов раскрываются глобальные тенденции, а также показано влияние цифровой трансформации на рынок труда Узбекистана. Особое внимание уделено новым профессиям и ролям — специалисту по искусственному интеллекту, аналитикам данных, инженерам по кибербезопасности, менеджерам цифровых продуктов и другим современным направлениям. Кроме того, предложены рекомендации по переподготовке кадров и формированию современных навыков. Выводы исследования имеют практическую значимость для государственной политики, системы образования и работодателей, обеспечивая устойчивую занятость в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика, рынок труда, искусственный интеллект, автоматизация, платформенная экономика, новые профессии, переквалификация, Узбекистан

Abstract

This article provides a comprehensive analysis of the impact of the digital economy on the labor market. It examines the processes of job displacement and the emergence of new professions driven by artificial intelligence, automation, and the platform economy. Drawing on global statistical data and forecasts, the study

highlights worldwide trends and demonstrates the effects of digital transformation on Uzbekistan's labor market. Special attention is given to emerging roles such as AI specialists, data analysts, cybersecurity engineers, digital product managers, and other modern occupations. The article also presents recommendations for workforce reskilling and the development of future-oriented skills. The findings are practically relevant for public policy, the education system, and employers, contributing to sustainable employment in the era of the digital economy.

Keywords: digital economy, labor market, artificial intelligence, automation, platform economy, new occupations, reskilling, Uzbekistan

KIRISH

Raqamli iqtisodiyot bugungi kunda nafaqat ishlab chiqarish va xizmatlar sohasini, balki jamiyatning ijtimoiy-siyosiy hayotini ham tubdan o‘zgartirmoqda. Sun'iy intellekt, avtomatlashtirish, platforma iqtisodiyoti va katta ma'lumotlar (Big Data) texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida mehnat bozori tarkibida yangi jarayonlar kuzatilmoqda. Bir tomondan, an'anaviy ish o‘rinlari qisqarib bormoqda, ikkinchi tomondan esa ilgari mavjud bo‘lmagan kasblar va mutaxassisliklar shakllanmoqda. Jahon iqtisodiy forumining (WEF) "Future of Jobs" 2025 hisobotida keltirilgan ma'lumotlarga ko‘ra, 2030-yilgacha 170 milliondan ortiq yangi ish o‘rinlari yaratilishi, biroq shu davrda 92 millionga yaqin rollar qisqarishi kutilmoqda. Demak, global miqyosda sof ijobiy balans — 78 million ish o‘rni shakllanishi mumkin. Bu raqamlar raqamli transformatsiyaning ko‘lamini yaqqol namoyish etadi.

Mazkur o‘zgarishlar nafaqat texnik mutaxassisliklarga, balki barcha sohalarga ta'sir ko‘rsatmoqda. Endilikda zamonaviy mutaxassisdan faqat texnik bilim emas, balki "yumshoq ko‘nikmalar" — ijodiy fikrlash, tanqidiy tahlil, tezkor qaror qabul qilish, jamoada ishlash va moslashuvchanlik ham talab etilmoqda. OECD'ning Employment Outlook 2023 hisobotida qayd etilishicha, 2030-yilga borib mehnat bozorida zarur bo‘lgan asosiy ko‘nikmalarning qariyb 39 foizi yangilanadi. Bu esa ta'lim tizimi va ish beruvchilar oldiga xodimlarni qayta tayyorlash (reskilling) va malakasini oshirish (upskilling) bo‘yicha yangi vazifalarni qo‘ymoqda.

O‘zbekiston kontekstida ham raqamli iqtisodiyotning ta'siri tobora ortib bormoqda. "Raqamli O‘zbekiston – 2030" strategiyasi asosida amalga oshirilayotgan islohotlar doirasida elektron hukumat tizimi, IT Park rezidentlari, raqamli xizmatlar eksporti va startap ekotizimining rivojlanishi milliy mehnat bozorida yangi talablarni yuzaga keltirmoqda. Ayniqsa, sun'iy intellekt, dasturiy ta'minot ishlab chiqish, ma'lumotlar tahlili va kiberxavfsizlik sohalarida mutaxassislarga ehtiyoj oshmoqda. Shu bois oliy ta'lim muassasalari o‘quv dasturlarini zamonaviy kasblar talablari bilan uyg‘unlashtirishi, yoshlarni innovatsion g‘oyalarga tayyorlashi va ularga xalqaro mehnat bozorida raqobatbardosh bo‘lish imkoniyatini berishi zarur.

Shunday qilib, ushbu maqolada raqamli iqtisodiyotning mehnat bozoriga ta'siri nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilinadi, yangi kasblar va ularga bo‘lgan talab ko‘rsatib beriladi hamda O‘zbekiston sharoitida raqamli transformatsiya jarayonlarining istiqbollari yoritiladi. Maqolada, shuningdek, kadrlarni qayta

tayyorlash mexanizmlari va zamonaviy ko‘nikmalarni shakllantirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ham ishlab chiqiladi.[1]

ADABIYOTLAR SHARHI

Jahon iqtisodiy forumining Future of Jobs 2025 hisobotida 2030 yilgacha 170 mln yangi ish o‘rni yaratilishi va 92 mln rol qisqarishi kutilayotgani, ya’ni sof ijobiy balans yuzaga kelishi ta’kidlanadi; shu bilan birga, 2030 yilga borib mehnat bozorida talab qilinadigan asliy ko‘nikmalarning 39% o‘zgaradi. Bu o‘zgarishda AI, ma’lumotlar va kiberxavfsizlik ko‘nikmalari eng tez o‘suvchi yo‘nalishlar sifatida qayd etiladi.

OECD’ning Employment Outlook 2023 nashri AI va avtomatlashtirishning ish joylariga ijobiy-salbiy aralash ta’sirini ko‘rsatadi: takroriy vazifalar avtomatlashtirilgan sari samaradorlik ortadi, ammo ko‘nikmalarni yangilash zarurati keskin kuchayadi; barcha toifadagi xodimlar — past malakali va yuqori malakali — uchun ham doimiy o‘qitish shart.[2]

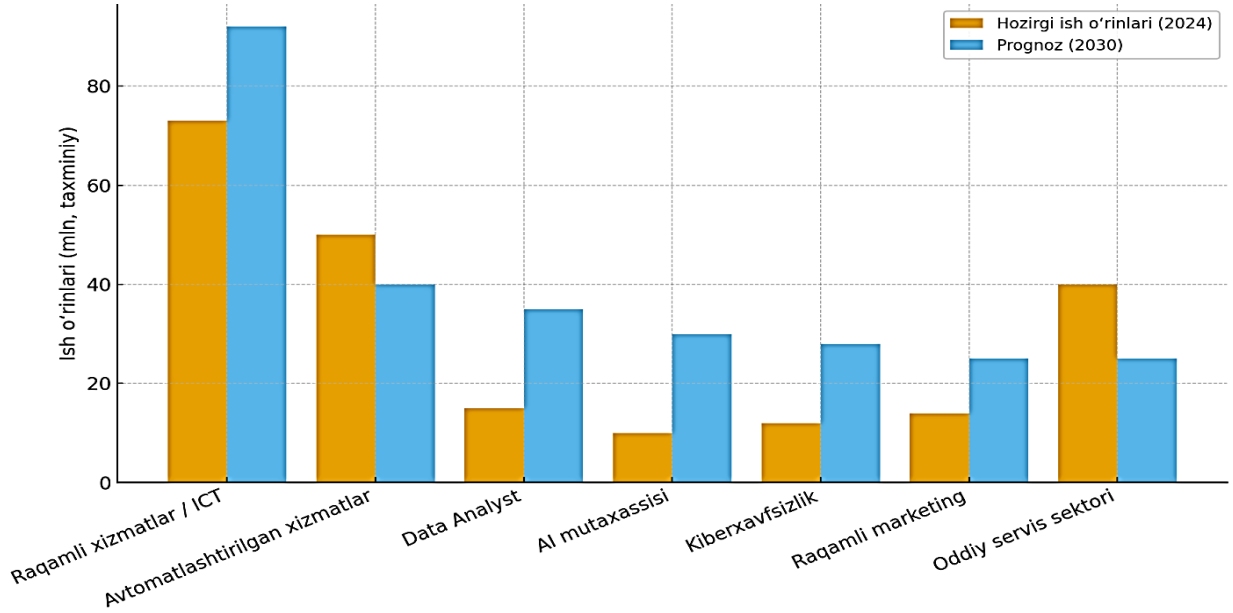
ILO va boshqa manbalar platforma iqtisodiyoti (onlayn va lokatsiya-asosli platformalar)ning tez kengayayotganini, lekin “odobli mehnat” standartlarini ta’minlash, bandlik barqarorligi va ijtimoiy himoya masalalarini yechish zarurligini ta’kidlaydi.[3]

G.F.Ismoilovaning “The role of information to develop marketing” maqolasida marketing rivojlantirishda ma’lumotlarning o‘rni haqida gap boradi. Barcha ma’lumotlarni raqamlashtirish, ulardan foydalanishni yanada qulaylashtirdi va o‘z o‘zidan yangi kasblar yaratilishiga sabab bo‘ldi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Raqamli iqtisodiyot mehnat bozoridagi o‘zgarishlarni nazariy jihatdan izohlar ekan, iqtisodchilar texnologik taraqqiyot doimo “kompensatsion mexanizm”ni ishga solishini ta’kidlaydilar. Ya’ni, ayrim ish turlari avtomatlashtirish natijasida qisqarganida, boshqa sohalarda yangi xizmat va mahsulotlar paydo bo‘lib, ularni bajarish uchun yangi ish o‘rinlari yaratiladi. Hozirgi bosqichda bu jarayon yanada tezlashmoqda, chunki platforma iqtisodiyoti, bulutli xizmatlar va API asosidagi ekotizimlar yangi kasblarni tezda tarqatish imkonini bermoqda. Shu bilan birga, ko‘plab kasblar butunlay yo‘qolmaydi, balki ularning ichidagi vazifalar qayta taqsimlanadi: inson uchun ijodiy va ijtimoiy muloqotga oid faoliyat saqlanib qoladi, takroriy jarayonlar esa sun’iy intellekt yoki robotlarga o‘tadi.

[1] World Economic Forum
[2] OECD
[3] International Labour Organization



1-rasm. Raqamli iqtisodiyot va yangi kasblar bo‘yicha ish o‘rinlari prognozi[1]

Jahon miqyosidagi statistik ko‘rsatkichlar bu o‘zgarishlarni yanada ravshan ko‘rsatmoqda. Jahon iqtisodiy forumi hisobotiga ko‘ra, 2030 yilgacha dunyo bo‘yicha 170 milliondan ortiq yangi ish o‘rni paydo bo‘lishi, shu bilan birga 92 million rol qisqarishi kutilmoqda. Demak, sof natijada 78 million ijobiy balans yuzaga keladi. Bunday o‘zgarishlar ko‘proq qishloq xo‘jaligi, logistika, dasturiy ta’minot, qurilish va chakana savdo kabi sohalarda kuzatiladi. Shu davrda ish beruvchilar talab qilinadigan asosiy ko‘nikmalarning 39 foizi yangilanadi, eng tez o‘suvchi yo‘nalishlar sifatida sun’iy intellekt va katta ma’lumotlar bilan ishlash, kiberxavfsizlik hamda texnologik savodxonlik alohida o‘rin tutadi. Bundan tashqari, ijodiy fikrlash, tanqidiy tahlil va moslashuvchanlik kabi yumshoq ko‘nikmalar ham yuksak qadrlanadi.

Platforma iqtisodiyoti ham mehnat bozoriga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Onlayn va lokatsiya asosida faoliyat yurituvchi platformalar bandlikning muhim qismiga aylanmoqda. Biroq bu yo‘nalishda mehnat standartlarini saqlash, xodimlarning ijtimoiy himoyasi va barqaror daromadga ega bo‘lishi kabi muammolar ham dolzarb bo‘lib qolmoqda. Shu bois xalqaro tashkilotlar ushbu sohaga oid me’yorlarni yangilash, algoritmik boshqaruv jarayonlarini shaffof qilish va xavfsiz mehnat sharoitlarini yaratish zarurligini ta’kidlamoqda.

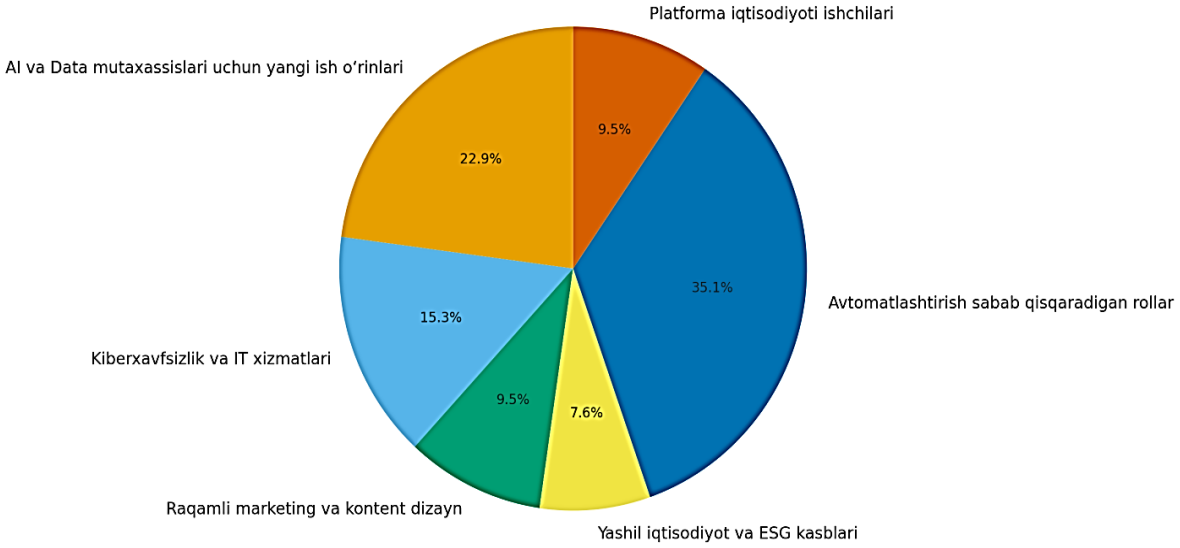
O‘zbekiston kontekstida ham raqamli iqtisodiyotning mehnat bozoriga ta’siri sezilmoqda. So‘nggi yillarda davlat tomonidan raqamli infratuzilmani kengaytirish, startaplarni qo‘llab-quvvatlash, sun’iy intellekt siyosatini ishlab chiqish va normativ-huquqiy asoslarni mustahkamlash bo‘yicha qator tashabbuslar amalga oshirildi. Bu yo‘nalishdagi islohotlar, xususan, 2024–2025 yillarga mo‘ljallangan yo‘l xaritalari O‘zbekistonda IT xizmatlari eksportini oshirishga, yoshlar uchun raqamli ko‘nikmalarni rivojlantirishga va yangi kasblar paydo bo‘lishiga turtki bermoqda.

[1] Muallif ishlanmasi

Raqamli infratuzilmaning kengayishi IT mutaxassislarga, dasturchilarga, ma’lumotlar tahlilchilari va kiberxavfsizlik bo‘yicha ekspertlarga bo‘lgan ehtiyojni kuchaytirmoqda. Agar ta’lim va qayta tayyorlash dasturlari yetarlicha qo‘llab-quvvatlansa, mamlakatda yuqori qo‘shimcha qiymatli kasblarda mahalliy kadrlar ulushi ortadi.

Bugungi kunda dunyo bo‘yicha eng ko‘p o‘sayotgan yangi kasblar orasida sun’iy intellekt va mashinaviy o‘qitish mutaxassislari, ma’lumotlar muhandislari va tahlilchilari, kiberxavfsizlik mutaxassislari, raqamli mahsulot menejerlari hamda prompt-muhandislar bor. Shuningdek, bulut arxitektorlari, DevOps mutaxassislari, AR/VR dizaynerlari va raqamli ta’lim dizaynerlari, barqarorlik va ESG ko‘rsatkichlari bo‘yicha tahlilchilar ham yuqori talabga ega bo‘lishi kutilmoqda.

Mehnat bozoridagi ushbu o‘zgarishlarga moslashish uchun qayta ko‘nikma hosil qilish (reskilling) strategiyalari alohida ahamiyatga ega. Ta’lim tizimi darajasida o‘quv rejalarga sun’iy intellekt asoslari, ma’lumotlar tahlili, kiberhigiyena va murakkab muammolarni yechish modullarini kiritish lozim. Ish beruvchilar esa xodimlar uchun ichki o‘quv dasturlarini yo‘lga qo‘yishi, qisqa muddatli sertifikatlar beruvchi dasturlarni qo‘llab-quvvatlashi maqsadga muvofiqdir. Davlat esa platforma mehnatini tartibga soluvchi normalarni modernizatsiya qilib, ijtimoiy himoya tizimlarini raqamli bandlik bilan uyg‘unlashtirishi zarur. O‘zbekiston sharoitida IT Park va universitet-sanoat hamkorliklari asosida yoshlarni malakali kadr sifatida tayyorlash, startaplarni davlat xaridlari jarayonlariga jalb qilish kabi mexanizmlar samarali natija beradi.



2-rasm. Raqamli iqtisodiyotda talab yuqori bo‘lgan yangi ish o‘rinlari taqsimoti[1]

Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi mehnat bozorida yangi kasblar paydo bo‘lishiga sabab bo‘lishi bilan birga, malaka tafovutlari muammosini ham yuzaga keltirmoqda. Jahon banki va ILO tadqiqotlariga ko‘ra, dunyo bo‘yicha ko‘plab ishchilar zamonaviy texnologiyalarni samarali qo‘llash ko‘nikmalariga ega emas.

[1] Muallif ishlanmasi

OECD hisobotlarida keltirilishicha, 2025-yilga borib Yevropadagi ishchi kuchining 40 foizidan ortig‘i doimiy ravishda qayta tayyorlash (reskilling) va malaka oshirish (upskilling) jarayonlaridan o‘tishi talab etiladi. Bu esa ta’lim tizimlari, xususan, oliy o‘quv yurtlari oldiga yangi vazifalarni qo‘ymoqda.

Yangi kasblar turli tasniflarga ajratilmoqda. Texnik yo‘nalishlarda sun’iy intellekt mutaxassislari, Data engineer va kiberxavfsizlik muhandislari kabi rollar eng tez o‘sayotgan kasblar sifatida qayd etilmoqda. Shu bilan birga, ijtimoiy va boshqaruv sohalarida raqamli marketing menejerlari, kontent dizaynerlari va onlayn ta’lim metodistlari kabi kasblarga talab kuchaymoqda. Raqamli transformatsiyaning yana bir yo‘nalishi — yashil iqtisodiyot bilan kesishgan sohalardir. Bu yerda ESG tahlilchilari, barqaror rivojlanish mutaxassislari va energiya samaradorligi bo‘yicha konsalting xizmatlari muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Platforma iqtisodiyoti ham mehnat bozoriga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Onlayn xizmat ko‘rsatuvchi platformalar, jumladan “Yandex Go”, “Express24” yoki “MyTaxi” kabi ilovalar O‘zbekistonda ko‘plab vaqtinchalik bandlik imkoniyatlarini yaratmoqda. Biroq bu turdagi mehnat faoliyatida ijtimoiy himoya mexanizmlarining yo‘qligi, daromadning barqaror emasligi va algoritmik boshqaruvning shaffof emasligi kabi muammolar dolzarbligicha qolmoqda. Shu sababli davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri platforma mehnatini tartibga solish, xodimlar uchun minimal kafolatlarni belgilash va ularni ijtimoiy sug‘urta tizimiga jalb qilishdir.

O‘zbekiston sharoitida raqamli iqtisodiyot bozor talablariga javob beradigan kadrlar tayyorlashni taqozo etmoqda. So‘nggi yillarda “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi, IT Park faoliyati, xalqaro grant dasturlari va startaplarni qo‘llab-quvvatlash tashabbuslari natijasida IT va raqamli kasblarga qiziqish keskin oshdi. Kelgusida oliy ta’lim muassasalari o‘quv rejalarga sun’iy intellekt, ma’lumotlar tahlili, kiberxavfsizlik va raqamli savodxonlik bo‘yicha yangi fanlarni kiritishi, qisqa muddatli sertifikatlashtirish dasturlarini kengaytirishi muhim ahamiyat kasb etadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi mehnat bozorida sifat va mazmun jihatidan chuqur o‘zgarishlarga sabab bo‘lmoqda. Bugungi kunda avtomatlashtirish va sun’iy intellektning keng joriy etilishi natijasida ayrim an’anaviy rollar qisqarmoqda, biroq bu jarayon o‘rnini yangi kasblar va innovatsion faoliyat yo‘nalishlari egallamoqda. Jahon iqtisodiy forumi prognozlariga ko‘ra, yaqin yillarda AI mutaxassislari, ma’lumotlar tahlilchilari, kiberxavfsizlik bo‘yicha muhandislar, raqamli mahsulot menejerlari va boshqa zamonaviy kasblarga talab keskin ortadi. Shu bilan birga, ijodiy fikrlash, mantiqiy tahlil, insoniy muloqot va rahbarlik kabi yumshoq ko‘nikmalar ham dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

O‘zbekiston sharoitida bu jarayon davlat siyosati va ta’lim tizimi tomonidan qo‘llab-quvvatlanmoqda. “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi doirasida raqamli infratuzilmaning kengayishi, startaplar va IT xizmatlari eksportining oshishi, yoshlar uchun maxsus o‘quv dasturlari yaratilishi mehnat bozorida yangi imkoniyatlar ochmoqda. IT Park, universitet va sanoat hamkorliklari, xalqaro grant dasturlari orqali yoshlar raqamli ko‘nikmalarni egallash imkoniyatiga ega bo‘lishmoqda. Shu bilan

birga, reskilling va upskilling dasturlarining kengaytirilishi mavjud kadrlarning yangi sharoitga moslashuvchanligini ta’minlaydi.

Kelgusida O‘zbekistonning asosiy vazifalaridan biri — ta’lim, davlat va ish beruvchilar o‘rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish, platforma iqtisodiyotiga oid me’yorlarni takomillashtirish va barqaror bandlikni ta’minlash bo‘ladi. Agar mazkur yo‘nalishdagi islohotlar izchil davom ettirilsa, mamlakatda raqamli iqtisodiyotga moslashgan malakali mutaxassislar ulushi ortadi, mahalliy kadrlar nafaqat milliy, balki xalqaro mehnat bozorida ham raqobatbardosh bo‘lishadi.

Xulosa qilib aytganda, raqamli iqtisodiyotning mehnat bozoriga ta’siri muammolar bilan bir qatorda katta imkoniyatlarni ham taqdim etmoqda. Bu imkoniyatlardan samarali foydalanish uchun doimiy ta’lim, moslashuvchan kadrlar siyosati va innovatsion yondashuvlarni joriy qilish zarur. Shu asosda O‘zbekiston iqtisodiyotining raqobatbardoshligi oshadi, yangi ish o‘rinlari yaratiladi va barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish ta’minlanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Schwab, K. (2017). To‘rtinchi sanoat inqilobi. Toshkent: “Ma’naviyat” nashriyoti.

2. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies**.** New York: W. W. Norton & Company.

3. Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). The Future of Employment: How Susceptible Are Jobs to Computerisation? Oxford University Press.

4. Abdullayev, X. (2022). Raqamli iqtisodiyot: nazariya va amaliyot**.** Toshkent: TDIU nashriyoti.

5. Rasulov, Sh. (2021). O‘zbekiston mehnat bozori va innovatsion rivojlanish**.** Toshkent: Fan va texnologiya nashriyoti.

6. Ismoilova PhD, G. (2021). THE ROLE OF INFORMATION TO DEVELOP MARKETING. International Finance and Accounting, 2021(6), 22.

THE FACTORS THAT INFLUENCE THE PRICING OF A PRODUCT OR SERVICE

Sa'dullayeva Sayyora Nasillo qizi
PhD researcher, Tashkent State University of Economics
E-mail: sayyorasadullayeva2409@gmail.com
ORCID: 0009-0004-6833-7053

Annotatsiya

Ushbu maqola boshqaruv hisobi doirasida kompaniyaning kelajakdagi foydasini ta'minlashda narx belgilashning ahamiyatini tahlil qiladi. Narx belgilash ko'pchilik korxonalar uchun asosiy maqsad bo'lgan foydani maksimal darajada oshirishda muhim rol o'ynaydi. Tovar va xizmatlarni tannarxidan yuqori narxda sotish orqali foyda olinadi, sotiladigan miqdor esa ko'pincha belgilangan narxga bog'liq bo'ladi.

Kalit so'zlar: optimal narx; talab elastikligi; xarajat funksiyasi; "cost-plus" narx belgilash; standart xarajat; to'liq xarajat; tegishli xarajatlar; foyda.

Аннотация

В данной статье анализируется значение ценообразования для будущей прибыли компании в рамках управленческого учёта. Ценообразование играет ключевую роль в максимизации прибыли — главной цели большинства предприятий. Компании получают прибыль, продавая товары и услуги по цене, превышающей их себестоимость, при этом объём продаж во многом определяется установленной ценой.

Ключевые слова: оптимальная цена; эластичность спроса; функция издержек; ценообразование «cost-plus»; стандартные издержки; полные издержки; релевантные издержки; прибыль.

Abstract

This article analyzes the importance of pricing in company's future profit in management accounting. Because it makes a vital contribution to profit maximization – the overriding aim of most businesses. Businesses make profits by selling goods and services at a price higher than their cost. The amount that they are able to sell will often be determined by the price charged for the goods and services.

Keywords: Optimum price, elasticity of demand, cost function, cost plus pricing, standart cost, full cost, relevant costs, profit

INTRODUCTION

The price that a business can charge for its products or services will be determined by the market in which it operates. In a perfectly competitive market, every buyer or seller is a 'price taker', and no participant influences the price of the product it buys or sells. Other characteristics of a perfectly competitive market include:

- Zero entry/Exit barriers — It is relatively easy to enter or exit as a business in a perfectly competitive market.
- Perfect Information — Prices and quality of products are assumed to be known to all consumers and producers.
- Companies aim to maximise profits — Firms aim to sell where marginal costs

meet marginal revenue, where they generate the most profit.

• Homogeneous products — The characteristics of any given market good or service do not vary across suppliers.

Imperfect competition refers to the market structure that does not meet the conditions of perfect competition. Its forms include:

• Monopoly, in which there is only one seller of a good. The seller dominates many buyers and can use its market power to set a profit-maximising price. Microsoft is usually considered a monopoly.

• Oligopoly, in which a few companies dominate the market and are interdependent: firms must take into account likely reactions of their rivals to any change in price, output or forms of non-price competition. For example, in the UK, four companies (Tesco, Asda, Sainsbury's and Morrisons) share about 70% of the grocery market (as per January 2022 figures).

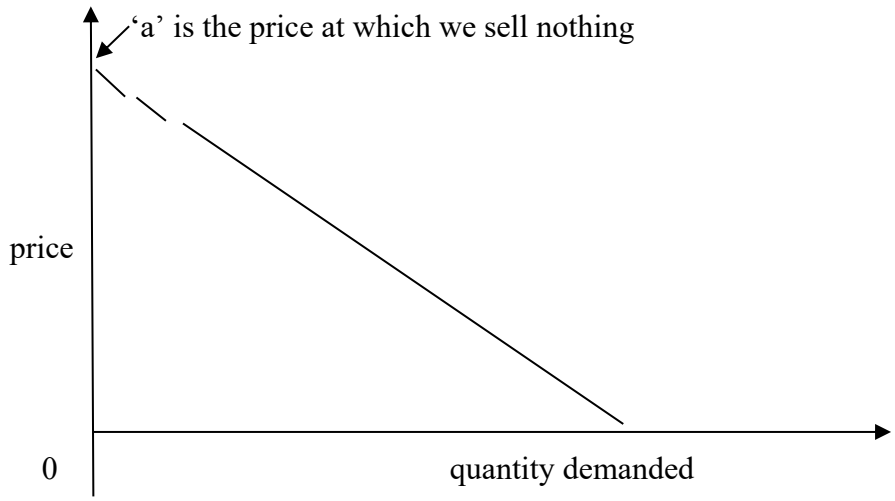
• Monopolistic competition, in which products are similar, but not identical. There are many producers ('price setters') and many consumers in a given market, but no business has total control over the market price.

Pricing decisions may be separated into three approaches[1]:

1) Demand-based approaches
2) Cost-based approaches
3) Marketing-based approaches

METHODOLOGY

Most firms recognize that there exists a relationship between the selling price of their product or service at the demand. By investigating and analyzing this relationship it is possible, in theory, to establish an optimum price.This relationship can often be described by an inverse, linear relationship:



Picture 1. The relationship between price and demand[2]

[1] Kaplan ACCA performance management financial limited 2023
[2] Author`s work

There are also two methods of solution to problems investigating the relationship between price and demand: the algebraic approach, and the tabular approach.

Economic theory states that the monopolist maximizes profit when marginal cost equals to marginal revenue.

Establish the linear relationship between price (P) and quantity demanded (Q). The equation will take the form:

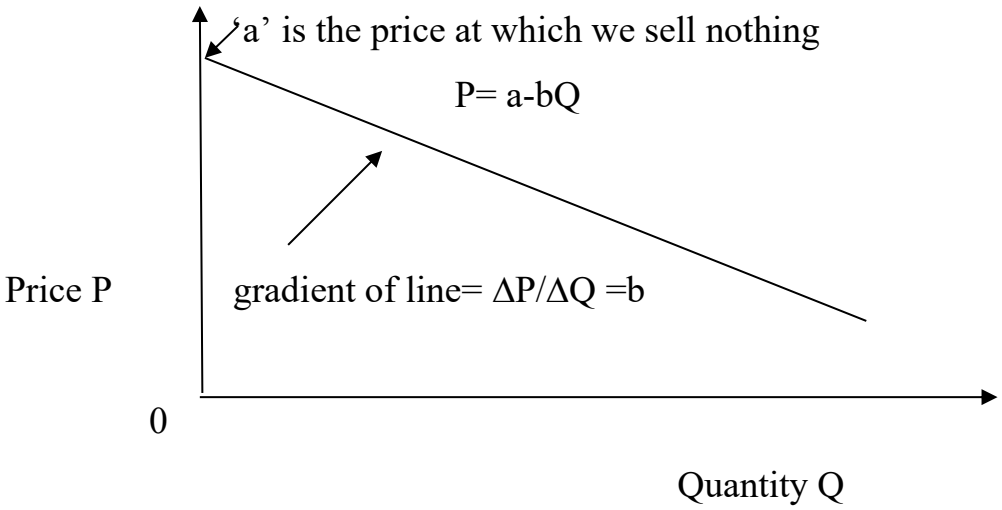
$$\mathbf{P = a} - bQ$$

Where:

– 'a' is the intercept – here the maximum theoretical price at which demand will fall to zero

– 'b' is the gradient of the line – here the amount the price has to change to change the demand by one unit. Since, as the price of a product increases, the quantity demanded will decrease; and the demand increases when the price drops, the elasticity 'b' has a negative value, but it is usual to ignore the minus sign.

The equation of a straight line P = a – bQ can be used to show the demand for a product at a given price:



Picture 2. Demand for a product at a given price[1]

'b' is always negative because of the inverse relationship between price and quantity. Double the gradient to find the marginal revenue — MR= a-2bQ. Establish the marginal cost MC. This will simply be the variable cost per unit. To maximize profit we should equate MC and MR to solve to find Q. Substitute this value of Q into the price equation to find optimum price. It maybe necessary to calculate the maximum profit.

Price elasticity measures how responsive demand is to a change in price. The price alasticity of demand measures the proportional or percentage change in demand as a result of a corresponding proportional or percentage change in price. It can be calculated dividing change in quantity demanded, as a percentage of demand into

[1] Author`s work

change in price, as a percentage of the price.

- If the % change in demand > the % change in price, then price elasticity > 1. Demand is elastic, very responsive to changes in price. When the price is reduced, total revenue increases, and when price is increased total revenue decreases. Therefore, price increases are not recommended but price cuts are recommended.
- If the % change in demand < the % change in price, then price elasticity < 1. Demand is inelastic, not very responsive to changes in price. When the price is reduced, total revenue decreases, and when price is increased total revenue increases. Therefore, price increases are recommended but price cuts are not recommended.

A tabular approach to price setting involves different prices and volumes of sales being presented in a table. When data in the exam is given in tabular form and there is no simple linear relationship between output and profit – the tabular approach is likely to be the best to define optimum profit and and the associated selling price. Then it makes sense to calculate the profit for each price and quantity combination, and finally select the price at which the level of profit is maximized.

ANALYSIS AND RESULTS

Many businesses adopt simple cost-plus pricing techniques: Price = cost per unit + chosen margin or mark-up. There is a difference between a mark-up and a margin. A mark-up is the profit expressed as a percentage of cost (cost is 100%). A margin is the profit expressed as a percentage of the sales price (sales is 100%). When using cost-plus pricing the following options are available:

• Actual or standard cost — The advantage of using standart costing is that prices can be set in advantage and fixed for the period concerned. This makes marketing simpler and may attract customers who value knowing exactly how much they will pay. The main disadvantage is that is significant variances occur, then the price may have been set too low and a loss ensues. The main advantage of using actual costs is that a profit is guaranteed. However , there is less incentive for the supplier to control costs as inefficiencies fan be passed on to customers. Such a contract may discourage some customers from dealing with the firm concerned.

Marginal or full cost — The use of marginal cost is simpler as there is no need for the absorption of fixed overheads and could be argued to be more consistent with the use of contribution in decision making. The main difficulty lies in setting an appropriate margin or mark-up as this will need to ensure thatfixed costs are covered. In practice the danger is often that prices are set to low. Marginal costing is particularly useful in short-term decisions conceming the use of excess capacity or one off contracts.

CONCLUSION AND SUGGESTIONS

The use of full cost ensures that all costs are incorporated into the pricing decision, so should ensure a profit is made, provided the target volume is achieved. However, to calculate the fixed cost per unit an assumption must be made concerning sales volumes, which in turn depend on the cost per unit.

There are a number of different pricing strategies available to a business:

- Cost — plus pricing
- Market — skimming
- Penetration pricing
- complementary product pricing
- product – line pricing
- volume discounting
- price discrimination
- relevant cost pricing

To sum up, pricing is a complex and strategic aspect of any business, directly influenced by a combination of internal and external factors. Internally, elements such as production and operational costs, marketing expenses, company goals, and profit margins play a critical role in determining the price. Externally, market demand and supply, the level of competition, customer preferences, economic conditions, and government policies significantly affect how prices are set and adjusted over time.

Moreover, globalization and digitalization have introduced new variables, such as online price comparisons, global competition, and dynamic pricing strategies, which further shape pricing decisions. Businesses must also consider psychological pricing and customer perception, as the perceived value of a product or service can greatly impact a buyer's willingness to pay.

For a company to succeed in the long term, it is essential to maintain a balance between affordability for customers and profitability for the business. Therefore, a well-informed and flexible pricing strategy—based on thorough market research and continuous evaluation—is key to staying competitive in today's rapidly changing economic environment.

REFERENCES

1. Drury, C. (2018). Management and Cost Accounting, 10th Edition. Cengage Learning.
2. Kaplan ACCA performance management financial limited 2023
3. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учебник, М.: Инфра-М, 2007.
4. Родионова В.М. Управленческий учет, М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010
5. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа, М.: ИНФРА-М, 2006.
6. Abdusalomova N.B. "Iqtisodiyot tarmoqlarida boshqaruv hisobi va tahlili", monografiya, Toshkent: TDIU, 2019.
7. Brudan A. (2010) Rediscovering performance management; systems, learning and integration. Measuring business Excellence
8. Armstrong M. (2006) Performance management: Key strategies and practical guidelines, Kogan Page Limited.
9. Hvidman, U., & Anderson S.C. (2014). Impact of performance management in public and private organizations
10. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
11. Nagle, T. T., Hogan, J. E., & Zale, J. (2016). The Strategy and Tactics of

Pricing: A Guide to Growing More Profitably (5th ed.). Routledge.
12. Mankiw, N. G. (2020). Principles of Economics (9th ed.). Cengage Learning.
13. Armstrong, G., & Kotler, P. (2019). Marketing: An Introduction (13th ed.). Pearson.
14. Monroe, K. B. (2003). Pricing: Making Profitable Decisions (3rd ed.). McGraw-Hill.
15. OECD (2021). OECD Competition Trends. https://www.oecd.org/daf/competition/oecd-competition-trends.htm

O‘ZBEKISTONDA ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI: MUAMMOLAR, IMKONIYATLAR VA INNOVATSION YECHIMLAR

Matkarimov Jahongir Shamuratovich
Mustaqil izlanuvchi,
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Annotatsiya

Maqolada O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning nazariy asoslari, statistik ko‘rsatkichlari, davlat siyosati va infratuzilmaviy islohotlari tahlil qilingan. Shuningdek, sohada mavjud muammolar – infratuzilma kamchiliklari, xizmatlar sifatining pastligi, moliyaviy to‘siqlar, marketing va axborot yetishmovchiligi, mavsumiylik hamda hududlararo nomutanosibliklar ochib berilgan. Shu bilan birga, ichki turizmning istiqbollari sifatida boy madaniy va tabiiy meros, davlat qo‘llab-quvvatlashi, yoshlar turizmi, mahalliy hamjamiyatlar ishtiroki va xalqaro tajribadan foydalanish imkoniyatlari ko‘rsatilgan. Maqolada raqamli texnologiyalar, moliyaviy rag‘batlantirish, barqaror infratuzilma, raqamli marketing va turizm klasterlari kabi innovatsion yechimlar taklif qilingan.

Kalit so‘zlar: ichki turizm, infratuzilma, xizmatlar sifatini oshirish, davlat siyosati, innovatsion yechimlar, turizm strategiyasi, O‘zbekiston.

Аннотация

В статье рассмотрены теоретические основы, статистические показатели и государственная политика по развитию внутреннего туризма в Узбекистане. Анализируются ключевые проблемы отрасли, включая недостаток инфраструктуры, низкое качество услуг, финансовые барьеры, слабую маркетинговую активность, сезонность и региональные диспропорции. Одновременно выделены перспективные возможности: богатое культурное и природное наследие, стратегическая поддержка государства, активное участие молодежи и местных сообществ, а также использование международного опыта. В качестве инновационных решений предлагаются цифровые платформы, финансовые стимулы, «умная» и устойчивая инфраструктура, цифровой маркетинг и кластерный подход в туризме.

Ключевые слова: внутренний туризм, инфраструктура, качество услуг, государственная политика, инновационные решения, стратегия туризма, Узбекистан.

Abstract

This article examines the theoretical foundations, statistical dynamics, and state policy for the development of domestic tourism in Uzbekistan. It highlights major challenges such as infrastructural deficiencies, low service quality, financial constraints, lack of marketing and information, seasonality, and regional disparities. At the same time, the study outlines key opportunities, including the country’s rich cultural and natural heritage, strong governmental support, youth engagement, community-based tourism initiatives, and international best practices. As innovative solutions, the article proposes digital technologies and platforms, financial incentives,

sustainable and “smart” infrastructure, digital marketing strategies, and the development of tourism clusters.

Keywords: domestic tourism, infrastructure, service quality, state policy, innovative solutions, tourism strategy, Uzbekistan.

KIRISH

O‘zbekiston Respublikasi o‘zining boy tarixiy-madaniy merosi, noyob tabiiy manzaralari va me’moriy yodgorliklari bilan turizm sohasini jadal rivojlantirishga intilayotgan mamlakatlar qatoridan o‘rin olgan. Turizm milliy iqtisodiyotning ustuvor yo‘nalishlaridan biriga aylanib, yangi ish o‘rinlari yaratish, xizmatlar eksportini oshirish va aholi farovonligini yuksaltirishga xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, so‘nggi yillarda ichki turizmga e’tibor kuchayib borayotgani kuzatilmoqda, zero dunyo tajribasida ham ichki turizm umumiy sayyohlik oqimining asosiy qismini tashkil etib, soha barqarorligini ta’minlashda muhim o‘rin tutadi. Jahondagi 80 dan ortiq mamlakatlarni qamrab olgan tadqiqotlarga ko‘ra, OECD davlatlarida turizm daromadlarining uchdan ikki qismidan ziyodi ichki turizm hisobiga to‘g‘ri keladi.

O‘zbekiston–2030 Strategiyasida ham ichki turizmni keng rivojlantirish orqali sayyohlar sonini keskin oshirish vazifasi belgilangan. Unga ko‘ra O‘zbekistonda 2030 yilgacha ichki sayyohlar sonini 25 millionga yetkazish, investitsiyalarni jalb qilish hisobiga respublikada 30 ta yirik turizm klasterlarini tashkil etish, mehmon o‘rinlari sonini kamida 2 barobarga oshirish, tog‘li hududlarda 25 ta dor yo‘llari qurish, turizm mahallalari sonini 175 taga yetkazish, mamlakat miqyosida shaharlararo avtobus qatnovini ta’minlaydigan kompaniyalarni tashkil etishni yanada rag‘batlantirish, jami 1 000 dan ziyod elektr quvvatlash stansiyalari, ovqatlanish va hordiq chiqarish, savdo va xizmat ko‘rsatish nuqtalarini tashkil qilish kabi qator vazifalar belgilangan.

O‘zbekiston Respublikasida 2024 yilda ichki turistik safarlar soni 22,6 milliontani tashkil etgan bo‘lib, bu xorijiy sayohatlar sonidan (10,1 mln.) ikki baravar ko‘p. Turizm sohasida ichki bozor ko‘lami katta ekani, uning iqtisodiy va ijtimoiy ahamiyatini oshib borishiga zamin yaratadi.

Ichki turizmni rivojlantirish nafaqat iqtisodiy daromad manbai, balki ijtimoiy birlik va milliy o‘zlikni mustahkamlash vositasi hamdir. Jumladan, ekspertlar ta’kidlashicha, ichki turizmni jonlantirish mintaqalararo aloqalarni kuchaytirib, fuqarolar o‘rtasidagi ijtimoiy birdamlikni mustahkamlaydi. Turizm orqali mamlakat aholisi o‘z yurtini yanada chuqurroq bilib boradi, bu esa *“o‘z uyingda sayyoh bo‘lish”* fenomeni orqali vatandoshlarda faxr tuyg‘usini oshiradi.

Shu bilan birgalikda, ichki turizm tashqi shoklarga kamroq ta’sirchan bo‘lishi bilan ham ahamiyatlidir – masalan, xalqaro transport cheklanishlari yoki global inqirozlar davrida mahalliy sayohatlar soha iqtisodiyotini ma’lum darajada qo‘llab-quvvatlay oladi. COVID-19 pandemiyasi davrida ko‘plab davlatlar xorijiy sayyohlar oqimi keskin qisqargan sharoitda ichki turizmni rag‘batlantirishga alohida urg‘u bergani bejiz emas. Demak, ichki turizmni rag‘batlantiruvchi strategik choralar turizm sohasining barqarorligi va inklyuzivligiga xizmat qiladi.

Ichki turizm doirasida turizm xizmatlari keng xilma-xil turlarga bo‘linadi. Turizmni maqsad va yo‘nalishlariga ko‘ra segmentlash mahalliy bozor talabini

tushunish va maqbul mahsulotlar ishlab chiqishda muhimdir. O‘zbekiston sharoitida quyidagi ichki turizm turlari alohida ahamiyatga ega:

- **Madaniy tarixiy turizm** – mamlakatning tarixiy shaharlari (Samarqand, Buxoro, Xiva va boshqalar), muzey-qo‘riqxonalari va me’moriy yodgorliklariga sayohat qilishni o‘z ichiga oladi. Madaniy turizm mahalliy aholi uchun ma’naviy-ma’rifiy ahamiyatga ega bo‘lib, milliy merosni o‘z ko‘zi bilan ko‘rish imkonini beradi.
- **Ziyorat turizmi** – diniy va muqaddas maskanlarga safarlarni anglatadi. O‘zbekiston Islom olamidagi qadimiy ziyoratgohlari bilan nom qozongan mamlakat hisoblanib, Buxorodagi Bahovuddin Naqshband mavzesi, Samarqanddagi Imom Buxoriy majmuasi, Xiva va Termiz atrofidagi ziyoratgohlar mahalliy ziyoratchilari oqimini jalb etadi. So‘nggi tadqiqot natijalariga ko‘ra, so‘rovda qatnashgan o‘zbekistonliklarning 53,7 foizi aynan ziyorat turizmidan manfaatdor ekanini bildirgan, bu esa ichki bozorda eng ommabop yo‘nalish ekanini tasdiqlaydi.
- **Ekoturizm** – tabiat qo‘ynida dam olish va milliy bog‘lar, qo‘riqxonalarga sayohat qilishni o‘z ichiga oladi. O‘zbekistonning tog‘lari, cho‘llari va ko‘llari ekoturizm uchun katta salohiyatga ega. Masalan, Chimyon-Chorvoq tog‘-kurort majmualari, Zomin milliy bog‘i, Nurato tog‘lari va Aydarko‘l atrofidagi hududlar ekosayohatlar uchun mashhur. Ekoturizm orqali aholi o‘zi yashab turgan yurtning tabiiy boyliklaridan bahramand bo‘lib, atrof-muhitni asrashga oid tushunchalarga ega bo‘ladi.
- **Sog‘lomlashtirish va dam olish turizmi** – sanatoriylar, shifobaxsh maskanlar va dam olish uylarida oilaviy va individual hordiq chiqarishni qamrab oladi. O‘zbekistondagi “Chimyon”, “Chorvoq” kabi tog‘ dam olish maskanlari, shuningdek, sog‘lomlashtirish sanatoriylari ichki turistlar uchun talabgir.
- **Tog‘-kurort va plyaj (sohil) turizmi** – tog‘li hududlardagi qor va suv sporti, yozgi chimg‘irik va plyajlarda dam olish turlarini qamrab oladi. Xususan, qish faslida Chimyonda chang‘i sporti, yozda Chorvoq va Aydarko‘l sohillaridagi suzish va quyosh qabul qilish ommalashgan.
- **Yoshlar va sarguzasht turizmi** – yosh avlod va ekstremal sport ishqibozlari uchun mo‘ljallangan turlar. So‘nggi yillarda 35 yoshgacha bo‘lgan o‘zbek yoshlari orasida ekstremal sport (masalan, tog‘ velosipedi, paraplanerizm), festival turizmi (musiqiy festivallar, xalq bayramlari) va agroturizmga qiziqish ortib borayotgani kuzatilmoqda. Bu esa ichki turizm mahsulotlarini yanada diversifikatsiya qilish zaruriyatini ko‘rsatadi.
- **Agroturizm va qishloq turizmi** – qishloq hududlaridagi turmush tarzi, dehqonchilik va milliy an’analar bilan tanishuvga qaratilgan sayohatlar. Bunday turizm mehmonlarni turg‘unlikdan uzoq, tabiat qo‘ynida joylashgan an’anaviy qishloqlarga jalb etadi. Masalan, Navoiy viloyati Sentob qishlog‘i eko va qishloq turizmi bo‘yicha xalqaro darajada e’tirof etilgan maskan bo‘lib, 2023 yilda BMT Turizm tomonidan “Best Tourism Village” mukofotiga sazovor bo‘ldi. Agroturizm orqali shahar aholisi ekologik toza mahsulotlardan tatib, dehqon xo‘jaliklarida ishtirok etishi, mahalliy urf-odatlar bilan tanishishi mumkin.

Yuqorida sanab o‘tilgan turizm yo‘nalishlari bir-biri bilan uyg‘un holda ham amalga oshirilishi mumkin (masalan, gastronomik turizm madaniy sayohat davomida mahalliy taomlardan bahramand bo‘lish orqali namoyon bo‘ladi, yoki sport turizmi festivallar bilan birlashishi mumkin). Ichki turizmni rivojlantirish strategiyasi aynan shu turlarni kompleks tarzda qo‘llab-quvvatlash, har bir segmentga mos infratuzilmani shakllantirish va aholi o‘rtasida turizm madaniyatini oshirishni nazarda tutadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Ichki turizm bo‘yicha xalqaro va mahalliy adabiyotlarda keng qamrovli izlanishlar olib borilgan. OECD va Jahon turizm tashkiloti hisobotlarida ichki turizmning umumiy turizm daromadlaridagi ulushi yuksak ekani qayd etiladi. Masalan, OECD mamlakatlarida turizm daromadlarining qariyb uchdan ikki qismi ichki turizmga to‘g‘ri keladi. Yaponiyada amalga oshirilgan “Go To Travel” dasturi milliy sayohatlarni rag‘batlantirishda samarali bo‘lgan bo‘lsa, Qozog‘istonda “Kids Go Free” tashabbusi oilaviy turizmni qo‘llab-quvvatlashda muhim rol o‘ynagan. Shu bilan birga, O‘zbekistonda olib borilgan tadqiqotlarda ichki turizmning iqtisodiy samaradorligi, infratuzilma muammolari va innovatsion yechimlari tahlil qilingan. Mahalliy olimlar ichki turizmni kompleks rivojlantirish zarurligini, bunda davlat siyosati, xususiy sektor va mahalliy hamjamiyatlar hamkorligining ahamiyatini alohida ta’kidlamoqda. Bu ilmiy ishlanmalar O‘zbekistonda ichki turizmni yanada jadallashtirish uchun mustahkam asos yaratadi

METODOLOGIYA

Tadqiqotda tahlil va qiyosiy yondashuvlar qo‘llanildi. Avvalo, ichki turizmning nazariy asoslari ilmiy adabiyotlar hamda xalqaro tajribalar bilan solishtirildi. Keyingi bosqichda O‘zbekistondagi mavjud holat rasmiy statistika, Prezident qarorlari va strategik dasturlar orqali o‘rganildi. Muammolarni aniqlashda so‘rovnomalar, ekspert fikrlari va OAV manbalari tahlili asos bo‘ldi. Shuningdek, OECD va boshqa tashkilotlarning ichki turizmga oid global tendensiyalari O‘zbekiston sharoitiga moslashtirildi. Natijalarga tayangan holda imkoniyatlar va innovatsion yechimlar ishlab chiqildi. Mazkur metodologiya ichki turizmni rivojlantirish bo‘yicha takliflarning amaliy qiymatini ta’minlashga xizmat qildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Ichki turizm dinamikasi va statistik ko‘rsatkichlari.

O‘zbekistonda so‘nggi yillarda ichki turizm sezilarli o‘sish sur’atlariga ega bo‘ldi. Davlat tomonidan amalga oshirilgan turizmni rag‘batlantirish dasturlari natijasida millionlab fuqarolar yurt bo‘ylab sayohatga chiqmoqda. Xususan, 2019 yilda ichki sayohatlar nisbatan cheklangan bo‘lgan bo‘lsa, 2020-2021 yillarda pandemiya cheklovlaridan so‘ng, 2022-2023 yillarda ichki turizm yuqori ko‘rsatkichlarga erishdi, deyish mumkin.

2021 yilda pandemiyadan keyin iqtisodni tiklash davrida davlat rahbariyati tashabbusi bilan “O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qil!” umummilliy dasturi e’lon qilinib, ichki turizmni rag‘batlantirishga qaratilgan keng qamrovli choralar ko‘rildi. Mazkur dastur doirasida 2024-yil yakuniga qadar yurtimiz bo‘ylab sayohat qilgan mahalliy

fuqarolar soni keskin oshdi. Rasmiy ma’lumotlarga ko‘ra, 2024-yil mobaynida mamlakat mintaqalariga ichki turistlar tomonidan 22,6 million marta tashrif amalga oshirilgan. Ko‘rinadiki, ichki bozorda turizmga talab ortib bormoqda va u xalqaro turizm tiklanishini ham ortda qoldirmoqda.

Ichki turizm o‘sishining bir qancha ko‘rsatkichlari diqqatga sazovor: masalan, dam olish kunlari va bayramlarda fuqarolarning mamlakat bo‘ylab sayohatlari sezilarli darajada oshishi qayd etilgan. 2024 yilda Yangi yil, Navro‘z, Ramazon hayiti va Mustaqillik bayrami kabi umumxalq bayramlarida qo‘shimcha dam olish kunlari berilgani ichki turizm oqimini jonlantirdi – mazkur ta’til davrlarida bir necha kun ichida
3–5 milliongacha mahalliy tashriflar amalga oshirilgani qayd etilgan. Bu shundan dalolat beradiki, aholida sayohat qilish istagi bo‘lib, agar vaqt va shart-sharoit imkon bersa, yurt bo‘ylab faol harakatlanadilar.

Mavjud muammolar. Bu yo‘nalishda qilingan ishlarga qaramay ayrim muammolar ham mavjud. Ularni bartaraf etmasdan soha salohiyatidan to‘liq foydalanib bo‘lmaydi. Quyida O‘zbekiston sharoitidagi asosiy muammolar va ularning sabablari tahlil etiladi.

1. Turizm infratuzilmasidagi kamchiliklar. Yuqorida infratuzilmani yaxshilash borasida salmoqli ishlar qilingan bo‘lsa-da, hali ham ayrim yo‘nalishlarda yetishmovchilik seziladi. Avvalo, chekka turistik joylarda zamonaviy va arzon mehmonxonalar soni kam. Ba’zi shahar va qishloqlarda ichki sayyohlar kutishi mumkin bo‘lgan toza va arzon yotoqxonalar tashkil etish zarur. Shuningdek, yo‘l-infratuzilmasi hamma joyda ham talabga javob bermaydi – ayrim olis tarixiy yoki tabiiy obyektlarga olib boradigan yo‘llar holati qoniqarsiz. Ichki aviaqatnovlar hozircha faqat yirik shaharlarni qamrab olgan, ichki temir yo‘l tarmog‘i esa turistik potensialga ega ba’zi hududlarga yetmagan. Sayyohlik yo‘nalishlaridagi kommunal sharoit – jamoat hojatxonalari, ichimlik suvi va internet aloqasi bilan ta’minlanganlik kabilar ham muammoli soha edi. So‘nggi yillarda sanitar-gigiyena shoxobchalari soni keskin oshirilganiga qaramay, aholining 66,6% hali ham bu xizmatlardan foydalanish imkoniyati yetarli emas deb baholagan. Demak, sifat jihatidan sanitar uzellar va yo‘l-bo‘yi servislari yana ham yaxshilanishga muhtoj.

2. Xizmatlar sifati va kadr masalasi. Mahalliy turistlarga ko‘rsatilayotgan xizmatlar darajasi har doim ham talabga javob bermaydi. Ayrim joylarda ekskursovod va gidlar yetishmovchiligi bor, mavjudlari esa xorijiy turistlarga mo‘ljallangan bo‘lib, ma’lumotlarni faqat chet tilida taqdim etadi. Ichki turistlar uchun ona tilida malakali gidlar tayyorlash dolzarb masaladir. Shuningdek, mehmonxona va restoran xizmatlari sifati bo‘yicha shikoyatlar uchrab turadi – xizmat ko‘rsatuvchilarning kasbiy tayyorgarligi va xizmat madaniyatini oshirish kerak. Turizm texnikumlari va universitetlarida ichki turizmga ixtisoslashgan mutaxassislar tayyorlashga urg‘u berish lozim. Turizm sohasidagi kadrlar qo‘nimsizligi (boshqa sohalarga o‘tish yoki chet elga ishlashga ketish) muammosi ham mavjud, shu bois soha xodimlari uchun mehnat sharoitlari va rag‘bat tizimini yaxshilash darkor.

3. Moliyaviy omillar – daromad va xarajatlar. Aholining ma’lum qismi uchun ichki sayohatlar moliyaviy jihatdan hali ham qiyinchilik tug‘diradi. So‘rov natijalariga ko‘ra, respondentlarning 24,7% moliyaviy imkoniyatning cheklanganligini, 27% esa bo‘sh vaqtning yo‘qligini sayohatga chiqmaslikning asosiy sababi sifatida keltirgan. Darhaqiqat, mamlakat bo‘ylab bir martalik sayohat narxi (yo‘lkira, turar joy, ovqatlanish va b. xarajatlar) ko‘pchilik uchun sezilarli sarf-xarajat hisoblanadi. Ayniqsa, daromadi pastroq oilalar uchun sayohat “qimmatbaho xobbi” bo‘lib, ular istagi bo‘lsa-da, iqtisodiy vaziyat taqozosi bilan safarlarni keyinga qoldirishadi. Bunda ish haqi miqdori, ish beruvchilar tomonidan ta’tillar berish amaliyoti kabi omillar ta’sir qiladi. Erkaklar ko‘proq ish bandligi tufayli vaqt topolmaslikdan shikoyat qilsa, ayollarda esa ishdan tashqari bola parvarishi va uy yuki sabab bo‘sh vaqt kamligi aytilgan. Shunday ekan, ichki turizmga to‘sqinlik qilayotgan muhim omil – bu aholining real daromadlari va vaqt resursidir. Ushbu muammoni yengillatish uchun davlat tomonidan ichki turizmga moliyaviy yordam mexanizmlarini joriy etish maqsadga muvofiq.

4. Marketing va ma’lumotga ega bo‘lish muammosi. Ichki turistlar ko‘pincha o‘z mamlakati haqidagi to‘liq ma’lumotga ega emas. Ko‘plab fuqarolar yaqin atrofdagi sayyohlik manzillari va obyektlari borligini bilmaydi yoki ularning ahamiyatidan xabardor emas. Turizm ma’lumotlari asosan internet va ijtimoiy tarmoqlar orqali tarqalayotgan bir vaqtda, axborot bo‘shliqlarini to‘ldirish muhim. O‘zbek tilida ichki turizmga doir sifatli teleradio dasturlar, veb-saytlar, qo‘llanmalar hali kam. Natijada ba’zi mintaqa aholisi boshqa viloyatlardagi borishga arzigulik joylardan bexabar qolishi mumkin. Turistik firmalar esa asosan xorijliklarga xizmat ko‘rsatishga o‘rgangani bois, ichki turistlar uchun maxsus taklif va reklama kampaniyalari u qadar faol emas edi. Bir so‘z bilan aytganda, ichki bozorda marketing yetishmovchiligi seziladi: mahalliy aholi o‘rtasida “o‘z yurtingni kashf et” shiori ostida doimiy targ‘ibot talab etiladi. Bu muammoni hal qilishda OAV, blogerlar va mahalliy hokimliklarning hamkorligi muhim.

5. Mavsumiylik va hududlararo nomutanosiblik. Ichki turizm sezilarli darajada mavsumiy xususiyatga ega. Asosiy sayohatlar bahor va kuz oylariga to‘g‘ri keladi, qish oylarida esa faollik pasayadi. Bu ayrim turistik obyektlarning yil davomida barqaror ishlamasligiga olib keladi va daromadlari mavsumga bog‘liq bo‘lib qoladi. Shuningdek, hududlar o‘rtasida turistik jozibadorlik jihatidan nomutanosiblik mavjud: Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent singari yo‘nalishlarga ichki sayyohlar ko‘proq borsa, ayrim boshqa viloyatlar (masalan, Sirdaryo yoki Jizzax) kamroq tashriflar bilan cheklanadi. Bu hududlarda turizm salohiyati uncha ochilmagan yoki reklama qilinmagan bo‘lishi mumkin. Masalan, Jizzax viloyatida Zomin milliy bog‘i kabi go‘zal maskanlar bor, lekin ichki bozorda ular taniydigan darajada tanilmagan. Mavsumiylik va geografik nomutanosiblik muammosini hal etish uchun yil davomida turizmning turli shakllarini rivojlantirish, hududlarga xos brendlar yaratish va off-sezon davrlarda tadbirlar tashkil qilish kabi yondashuvlar talab etiladi.

Yuqorida sanab o‘tilgan muammolar kompleks yondashuv orqali hal etilishi mumkin. Davlat, xususiy sektor va jamoatchilik birgalikda harakat qilgan holda

infratuzilmani yaxshilash, kadrlar tayyorlash, moliyaviy rag‘batlantirish va marketingni kuchaytirish orqali ichki turizm rivojiga to‘sqinlik qilayotgan omillarni bartaraf etishi mumkin.

Imkoniyatlar. Ichki turizmni rivojlantirishda O‘zbekistonning qator ustunliklari va ishga solinmagan imkoniyatlari mavjud. Mavjud salohiyatni to‘liq ro‘yobga chiqarish soha taraqqiyotini yangi bosqichga olib chiqishi mumkin. Quyida asosiy imkoniyatlar tahlil etiladi:

1. Boy madaniy va tabiiy meros salohiyati. O‘zbekistonning ma’naviy-madaniy mulki va tabiiy go‘zalliklari ichki turizmning eng katta resursidir. YUNESKO merosi ro‘yxatiga kirgan Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlari nafaqat xorijiy, balki mamlakat aholisi uchun ham bebaho sayohat manzillaridir. Mamlakatimizda 8 ta yodgorlik (masalan, Registon, Ichan Qal’a) va 14 ta nomoddiy madaniy meros elementi (Navro‘z, pillachilik va boshq.) YUNESKO tomonidan e’tirof etilgan. Mahalliy aholi bu meroslardan xabardorligini yanada oshirib, ularni ziyorat qilishni rag‘batlantirish zarur. Bundan tashqari, mamlakat tabiatining xilma-xilligi – tog‘lar, cho‘llar, daryo va ko‘llar, o‘rmonlar – ichki ekoturizm uchun keng imkoniyat beradi. Masalan, yuqorida qayd etilganidek, Zomin, Nurato, Chatqol, Surxondaryo tog‘lari, Ustyurt platosi kabi maskanlar tayyor turizm mahsuloti bo‘lishi mumkin. Hozirda ekoturizm asosan xorijliklarga mo‘ljallanmoqda, ammo mahalliy aholi uchun ham ochiq tur-paketlar taklif etish (arzonroq narxda) katta samara beradi. Shunday ekan, O‘zbekistonning o‘z tarixiy va tabiiy “xazinalari” ichki turistlar oqimini uzluksiz ta’minlashga qodir.

2. Davlat tomonidan strategik qo‘llab-quvvatlash. Ichki turizm hukumatning rasmiy strategik hujjatlarida mustahkam o‘rin egalladi. “Yangi O‘zbekiston – 2030” strategiyasida ichki va tashqi turizmni rivojlantirish orqali turistlar sonini oshirish to‘g‘risidagi bandlar mavjud bo‘lib, unda 2030 yilga ichki turistlar sonini 25 millionga yetkazish aniq nishon qilingani yuqorida ta’kidlandi. Bundan tashqari, yaqinda 2040 yilga qadar turizm rivoji strategiyasi qabul qilinadi. Bu rejada 2040 yilga borib ichki turistlar sonini 40 millionga yetkazish ko‘zda tutilmoqda. Bunday marralarga erishish uchun hukumat barcha darajadagi sa’y-harakatlarni safarbar qilmoqda. Viloyatlar va shaharlarda ichki turizmni rivojlantirish bo‘yicha hududiy dasturlar tasdiqlanib, har yili amalga oshirilmoqda. Davlat byudjeti va xususiy investitsiyalar hisobiga yangi turistik zonalar, ko‘ngilochar maskanlar, yo‘l-infratuzilma loyihalari moliyalashtirilmoqda. Prezident qarorlari bilan ichki turizmni rag‘batlantirishga oid soliq imtiyozlari, bank kreditlari kabi choralar joriy qilindi. Bunday kuchli siyosiy iroda va qo‘llab-quvvatlash ichki turizmning izchil o‘sishiga zamin yaratadi.

3. O‘sib kelayotgan yosh avlod va ularning sayohatga qiziqishi. O‘zbekiston aholisi tarkibida yoshlar ulushi yuqori (aholining 60% dan ortig‘i 30 yoshgacha). Bu demografik tarkib ichki turizm uchun ulkan potensialdir. Yoshlar yangi joylarni ko‘rishga, zamonaviy sayohat turlarini sinab ko‘rishga intiladi. So‘nggi yillarda mamlakatimizda yoshlar o‘rtasida ichki turizmni ommalashtirishga alohida e’tibor qaratildi. Masalan, O‘zbekiston Yoshlar ittifoqi orqali har yili minglab yoshlar uchun tarixiy shaharlarga, tabiat qo‘yniga imtiyozli sayohatlar uyushtirilmoqda. Yosh

avlodning ekstremal sport va festival turizmiga qiziqishi ortib borayotgani haqida yuqorida gapirildi. Buni inobatga olib, imkoniyat sifatida har bir viloyatda yoshlar festivallari, turizm forumlari o‘tkazilsa, ichki turizm yana jonlanadi. Masalan, 2022–2023 yillarda sayyohlik va sportga oid yirik tadbirlar (ralli, marafon, etno-sport festivallari va h.k.) bir necha ming yoshlarni turli hududlarga jalb qildi. Sputnik axborotiga ko‘ra, 2023-yil davomida mamlakat bo‘ylab 200 ga yaqin mahalliy va respublika darajasidagi madaniy, sport va hunarmandchilik tadbirlari mahalliy sayyohlar sonining ortishiga xizmat qilgan. Demak, yoshlarning sayohatga oshno qilish – ichki turizm drayverlaridan biri bo‘lib, bu imkoniyatni to‘liq ishga solish zarur.

4. Jamoatchilik va mahalliy hamjamiyatlarning ishtiroki. Ichki turizmni rivojlantirishda har bir mahallaning, qishloqning o‘ziga xos turizm mahsulotini taklif qila olishi katta imkoniyatdir. Oxirgi yillarda “turistik mahalla” va “turizm qishlog‘i” konsepsiyalari amaliyotga kirib kelmoqda. 2025 yilning iyul oyigacha O‘zbekiston hududlarida 26 ta qishloqqa rasman “turizm qishlog‘i” maqomi berildi. Ularning har biri (masalan, Navoiydagi Sentob, Samarqanddagi Konigil va b.) o‘z hududida turistlar uchun etno-mahalla muhitini yaratib, mahalliy aholi turizm orqali daromad olishiga sharoit yaratmoqda. Bu tajribani kengaytirib, har bir viloyatda o‘nlab shunday turistik qishloqlar tashkil etish mumkin. Mahalla va qishloq fuqarolar yig‘ini bilan hamkorlikda agroturizm, qishloq mehmon uylari, xalq hunarmandchiligi ustaxonalari tarmog‘ini kengaytirish ichki turizmga keng yo‘l ochadi. Mahalliy hamjamiyatlar safarbar etilsa, ular o‘z manzillarini targ‘ib qiladi, turistlarga mehmondo‘stlik ko‘rsatadi – bu esa ikki tomonlama foyda: ham aholi daromadi oshadi, ham turistlar mamnun bo‘ladi.

5. Xalqaro tajriba va hamkorlikdan foydalanish. Ko‘plab mamlakatlarda ichki turizmni rivojlantirish bo‘yicha to‘plangan ilg‘or tajriba O‘zbekiston uchun qo‘llanilishi mumkin bo‘lgan imkoniyatdir. Masalan, yuqorida keltirilgan Yaponiyaning “Go To Travel” kampaniyasi mahalliy sayohatlarni subsidiyalash bo‘yicha yorqin misol. Xitoy va Janubiy Koreya kabi mamlakatlarda esa korporativ turizm (ishchilarni kompaniya hisobidan mamlakat ichida sayohatga yuborish) keng qo‘llaniladi. Yevropa davlatlarida “o‘z mamlakatingni birinchi bo‘lib kashf et” shiori ostida reklama aksiyalari o‘tkazilib, aholini ichki turizmga jalb qilish yo‘lga qo‘yilgan. Qo‘shni Qozog‘istonda 2020 yillarda ichki turizmni oshirish uchun soliq imtiyozlari va “Kids Go Free” (bolalarga bepul aviachiptalar) dasturi joriy etilgan. Bu tajribalarni o‘rganib, mahalliy sharoitga moslashtirish katta manfaat berishi mumkin. Shuningdek, Markaziy Osiyo mamlakatlari bilan hududiy turlar tashkil etishda ham hamkorlik qilish imkoniyati bor – masalan, qo‘shni Qirg‘iziston va Qozog‘istondagi tog‘-turizm maskanlari bilan birlashgan paketlar, yoki Turkmanistonning qo‘shni viloyatlari bilan umumiy sayohat marshrutlari yaratish. Bu kabi hamkorliklar orqali ichki turizm ham transchegaraviy omildan foyda oladi, chunki qo‘shni yurtlarga sayohat qilgan vatandoshlar yo‘l-yo‘lakay o‘z yurtimiz hududlariga ham tashrif buyurishi mumkin. Xulosa qilib aytganda, xalqaro yaxshi amaliyotlarni qabul qilish va hamkorlikni kengaytirish – ichki turizm uchun keng imkoniyatlar eshigini ochadi.

Yuqoridagi barcha imkoniyatlardan samarali foydalanish ichki turizmni yangi bosqichga olib chiqadi. Asosiysi, bu imkoniyatlar strategik rejalarga integratsiya qilingan holda, aniq loyiha va tashabbuslar orqali amalga oshirilishi lozim.

Innovatsion yechimlar. Ichki turizmni rivojlantirishda yangicha yondashuvlar va zamonaviy texnologiyalardan foydalanish katta ahamiyatga ega. Quyida xalqaro va mahalliy tajribadan kelib chiqib, O‘zbekistonda qo‘llash mumkin bo‘lgan innovatsion yechimlar tavsiya etiladi:

1. Raqamli texnologiyalar va onlayn platformalar. Bugungi kunda aholining katta qismi internet orqali ma’lumot izlaydi, sayohatlarni onlayn rejalashtiradi. Shu bois, ichki turistlar uchun qulay onlayn platformalar yaratish zarur. Masalan, yagona milliy turizm mobil ilova yoki veb-portal yaratish, unda barcha viloyatlar bo‘yicha sayyohlik obyektlari, marshrutlar, mehmonxona va transport xizmati ma’lumotlari jamlansa, juda katta foyda bo‘ladi. Turkiya, Malayziya kabi mamlakatlarda ichki turistlar uchun maxsus mobil ilovalar katta ommalashgan. O‘zbekistondagi Uzbekistan Travel rasmiy sayti ayni maqsadga qaratilgan qadam, biroq uning funksionalini oshirish kerak. Shuningdek, elektron bronlash (booking) tizimlarini mahalliy mehmonxonalar va dam olish zonalarida yo‘lga qo‘yish lozim – ichki sayyohlar hanuz ko‘p hollarda telefon orqali yoki joyiga borib joylashmoqda. Onlayn bronlash imkoniyati yaratish esa oshkora raqobat va xizmat sifati oshishiga olib keladi. Raqamli yechimlar sirasidan yana bir muhim jihat – virtual reallik (VR) va qo‘shimcha reallik (AR) texnologiyalarini qo‘llab, muzey va yodgorliklarning virtual ekskursiyalarini yaratishdir. Masalan, Samarqand Registoni yoki Qo‘qondagi hunarmandchilik markazlari bo‘ylab AR-dasturlar orqali virtual sayohat qilib ko‘rgan foydalanuvchi, keyinchalik u yerga shaxsan borishga qiziqishi mumkin. Bunday innovatsiyalar ichki turizm marketingida juda samarali ko‘makchi vosita bo‘ladi.

2. Ichki turizmga moliyaviy rag‘bat va bonuslar. Moliyaviy to‘siqlarni pasaytirish uchun hukumat va xususiy sektor birgalikda ichki turistlarga turli rag‘batlar taklif qilishi mumkin. Masalan, Yaponiyadagi kabi mahalliy sayohatlar uchun vaucherlar va chegirmalar dasturini yo‘lga qo‘yish mumkin. Bunda muayyan oziq-ovqat, mehmonxona va transport xaridlariga kuponlar berish orqali sayohat arzonlashtiriladi. Yoki, masalan, yil davomida bir necha marta sayohat qilgan shaxslarga soliq imtiyozi berilishi (ish haqidan ma’lum qismi soliqdan ozod qilinadi) mexanizmlarini ko‘rib chiqish mumkin. Korxona va tashkilotlarning xodimlari uchun korporativ tur-paketlar joriy qilinsa – masalan, yilda bir marta mehnat jamoasiga respublika bo‘ylab sayohat uchun moddiy yordam ajratish – bu ham ichki turizmni oshiradi. Bunda korxonalarga soliqdan chegirmalar berilsa, ular bunday sayohatlarni uyushtiradi. Shuningdek, transport kompaniyalari (aviakompaniya, temir yo‘l) mahalliy yo‘lovchilar uchun sodiqlik dasturlarini yaratishi mumkin: ma’lum soatdan ortiq poyezdda yurgan yoki uchib kelgan vatandoshlarga keyingi safar chiptasiga chegirma, oilaviy sayohat uchun guruh chiptalariga maxsus narx va h.k. Turizm qo‘mitasi huzurida ichki turizm fondi tuzib, undan talabgor fuqarolarga imtiyozli kreditlar berish (yoki cashback qaytarish) amaliyoti ham o‘rinli innovatsiya bo‘ladi.

3. “Aqlli” va barqaror infratuzilma. Turizm infratuzilmasini qurish va yaxshilashda zamonaviy innovatsion yondashuvlarni qo‘llash zarur. Masalan, shahar va yo‘l-bo‘yi hududlarga o‘rnatilayotgan smart-hojatxonalar va avtomatlashtirilgan sanitar shoxobchalar iloji boricha qulay va ekologik toza texnologiyalar asosida bo‘lishi kerak. Toshkent shahrida 2023-yil mart oyida ilk avtomatlashtirilgan “aqlli” sanitar-gigiyena shoxobchasi ishga tushirilgani yaxshi yangilik bo‘ldi. Bunday shoxobchalarni boshqa turistik shaharlarda ham joriy qilish kerak. Shu bilan birga, energiya tejovchi va “yashil” texnologiyalarni qo‘llash – masalan, mehmonxonalarda quyosh panellari o‘rnatish, sayyohlik obyektlarida chiqindilarni saralash tizimi – ichki turizmda barqaror rivojlanishni ta’minlaydi. Turizm transport infratuzilmasida ham innovatsiyalar talab etiladi: elektr avtobuslar, eko-avtobus yo‘nalishlari, ekskursiya elektromobillari turizm markazlarida joriy qilinsa, ham yangilik, ham ekologik tozalik kafolatlanadi. Kelajakda pilot loyihalar tarzida avtonom elektr avtomobil ijarasi (car-sharing) yoki shaharlar orasida dron-taksi xizmati kabi innovatsion g‘oyalarni ham sinab ko‘rish mumkin. Ichki turizm uchun transportdagi har qanday qulaylik turist tajribasini yaxshilaydi.

4. Kontent yaratish va raqamli marketing. Hozirgi axborot asrida turistik yo‘nalishlarni ommalashtirishning eng tezkor yo‘li – bu jozibali kontent. O‘zbekistonning ichki turizm yo‘nalishlari bo‘yicha professional fotosuratlar, videoroliklar, virtual turlar yaratib, ularni ijtimoiy tarmoqlarda targ‘ib qilish lozim. Bu borada mahalliy blogerlar va ijodkorlar bilan hamkorlik qilib, maxsus “Travel Uzbekistan” onlayn chellenjlarini o‘tkazish mumkin. Masalan, Instagramda vatanining eng chiroyli joylarini ko‘rsatish bo‘yicha tanlovlar, YouTube va TikTok platformalarida mashhur blogerlarning O‘zbekiston bo‘ylab sayohatlari videolavhalari katta qiziqish uyg‘otadi. Shuningdek, har bir hudud yoki shahar kesimida savdo belgilar (brend) va veb-saytlar yaratish ham innovatsion yondashuv. Masalan, “Visit Samarkand”, “Discover Karakalpakstan” kabi loyihalarni hududiy rasmiylar qo‘llab-quvvatlasa, ichki turistlar ham o‘sha platformaga kirib, o‘sha hudud haqida batafsil ma’lumot olishadi, forumlarda taassurotlar bilan o‘rtoqlashishadi. Kontent yaratishda mahalliy aholi (user-generated content) ni jalb etish, ya’ni fuqarolarning o‘z yurti go‘zalliklari aks etgan fotolari va hikoyalarini targ‘ib qilish ham o‘ta samarali vosita. Buning uchun maxsus xeshteg (#TravelUzbekistan, #MoyUzbekistan va hk) kampaniyalari o‘tkazib turish kerak.

5. Sektorlar-aro hamkorlik va klasterli yondashuv. Turizm faqat mehmonxona va muzeylar bilan cheklanmaydi – u tarmoqlararo soha. Shu bois innovatsion yechim sifatida turizm klasterlarini rivojlantirish taklif etiladi. Prezidentning 2030-yil strategiyasida 30 ta yirik turistik klaster tashkil etish vazifasi qo‘yilgan. Klaster doirasida bir hududda turizmga daxldor barcha tarmoqlar chambarchas bog‘liq ravishda rivojlanadi: transport, ovqatlanish, madaniyat, sport, hunarmandchilik va b. Masalan, Xiva shahrini olaylik: u yerda madaniy turizm (muzey-qo‘riqxona), ziyorat turizmi (Pahlavon Maxmud maqbarasi va boshqalar), gastronomik turizm (xorazmcha taomlar), etno-turizm (turli ustaxonalar) va hatto kinematografik turizm (tarixiy filmlar suratga olish maskanlari) ni birlashtirish mumkin. Barcha choralar bir strategiyaga

uyg‘unlashtirilsa, ichki turistlar uchun kompleks mahsulot yaratiladi. Shuningdek, MICE-turizm (conference and event tourism) imkoniyatlarini ham ko‘rib chiqish kerak: mamlakat ichidagi yirik anjuman va ko‘rgazmalarga boshqa viloyatlardan ham qatnashchilar jalb etish, ularning tashrifini turistik dastur bilan uyg‘unlashtirish. Masalan, Qarshi yoki Urganchda respublika ilmiy konferensiyasi o‘tkazilsa, mehmonlarni yaqin atrofning diqqatga sazovor joylariga ekskursiya bilan ta’minlash an’anaga aylanishi mumkin. Bunday yondashuv ichki turizm oqimini tenglashtiradi va butun mamlakat bo‘ylab taraqqiyotga turtki bo‘ladi.

6. Madaniy tadbirlar va festivallar. Ichki turizmni rag‘batlantirishda festival turizmidan samarali foydalansa bo‘ladi. Har bir mintaqa o‘zining brendiga aylangan bayram yoki festivalni an’anaviy yillik tadbir sifatida shakllantirishi mumkin. Masalan, Buxoroda “Naqshband haftaligi” yoki Qo‘qonda “Hunarmandchilik festivali” kabi tadbirlar allaqachon start olgan va ichki turistlarni jalb qilmoqda. Navbatdagi qadam – ularni har yili o‘tkazib, ommaviylashtirishdir. Shuningdek, yangi festivallar: Samarqandda “Maqom musiqa anjumani”, Farg‘onada “Abreshim va ziravorlar festivali”, Qoraqalpog‘istonda “O‘rmon va biyobon festivali” kabi g‘oyalarni amalga oshirsa bo‘ladi. Bunday madaniy tadbirlar davomida bir paytning o‘zida minglab insonlar bir joyga yig‘ilib, nafaqat marosimlarni tomosha qiladi, balki o‘sha hududning boshqa sayyohlik maskanlariga ham borib ko‘radi, mahalliy mahsulotlarni sotib oladi. Bu esa ichki turizm bilan bog‘liq iqtisodiy faollikni oshiradi. Innovatsion yondashuv sifatida festivallarni tayyorlashda zamonaviy piar va event-menejment texnologiyalarini ishlatish kerak – masalan, har bir festival uchun alohida veb-sayt, onlayn ro‘yxatdan o‘tish imkoniyati, qatnashuvchilarga maxsus mobil ilova, interaktiv xaritalar va h.k. Bu yangicha format vatandoshlarning qiziqishini yanada orttiradi.

7. Barqaror va mas’uliyatli turizm tamoyillari. Ichki turizmni rivojlantirishda atrof-muhitga e’tiborli, jamiyatga foyda keltiradigan yondashuvni ilgari surish ham innovatsion yechimdir. Turistik obyektlarda “yashil standartlar”ni joriy etish, chiqindilarni qayta ishlash, plastik qo‘llashni cheklash kabi tashabbuslar ichki turistlar ongida ham ekologik madaniyatni shakllantiradi. Masalan, Chimyon va Chorvoqdagi dam olish maskanlarida “Green Tourism” pilot dasturi yo‘lga qo‘yilib, har bir mehmon o‘zidan qolgan chiqindisini alohida qabul qilish punktlariga topshirsa, unga kichik sovg‘alar berilishi mumkin. Shuningdek, mahalliy aholi bilan hamkorlikda turistik joylarda “birga tozalaymiz” aksiyalari o‘tkazish – masalan, mavsum boshida sayyohlik zonalarini aholining o‘zi tozalasa, bu ham mas’uliyat hissini oshiradi va aholi-turist munosabatlarini iliqlashtiradi. Barqaror turizm konsepsiyasiga o‘z-o‘zini ta’minlash va mahalliy hunarmandchilikni qo‘llab-quvvatlash ham kiradi. Shu bois ichki turistlar safarlarida mahalliy hunarmandlardan sovg‘alar olish, uy-ro‘zg‘or tovarlari xarid qilish kabi tajribalarni rag‘batlantirish zarur. Bunda elektron to‘lovlar va cashless technology yordamida har bir turist xarajatlarining ma’lum qismi mahalliy taraqqiyot loyihalariga yo‘naltirilishi kabi crowd-funding yechimlarini qo‘llash ham mumkin. Masalan, tur-paket sotib olgan turist biladiki, to‘lagan pulining 5%i o‘sha hududdagi maktabga yoki milliy bog‘ni qo‘llab-quvvatlashga ketadi – bu unda mas’uliyat hissini uyg‘otadi va sayohatni ahamiyatliroq qiladi.

Innovatsion g‘oyalar ro‘yxatini yana davom ettirish mumkin, lekin yuqoridagilar asosiy yo‘nalishlarni qamrab oladi. Asosiy tamoyil shundaki, ichki turizmni endilikda shunchaki sayohat emas, balki raqamli, inklyuziv va barqaror tarmoq sifatida qarash lozim. Texnologiya, moliya va ijtimoiy innovatsiyalarning uyg‘un qo‘llanilishi orqali O‘zbekiston ichki turizmining ulkan salohiyatini to‘laqonli ochishga erishish mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O‘tkazilgan tahlil va tadqiqotlar asosida quyidagi xulosalarni chiqarish mumkin:

- Ichki turizm milliy iqtisodiyot va jamiyat uchun strategik ahamiyatga ega sohadir. U nafaqat turizm sanoatining barqarorligi va diversifikatsiyasiga xizmat qiladi, balki aholi o‘rtasidagi madaniy aloqalarni mustahkamlash, ijtimoiy birdamlikni oshirish, mahalliy darajada yangi iqtisodiy faollik o‘choqlarini yaratish kabi ko‘p qirrali ijobiy ta’sirga ega. O‘zbekiston sharoitida ichki turizmni rivojlantirish bugungi kunda sayyohlik sohasining eng ustuvor yo‘nalishlaridan biriga aylangani bejiz emas.
- So‘nggi yillarda O‘zbekistonda ichki turizm jabhasida sezilarli o‘sish kuzatildi, davlat tomonidan bir qator dastur va loyihalar amalga oshirildi. “O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qil!” dasturi va boshqa tashabbuslar orqali mahalliy aholining sayohatga qiziqishi ortdi, infratuzilma yaxshilandi va minglab yangi ish o‘rinlari yaratildi. 2030-yilga mo‘ljallangan rejalar ichki turistlar sonini 25 mln.ga yetkazishni ko‘zlab turibdi, bu esa mazkur sohani yanada kompleks rivojlantirish talab etilishini anglatadi.
- Ichki turizmni rivojlantirishda hal etilishi lozim bo‘lgan qator muammolar mavjud. Jumladan, infratuzilma sifatini oshirish (mehmonxona va yo‘l servislari yetishmovchiligi, sanitar sharoitlar), kadrlar tayyorlash va xizmat ko‘rsatish madaniyatini yaxshilash, aholining moliyaviy imkoniyatlarini kengaytirish, marketing va axborot tarqatishni kuchaytirish kabi vazifalar dolzarb turibdi. Shuningdek, mavsumiylik va hududiy nomutanosiblikni pasaytirish ham e’tibordan chetda qolmasligi kerak. Ushbu muammolarni tizimli ravishda hal etish uchun davlat organlari, xususiy sektor va fuqarolik jamiyatining hamkorligi zarur.
- O‘zbekistonning ichki turizm salohiyatini ro‘yobga chiqarish uchun keng imkoniyatlar mavjud. Mamlakatning betakror tarixiy shaharlari, boy madaniy merosi va go‘zal tabiati – jozibador turizm mahsulotlaridir. Davlat tomonidan sohaga qaratilgan e’tibor va strategik rejalar kuchli asos bo‘lib xizmat qilmoqda. Yosh aholi qatlamining sayohatga ishtiyoqi, mahalliy hamjamiyatlarning faollikka tayyorligi, hamda xalqaro tajribalardan ijodiy foydalanish imkoniyati – bularning barchasi to‘g‘ri yo‘naltirilsa, ichki turizmni yangi marralarga olib chiqadi. Xususan, respublika bo‘yicha festivallar va tadbirlarni yanada ko‘paytirish, har bir mintaqaga xos brendlar yaratish, joylarda turistik klasterlarni shakllantirish kabi ishlar olib borilishi lozim.
- Ichki turizmni rivojlantirish bo‘yicha innovatsion yechimlarni joriy etish vaqt talabi hisoblanadi. Raqamli texnologiyalar (onlayn bronlash, virtual ekskursiyalar, mobil ilovalar) turistik xizmatlarni aholiga yanada yaqinlashtiradi. Ichki sayohatlarni moddiy rag‘batlantirish mexanizmlari (subsidiya, chegirma, kredit va bonuslar) keng joriy etilsa, ko‘plab oilalar sayohat qilishga qaror qiladi. “Yashil” va barqaror turizm tamoyillariga amal qilish esa soha rivojini uzoq muddatga kafolatlaydi. Shuningdek,

marketingda zamonaviy usullar, ijtimoiy tarmoqlarda targ‘ibot va kontentlarni kuchaytirish orqali ichki turizm madaniyatini oshirish mumkin.

Takliflar:

1. Infratuzilmani yaxshilash bo‘yicha davomiy investitsiyalar – olis va yangi turistik yo‘nalishlarda kichik mehmonxonalar, lager-ziyoratgohlar va yo‘l-bo‘yi servis punktlari tashkil etish uchun davlat-xususiy sheriklik asosida loyihalar yaratish. Har bir viloyatda turizm infratuzilmasini rivojlantirish “yo‘l xaritasi”ni ishlab chiqish.

2. Kadrlar salohiyatini oshirish – ichki turizm bo‘yicha mutaxassis gid-ekskursovodlar, turoperatorlar tayyorlashga yo‘naltirilgan o‘quv dasturlarini kiritish.

3. Axborot-ma’lumot hamda marketingni kuchaytirish – ichki turizmga bag‘ishlangan doimiy teleradio dasturlar (mavsumiy sayohat maslahatlari, mamlakat bo‘ylab telemarafonlar) tashkil etish. Ijtimoiy tarmoqlarda davlat tashkilotlarining rasmiy sahifalarida har hafta yangi ichki turizm manzilini targ‘ib qilish. Mahalliy bloger va OAV bilan hamkorlikda PR kampaniyalar uyushtirish.

4. Moliyaviy rag‘bat va imtiyozlar – ichki turizm uchun soliq imtiyozlari doirasini kengaytirish (masalan, oilaviy sayohatlar uchun chiptaga QQSdan ozod etish). Banklar orqali ichki turizmga ixtisoslashgan kredit mahsulotlarini joriy qilish (pasaytirilgan stavkadagi “turizm krediti”). Ichki turizmda faol korxonalarga (mehmonxona, transport) soliq bo‘yicha preferensiyalar berish.

5. Joylarda tashabbuslarni qo‘llab-quvvatlash – har bir tumanda ichki turizmni rivojlantirish bo‘yicha kichik grantlar joriy etish. Masalan, mahalliy tadbirkor yoki NNT o‘z hududidagi turizm g‘oyasi uchun grant olishi mumkin (qishloq muzeyi, etno-markaz, sayyohlik tropasi v.b.). Bu mahalliy darajada ijodiy yondashuvlarni rag‘batlantiradi.

6. Hududlararo va xalqaro hamkorlik – qo‘shni mamlakatlar bilan chegaradosh hududlarda o‘zaro turistik forumlar va yarmarkalar o‘tkazish. Markaziy Osiyo mintaqaviy ichki turizm yo‘nalishlarini (masalan, Farg‘ona vodiysi bo‘ylab uch mamlakat sayohati) yaratish tashabbusini ko‘tarish.

7. Statistika va tahlil – ichki turizm oqimlarini muntazam o‘rganib borish uchun Iqtisodiy tadqiqotlar instituti yoki Turizm qo‘mitasi huzurida alohida tahlil guruhini tashkil etish. Aholi o‘rtasidagi talab va afzalliklarni aniqlash maqsadida har yillik so‘rovnomalarni yo‘lga qo‘yish (2023-yilda Makroiqtisodiy va hududiy tadqiqotlar instituti tomonidan o‘tkazilgan so‘rov kabi).

Taklif etilgan choralar kompleksi amalga oshirilsa, O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirish strategiyasi o‘z samarasini beradi va belgilangan yuqori maqsadlarga erishiladi. Ichki turizmning rivoji esa, o‘z navbatida, xalq farovonligi va milliy madaniyatning ravnaqiga xizmat qiladi. Zero, yurtni yurt aholisi avvalambor o‘zi borib ko‘rsa, unutilmas taassurotlar olib, unga bo‘lgan mehr va iftixor tuyg‘usi tobora ortadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Iskandar O‘roqboyev. “O‘zbekistonda turizm sohasining rivojlanishi xalq farovonligining yuksalishiga xizmat qiladi”. Taraqqiyot strategiyasi markazi tahliliy maqolasi, 17-iyun 2024-yil.

2. Travel and Tour World News. “Uzbekistan’s Tourism Achievements in 2024 and Vision for 2025: A Focus on Sustainable Growth and Global Recognition”, March 29, 2025.

3. Makroiqtisodiy va hududiy tadqiqotlar instituti (MHTI) ekspertlari tadqiqoti natijalari. “O’zbekistonda ichki turizmning rivojlanishi o‘rganib chiqildi”. Daryo.uz sayti xabari, 1 may 2023 yil.

4. Kun.uz sayti. “Uzbekistan collaborates with Reformatics to develop tourism strategy”, 31 yanvar 2025 yil.

5. Sputnik O‘zbekiston axborot agentligi. “Sayyohlarga O‘zbekistonda bo‘lish necha pulga tushmoqda?”, 18 dekabr 2023 yil (ichki turizm ko‘rsatkichlari va infratuzilma statistikasi).

6. Sabirova Jasmina. “Advancing Domestic Tourism in Uzbekistan: Challenges, Opportunities, and Policy Interventions”. Spanish Journal of Innovation and Integrity, 2025 (maqola annotatsiyasida ichki turizm muammolari tahlili keltirilgan).

7. Emmanuelle Peyvel et al. “Domestic tourism, internal tourism”. Encyclopédie du tourisme, 2022 (domestic tourism global trends)

8. Mamiko Kim. “An Introduction of Japanese Tourism Initiatives During the Pandemic”. JITTI Journal, November 2020 (Yaponiyada “Go To Travel” ichki turizm dasturi tahlili).

9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentyabr PF-158-son “O‘zbekiston – 2030” Strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni https://lex.uz/ru/docs/-6600413 .

10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 30 aprel PQ-232-son “Ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori https://lex.uz/uz/docs/-5991928

11. Rustamovich D. B. Financing Domestic Tourists And Export Of Tourism Services //Fan, ta’lim, madaniyat va innovatsiya. – 2023. – T. 2. – S. 35-37.

12. Очилова, Хилола Фармоновна, Мухаммадсидик Амонбоев, and Бурхон Рустамович Дехконов. "Развитие внутреннего туризма для восстановления отрасли после пандемии." Заметки ученого 12 (2020): 242-247.

XALQARO RAQOBATBARDOSHLIKNING ILMIY NAZARIY ASOSLARI

Mallaboev Anvarjon Sotvoldievich
Andijon davlat texnika instituti,
“Iqtisodiyot” kafedrasi,
katta o‘qituvchi, i.f.f.d. (PhD)
E-mail: mallaboyev.anvarjon.@.gmail.com

Annotatsiya

Maqolada xalqaro raqobatbardoshlikning iqtisodiyotdagi tutgan o‘rni va ahamiyati, raqobatbardoshlik va xalqaro raqobatbardoshlik kategoriyalarining ayrim ilmiy nazariy jihatlari tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: globallashuv, raqobat, raqobatbardoshlik, liberallashuv, xalqaro iqtisodiy integratsiya, mehnat unumdorligi, aholi turmush farovonligi.

Аннотация

В статье анализируются роль и значение международной конкурентоспособности в экономике, а также некоторые научно-теоретические аспекты и категории международной конкурентоспособности.

Ключевые слова: глобализация, конкуренция, конкурентоспособность, либерализация, международная экономическая интеграция, производительность труда, уровень благосостояния населения.

Abstract

The article analyzes the role and importance of international competitiveness in the economy, as well as some theoretical aspects of competitiveness and the categories of international competitiveness.

Keywords: globalization, competition, competitiveness, liberalization, international economic integration, labor productivity, well-being of the population.

KIRISH

Globallashuv jarayonlari jadallik bilan borayotgan hozirgi sharoitda jahon iqtisodiyotida raqobatning kuchayib borishi mamlakatlar uchun eng muhim hodisa hisoblanadi. Jahon mamlakatlari, iqtisodiy taraqqiyotning qaysi modelini tanlamasin, mamlakat iqtisodiyotining jahon xo‘jaligidagi mavqeyi va tutgan o‘rni, uning xalqaro raqobatbardoshlik darajasi bilan belgilanadi. Har qanday mamlakatda aholi turmush darajasini oshirishning asosiy omili xalqaro raqobatbardoshlikni oshirish va uning barqarorligini ta’minlashdan iboratdir.

Hozirgi kunga kelib, Yangi O‘zbekistonning jahon mamlakatlari bilan iqtisodiy integratsiya jarayonlari tobora kuchayib bormoqda. “O‘zbekiston-2030” strategiyasining ustuvor maqsadlaridan biri sifatida milliy iqtisodiyotning eksport salohiyatini kuchaytirish va uning tarkibida qo‘shilgan qiymati yuqori bo‘lgan mahsulotlar ulushini keskin oshirish belgilangan. Ushbu yo‘nalishda eksport hajmini 2 barobar oshirish va 45 milliard dollarga etkazish, eksportchi korxonalar sonini 6,5 mingtadan 15 mingtaga etkazish, eksport tarkibida tayyor va yarim tayyor mahsulotlar hajmini 3,3 barobar ko‘paytirish, Yevropa davlatlariga GSP+ va boshqa tizimlari doirasida tayyor va texnologik mahsulotlar eksportini kengaytirish, dunyoning 50 ta

nufuzli brendlari bilan maxsus iqtisodiy zonalarni tashkil qilish, “Yangi O‘zbekiston — raqobatbardosh mahsulotlar yurti” g‘oyasi asosida milliy brendlarni xorijiy bozorlarga olib chiqadigan eksportchilarni har tomonlama qo‘llab-quvvatlash asosiy vazifalar qatorida ko‘rsatilgan. [1]

Milliy iqtisodiyotda barqaror iqtisodiy o‘sishga erishish, aholi turmush farovonligini yaxshilash kabi maqsadlarni amalga oshirish xalqaro raqobatbardoshlik masalalarini ilmiy-nazariy jihatdan tadqiq etishni talab etadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Ilmiy adabiyotlar tahlili xalqaro raqobatbardoshlik tushunchasi ko‘plab nazariy maktablar va iqtisodchi olimlar tomonidan atroflicha o‘rganilganligini ko‘rsatadi.

Xalqaro raqobatbardoshlik klassik yondashuvlar nuqtai nazaridan xalqaro savdo nazariyalari orqali izohlanadi. Xalqaro savdo nazariyalarining asoschisi A.Smit, o‘zining 1776 yilda yozilgan "Xalqlar boyligi va tabiati " asarida “Mutlaq ustunlik nazariyasi”ni ilgari suradi. Ushbu nazariyada savdoni liberallashtirish va xalqaro ixtisoslashuv mamlakatlar farovonligini oshirishi ta’kidlanadi. [2]

D.Rikardoning “Qiyosiy ustunlik nazariyasi”ga ko‘ra esa, mamlakatlar boshqa mamlakatlarga nisbatan nisbiy ravishda arzonroq ishlab chiqaradigan tovarlarga ixtisoslashishi va ushbu tovarlarni eksport qilishlari kerak. Nisbiy ravishda qimmatroq ishlab chiqaradigan tovarlarni esa import qilishlari kerak. Bu o‘z navbatida mamlakat farovonligi va ayni vaqtda jahon farovonligi uchun ham foyda keltiradi.[3]

M. Porter ko‘p yillar davomidagi o‘zining empirik va institutsional tadqiqotlarini bosqichma-bosqich rivojlantirdi va o‘z tadqiqotlarini "Millatlarning raqobatbardosh ustunligi" nomi bilan nashr ettirdi. U fanga “qiyosiy ustunlik” o‘rniga “raqobatbardosh ustunlik” tushunchasini kiritdi va raqobatbardoshlik faqat arzon ishchi kuchi va xom ashyo bilangina emas, balki innovatsiya, texnologiya, talabning rivojlanganligi va milliy tarmoqlarning samaradorligi bilan ta’minlanishini ilgari surdi. [4]

Raqobat va raqobatbardoshlikni oshirish masalalari yuzasidan milliy tadqiqotchilarimiz tomonidan bir qator ilmiy izlanishlar olib borilgan.

Iqtisodchi olim D.Tojiboeva milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligi va uning nazariy konseptual asoslarini o‘rgangan. Milliy iqtisodiyotda raqobatbardoshlikning tutgan o‘rni, raqobat va raqobatbardoshlik kategoriyalarining mazmun mohiyati, umumiy jihatlari va farqlari, raqobatbardoshlikning tasniflanishiga oid ilmiy tadqiqotlar olib borgan. [5]

Iqtisodchi olim M.T.Yaxshieva hozirgi zamon raqobat nazariyalari, O‘zbekiston iqtisodiyotida raqobat muhitining shakllantirishning strategik maqsadlari va jahon bozoridagi raqobat usullaridan foydalanish mexanizmlarini tadqiq etgan. Raqobatga oid turli nazariyalar, konsepsiyalar, strategiyalar va modellar tahlil va sintez qilinib, ular asosida milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning konseptual asoslari ishlab chiqilgan [6]

Boshqa bir iqtisodchi olim S.I.Holbaev raqobat nazariyalari tadrijiy rivojlanishining iqtisodiyot raqobatbardoshligini ta’minlashdagi ahamiyati yuzasidan ilmiy izlanishlar olib borgan. Raqobat nazariyalarining tarixiy rivojlanish xususiyatlari

tadqiq etilib, raqobat muhitini yaxshilash yuzasidan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan. [7]

METODOLOGIYA

Tadqiqot jarayonida nazariy manbalarni o‘rganish, statistik tahlil qilish, taqqoslama tahlil, guruhlash usullardan samarali foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Jahondagi globallashuv jarayonlarining ajralmas elementi sifatida paydo bo‘lgan raqobat, texnologik innovatsiyalar, milliy va xalqaro narxlar, valyuta kurslari va mehnat unumdorligi kabi ko‘plab iqtisodiy omillarni harakatga keltiruvchi kuch sifatida namoyon bo‘lmoqda. Asrimizda sodir bo‘layotgan ijtimoiy, madaniy, iqtisodiy va texnologik transformatsiyalashuv jarayonlari, raqobatning shakli va miqyosini keskin o‘zgartirdi. Hozirgi kunga kelib, firmalarning muvaffaqiyat mezonlari iste’molchilarning cheksiz talablarini iqtisodiy jihatdan qondirish qobiliyati bilan belgilanmoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari jadal rivojlanib borayotgan XXI asrda firmalar axborotni qayta ishlash va baholash imkoniyatlariga katta ahamiyat berib, raqobatbardoshlik jihatidan sezilarli yutuqlarga erishmoqdalar.

Raqobat iqtisodiy samaradorlikni ta’minlashning zarur shartlaridan biridir. Iqtisodiy samaradorlik — kamyob resurslardan maksimal foyda olishni ta’minlaydigan shaklda foydalanishni bildiradi. Raqobat ishlab chiqarishda, resurslar taqsimotida va innovatsiyalarda samaradorlikni ta’minlaydi. Iqtisodiy farovonlikni ta’minlash orqali iqtisodiy kuchning yagona qo‘lda to‘planishining oldini oladi. Raqobat demokratik faollikni va plyuralizmni oshirganligi sababli bozor iqtisodiyotida strategik ahamiyatga egadir. Raqobat muayyan shartlar bajarilgan taqdirda samarali shaklda ishlaydi va turli vazifalarni bajaradi.

Konseptual nuqtai nazardan ilmiy adabiyotlar tahlili raqobatbardoshlik tushunchasiga ta’rif berishda turli xildagi yondashuvlar mavjud ekanligini ko‘rsatadi. (1-jadval)

Tadqiqotchilar va olimlarning raqobatbardoshlikka ko‘p qirrali va turli nuqtai nazarlardan yondashuvlari ushbu tushunchaning ilmiy adabiyotlarda doimiy ravishda bahs va munozaralar markazida bo‘lishiga va muammoning har doimo kun tartibida saqlanib qolishiga olib kelmoqda.

Jahon Iqtisodiy Forumining bu boradagi tadqiqotlariga ko‘ra, raqobatbardoshlik tadbirkorlarning mahsulot va xizmatlar dizayni, ishlab chiqarish va narx siyosati orqali raqobatchilarga nisbatan ustunlik yarata olish mezonlariga asoslanadi. Har qanday mamlakatda mehnat unumdorligiga ta’sir qiluvchi omillar, olib borilgan iqtisodiy siyosat va institutsional tuzilmalarning samarali faoliyati milliy raqobatbardoshlik darajasini belgilab beradi. [8]

Xalqaro Menejmentni Rivojlantirish Instituti esa raqobatbardoshlikni iqtisodiy ko‘rsatkichlar, biznes muhiti, davlat sektori va mamlakat infratuzilmasi bilan bog‘liq ekanligini va ushbu o‘zgaruvchilardagi yaxshi tomonga o‘zgarishning umumiy raqobatbardoshlikka ijobiy ta’sir ko‘rsatishi ilgari suradi. [9]

Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti ta’rifiga ko‘ra, agar mamlakatda erkin bozor sharoitida tovar va xizmatlar ishlab chiqarishga erishilayotgan bo‘lsa va amalga oshirilgan ishlab chiqarish natijasida aholi farovonligida yaxshi tomonga o‘zgarish mavjud bo‘lsa, mamlakat xalqaro raqobatbardoshlikka ega bo‘ladi. Xalqaro raqobatbardoshlik- bu firmalar, tarmoqlar, mintaqalar, mamlakatlar va boshqa iqtisodiy subyektlarning barqaror shaklda ishlab chiqarish omillari daromadini va bandlik darajasini oshirib borishi sifatida ifodalanadi. [10]

D.Tojiboeva fikricha, “Raqobatbardoshlik — ma’lum bir obyekt yoki subyektning o‘ziga o‘xshashlar orasida muayyan sharoitlarda raqiblardan ustun turish imkoniyati, raqiblarning har qanday bosim o‘tkazishiga dosh berish, ulardan ko‘ra afzallikka ega bo‘lishdir”. [5]

M.T.Yaxshieva tomonidan “Raqobatbardoshlik — bu odatda tovar ishlab chiqaruvchilarning minimal foydalilikni ta’minlovchi narxda tashqi bozorda sotish uchun ishlab chiqarishga bo‘lgan qobiliyati hisoblanadi.” deb ta’rif berilgan [6]

S.I.Holboevga ko‘ra esa “Mamlakat raqobatbardoshligi deganda jahon bozorlarida raqobatlasha oladigan tovar va xizmatlar ishlab chiqaradigan va buning natijasida yalpi ichki mahsulotning barqaror o‘sish darajasini hamda aholi farovonligining oshishini ta’minlovchi resurslarini jamg‘aradigan mamlakat iqtisodiyotini tushunish kerak”. [7]

1-jadval

Xorijiy olimlar va tashkilotlar tomonidan raqobatbardoshlik tushunchasiga berilgan ta’riflar. [11]

Raqobatbardoshlik tushunchasiga berilgan ta’riflar	**Ta’rif Mualliflari**
Raqobatbardoshlik mamlakatda aholi jon boshiga YaIM hajmining yuqori darajasiga erishish va uning barqarorligini ta’minlash qobiliyatidir.	World Economic Forum,Global Competitiveness Report, 1996, pg.19.
Raqobatbardoshlik mutlaq emas nisbiy tushunchadir. Raqobatbardoshlik muhitga va ishtirokchilarga ko‘ra o‘zgaruvchan jarayondir. Ushbu jarayon raqobatchilar va iste’molchilarning kutishlariga, moliyaviy kuchga, tezkor qarorlar qabul qilish va ularni amalga oshirish qobiliyatiga, inson resurslari va texnologiyaga bog‘liqdir. Agar ushbu elementlar o‘rtasida uyg‘unlikka erishilsa va ular o‘rtasidagi ziddiyat yaxshi boshqarilsa raqobatbardoshlik doimiy bo‘lishi mumkin.	Feurer, R. and Chaharbaghi,K., “Management Decision”,1994, Vol.32,No.2,pp. 49
Milliy raqobatbardoshlik har qanday mamlakatning xalqaro savdoda yangi mahsulotlarni yaratish, ishlab chiqarish, tarqatish yoki taqdim etish qobiliyatidir.	Scott,B.R.and Lodge,G.C., “US Competitiveness in the World Economy”, 1985, pg.3.

Raqobatbardoshlik tushunchasiga berilgan ta’riflar	Ta’rif Mualliflari
Raqobatbardoshlikning ikkita muhim unsuri mavjuddir: birinchisi, maqsadga erishishda mavjud resurslardan eng samarali shaklda foydalanish; ikkinchisi, maqsadni to‘g‘ri tanlash va ushbu maqsadlarga erishish qobiliyatidir.	Buckley, P.J. Etal, “Measuresof International Competitiveness:A Critical Survey”, Journal of Marketing Management,1988.
Raqobatbardoshlik samaradorlik va rentabellik unsurlarini ifodalaydi. Raqobatdoshlik mohiyatiga ko‘ra, mo‘ljallangan maqsadlarga erishish uchun turmush darajasini oshirish va ijtimoiy farovonlikni yaxshilash vositasidir. Raqobatbardoshlik global miqyosda, xalqaro ixtisoslashuv sharoitida samaradorlik va rentabellikni ta’minlash orqali aholi daromadlarini noinflyatsion yo‘l bilan oshirishga asoslanadi.	Competitiveness Advisory Group, (Ciampi Group), “Enhancing European Competitiveness”. First report to the President of the Commission, the Prime Ministers and the Head sof State,June 1995.
Raqobatbardoshlikning asosiy ma’nosi, aholi turmush darajasini oshirish, ishsizlarni ish bilan ta’minlash va qashshoqlikni bartaraf etishdan iborat bo‘lishi kerak.	Competitiveness Advisory Group, (Ciampi Group), “Enhancing European Competitiveness”.Second report to the President of the Commission, the Prime Ministers and the Heads of State, December 1995.
Raqobatbardoshlik erkin savdo va adolatli bozor sharoitida, mamlakatning xalqaro bozor standartlariga mos ravishda tovar va xizmatlar ishlab chiqarishi va shu bilan birga uzoq muddatli istiqbolda o‘z fuqarolarining real daromadlarini oshirishga e’tibor qaratishidir.	OECD.
Raqobatbardoshlik, bu firmaning yoki tarmoqning raqobatchilari bilan o‘zaro kurashi natijasida kelib chiqadigan qiyinchiliklarni yengib o‘tish qobiliyatidir.	US Department of Energy.
Uzoq muddatli istiqbolda aholining turmush darajasini oshirish va barqarorligini ta’minlash orqali, xalqaro bozor talablariga mos ravishda tovar va xizmatlar ishlab chiqarish qobiliyatidir.	The First Report to the President and Congress, 1992. US Competitiveness Policy Council.
Agar firma mahalliy va xalqaro raqobatchilariga nisbatan sifatliroq va arzonroq tovar va xizmatlar ishlab chiqarsa u raqobatbardosh hisoblanadi. Raqobatbardoshlik – bu firmaning uzoq muddatli foyda ko‘rish, ishchilariga	Report of the Select Committee of the House of Lords on Over seas Trade, 1985.

Raqobatbardoshlik tushunchasiga berilgan ta’riflar	Ta’rif Mualliflari
maoshlarini to‘lash va hissadorlariga yuqori daromad keltirish salohiyatidir.	
Firma darajasida raqobatbardoshlik, firmaning iste’molchi talablariga mos va iste’mol qiymati yuqori bo‘lgan tovar va xizmatlarni, raqobatchilari kabi doimiy ravishda yetkazib berish qobiliyatidir.	Department of Enterprise,Trade and Employment, UK.

M.Porterning fikricha, har qanday mamlakatning xalqaro raqobatbardoshlik ko‘rsatkichi mavjud resurslaridan samarali foydalanish bilan bog‘liqdir. Mamlakatlar yuqori mehnat unumdorligi bilan faoliyat ko‘rsatishlari uchun, mamlakatga kapital uchun yuqori daromad va mehnat uchun yuqori ish haqi to‘lay oladigan yirik miqdordagi investitsiyalarni jalb qilishlari kerak bo‘ladi. Ushbu vaziyatni barqaror qilish esa mamlakatlarning raqobatbardoshligini oshiradi. [4]

K. Aigingerga ko‘ra, raqobatbardoshlik milliy farovonlikni oshirish demakdir. Shu nuqtai nazardan, mehnat unumdorligi, ilmiy-tadqiqot ishlari va bunga bog‘liq ravishda yuqori texnologiyali tovarlar ishlab chiqarish va eksport qilish, tashqi savdo profitsiti, o‘z sohasining yetuk mutaxassislari va malakali kadrlar aholi turmush farovonligi ortishini ta’minlashda katta ahamiyatga egadir. [12]

B.Kogut mamlakat miqyosidagi umummilliy tarmoqqa ega bo‘lgan institutsional tuzilmalar mamlakatning raqobatbardoshligi va texnologik infratuzilmasiga sezilarli ta’sir ko‘rsatishini ta’kidlaydi. Institutsional tuzilmalar faol bo‘lgan muhitda texnologiya va axborot tarqalishi yuqori darajada bo‘lib, bu esa o‘z navbatida iqtisodiy rivojlanish va tarkibiy o‘zgarishlarni qo‘llab-quvvatlashi ilgari suriladi. Kogutning fikricha, raqobatbardoshlikdagi o‘zgarishlarni faqat texnologik va institutsional o‘zgarishlar bilan izohlash mumkin. Milliy raqobatbardoshlik darajasini belgilovchi asosiy omillar: tashqi savdoning tarkibiy tuzilishi, to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar miqdori va kapital kirib kelgan tarmoqlar tarkibidir.[13]

Ko‘plab iqtisodchi olimlar raqobatbardoshlik tushunchasini iqtisodiyotning barcha bo‘g‘inlarida qo‘llash mumkinligini ilgari surishadi. Biroq P.Krugman raqobatbardoshlik tushunchasini faqatgina firma darajasida qo‘llash mumkinligini, ushbu tushunchani mamlakat darajasida qo‘llanilishi mantiqiy hisoblanmasligi, agar mamlakat darajasida qo‘llanilsa, mehnat unumdorligi tushunchasi bilan bir xil ma’noga ega bo‘lishini ta’kidlaydi. Krugmanga ko‘ra, firmalardan farqli o‘laroq, mamlakatlar o‘zlari ishlab chiqargan tovar va xizmatlarning katta qismini mamlakat ichkarisida iste’mol qilganliklari sababli, mamlakatning ko‘pgina segmentlar uchun ularning xalqaro raqobatbardoshlikka ega bo‘lishlari unchalik muhim emas. [14]

Har qanday mamlakatning farovonligi uning raqobatbardoshligiga bog‘liqdir. Raqobatbardoshlikning asosida esa tovar va xizmatlar ishlab chiqarishdagi mehnat unumdorligi yotadi. Mehnat unumdorligini oshirish uchun barqaror va samarali makroiqtisodiy siyosat bilan birga huquqiy institutlar zarurdir. Bundan tashqari,

mikroiqtisodiy nuqtai nazardan, firmalarning ko‘p qirrali faoliyat yuritishi, samarali strategiyalarni ishlab chiqishi va amalga oshirishida firmalar o‘rtasida shiddatli raqobatni yuzaga chiqaruvchi mikro-biznes muhitining sifati muhim o‘rin tutadi. Shu nuqtai nazardan, mikroiqtisodiy subyektlarning raqobatbardoshligini anglash milliy iqtisodiy siyosatning ham asosidir. [15]

Raqobatbardoshlik tushunchasi uni aniqlashda foydalanilgan mezon va ko‘rsatkichlarga, unga ta’sir ko‘rsatuvchi omillarga, hududi va miqyosiga ko‘ra turlicha ta’riflanganligini ko‘rish mumkin. Raqobatbardoshlik tushunchasi hududiy jihatdan firma, tarmoq, mamlakat yoki xalqaro miqyosidagi, raqobatbardoshlikni aniqlash ko‘rsatkichlari va yondashuv shakliga ko‘ra mikro yoki makro darajadagi raqobatbardoshlik sifatida ifodalanadi.

Umuman olganda fikrimizcha, raqobatbardoshlik – bu shaxs, firma, tarmoq yoki mamlakatning mavjud resurslar va imkoniyatlardan samarali foydalangan holda raqobatchilarga nisbatan yuqori qo‘shimcha qiymat yaratish va ushbu qiymatning barqarorligini ta’minlash va o‘zgaruvchan bozor sharoitlariga tezlik bilan moslashish qobiliyatidir.

Raqobatbardoshlik raqobat sharoitida o‘z mavqeyini saqlab qolish qobiliyati hisoblanib, erkin bozor tizimining samarali faoliyat yuritishida muhim o‘rinni egallaydi. Raqobatbardoshlikni firmalar, tarmoqlar, mintaqalar, mamlakatlar yoki iqtisodiy ittifoqlarning xalqaro raqobatda nisbiy jihatdan yuqori daromad va bandlik darajasidagi ishlab chiqarish quvvati sifatida ta’riflash mumkin. Boshqacha qilib aytganda, xalqaro raqobatbardoshlik, bir mamlakat tomonidan ishlab chiqarilgan tovarlarning boshqa mamlakatlarning tovarlari bilan narx, sifat, dizayn, ishonchlilik va o‘z vaqtida etkazib berish kabi mezonlar bo‘yicha musobaqalashish darajasiga ega bo‘lishidir.

Ko‘rinib turganidek, xalqaro raqobatbardoshlikning ta’rifi, ko‘rsatkichlari va unga ta’sir etuvchi omillar haqida umumiy qabul qilingan yondashuvlar mavjud emas. Xalqaro raqobatbardoshlik yuzasidan keltirilgan yondashuvlarni asosan ikkita bir-biridan farqli guruhlarga ajratish maqsadga muvofiq : birinchisi mikro darajadagi yondashuv (firma va tarmoq darajasidagi) va ikkinchisi makro darajadagi (mamlakat darajasidagi) yondashuvlardir. Mikro darajadagi yondashuv mamlakatdagi firmalar o‘rtasidagi raqobat va ushbu raqobatning milliy va xalqaro maydondagi ta’sirini o‘rgansa, makro yondashuv mamlakatning xalqaro miqyosdagi raqobat darajasini o‘rganadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqoridagi barcha jihatlarni e’tiborga olgan holda, mamlakatda aholi turmush darajasining uzoq muddatli o‘sishi raqobatbardoshlik ortishining muhim ko‘rsatkichi sifatida qabul qilinadi. Raqobatbardoshlikni asosiy ko‘rsatkichi sifatida qabul qilingan mehnat unumdorligining: inflyatsiya, davlat qarzi, valyuta kursi va foiz stavkasi kabi makroiqtisodiy o‘zgaruvchilarga, shu bilan birga mehnat resurslari, aholi demografik tarkibi, ta’lim, tadbirkorlik darajasi, innovatsiyalar, xalqaro savdo balansi, to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar, tashqi dunyoga ochiqlik darajasi, milliy jamg‘arma va ichki investitsiyalar, mehnat bozorini tashkil etish, institutsional tuzilmalar va

infratuzilma uchun investitsiyalar kabi omillarga bog‘liq ekanligini xulosa qilish mumkin. Mehnat unumdorligiga ta’sir etuvchi omillarning xilma xilligi raqobatbardoshlik tushunchasiga murakkab va chuqur mazmun beradi va bu muammoni yanada yaxlit yondashuv bilan hal qilinishini talab qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining.2023-yil 11-sentyabr PF-158-son “O‘zbekiston-2030 strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni https://lex.uz/docs/-6600413
2. S.Ü.Kelleci. Avrupa birliğine giriş sürecinde Türkiye’nin rekabet gücü:karşılaştırmalı üstünlükler modeline göre sektörel bir analiz. T.C. Adnan Menderes Üniversitesi. Aydın 2009. 12-13 ss
3. H.Seyidoğlu. (2005). Uluslararası iktisat teori politika ve uygulama, Güzem yayınları: İstanbul.
4. M.E.Porter (2000). Rekabet stratejisi, (Çev:Gülen Ulubilgen), Sistem Yayıncılık: İstanbul.
5. D.Tojiboeva. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligi va uning nazariy konseptual asoslari. Iqtisod va moliya. 2023,8(168). 2-10 b.
6. M.T.Yaxshieva. Hozirgi zamon raqobat nazariyasi:O‘quv qo‘llanma.-T:TDIU,2019. 55-56 b.
7. S.I.Holbaev. Raqobat nazariyalari tadrijiy rivojlanishining iqtisodiyot raqobatbardoshligini ta’minlashdagi ahamiyati. Moliya va bank ishi jurnali. 2 (2022), 16-23 b.
8. Aktan, C. C.ve Vural, İ. (2004). “Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri” TİSK Yayını Rekabet Dizisi, 2, Ankara.
9. IMD, World Competitiveness Yearbook 2014. Institute for Management Development Geneva and Lausanne.
10. OECD, (1996). “Globalisation and Competitiveness: Relevant Indicators”. STI Working Papers 1996/5.
11. Garelli Stephane, “Competitiveness of Nations: The Fundamentals”, IMD World Competitiveness Yearbook 2006, pp: 616-617, 2006
12. Aiginger, K. (2006). “Competitiveness: From a Dangerous Obsession to a Welfare Creating Ability with Positive Externaties”. Journal of Industry, Competitionand Trade, 6, 161-177.
13. Kogut, B. M. (1993). Country Competitiveness: Technology and The Organizing of Work, Oxford: Oxford University Press
14. Krugman, P. (1994). “Competitiveness: A Dangereous Obsession”. Foreign Affairs, March/April, Vol.73., No.2, 28-44.
15. Z.Ç. Yurttançıkmaz. Seçilmiş ülkelerde rekabet gücünün belirleyicileri ve büyüme ilişkileri. Doktora tezi. Erzurum 2014. 260 s

MAHALLIY BUDJET DAROMADLARINI SHAKLLANTIRISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI

Sharopov Dilshodjon Raxmatullayevich
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya

Maqolada hududlarda mahalliy byudjet daromadlarini shakllantirishning ilmiy-nazariy asoslari, mahalliy byudjetlar daromad bazasini kengaytirish, soliq qonunchiligiga rioya etish va samaradorlikni oshirish masalalari yoritilgan.

Kalit so‘zlar: mahalliy byudjetlar, daromad bazasini kengaytirish, byudjet, rag‘batlantirish, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, mahalliy soliqlar.

Аннотация

В статье рассматриваются научно-теоретические основы формирования доходов местных бюджетов в регионах, расширение доходной базы местных бюджетов, соблюдение налогового законодательства и повышение эффективности.

Ключевые слова: местные бюджеты, расширение доходной базы, бюджет, стимулирование, социально-экономическое развитие, местные налоги.

Abstract

The article discusses the scientific and theoretical foundations of forming local budget revenues in the regions, expanding the revenue base of local budgets, complying with tax legislation, and improving efficiency.

Keywords: local budgets, expanding the revenue base, budget, incentivization, socio-economic development, local taxes.

KIRISH

Globallashuv sharoitida jamiyatning iqtisodiy-ijtimoiy jihatdan rivojlanishi bevosita davlat tomonidan bozor iqtisodiyotini boshqarish yo‘nalishlariga chambarchas bog‘liqdir. Bu jarayonda davlat boshqaruvining muvaffaqiyatli kechishi tanlangan boshqaruv usullari, vositalari, iqtisodiyotning ichki imkoniyatlari va uning o‘ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib belgilanadi. Bu esa o‘z navbatida iqtisodiyotda yangi moliyaviy munosabatlarni shakllantirishni, shuningdek, davlat tomonidan iqtisodiyotni boshqarishning iqtisodiy, ma’muriy, tashkiliy va ijtimoiy-psixologik usullarini takomillashtirishni taqozo etadi. Iqtisodiy usullarning asosini esa byudjet-soliq siyosati tashkil etadi.

Shuni alohida ta’kidlash joizki, soliq iqtisodiyotni tartibga solishning eng muhim moliyaviy vositasi bo‘lib, uning davlat byudjeti daromadlarini shakllantirishdagi o‘rni, tarkibiy tuzilishi, bevosita va bilvosita soliqqa tortish tamoyillari, soliq imtiyozlari tarkibi va ulardan foydalanish darajasi, shuningdek, jismoniy va yuridik shaxslar zimmasidagi soliq yuki darajasining turlicha bo‘lishi davlatning iqtisodiy tuzumi, iqtisodiy-siyosiy rivojlanish darajasi, ishlab chiqarish va mulkchilik munosabatlari holatining turlicha bo‘lishi bilan belgilanadi.

Respublikamizda 2020-yil 1-yanvardan boshlab O‘zbekiston Respublikasi Oliy

Majlisi va xalq deputatlari mahalliy kengashlarining byudjet sohasidagi vakolatlarini kengaytirish, byudjet mablag‘larini taqsimlovchilarning mas’uliyatini oshirish, mahalliy byudjet daromadlarini shakllantirish va mablag‘lardan foydalanishda mahalliy davlat hokimiyati organlarining erkinligini ta’minlashga qaratilgan yangi byudjet tizimi joriy etildi. Ilk bor “2020-yil uchun O‘zbekiston Respublikasining Davlat byudjeti to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuni bilan mahalliy byudjet xarajatlari xalq deputatlari mahalliy kengashlari tomonidan tasdiqlanishi belgilandi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Xorijiy iqtisodchi olim J. Stiglitz mahalliy moliyaviy resurslarni shakllantirish nazariy asoslarini fiskal federalizm doirasida tahlil qilgan. Uning fikricha, davlat moliya tizimida daromad manbalarini turli darajadagi hokimiyat organlari o‘rtasida oqilona taqsimlash zarur. Agar vakolatlar va moliyaviy resurslar o‘rtasida nomutanosiblik mavjud bo‘lsa, bu hududiy organlarning samarali faoliyat yuritishiga to‘sqinlik qiladi [4].

R. Musgrave davlat moliyasiga oid nazariyalarida byudjet daromadlari taqsimotini “uchlik funksiyasi” (allocation, distribution, stabilization) nuqtai nazaridan baholagan. Unga ko‘ra, mahalliy byudjetlar resurslarni taqsimlashda va ijtimoiy tengsizlikni yumshatishda muhim ahamiyat kasb etadi. Musgrave fikricha, agar hududlarga o‘z daromadlarini shakllantirish imkoniyati keng berilsa, ular mahalliy ehtiyojlarga mos ravishda samarali iqtisodiy siyosat olib borishi mumkin [5].

Mahalliy byudjet daromadlarini shakllantirish masalasida Sh. Shodmonov va X. Abdukarimov transferlarning o‘rni va ahamiyatini alohida ta’kidlagan. Ularning fikricha, davlat byudjeti orqali amalga oshiriladigan moliyaviy yordam, ya’ni turli shakldagi transferlar hududlar moliyaviy imkoniyatlarini tenglashtirish va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishdagi tafovutlarni kamaytirishda muhim vosita hisoblanadi [6].

Iqtisodchi olima N.I. Primovaning fikricha, mahalliy byudjet xarajatlari mutanosibligi mazkur xarajat turlarini amalga oshirishdagi ustuvorlik qanchalik yuqori yoki quyi ekanligini anglatadi. U ushbu kategoriyadan mahalliy byudjetlar ijrosini boshqarishda foydalanish maqsadga muvofiqligini ta’kidlab o‘tgan [7].

TAHLIL VA NATIJALAR

Umumdavlat pul mablag‘larini byudjet bo‘g‘inlari o‘rtasida taqsimlashning asosini mahalliy byudjet mustaqilligi, ularning davlat tomonidan moliyaviy qo‘llab-quvvatlanishi va daromadlarini hududiy manbalar hisobiga shakllantirish tamoyillari tashkil etadi.

Ushbu tamoyillardan kelib chiqqan holda, mahalliy byudjetning daromadlari o‘z daromadlari va boshqariladigan manbalar hisobidan shakllanadi. O‘z daromadlari yoki biriktirilgan daromadlar to‘liq yoki qat’iy belgilangan ulushda bevosita mahalliy byudjetga tushadigan mablag‘lardan iborat. O‘z daromadlarining asosini mahalliy soliq va yig‘imlar tashkil etadi.

O‘zbekiston Respublikasining mahalliy byudjeti tomonidan xarajatlarni amalga oshirish uchun tegishli daromadlarga ega bo‘lishi shart. Shuning uchun mahalliy byudjet daromadlarining shakllanish holati va ushbu jarayondagi daromad manbalarini

ko‘rib chiqishda, avvalo, daromadlarning shakllanishiga e’tibor qaratish lozim. Shunga muvofiq, mahalliy byudjet daromadlari o‘z daromadlari (mahalliy soliq va yig‘imlar) va yuqori byudjetdan ajratiladigan mablag‘lar (transferlar) hisobidan shakllanadi. Mahalliy byudjetning birinchi daromad manbai bo‘lib mahalliy soliq va yig‘imlar hisoblanadi. Bu daromad turlari qonunchilikka muvofiq mahalliy byudjetga to‘liq biriktirilgan manba hisoblanadi.

Mahalliy soliq mahalliy byudjet tarkibida asosiy moliyaviy manba sifatida qaralsa-da, bu soliq mahalliy byudjetga biriktirilgan xarajatlarni moliyalashtirishda yetarli manba bo‘la olmaydi. Byudjet parametrlarini belgilash vaqtida umumdavlat solig‘idan ajratmalar belgilanadi. Bu jarayon har yili byudjet parametrlarini tasdiqlash chog‘ida ishlab chiqiladi va Prezident qaroriga muvofiq belgilanadi hamda tasdiqlanadi. Umumdavlat solig‘idan ajratmalar ulushi har yili mahalliy byudjetning o‘z daromadlari tushumi hamda ular tomonidan amalga oshiriladigan xarajatlar hajmiga qarab o‘zgartirib boriladi. Umumdavlat solig‘ining muhim xususiyati shundaki, respublika byudjetiga tushadigan soliqdan mahalliy byudjetni boshqarish uchun ajratma sifatida mablag‘ tushishi mumkin. Agar kelgusi yilda mahalliy byudjetning o‘z daromad manbalari (soliqlari) ko‘payib qolsa, umumdavlat solig‘idan ajratma berishning hojati qolmaydi.

Respublikada o‘tgan yillar davomida soliq ma’murchiligini yanada rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi dasturi ishlab chiqildi. Shu asosda Prezidentimizning 2018-yil 29-iyundagi “O‘zbekiston Respublikasining soliq siyosatini takomillashtirish konsepsiyasi to‘g‘risida”gi PF-5468-son Farmoni qabul qilindi. Ushbu konsepsiyaning eng muhim jihati shundaki, unga muvofiq, Harakatlar strategiyasida belgilangan soliq yukini kamaytirish va soliq ma’murchiligini takomillashtirish vazifalarini to‘laqonli amalga oshirish maqsadida mamlakatimizda soliq tizimini isloh qilish, ya’ni modernizatsiyalash, konsepsiyani ishlab chiqish va qabul qilish ayni muddao bo‘ldi, desak mubolag‘a bo‘lmaydi.

Umumdavlat va mahalliy soliqlar yagona mohiyatga ega bo‘lib, byudjetga to‘lanishi lozim bo‘lgan majburiy to‘lovdir. Shu bilan birga, umumdavlat solig‘ining ayrim turlarini mahalliy byudjetni to‘ldirish manbai sifatida mahalliy byudjet ixtiyorida qoldirish maqsadga muvofiqdir.

O‘zbekiston Respublikasining Byudjet kodeksining 7-moddasida byudjet tizimining asosiy prinsiplari belgilangan bo‘lib, unga muvofiq, byudjetni shakllantirishda byudjet tizimining balansliligi va o‘zaro bog‘liqligini ta’minlash shart. Respublika byudjetidan transfert mablag‘lar Qoraqalpog‘iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahar byudjetiga tasdiqlangan Davlat byudjeti doirasida ajratiladi. Qoraqalpog‘iston Respublikasi byudjeti, viloyatlar va Toshkent shahar byudjetidan esa byudjet subsidiyalari tumanlar va shaharlar byudjetiga tasdiqlangan byudjet doirasida ajratiladi.

Mahalliy byudjetning bu daromad turi o‘ziga xos xususiyatlarga ega. Yuqori byudjetdan ajratiladigan subvensiya va subsidiyalar boshqa daromad turlaridan farq qilib, ular yil boshida tasdiqlangan reja miqdorida olinadi, ya’ni bu daromad turlariga yil davomida o‘zgartirish kiritilmaydi.

Mahalliy soliqlarning byudjetga to‘liq tushishini ta’minlash ularning zimmasidagi asosiy vazifa hisoblanadi. Respublikamiz iqtisodiyotida davom etayotgan islohotlar davrida soliq iqtisodiy barqarorlikni ta’minlovchi muhim vosita sifatida ularni doimiy isloh qilib borishni talab etadi. Hozirgi kunda aholi daromadlarining salmoqli qismi xususiy sektorda shakllanmoqda. Davlat tomonidan bu daromadlarni boshqarish imkoniyatlari cheklangan, ularni ma’muriy tarzda davlat xarajatlariga yo‘naltirish bozor iqtisodiyoti prinsiplari bilan zid hisoblanadi.

Mahalliy davlat hokimiyati organlarining faoliyatiga bevosita bog‘liq bo‘lgan hamda to‘liq mahalliy byudjet ixtiyorida qoldiriladigan daromad turlari kengaytirildi. 2020-yildan boshlab barcha davlat maqsadli jamg‘armalari va chetdan jalb qilingan tashqi qarz mablag‘lari hisobidan amalga oshirilayotgan davlat xarajatlari konsolidatsiyalashgan davlat byudjetida aks ettirilib, byudjet qamrovi va ochiqligi darajasi kuchaytirildi. Xalqaro standartlarga muvofiq umumiy fiskal balansning hisobini yuritish yo‘lga qo‘yildi. Chunki mahalliy byudjet barqaror daromad bazalariga ega bo‘lsa, ular xizmat qiluvchi mahalliy hududlar doirasida iqtisodiy islohotlarni moliyaviy jihatdan ta’minlashda muammolar bo‘lmaydi hamda mavjud muammolar osonlik bilan hal etiladi.

Demak, mahalliy byudjetning daromadlari quyidagilardan shakllanadi:

- mahalliy soliq, yig‘imlar va bojlar, qonunda ko‘zda tutilgan majburiy to‘lovlar va soliqsiz tushumlarni mahalliy byudjetga yo‘naltirish;
- qonun hujjatlari bilan mustahkamlangan umumdavlat soliqlari, yig‘imlari va bojlar, bulardan tashqari umumdavlat tushumlari va majburiyatlarini mahalliy byudjetga yo‘naltirish;
- davlat pul mablag‘lari va mulklari bo‘yicha qonunlar asosida huquqlarning mahalliy byudjetga o‘tishi;
- yuqori byudjetdan beriladigan transfert, subvensiya va subsidiya mablag‘lari; qaytarib bermaslik sharti bilan xorijiy davlatlardan tushgan pul mablag‘lari hamda qonunlarda ta’qiqlanmagan boshqa daromadlar.

Mahalliy byudjet daromadlarini mustahkamlash borasida mahalliy hukumatning soliq undirish va soliq bazalarini kengaytirishga bo‘lgan qiziqishlarini rag‘batlantirishni takomillashtirish zarur. Hududlarning soliq siyosati va salohiyati, avvalo, tegishli pog‘onali byudjetga real ravishda yo‘naltirilishi mumkin bo‘lgan daromadlarning miqdorini nazarda tutadi. Belgilangan huquqiy tomondan qaralganda, soliq siyosati amaldagi byudjetga undirilishi mumkin bo‘lgan soliq va yig‘imlarning to‘g‘ri hisoblanishi hamda byudjetga undirilishi darajasini ham bildiradi. Umumiy ma’noda esa, bu hududlarning rivojlanish ko‘rsatkichlarini, soliq va yig‘imlar undirilishining imkoniyatlarini hamda hududlarning soliqqa tortiladigan resurslarining jami hajmini ifodalaydi. Ko‘p hollarda soliq siyosati va salohiyati amaldagi qonunchilikka muvofiq hududlarning soliq daromadlarining mahalliy byudjetga tushiriladigan qismi sifatida ham talqin qilinishi mumkin.

Mamlakatimizda hududiy soliq tizimini iqtisodiy taraqqiyot ehtiyojlariga moslashtirish zarur bo‘ladi. Bunda mahalliy byudjet tizimiga oid muammo va masalalarni hal etish lozim (1-jadval).

1-jadval

O‘zbekiston Respublikasi davlat byudjeti va mahalliy byudjet daromadlari va xarajatlarining tarkibi[1]

Ko‘rsatkichlar	Yillar (mlrd.so‘m)				
	2020	2021	2022	2023	2024
Davlat byudjet daromadlari	132 938	164 799	201 864	231 721	270 703
Davlat byudjeti xarajatlari	144 143	188 257	236 692	281 097	312 921
Respublika byudjeti daromadlari	105 236	129 626	154 473	176 182	212 643
Respublika byudjeti xarajatlari	96 952	122 723	147 905	179 356	238 024
Mahalliy byudjet daromadlari	27 702	35 173	47 390	55 539	58 060
Ulushi %	26,3%	27,1%	30,7%	31,5%	27,3%
Mahalliy byudjet xarajatlari	47 191	65 534	88 787	101 741	74 897
Ulushi %	48,7%	53,4%	60,0%	56,7%	31,5%
Yuqori byudjetdan olingan subvensiya (transfert) miqdori	10 171	10 443	14 116	24 281	16 837
Ulushi %	10,5%	8,5%	9,5%	13,5%	7,1%

Jadval ma’lumotlariga ko‘ra, 2020-yilda respublika byudjeti daromadlari 132 938 mlrd so‘mni tashkil etgan bo‘lsa, 2024-yilga kelib bu ko‘rsatkich 2 barobarga oshib, 270 703 mlrd so‘mga yetgan. Mahalliy byudjetlar daromadlari ham o‘sish tendensiyasiga ega bo‘lib, 2020-yilda 27 702 mlrd so‘mdan 2024-yilda 58 060 mlrd so‘mgacha o‘sib, 2,1 barobarga ko‘paygan.

Yuqori byudjetdan mahalliy byudjetlarga ajratilgan subvensiyalar (transfertlar) hajmi 2020-yilda umumiy byudjet daromadlarining 10,5 foizini tashkil etgan. Bu ko‘rsatkich 2023-yilda eng yuqori darajaga — 13,5 foizga yetgan bo‘lsa, 2024-yilda 7,1 foizgacha kamaygan. Subvensiyalarning miqdori bo‘yicha 2023-yilda eng yuqori daraja — 24 281 mlrd so‘m (2020-yilga nisbatan 2,4 barobar ko‘p) qayd etilgan. Ammo 2024-yilda transfertlar hajmi 16 837 mlrd so‘mni tashkil etib, o‘tgan yilga nisbatan 30 foizga kamaygan. Ushbu holatni viloyatlar mahalliy byudjetlarining xarajatlari oshishi va ularni qoplab bera olmasligi, shuningdek, maqsadli ijtimoiy xarajatlarga ish haqi va nafaqalarni qoplash uchun sarflanishi bilan izohlash mumkin.

Byudjet tizimida davlat byudjeti muhim ahamiyat kasb etadi. Davlat byudjeti umumdavlat miqyosidagi tadbirlarni moliyalashtirishda foydalaniladigan qismi bo‘lib, unda byudjetning daromadlar manbalari, ularning tushumlar miqdori hamda kalendar yil davomida aniq yo‘nalishlarga sarflanadigan mablag‘lar nazarda tutiladi. Shu bois davlat byudjetiga asosiy soliqlar daromad sifatida biriktirib qo‘yilgan.

Davlat byudjeti daromadlarini shakllantirish murakkab jarayon bo‘lib, har doim uning maqbul mexanizmini ishlab chiqish uchun ilmiy va amaliy tadqiqotlar olib boriladi. Bunda yig‘ilgan mablag‘larni quyi byudjet tarmoqlari o‘rtasida taqsimlash muhim o‘rin egallaydi. Bu esa uning barcha yo‘nalishlarini tartibga soluvchi me’yoriy

[1] Muallif ishlanmasi

bazani mukammallashtirishga qaratilgan bo‘lib, mamlakatda soliq tizimini isloh qilishda alohida ahamiyat kasb etadi.

Mamlakatimizda amal qilayotgan soliq tizimida soliq turlarini byudjet darajalari o‘rtasida taqsimlash aniq huquqiy asoslarga ega. Har bir soliqning davlat yoki mahalliy byudjetga yo‘naltirilishi qonuniy tartibda belgilangan. Davlat byudjeti daromadlari, asosan, umumdavlat ahamiyatiga ega soliqlar hisobidan shakllantiriladi. Mahalliy byudjetlar esa mahalliy soliqlar va yig‘imlar hisobiga to‘ldiriladi. Ushbu taqsimotning huquqiy bazasi milliy qonunchilikda mustahkamlangan.

O‘zbekiston Respublikasining 2024-yil 24-dekabrdagi O‘RQ-1011-son “2025-yil uchun O‘zbekiston Respublikasining davlat byudjeti to‘g‘risida”gi Qonuni 12-moddasiga muvofiq, soliq turlari tumanlar va shaharlar byudjetlariga belgilangan miqdorlarda o‘tkaziladi. Respublikamizda mahalliy byudjet xarajatlarining yetishmay qolgan qismi davlat byudjetidan ajratiladigan mablag‘lar va umumdavlat soliqlaridan ajratmalar orqali qoplanadi.

Hududlarning iqtisodiy o‘sish ko‘rsatkichlarini xarajatlar nuqtai nazaridan ishlab chiqishda foydalanish va mahalliy byudjet xarajatlari tarkibini tahlil qilish imkoniyati yaratiladi. Mahalliy byudjetni yillik rejalashtirish ham muhim ahamiyat kasb etadi. Mahalliy byudjetlarni rejalashtirish kategoriyasiga ko‘ra quyidagi bo‘g‘inlarga ajratish mumkin:

— davlat byudjetining muhim bo‘g‘ini;
— davlatning byudjetlararo tartibga solish obyekti;
— davlatning mahalliy doiradagi murakkab tizimli moliyaviy rejasi;
— investitsion fond;
— mahalliy davlat hokimiyatining moliyaviy asosi;
— davlatning ijtimoiy-iqtisodiy funksiyalarini amalga oshirishning moliyaviy vositasi;
— respublika miqyosida pul resurslarini milliy iqtisodiyot manfaatlari nuqtai nazaridan taqsimlash vositasi;
— Yangi O‘zbekiston sharoitida aholi muammolarini aniqlashning muhim omili;
— milliy iqtisodiyot doirasida pul mablag‘larini bir maromda ta’minlash vositasi;
— ijtimoiy qo‘llab-quvvatlashning asosiy vositasi.

“Mahalliy byudjet daromadlarini prognozlashtirish jarayoni — bu mahalliy byudjetlarning xususiyatlari, biriktirilgan soliqni daromadlar, hududning moliyaviy va soliq salohiyatidan kelib chiqqan holda tegishli muddatga mahalliy byudjetga soliqni va boshqa qonuniy manbalardan tushadigan mablag‘larni baholash va aniqlashga qaratilgan iqtisodiy-huquqiy munosabatlardir.”

Mahalliy byudjet daromadlarini prognoz qilishda, albatta, hududning moliyaviy imkoniyatlari va soliq salohiyatidan kelib chiqqan holda unga biriktirilgan mahalliy soliq va yig‘imlar tushishi kutilayotgan daromadlar hisobga olinishi zarur. Mahalliy byudjetlarni tizimli rejalashtirish orqali mahalliy byudjet daromadlarini to‘g‘ri prognozlash imkoniyati yaratiladi.

Mahalliy byudjet daromadlarini mustahkamlash hozirgi byudjet islohotlarining asosiy yo‘nalishi hisoblanadi. Bu borada aylanmadan olinadigan soliq, mol-mulk

solig‘i, yer solig‘i va tabiiy resurslarni soliqqa tortish asosiy rol o‘ynaydi. Keyingi samarali manba sifatida mahallabay tizimi orqali yangi soliq solish obyektlarini aniqlash muhim tizim hisoblanadi.

Davlat byudjetining sezilarli qismini soliqlar tashkil etadi. Shu bilan birga, soliqlarning byudjetga tushishiga ko‘ra tasnifi umumdavlat va mahalliy soliqlar sifatida ajratilgan bo‘lib, mahalliy byudjet daromadlarini shakllantirishda mahalliy soliqlarning ulushi nisbatan past. Biroq bu muayyan darajada ularning biriktirilgan daromadlari bilan muvozanatga keltiriladi. Iqtisodiyotning jadal rivojlanayotgan davrida soliqqa tortish tizimi va soliq siyosatining samarali faoliyati iqtisodiy siyosatning mukammal yuritilishiga bevosita bog‘liq bo‘lib, real sektordagi iqtisodiy jarayonlarning rivojlanishiga muhim turtki bo‘lib xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mahalliy byudjet daromad bazasini shakllantirish uchun mahallabay tizimi orqali yangi soliq manbalarini aniqlash va ularni undirish mexanizmi orqali erishish mumkin. Bunda mahalliy o‘zini-o‘zi boshqarish organlari o‘z daromad bazasini rivojlantirish maqsadida xo‘jalik yurituvchi subyektlar va tadbirkorlik subyektlarining faoliyat turlarini yangicha tizimda rivojlantirish va rag‘batlantirishlari zarur bo‘ladi.

Mahalliy byudjet daromad bazasini shakllantirish va mahalliy byudjet daromadlarini takomillashtirish yuzasidan tadqiqotlar natijasida ishlab chiqiladigan yangi soliq tizimi, vazifa nuqtai nazaridan, mahalliy byudjet daromadlarini oshirish hamda yangi soliq bazalarini takomillashtirishga xizmat qiladi.

Mahalliy byudjet daromad bazasini shakllantirish mahallabay tizimi orqali yangi soliq manbalarini aniqlash va ularni samarali undirish mexanizmi yordamida amalga oshirilishi mumkin. Bunda mahalliy o‘zini-o‘zi boshqarish organlari o‘z daromad bazasini kengaytirish maqsadida xo‘jalik yurituvchi hamda tadbirkorlik subyektlarining faoliyat turlarini yangi tizim asosida rivojlantirish va rag‘batlantirish choralarini ko‘rishlari lozim.

Ta’kidlash joizki, so‘nggi yillarda ushbu sohada bir qator chora-tadbirlar amalga oshirildi. Hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta’minlashga qaratilgan ushbu tadbirlarning asosiy maqsadlari quyidagilardan iborat:

— mahalliy byudjetlarning daromad bazasini kengaytirish va barqarorligini ta’minlash;

— soliq siyosatini optimallashtirish orqali biznes muhitini yaxshilash va investitsiyalarni jalb etish;

— hududlar o‘rtasidagi iqtisodiy tafovutlarni kamaytirish va ularning raqobatbardoshligini oshirish;

— ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish va aholi turmush darajasini yaxshilash;

— iqtisodiyotning real sektorlariga turtki beruvchi samarali moliyaviy resurslarni taqsimlash;

— soliq tushumlarini oshirish orqali davlat xizmatlari sifatini yaxshilash;

— hududlarda iqtisodiy faollikni rag‘batlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Soliq kodeksi.
2. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 18-yanvar kun 23-sonli Qarori “O‘zbekistonda yoshlarga oid davlat siyosatini 2025-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi” https://lex.uz/uz/docs/-5234746 .
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 29-iyun PF-5468-son “O‘zbekiston Respublikasining soliq siyosatini takomillashtirish konsepsiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni https://lex.uz/docs/-3802378 .
4. Stiglitz J. Economics of the Public Sector. – New York: W.W. Norton, 2000. – 823 p.
5. Musgrave R.A., Musgrave P.B. Public Finance in Theory and Practice. – New York: McGraw-Hill, 1989. – 822 p.
6. Shodmonov Sh.Sh., Abdukarimov X.X. Davlat moliyasi. – Toshkent: «Iqtisodiyot», 2015. – 380 b.
7. Primova N.I. Mahalliy byudjetlar xarajatlari mutanosibligi va boshqaruvdagi ahamiyati. – Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2019. – 215 b.

ЦИФРОВАЯ РЕВОЛЮЦИЯ И НОВОЕ КАЧЕСТВО МАРКЕТИНГОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ МАЛОГО БИЗНЕСА

Вахабов Асадулло Убайдулло угли
Ассистент кафедры «Маркетинг»
Ташкентский государственный экономический университет

Аннотация

В статье рассматриваются трансформационные процессы, связанные с цифровой революцией и их влиянием на развитие малого бизнеса. Особое внимание уделяется новому качеству маркетинговых возможностей, возникающему благодаря использованию цифровых технологий, таких как Big Data, социальные сети, онлайн-аналитика и искусственный интеллект. Показано, что цифровизация позволяет малым предприятиям не только оптимизировать бизнес-процессы, но и повышать эффективность взаимодействия с клиентами, создавать индивидуализированные предложения и укреплять конкурентные позиции на рынке. Обосновывается необходимость интеграции цифровых маркетинговых инструментов в стратегическое управление малыми предприятиями.

Ключевые слова: цифровая революция, малый бизнес, маркетинговые возможности, цифровые технологии, конкурентоспособность.

Annotatsiya

Maqolada raqamli revolyutsiya bilan bog‘liq transformatsion jarayonlar va ularning kichik biznes rivojlanishiga ta’siri ko‘rib chiqiladi. Ayniqsa, Big Data, ijtimoiy tarmoqlar, onlayn-analitika va sun’iy intellekt kabi raqamli texnologiyalar orqali yuzaga kelayotgan marketing imkoniyatlarining yangi sifati tahlil qilinadi. Raqamlashtirish kichik korxonalarga nafaqat biznes jarayonlarini optimallashtirish, balki mijozlar bilan samarali hamkorlikni rivojlantirish, individuallashtirilgan takliflar yaratish va bozor raqobatbardoshligini mustahkamlash imkonini berishi ko‘rsatib o‘tiladi. Kichik biznesning strategik boshqaruviga raqamli marketing vositalarini integratsiya qilish zarurligi asoslanadi.

Kalit so‘zlar: raqamli revolyutsiya, kichik biznes, marketing imkoniyatlari, raqamli texnologiyalar, raqobatbardoshlik.

Abstract

The article explores the transformational processes driven by the digital revolution and their impact on the development of small businesses. Particular attention is paid to the new quality of marketing opportunities arising from the use of digital technologies such as Big Data, social media, online analytics, and artificial intelligence. It is demonstrated that digitalization enables small enterprises not only to optimize business processes but also to enhance customer engagement, create personalized offers, and strengthen competitive positions in the market. The study substantiates the need for integrating digital marketing tools into the strategic management of small enterprises.

Keywords: digital revolution, small business, marketing opportunities, digital technologies, competitiveness.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире положительное влияние на экономическое развитие разных стран оказывает стремительное развитие электронного бизнеса. Электронный бизнес, а точнее его развитие способствует экономическому росту и снижению инфляции, а также росту производительности труда и занятости населения. Торговля в сети «Интернет» наиболее развита в странах, которые готовы к такой форме ведения бизнеса. Для того чтобы обеспечить развитие электронной торговли необходимо привлекать в сеть «Интернет» как можно больше пользователей. В связи с чем, удельный вес электронной торговли в структуре валового внутреннего продукта (далее – ВВП) стран и удельный вес электронной торговли в общей структуре розничной торговли тесно связан с показателем уровнем проникновения сети «Интернет».

Удельный вес электронной торговли в общем обороте розничной торговле страны увеличивается по мере роста уровня проникновения Интернета, то есть удельный вес потребителей, совершающих не менее одной покупки с использованием сети «Интернет» в течение одного года, устойчиво растет. Можно наблюдать заметную корреляцию между показателями удельного веса электронной торговли в ВВП страны и удельного веса электронной торговли в общем обороте розничной торговли.

Если ранее маркетинговая деятельность малого предприятия ограничивалась традиционными инструментами – рекламой, прямыми продажами, исследованиями рынка, – то в настоящее время акцент смещается в сторону цифровых технологий. Использование социальных сетей, аналитики больших данных, онлайн-платформ, облачных сервисов и инструментов искусственного интеллекта позволяет малым компаниям строить персонализированные коммуникации, прогнозировать поведение потребителей и эффективно управлять своими ресурсами.

Цифровизация обеспечивает переход маркетинга на новый уровень качества: от интуитивных решений к управлению, основанному на данных; от массовых коммуникаций к индивидуализированным предложениям; от локальных рынков к глобальной интеграции. Для малого бизнеса это не только новые конкурентные преимущества, но и вызовы, связанные с необходимостью внедрения современных технологий, обучения персонала и поиска оптимальных стратегий цифрового взаимодействия с клиентами.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Вопросы цифровой трансформации и ее влияния на маркетинговую деятельность малого бизнеса широко представлены в зарубежных и отечественных исследованиях. Современные авторы сходятся во мнении, что цифровизация стала не только инструментом повышения эффективности управления, но и важнейшим фактором конкурентоспособности предприятий. Так, Ф. Котлер подчеркивает, что развитие цифрового маркетинга связано с переходом от традиционной модели коммуникации к модели, основанной на данных и взаимодействии в режиме реального времени. По его мнению, именно

персонализация маркетинговых решений становится ключевым условием устойчивого успеха малых предприятий [1].

Схожие выводы делает Дж. Бугхин, отмечая, что цифровая революция усиливает роль маркетинга взаимоотношений, а долгосрочные связи с клиентами на B2B и B2C рынках становятся важнее одноразовых транзакций [2]. Э. Эттенберг предлагает рассматривать модель «4R» как альтернативу классическому комплексу «4P», акцентируя внимание на результатах и ценностях, значимых для потребителя [3].

В отечественной литературе акцентируется внимание на необходимости интеграции маркетингового функционала в систему управления предприятием. Авторы отмечают, что для малых компаний важным является не только внедрение цифровых инструментов, но и их адаптация к организационной структуре и ограниченным ресурсам [4].

Исследования, проведённые в Узбекистане, указывают на недостаточный уровень развития цифрового маркетинга в малом бизнесе. Основными проблемами называются низкая цифровая грамотность предпринимателей, нехватка квалифицированных специалистов и слабая интеграция аналитических инструментов в практику управления. Тем не менее, подчеркивается потенциал цифровых технологий в расширении каналов сбыта, оптимизации бизнес-процессов и повышении лояльности клиентов [5].

Важным направлением анализа является изучение влияния больших данных и искусственного интеллекта на маркетинговые возможности малого бизнеса. Работы Лагутаевой, Третьяк и Григорьева показывают, что использование машинного обучения позволяет значительно повысить результативность маркетинговых решений за счет прогнозирования спроса и моделирования поведения потребителей [6].

Таким образом, обзор литературы позволяет заключить, что цифровая революция формирует новое качество маркетинговых возможностей малого бизнеса. Ключевыми аспектами становятся: переход к персонализированному взаимодействию с клиентами, интеграция цифровых инструментов в стратегическое управление, использование данных для прогнозирования и повышения эффективности маркетинга. Вместе с тем сохраняются вызовы, связанные с ограниченными ресурсами малых предприятий и необходимостью адаптации новых технологий к их специфике.

МЕТОДОЛОГИЯ

Методологическая основа настоящего исследования базируется на системном и комплексном подходах, что позволяет всесторонне раскрыть влияние цифровой революции на формирование новых маркетинговых возможностей малого бизнеса. В процессе анализа применялись общенаучные методы, включая анализ, синтез, индукцию и дедукцию, которые использовались для изучения теоретических основ цифрового маркетинга и выявления его роли в повышении конкурентоспособности предприятий малого предпринимательства. Сравнительный метод обеспечил возможность

сопоставления зарубежного и отечественного опыта внедрения цифровых технологий в маркетинговую практику и позволил определить перспективные направления их адаптации в условиях ограниченных ресурсов.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Согласно данным UNCTAD, общий объем электронной торговли в мире составил 4,2 трлн. долл., что на 38% превышает показатель предыдущего года. При этом товарооборот B2C покупок, совершенных в режиме онлайн в 2021 году, увеличился на 23% предыдущему году и составил 2,8 трлн. долл.

Онлайн-покупки B2C представляют собой покупки, совершаемые на интернет-площадках офлайн ритейлеров, а также на официальных сайтах компаний, представленных только в сети «Интернет». По прогнозам немецкой компании, Statista, к 2026 году оборот розничной электронной торговли может превысить 6,5 трлн. долл [7]. При этом ожидается, что темп роста электронной розничной торговли превысит темпы роста розничной офлайн торговли, что приведет к росту удельного веса интернет-продаж в общем объеме розничной торговли мире с 5% в 2018 году до 16% в 2023 году. В 2021 году затраты на рекламу в мире составили 705 млрд. долл., в 2022 году мировой рекламный рынок замедлился до 9,1%, ав 2024 году расходы на рекламу достигли 873 млрд. долл.

Несмотря на то, что потребители постепенно возвращаются в офлайн после пандемии, многие компании продолжают увеличивать инвестиции в цифровую трансформацию. Так, во втором полугодии 2021 года объем диджитал-рекламы превысил прогнозируемые показатели и составил 25% вместо прогнозируемых 19% [8].

Наиболее быстрорастущей рекламной площадкой являются социальные сети, которые обходят по динамике телевидение. Среднегодовой темп роста рекламы в социальных сетях составляет примерно 15%. Ожидается, что в 2025 году расходы на рекламу в социальных сетях составят 177 млрд. долл., а к 2026 году они составят 26,5% от всех расходов на рекламу. В целом интернет-реклама составит 61,5% в общей структуре глобальных расходов на рекламу в 2024 году.

Второе место по темпам развития после социальных сетей занимает онлайн-видео, ежегодный прирост которого составляет 14%. Ожидается, что рост контекстной рекламы составит 9,8% в год, а наружная реклама будет увеличиваться на 7,4% ежегодно, а ежегодный рост рекламы на радио и телевидении составит 2,2% и 1,4% соответственно.

Объем рекламы в печатных изданиях будет снижаться примерно на 4,7% в год. Расходы на рекламу по регионам уже превысили допандемийный уровень и ежегодно будут расти. Наиболее стремительное развитие прогнозируется в Центральной и Восточной Европе, а также на Ближнем Востоке и в Северной Африке, где среднегодовые темпы роста составят 12,2% и 10% соответственно. На зрелых рынках Западной Европы прогнозируется самый медленный рост, который составит 5,3% в год [9].

Исследователи И. Барбер, С. Хилл считают и Г.Рифкин считают, что к 2025 году количество подключенных смартфонов составит 4 млрд., а примерно 30% потребителей будут пользоваться телефоном для развлечений1. Согласно статистическим данным компании Google в некоторых странах мира количество поисковых запросов, сделанных с мобильных устройств уже превышает, количество поисковых запросов с использованием ПК. Ожидается, что такая тенденция будет распространяться и в других странах. Удельный вес расходов на рекламу в печатных изданиях имеет устойчивую тенденцию к снижению. Вместе с тем, платный поиск в сети «Интернет», напротив, имеет устойчивую тенденцию к росту. Развитие рекламы в сети «Интернет» может замедлиться из-за случаев мошенничества, а также риска того, что репутация бренда пострадает, однако эти проблемы не мешают расти расходам на рекламу в сети «Интернет».

Компании Google, Facebook и Amazon являются лидерами в отрасли рекламы в сети «Интернет». Более 60% от общего объема расходов на рекла-му в мире в 2021 году было инвестировано этими компаниями. По данным компании Zenith в 2016 году Google, Facebook и Amazon охватили 90% всего мирового рынка диджитал-рекламы.

Компания Google опережает компании Amazon и Facebook, получив прибыль в размере 53,13 млрд. долл., что на 41% превышает прибыль от ре-кламы компании Amazon, которая в 2021 году получила прибыль в размере 31 млрд. долл. Третье место занимает компания Facebook, которая в 2021 году получила прибыль от рекламы в размере получил 28,3 млрд. долл. Компания Google ежедневно получает более 3,5 млрд. поисковых запросов. При этом более 60% запросов в Google поступают с мобильных устройств [10].

В 2021 году имел место сбой в цепочке поставок по всему миру, что привело к отсутствию некоторых товаров на полках магазинов. Также компания Apple ограничила конфиденциальность пользователей, что могло привести к проблемам с мобильной рекламой. Несмотря на это бренды продолжили рекламировать свою продукцию в режиме онлайн и продвигать электронную коммерцию. По мнению глобального президента по бизнес-аналитике рекламного агентства GroupM Брайана Визера, новым компаниям, которые были созданы в период пандемии, реклама требовалась для того, чтобы найти клиентов. В то же время другие компании, скорее всего, предпочли сохранить расходы на рекламу для того, чтобы остаться в поле зрения потребителей.

По прогнозам компании, Zenith в 2026 году рост глобальных расходов на рекламу составит 9%. При проведении анализа интернет-рекламы необходимо проанализировать отдельные коммуникационные средства интернет-маркетинга. Важнейшим из них является SEO (поисковая оптимизация), которая сегодня рассматривается как часть маркетинговой стратегии.

Исследование, проведенное специалистами интернет-портала marketch.ru показали, что в 2021 году примерно 64% маркетологов активно вкладывали средства и силы в поисковую оптимизацию. По мнению большинства опрошенных маркетологов, SEO по сравнению с обычными социальными сетями

позволяет привлечь на 1000% больше трафика. Поисковую оптимизацию предпочитают более 75% интернет-маркетологов. Рост количества поисковых запросов outlet online (онлайн-магазин) составил более 60% по сравнению с 2020 годом. Мобильные поисковые запросы за два последних года увеличились на 200%. В 2021 году 55% поисковых запросов приходится на мобильные устройства, 42% — на настольные компьютеры.

По данным статистических исследований, которые проводит компания Google, более 70% B2B поисков начинается именно с поиска в сети «Интер-нет». Пользователями в среднем осуществляется более 10 поисковых запроса перед посещением интернет-ресурса. При этом, отмечается, что пользователи более чем на 55% уже принимают решение перед совершением конверсионного действие непосредственно на интернет-ресурсе. При этом 90% из них используют более широкие инструменты для поиска информации, необходимой для совершения покупки. Почти 50% B2B пользователей, которые ищут информации о приобретении товаров для компании, находясь на рабочем месте, используют для этого мобильные устройства.

Кроме того, статистика компании Google показала, что более 55% пользователей не рекомендуют приобретать товары на интернет-ресурсах, не имеющих мобильных приложений. При этом 40% предпочтут воспользоваться услугами компаний-конкурентов по причине неудобства пользования интернет-ресурсом компании.

Данные Unbounce показывают, что клиенты, перешедшие по PPC рекламным объявлениям, приобретают товары намного чаще тех клиентов, которые перешли по органическому поиску. Результаты исследований, показали, что поисковые рекламные кампании, позволяют обеспечить рост узнаваемости бренда примерно на 80%. При этом более 70% пользователей, нашедших информацию, необходимую для решения проблемы, предпочитают посетить магазин. Платная реклама позволяет увеличить трафик интернет-ресурса в три раза.

В соответствии с данными ресурса MarketingProfs, эффективная тактика SEO строится на релевантном контенте. При этом, по мнению почти 50% интернет-маркетологов, эффективным является продвижение ключевых слов и фраз посредством постоянного обновления контента. По информации, представленной изданием SearchMetrics, рост количества ключевых слов на странице, входящей в топ-10 результатов поиска, составил в среднем 300 слов за последний год. Следовательно, поисковые системы все больше сосредоточены на соответствии контента, размещаемого на интернет-ресурсах компаний3. Этот факт подтверждают результаты исследований, проведенных аналитическими ресурсами Moz и BuzzSumo, доказавшие пользователи лучше воспринимают страницы, содержащие более 1000 слов.

В настоящее время активное развитие научно-технического прогресса спровоцировало глобальные изменения в экономике и социальной сфере, однако, самые кардинальные изменения обусловлены развитием информационных

технологий. Информационные технологии касаются всех аспектов осуществления предпринимательской деятельности.

Изменения происходят, прежде всего, в схеме формирования ценности продукта (услуги), начиная с методов разработки нового продукта (услуги), и, заканчивая способами дистрибуции товаров. Кроме того, глобальные изменения в сфере информации изменили структуру взаимоотношений экономических субъектов, а также повлияли на сущность и комплекс маркетинга.

Активное внедрение и использование IT — технологий позволяет значительно сократить количество звеньев в цепи поставок на многих рынках. Потребители начинают понимать, что услуги посредников и брокеров им не нужны, поскольку, используя IT – технологии, они получают возможность приобрести товар (услугу) непосредственно у его производителя с меньшими затратами. Используя это преимущество, многие предприятия за достаточно кроткий срок сумели укрепить свои позиции на рынке.

ВЫВОДЫ И ПРИДЛОЖЕНИЯ

Во всем мире сегодня можно наблюдать тенденцию активного роста процессов, которые требуют новых подходов к управлению маркетингом. Так, например, развитие процессов глобализации экономики, развитие информатизации общества, внедрение смарт — экономики, требуют использования технологий интернет — маркетинга. Вместе с тем, модель его использования активно развивается, создавая условия для успешного развития и укрепления позиций предпринимателя на рынке.

Предприниматели все более активно внедряют в свою деятельность инструменты интернет — маркетинга, поскольку это удобно и экономически выгодно. Кроме того, если сравнивать возможности традиционного маркетинга с возможностями интернет — маркетинга, можно сделать вывод о том, что второй обладает большими преимуществами, а, следовательно, является более предпочтительным. Поэтому для повышения эффективности рекламных компаний важно отслеживать и анализировать новые тенденции в сфере интернет — продаж. Развитие всемирной сети «Интернет» повлекло за собой изменение подходов ко всей системе маркетинга.

Последние десятилетия сеть «Интернет» выступает в роли одного из самых эффективных инструментов развития бизнеса, который выполняет функции по коммуникации, несмотря на расстояния, границы, привлекая и оказывая влияние на поведение и предпочтения потребителей.

Потрясения, которые происходят сегодня в мире, подтвердили большую роль и востребованность интернет — технологий. Производители различных товаров и услуг, используя для их продвижения и продаж сеть «Интернет», почувствовали значимость интернет – технологий для развития своего бизнеса. В частности, многие предприниматели отметили сокращение затрат, в том числе, временных на продвижение и продажу продукции, а также отметили рост объемов продаж.

Развитие методов коммуникации, в которых используются IT — технологии и электронные устройства, сопровождается активным и устойчивым развитием интернет — маркетинга. активное развитие цифровых технологий и формирование цифровой экономики, индустрии 4.0 обусловили необходимость внедрения цифровых технологий в хозяйственную деятельность предприятий в целом, и маркетинговую деятельность в частности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Котлер, Ф., Картайяна, Х., Сетьяван, А. Маркетинг 4.0: от традиционного к цифровому. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 272 с.

2. Багиев, Г. Л. Формирование концепции маркетинга пространственного взаимодействия // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера. – 2014. – № 1. – С. 3–14.

3. Кашлева, Е. Ф. Маркетинг на B2B-предприятии: в фокусе внимания средний и малый бизнес // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2016. – № 5. – С. 336–344.

4. Умарова, Д. Р. Методы усовершенствования маркетинга в Республике Узбекистан // Экономика и социум. – 2024. – № 3-2(118). – С. 828–831.

5. Касимова, Ф. Т. Вопросы оценки уровня развития маркетинговой деятельности малого предпринимательства в Республике Узбекистан // Евразийский Союз Ученых. – 2019. – № 10-4 (67). – С. 17–25.

6. Neganova, V. P., & Sedelnikov, V. M. (2018). Genesis and overview of theoretical approaches to defining the essence of relationship marketing. Russian Journal of Economic Theory, 15(2), 264–275. doi:10.31063/2073-6517/2018.15-2.11.

6. Egan, J. Relationship Marketing: Exploring Relational Strategies in Marketing. – 4th Edition. – Harlow: Financial Times, Prentice Hall, 2011. – 320 p.

7. Hanssens, D. M., Pauwels, K. H. Demonstrating the Value of Marketing. – Journal of Marketing, 2016, 80(6): 173–190. doi:10.1509/jm.15.0417.

9. OECD. Digital Economy Outlook 2020. – Paris: OECD Publishing, 2020. doi:10.1787/bb167041-en.

10. World Bank. World Development Report 2021: Data for Better Lives. – Washington, DC: World Bank, 2021. doi:10.1596/978-1-4648-1619-4.

FINTECH VA BANKLAR O‘RTASIDAGI QARAMA-QARSHILIK VA ULARNING INTEGRATSIYALASHUV IMKONIYATLARI

Maxmudova Muxlisa Qodirjon qizi
TDIU Bank ishi kafedrasi dotsenti, DSc.
ORCID: 0000-0002-5777-6606
Email: m.mahmudova0112@gmail.com

Annotatsiya

Yangi raqamli dunyoda bank sektori va zamonaviy texnologiyalarning bir tizimda namoyon bo‘lishi bir qancha afzalliklar bilan bir qatorda qarama-qarshiliklarga ham sabab bo‘lmoqda. Fintech kompaniyalari tezkorlik, innovatsion xizmatlar va moslashuvchanlik bilan ajralib tursa, an’anaviy banklar barqarorlik, huquqiy asos va ishonchlilikni ta’minlaydi. Bu ikki sektor o‘rtasidagi raqobat moliyaviy xizmatlarning sifatini oshirishi, mijozlarga qulaylik yaratishi bilan birga, tartibga solish, xavfsizlik va raqamli ishonch masalalari dolzarb bo‘lib bormoqda. Shu nuqtai nazardan, ushbu tadqiqot davomida Fintech va banklar o‘rtasidagi integratsiya imkoniyatlari va ular o‘rtasidagi qarama-qarshiliklarni o‘rgangan holda, moliyaviy texnologiyalar va bank ishi uchun ijobiy yechimlar keltirilgan.

Kalit so‘zlar: Fintech, an’anaviy banklar, qarama-qarshilik, tezkorlik, raqamli transformatsiya, bank sektori, moliyaviy innovatsiyalar.

Аннотация

В новом цифровом мире интеграция банковского сектора и современных технологий наряду с рядом преимуществ вызывает и определённые противоречия. Финтех-компании отличаются скоростью, инновационными услугами и гибкостью, тогда как традиционные банки обеспечивают стабильность, правовую основу и надёжность. Конкуренция между этими двумя секторами способствует повышению качества финансовых услуг и созданию удобств для клиентов, одновременно выдвигая на повестку дня вопросы регулирования, безопасности и цифрового доверия. С этой точки зрения, в данном исследовании, наряду с анализом возможностей интеграции и противоречий между финтехом и банками, предлагаются позитивные решения для финансовых технологий и банковской деятельности.

Ключевые слова: Финтех, традиционные банки, противоречие, цифровая трансформация, банковский сектор, финансовые инновации.

Abstract

In the new digital world, the convergence of the banking sector and modern technologies brings not only numerous advantages but also certain contradictions. While Fintech companies stand out for their speed, innovative services, and flexibility, traditional banks ensure stability, legal framework, and reliability. The competition between these two sectors contributes to the improvement of financial services and customer convenience, while also raising issues of regulation, security, and digital trust. From this perspective, this study explores the integration opportunities and

conflicts between Fintech and banks, presenting positive solutions for both financial technologies and banking practices.

Keywords: Fintech, traditional banks, confrontation, digital transformation, banking sector, financial innovations.

KIRISH

So‘nggi yigirma yil ichida raqamlashtirish ko‘plab sohalarga ta’sir ko‘rsatib, yangi tadbirkorlik imkoniyatlarini yaratib kelmoqda va bu innovatsion tizimlarning shakllanishiga olib keldi. Ayniqsa, iqtisodiyotning eng an’anaviy va konservativ tarmoqlaridan biri bo‘lgan bank sohasi texnologiyaga asoslangan yangiliklar va internetga tayangan innovatsion yechimlar bilan yuzma-yuz kelmoqda. Yangi axborot texnologiyalariga asoslangan xizmat modellarini ishlab chiqish orqali startaplar va yirik xalqaro texnologik kompaniyalar ko‘p hollarda bank sohasida mijozlarga yo‘naltirilgan va qulayroq raqamli ilovalarni taqdim etib kelmoqda. Bu esa moliyaviy mahsulotlarning raqamli xizmat ko‘rsatish jarayonini tezlashtirdi. Ushbu yechimlarning katta qismi moliyaviy texnologiyalar (Fintech) kompaniyalari tomonidan ishlab chiqildi. Mazkur innovatsiyalar nafaqat an’anaviy bank faoliyatini tubdan qayta shakllantirish, balki ayrim xizmat turlarini butunlay tugatilishiga ham olib kelishi mumkin. Shu bilan birga, Fintechlarning operativligi va innovatsion yondashuvi an’anaviy banklar uchun jiddiy raqobat va hatto qarama-qarshilik manbaiga aylanmoqda. Fintech kompaniyalari tezkor qaror qabul qilishi, innovatsiyani tez joriy etishi va mijozlarga moslashuvchan yechimlar taklif qilishi bilan ajralib tursa, banklar asosan barqarorlik, huquqiy asos va ishonchlilikni ta’minlashga e’tibor qaratadi. Bu esa ikki sektor o‘rtasida “konfrontatsiya”ni yuzaga keltirib, moliyaviy xizmatlar bozorida muvozanatni o‘zgartirmoqda. Raqobat sharoitida banklar nafaqat o‘z pozitsiyasini saqlab qolishga, balki Fintechlardan foydalangan holda yangi xizmatlarni taklif etishga harakat qilmoqda.

Bunday vaziyatda integratsiya va hamkorlik imkoniyatlari ham dolzarb masalaga aylanadi. Ko‘plab banklar Fintech inkubatorlari va akseleratorlarini tashkil etib, innovatsiyalarni nazorat ostida joriy qilishga urinmoqda. Shunga qaramay, an’anaviy banklarning murakkab tashkiliy tuzilmasi va qat’iy tartibga solish talablari ularni raqamli yangiliklarga tezkor moslashishdan cheklab qo‘ymoqda[1]. Natijada, banklar va Fintechlar o‘rtasidagi qarama-qarshilik moliyaviy ekotizimning shakllanishida hal qiluvchi omillardan biriga aylanmoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

So‘nggi yillarda texnologiyalar bank xizmatlarida innovatsiyalar sur’atini sezilarli darajada tezlashtirdi. Moliyaviy texnologiya (Fintech)ni Moliyaviy barqarorlik kengashi “moliyaviy xizmatlarda texnologiyaga asoslangan innovatsiya bo‘lib, u yangi biznes modellar, ilovalar, jarayonlar yoki mahsulotlarni yaratishi hamda moliyaviy xizmatlar ko‘rsatish jarayoniga sezilarli ta’sir ko‘rsatishi mumkin” deb

[1] Klus, M. F., Lohwasser, T. S., Holotiuk, F., & Moormann, J. (2019). Strategic alliances between banks and fintechs for digital innovation: motives to collaborate and types of interaction. *Journal of Entrepreneurial Finance, 21*(1), 1–23.

ta’riflagan[1]. Ushbu ta’rif bir tomondan kengroq mijozlar uchun yaxshilangan moliyaviy xizmatlar imkoniyatini, ikkinchi tomondan esa Fintechning an’anaviy bank va moliyaviy xizmatlar biznes modellariga tahdid solish ehtimolini o‘z ichiga oladi.

Moliyaviy texnologiyalar bank sohasini qay darajada shakllantirishi, qisman, an’anaviy banklar tomonidan amalga oshirilayotgan innovatsiyalar va yangi raqobatchilarning kirib kelishi natijasida yuzaga keladigan raqobat darajasiga bog‘liq. Shu nuqtai nazardan, 2018-yilda bank nazorati bo‘yicha Bazel qo‘mitasi bank sektorining kelajakdagi tuzilishiga oid bir nechta loyihalarni ishlab chiqqan[2]. Ushbu loyihalar banklar mijozlar bilan munosabatlarni, tranzaksiyalarni amalga oshirish va risklarni boshqarish jarayonlarini o‘zida saqlab qoladimi yoki bu funksiyalar qisman Fintech kompaniyalariga o‘tadimi, degan savollarga asoslangan. Natijada, bu loyihalar orqali Fintech yordamida kompaniyalar keng filial tarmog‘isiz ham mijozlar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri ishlashi va an’anaviy vertikal va gorizontal integratsiyalashgan banklarga xos bo‘lgan xizmatlarning faqat ma’lum qismini taqdim etishi mumkin bo‘lgan kelajakni tasvirlashi yoritilgan. Ushbu loyihalar “yaxshiroq bank” modeli — bunda an’anaviy banklar innovatsiyalarni o‘zlashtirib, xizmat ko‘rsatishda yetakchilikni davom ettira olishi isbotlangan modeldan tortib, Fintech kompaniyalari mijozlar bilan munosabatlarni ham, xizmatlarni bajarishni ham o‘z zimmasiga oladigan tizimgacha bo‘lgan turli variantlarni o‘z ichiga oladi. Umumiy holatlarda esa an’anaviy banklar o‘rnini yangi turdagi banklar egallashi yoki Fintech kompaniyalari bilan yonma-yon faoliyat yuritib, mijozlar bilan munosabatlar, tranzaksiya xizmatlarini amalga oshirish va risklarni xedjirlashlari mumkin.

Fintech kompaniyalarining kirib kelishi natijasida moliyaviy xizmatlarning yanada raqamlashtirilishi, ularning qamrovi kengayishi va narxlarning pasayishi kuzatildi. Biroq bu foydalar barcha iste’molchilar o‘rtasida teng taqsimlanmagan. Masalan, ma’lumotlarni qayta ishlash va mashinali o‘rganish imkoniyatlari kredit beruvchilarga qarz oluvchilarni risk darajasiga qarab aniqroq farqlash imkonini berdi, ammo ayrim qarz oluvchilar uchun kredit riski umumlashtirilgan taqsimot shaklida yaxshiroq natija berishi mumkin edi[3].

Bank sohasidagi innovatsiyalar yangilik emas, banklar Fintech kompaniyalari paydo bo‘lishidan ancha oldin onlayn xizmatlarni joriy etishni boshlaganligi ham boshqa tadqiqotchilarning ishlarida keltirilgan[4]. Avvalgi tadqiqotlar onlayn bank xizmatlari va rentabellik o‘rtasida ijobiy bog‘liqlik mavjudligini ko‘rsatgan. Jumladan, texnologiyani erta joriy qilgan banklar ko‘proq foyda ko‘rgan[5]. Bundan tashqari,

[1] Financial Stability Board, "Financial Stability Implications from Fintech: Supervisory and Regulatory Issues That Merit Authorities’ Attention," (2017).
[2] Basel Committee on Banking Supervision, "Sound Practices; Implications of Fintech Developments for Banks and Bank Supervisors," (2018).
[3] Fuster, Andreas, Paul Goldsmith Pinkham, Tarun Ramadorai, and Walther Ansgar, "Predictably Unequal? The Effects of Machine Learning on Credit Markets," The Journal of Finance, 77 (2022), 5-47
[4] DeYoung, Robert, "The Performance of Internet-Based Business Models: Evidence from the Banking Industry," The Journal of Business, 78 (2005), 893-948.
[5] DeYoung, Robert, William W. Lang, and Daniel L. Nolle, "How the Internet Affects Output and Performance at Community Banks," Journal of Banking & Finance, 31 (2007), 1033-1060.

raqobat bosimi ko‘proq banklarni onlayn xizmatlarni joriy etishga undagan, bu esa raqobat va texnologiya o‘rtasida o‘zaro kuchaytiruvchi ta’sir mavjudligini anglatadi[1].

Yuqoridagi tadqiqotchilar fikri shuni ko‘rsatadiki, Fintech kompaniyalari moliyaviy xizmatlarni tezkor, qulay va innovatsion shaklda taqdim etib, banklar bilan raqobatni kuchaytirgan. Shu jarayonda banklar ham raqamli transformatsiyani jadallashtirishga, onlayn xizmatlarni kengaytirishga va mijozlarga yanada moslashuvchan yechimlar taqdim etishga majbur bo‘lmoqda. Bu esa tabiiy ravishda “qarama-qarshilik”ni kuchaytiradi – chunki banklar o‘zining huquqiy asoslari va barqarorligi bilan ajralib tursa, Fintech kompaniyalari tezkorlik va moslashuvchanligi bilan ustunlik qiladi.

Biroq, mavjud izlanishlar shuni ko‘rsatadiki, ushbu qarama-qarshilikni faqat raqobat sifatida emas, balki “integratsiya uchun imkoniyat” sifatida ham ko‘rish mumkin. Banklarning ishonchliligi va tartibga soluvchi mexanizmlari Fintechning innovatsion yechimlari bilan uyg‘unlashganda, xizmatlar sifati oshadi, xavfsizlik va raqamli ishonch ta’minlanadi, eng muhimi esa mijozlar uchun yanada kengroq imkoniyatlar yaratiladi. Shu nuqtai nazardan, Fintech va banklar o‘rtasidagi qarama-qarshilikni “raqobatbardosh integratsiya” konsepsiyasi orqali hal etish mumkin degan fikrga kelish mumkin. Bu nafaqat moliyaviy xizmatlar bozorini rivojlantiradi, balki raqamli iqtisodiyotda barqaror moliyaviy ekotizim shakllanishi uchun zamin yaratadi.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda Fintech va an’anaviy banklar o‘rtasidagi qarama-qarshilik hamda integratsiyalashuv imkoniyatlarini o‘rganishda adabiyotlar tahlili, qiyosiy yondashuv va tizimli tahlildan foydalanildi. Xalqaro va mahalliy manbalar asosida Fintech va banklarning ustunlik va zaif tomonlari solishtirildi, ularning moliyaviy xizmatlar sifatiga, mijozlar tajribasiga va tartibga solishga ta’siri baholandi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Fintech va an’anaviy banklar iste’molchilarga uzluksiz moliyaviy xizmatlar ko‘rsatishni maqsad qilgan yagona o‘xshashligi hisoblanadi. Fintech kompaniyalari bankning eng katta raqobatchilari hisoblanadi. Bugungi kunda banklar tomonidan qo‘llaniladigan moliyaviy tizim juda an’anaviy va eskirgan amaliyot va jarayonlardan iborat. Mijozlar talabi esa tezroq va innovatsion xizmat turlaridan foydalanish ekanligi sababli, ular o‘z ehtiyojlarini qondiradigan moliyaviy yechim izlamoqda. Innovatsiyalar va taraqqiyotda esa, an’anaviy banklar Fintech kompaniyalaridan ortda qolmoqda. Fintech jahon bank tizimida kichik ulushga ega bo‘lishi mumkin, ammo iste’molchilar uni banklar o‘rnini bosuvchi vosita sifatida ishlatishni afzal ko‘rmoqda.

Fintech va an’anaviy banklar o‘rtasidagi farqlarni to‘rt toifaga ajratishimiz mumkin.

1. Biznes yuritish usuli
2. Tartibga solish
3. O‘sish salohiyati

[1] Dandapani, Krishnan, Edward R. Lawrence, and Jodonnis Rodriguez, "Determinants of Transactional Internet Banking," Journal of Financial Services Research, 54 (2018), 243-267

4. Xavf omillari

1-jadval

Fintech va an’anaviy banklar o‘rtasidagi asosiy farqlar[1]

Xususiyatlar	Fintech	An’anaviy banklar
Biznes yuritish usuli	Innovatsion, mijozga yo‘naltirilgan bo‘lib, murakkab moliyaviy jarayonlarni soddalashtiradi va ularni odamlar uchun yanada qulay qiladi	Mavjud tizimlar va qat’iy tartibga solish banklarning yangi texnologiyalarni tezda joriy etish imkoniyatlarini cheklaydi.
Tartibga solish	Kompaniyalarining aniq bitta milliy regulyatori bo‘lmagani sababli, qat’iy qoidalarga rioya qilmasdan o‘zgarishlarni oson amalga oshiradi.	Mamlakatdagi milliy yoki markaziy banklar tomonidan qat’iy tartibga solinadi.
Rivojlanish salohiyati	Kengroq bozor ulushiga erishmoqda, yangi tendensiyalar va texnologik yutuqlar tufayli ularning o‘sishi davom etmoqda.	Barqaror bozor ulushiga ega, ammo Fintech rivojlanishi bilan ular ham iste’molchilar ehtiyojidagi o‘zgarishlarga moslashmoqda.
Xavf omillari	Qonunchilikdagi moslashuvchanlik tufayli Fintech sohasi ko‘proq xavfli hisoblanadi.	Qat’iy tartibga solish tufayli nisbatan xavfsizroq, biroq innovatsiya va moslashuvchanlikdan ortda qolishi mumkin.

Keltirilgan jadvaldan bu ikki sektor orqasidagi tafovutni quyidagicha tasniflash mumkin:

1. Biznes yuritish usuli

Fintech – innovatsion, mijozga yo‘naltirilgan va murakkab moliyaviy jarayonlarni soddalashtiradi. Yangi texnologiyalar (AI, katta ma’lumotlar, bulutli hisoblash) asosida ishlaydi, bu esa shaxsiylashtirilgan, tezkor va arzonroq xizmatlarni taqdim etadi. Virtual faoliyat yuritgani uchun mijozlarga 24/7 xizmat ko‘rsatish imkoniyatiga ega.

An’anaviy banklar – ko‘proq jarayonga yo‘naltirilgan, eski tizimlar va qat’iy me’yoriy-huquqiy baza sababli yangi xizmatlarni tezda joriy eta olmaydi. Mijozlardan ko‘pincha filiallarga borish talab etiladi, bu esa xizmat qulayligini pasaytiradi.

2. Tartibga solish

Fintech – qat’iy yagona regulyator mavjud emas, shuning uchun startaplar tezkor yangiliklar kiritadi. Bu ularga moslashuvchanlik beradi, lekin xavfni ham oshiradi. Ba’zi Fintech kompaniyalari ishonchni oshirish uchun ko‘proq tartibga moslashadi.

[1] https://monei.com/blog/fintech-vs-traditional-banks/ ma’lumotlari asosida tayyorlandi

An’anaviy banklar – milliy yoki markaziy banklar tomonidan qat’iy nazorat qilinadi. Mijoz mablag‘larini himoya qilish, shaffoflikni ta’minlash va qonuniy talablarni bajarishga majbur.

3. Rivojlanish salohiyati

Fintech – raqamli transformatsiyaning asosiy drayveri bo‘lib, yiliga 25% dan ortiq o‘smoqda va 2027-yilga kelib 400 mlrd dollardan oshishi kutilmoqda[1].

An’anaviy banklar – barqaror bozor ulushiga ega, lekin Fintech raqobati sababli mijoz ehtiyojlariga moslashmoqda. Ular mobil to‘lovlar, raqamli xavfsizlik va P2P kreditlash kabi Fintech xususiyatlarini qabul qilmoqda.

4. Xavf omillari

Fintech – moslashuvchan tartibga solish tufayli xavfliroq, lekin tezkorlik, arzonlik va innovatsion xizmatlar sababli mijozlar orasida talab yuqori.

An’anaviy banklar – qat’iy qoidalar xavfni kamaytiradi va barqarorlikni ta’minlaydi. Ammo raqobatbardosh bo‘lish uchun yangi texnologiyalarni qabul qilishi zarur.

Fintech kompaniyalari va an’anaviy banklar moliyaviy vositachilar sifatida bir xil jarayonda faoliyat yuritsalar-da, ularning rivojlanish dinamikasi turlicha. Banklar yuz yillik tajribaga ega bo‘lib, barqarorlik, ishonchlilik va huquqiy asosni ta’minlasa, Fintech kompaniyalari operativlik, innovatsion yondashuv va texnologik yechimlari bilan ajralib turadi. Shu sababli, ular o‘rtasida nafaqat qarama-qarshilik, balki hamkorlik va integratsiya uchun ham katta imkoniyatlar mavjud. Ikki sektor orasidagi tafovutni o‘zaro hamkorlikka aylantirish imkoniyati ham mavjud, ya’ni banklar Fintech kompaniyalaridan innovatsion xizmatlar va raqamli moslashuvchanlikni o‘zlashtirishi mumkin. Aksincha, Fintech kompaniyalari esa banklarning yirik depozitlari, mijozlar bazasi va davlat tomonidan tartibga solinadigan ishonchli huquqiy tizimidan foydalana olishlari mumkin. Bu jarayon nafaqat moliyaviy tizim barqarorligini ta’minlaydi, balki mijozlarga yanada qulay va sifatli xizmat ko‘rsatish imkonini ham kengaytiradi.

Shuningdek, Fintech va banklarning integratsiyasi:

- moliyaviy tizimda samaradorlikni oshirish;
- innovatsion mahsulotlarni tezroq joriy etish;
- davlat regulyatorlari nazoratida raqamli xavfsizlikni ta’minlash;
- mijozlar ishonchini mustahkamlash imkonini beradi.

Banklar bugungi iste’molchilarning texnologik ehtiyojlarini qondirish va foydalanuvchilar tajribasini yaxshilash uchun Fintech xususiyatlarini o‘z xizmatlarida aks ettirmoqdalar. Moliyaviy tizim rivojlanishda davom etar ekan, banklar raqamli tezkorlikka ko‘proq ustunlik berishmoqda. Shuning uchun Fintech va bank ishining o‘zaro integratsiyasi barqaror iqtisodiy tizimda muhim ahamiyat kasb etadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

So‘nggi yillarda Fintech kompaniyalari moliya bozoriga kirib kelishi bank sektorida tub o‘zgarishlarni yuzaga keltirmoqda. Ularning innovatsion yondashuvlari

[1] https://explodingtopics.com/blog/fintech-market

va operativlik xususiyatlari banklarning an'anaviy barqarorlik va ishonchlilik tamoyillari bilan qarama-qarshilikda namoyon bo'lmoqda, lekin o'zaro ikki tizimning integratsiyalashuv imkoniyatlari yanada kengroq imkoniyatlarni ochib bermoqda. Qarama-qarshiliklar ko'proq regulyatsiya, raqamli xavfsizlik va bozorni egallash strategiyalarida namoyon bo'lmoqda. Shuni inobatga olgan holda, hamkorlik modelini qo'llash har ikki tomon uchun ham manfaatli hisoblanadi: banklar texnologik innovatsiyalardan, Fintech esa banklarning yirik depozit bazasi va ishonchli huquqiy muhitidan foydalanadi. O'zaro qarama-qarshilikni bartaraf etgan holda, hamkorlikni rivojlantirish uchun quyidagi takliflar o'rinli bo'lishi mumkin:

1. Integratsion platformalar yaratish – Fintech va banklar o'rtasida qo'shma loyihalar, raqamli to'lov tizimlari va xizmat ko'rsatish platformalarini yo'lga qo'yish.
2. Huquqiy jihatdan moslashuvchanlik – davlat moliyaviy texnologiyalarni qo'llab-quvvatlash bilan birga xavfsizlik va shaffoflikni ta'minlovchi yangi huquqiy mexanizmlarni ishlab chiqishi zarur.
3. Innovatsion ekotizimni rivojlantirish – banklar Fintech kompaniyalari uchun inkubator va akselerator dasturlarini yaratib, ularning innovatsiyalarini bozorga olib chiqishda ko'maklashishi mumkin.
4. Mijozlar ishonchini mustahkamlash – Fintech va banklarning hamkorlikdagi xizmatlari shaffoflik, xavfsizlik va foydalanish qulayligini birlashtirishi kerak.
5. Uzoq muddatli sheriklik modeli – Fintech va banklar uyg'unligi moliya sektorini raqamli kelajakka olib chiqadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Klus, M. F., Lohwasser, T. S., Holotiuk, F., & Moormann, J. (2019). Strategic alliances between banks and Fintechs for digital innovation: motives to collaborate and types of interaction. Journal of Entrepreneurial Finance, 21(1), 1–23.
2. Financial Stability Board, "Financial Stability Implications from Fintech: Supervisory and Regulatory Issues That Merit Authorities' Attention," (2017).
3. Basel Committee on Banking Supervision, "Sound Practices; Implications of Fintech Developments for Banks and Bank Supervisors," (2018).
4. Fuster, Andreas, Paul Goldsmith Pinkham, Tarun Ramadorai, and Walther Ansgar, "Predictably Unequal? The Effects of Machine Learning on Credit Markets," The Journal of Finance, 77 (2022), 5-47
5. DeYoung, Robert, "The Performance of Internet-Based Business Models: Evidence from the Banking Industry," The Journal of Business, 78 (2005), 893-948.
6. DeYoung, Robert, William W. Lang, and Daniel L. Nolle, "How the Internet Affects Output and Performance at Community Banks," Journal of Banking & Finance, 31 (2007), 1033-1060.
7. Dandapani, Krishnan, Edward R. Lawrence, and Jodonnis Rodriguez, "Determinants of Transactional Internet Banking," Journal of Financial Services Research, 54 (2018), 243-267
8. https://monei.com/blog/Fintech-vs-traditional-banks/
9. https://explodingtopics.com/blog/Fintech-market

KORXONALARDA MOLIYAVIY REJALASHTIRISHNI RIVOJLANGAN DAVLATLAR TAJRIBASINING UMUMIY YO‘NALISH VA XUSUSIYATLARI

Pardayev Jamshid Muzaffarovich
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
mustaqil tadqiqotchisi (PhD)
ORCID: 0009-0006-2847-9326

Annotatsiya

Mazkur maqolada korxonalarda moliyaviy rejalashtirish samaradorligi va barqaror rivojlanishini ta’minlashda xorijiy tajriba muhim ahamiyat kasb etadi. Rivojlangan mamlakatlarda moliyaviy rejalashtirish, avvalo, bozor mexanizmlari, raqamli texnologiyalar va moliyaviy nazorat tizimlari bilan uyg‘unlashgan holda amalga oshiriladi. Moliyaviy resurslarni samarali taqsimlash va optimallashtirish, byudjetlashtirish va prognozlashning avtomatlashtirilgan modellaridan foydalanish, risklarni boshqarishning zamonaviy usullarini joriy etish, xalqaro moliyaviy hisobot standartlariga rioya qilish hamda korporativ boshqaruv prinsiplari asosida moliyaviy shaffoflik va mas’uliyatni ta’minlash muhim yo‘nalishlar hisoblanadi. Shu bilan birga, xorijiy korxonalar tajribasida innovatsion moliyalashtirish manbalaridan – venchur kapital, obligatsiyalar, lizing va kraudfandingdan keng foydalanish kuzatiladi. Mazkur tajribalarni tahlil qilish orqali O‘zbekiston korxonalari uchun moliyaviy rejalashtirish samaradorligini oshirish, raqobatbardoshlikni kuchaytirish va jahon bozorlariga integratsiya jarayonlarini tezlashtirishda muhim metodologik asos yaratiladi.

Kalit so‘zlar: iqtisodiy rejalashtirish, moliyaviy rejalashtirish, iqtisodiy rivojlanish, davlat iqtisodiy siyosati, moliyaviy nazorat, investitsiyalar, byudjet, iqtisodiy prognozlash, moliyaviy resurslar, iqtisodiy strategiya.

Аннотация

В данной статье рассматривается зарубежный опыт как важный фактор обеспечения эффективности и устойчивого развития финансового планирования на предприятиях. В развитых странах финансовое планирование осуществляется, прежде всего, в сочетании с рыночными механизмами, цифровыми технологиями и системами финансового контроля. Эффективное распределение и оптимизация финансовых ресурсов, использование автоматизированных моделей бюджетирования и прогнозирования, внедрение современных методов управления рисками, соблюдение международных стандартов финансовой отчетности, обеспечение финансовой прозрачности и ответственности на основе принципов корпоративного управления. При этом опыт зарубежных предприятий показывает широкое использование инновационных источников финансирования – венчурного капитала, облигаций, лизинга и краудфандинга. Анализ этого опыта служит важной методологической основой для узбекских предприятий в целях повышения эффективности финансового планирования, укрепления конкурентоспособности и ускорения интеграционных процессов в мировые рынки.

Ключевые слова: экономическое планирование, финансовое

планирование, экономическое развитие, государственная экономическая политика, финансовый контроль, инвестиции, бюджет, экономическое прогнозирование, финансовые ресурсы, экономическая стратегия.

Abstract

This article considers foreign experience as an important factor in ensuring the effectiveness and sustainable development of financial planning in enterprises. In developed countries, financial planning is carried out, first of all, in combination with market mechanisms, digital technologies and financial control systems. Effective allocation and optimization of financial resources, the use of automated budgeting and forecasting models, the introduction of modern risk management methods, compliance with international financial reporting standards, ensuring financial transparency and responsibility based on the principles of corporate governance. At the same time, the experience of foreign enterprises shows the widespread use of innovative financing sources — venture capital, bonds, leasing and crowdfunding. The analysis of these experiences serves as an important methodological basis for Uzbek enterprises to improve the effectiveness of financial planning, strengthen competitiveness and accelerate the integration processes into world markets.

Keywords: economic planning, financial planning, economic development, state economic policy, financial control, investments, budget, economic forecasting, financial resources, economic strategy.

KIRISH

Bugungi globallashuv jarayonida korxonalar faoliyatining samaradorligi ko‘p jihatdan ularning moliyaviy resurslardan oqilona foydalanishi, uzoq va qisqa muddatli maqsadlarni muvofiqlashtira olishi hamda moliyaviy barqarorlikni ta’minlash qobiliyatiga bog‘liq. Shu nuqtai nazardan, moliyaviy rejalashtirish nafaqat ichki boshqaruv vositasi, balki korxonaning bozor sharoitidagi raqobatbardoshligini mustahkamlovchi muhim omil hisoblanadi. Korxonalarda moliyaviy rejalashtirish faoliyat samaradorligini ta’minlash va uzoq muddatli barqaror rivojlanishga erishishda muhim vosita bo‘lib xizmat qiladi. Rivojlangan davlatlar tajribasi shuni ko‘rsatadiki, moliyaviy rejalashtirish nafaqat qisqa muddatli moliyaviy natijalarni boshqarish, balki strategik maqsadlarga yo‘naltirishga xizmat qiladi.

Xorijiy tajribada moliyaviy rejalashtirishning asosiy yo‘nalishlari quyidagilardan iborat: strategik va taktik uyg‘unlik, raqamlashtirish va texnologik integratsiya, risk-menejment va barqarorlik, xalqaro standartlar va ochiqlik, shuningdek, innovatsiya va raqobatbardoshlikni hisobga olish.

Shu bilan birga, har bir mamlakatning milliy xususiyatlari ham muhim ahamiyatga ega: Kanadada provinsiyalar o‘rtasidagi farqlar, Yevropa davlatlarida Yevropa Ittifoqi standartlari va soliq tizimidagi tafovutlar, O‘zbekistonda esa davlat qo‘llab-quvvatlashi va soliq imtiyozlari moliyaviy rejalashtirish jarayoniga ta’sir ko‘rsatadi. Ushbu maqola rivojlangan davlatlar tajribasi asosida korxonalarda moliyaviy rejalashtirishning umumiy yo‘nalishlari va xususiyatlarini tahlil qilish hamda ularning O‘zbekiston sharoitida qo‘llanish imkoniyatlarini aniqlashga qaratilgan.

ADABIYOTLAR SHARHI

Moliyaviy rejalashtirish masalasi bo‘yicha ayrim olimlarning ilmiy ishlarini tahlil qiladigan bo‘lsak, bu borada T. Malikov va O. Olimjonovlar “Moliyaviy rejalashtirish” tushunchasini taraqqiyotning asosiy tendensiyalarini aniqlash va moliyaviy tahlil qilish, jalb qilingan mablag‘lar va vaqtincha bo‘sh turgan mablag‘larni sarflash (joylashtirish) menejmenti, firma ichidagi moliyaviy natijalar va pul oqimlarini rejalashtirish, hisobga olish va nazorat qilish texnologiyasi, investitsion menejment, kapitallar menejmenti, shuningdek faoliyatning boshqa ko‘rinishlari (trast, faktoring, lizing va boshqalar) jamlanmasi sifatida tushuntiradi [1].

S. Elmirzaev esa o‘zining “Korporativ moliya” darsligida shunday ta’rif beradi: “Moliyaviy rejalashtirish korporativ moliyani boshqarish tizimining ajralmas qismi sifatida korxonaning moliyaviy-xo‘jalik faoliyatiga doir qaror qabul qilish asoslarini ta’minlaydi. Moliyaviy rejalashtirishning korxonalar faoliyati uchun alohida dolzarbligi shundaki, u keskin raqobat sharoitida uzluksiz rivojlanish yo‘lini belgilab beradi. Moliyaviy rejalashtirishning noto‘g‘ri tashkil etilishi, bir tomondan, bozorning ma’lum bir mahsulotga nisbatan to‘yinishi, ikkinchi tomondan esa boshqa mahsulotga nisbatan taqchillikning yuzaga kelishiga olib keladi. Natijada bozor muvozanati buziladi” [2].

S. P. Visharning ilmiy tadqiqotlari ham e’tiborga molikdir. U moliyaviy rejalashtirishni boshqaruv tizimining bir qismi sifatida ko‘radi va quyidagi ta’rifni keltiradi: “Moliyaviy rejalashtirish umumiy moliyaviy boshqaruv tizimining ajralmas qismi bo‘lib, u o‘z navbatida korxonaning umumiy boshqaruv tizimining asosiy elementi hisoblanadi. Bu rejalashtirish umumiy strategiyadan tashqarida mavjud bo‘la olmaydi” [3].

S. Demin, A. Zinchenko va M. Cherkasovlarning mashinasozlik korxonalarida ishlab chiqarish jarayonlarini moliyaviy rejalashtirish xususiyatlariga oid ilmiy tadqiqotlari ham muhim ahamiyatga ega. Ular mashinasozlik korxonalari uchun tegishli moliyaviy taqsimot tizimini isloh qilish algoritmini taklif etadilar.

Moliyaviy rejalashtirish borasidagi olima I. Zaysevaning ilmiy tadqiqotlari ham dolzarbdir. I. Zayseva moliyaviy rejalashtirishning strategik ahamiyatini alohida ta’kidlaydi: “Bu shunchaki byudjet hisobi emas, balki pul oqimlarini boshqarish, qarzlarni to‘lash va korporatsiyaning moliyaviy siyosatini strategik shakllantiradigan qarorlar qabul qilishning kalitidir. Bu keng qamrovli, kelajakka yo‘naltirilgan va moslashuvchan reja bo‘lib, tashqi qiyinchiliklarga chidamli tizimni yaratadi” [4].

O. Laenko o‘z ilmiy tadqiqotlarida rejalashtirish va prognozlash o‘rtasidagi farqni aniqlab beradi. Unga ko‘ra, rejalashtirish — resurslarni shakllantirish va taqsimlash bo‘yicha boshqaruv faoliyati bo‘lsa, prognozlash — ixtisoslashtirilgan usullar yordamida kelajakdagi moliyaviy ko‘rsatkichlarni baholash jarayonidir [5].

Y. S. Nexaychuk va A. P. Borisovskaya kabi mualliflar ta’rifiga ko‘ra, “Moliyaviy rejalashtirish bu iqtisodiy faoliyatni ta’minlash uchun moliyaviy resurslar manbalarini va ulardan foydalanish yo‘nalishlarini aniqlash usullari va vositalari majmuidir”. Shuningdek, ular moliyaviy rejalashtirishni naqd pul oqimlariga qaratilgan, strukturaviy va uslubiy jihatdan qurilgan, bozor va mijozlarga

yo‘naltirilgan, barqaror va uzoq muddatli faoliyatga hissa qo‘shadigan jarayon sifatida talqin etadilar. Ularning fikricha, moliyaviy rejalashtirish tahlildan nazoratgacha bo‘lgan protsessual bosqichlarni o‘z ichiga olishi kerak va bu uni faqat buxgalteriya hujjati emas, balki strategik boshqaruv vositasiga aylantiradi [6].

Iqtisodchi olimlardan V. Yankovskaya o‘zining “Korxonalarda rejalashtirish” darsligida rejalashtirishni maqsadlarni belgilash, ularni amalga oshirish vositalarini aniqlash, ta’sir etuvchi omillarni tahlil qilish va ularga erishish yo‘llarini ishlab chiqish jarayoni sifatida talqin qiladi. Uning fikricha: “Moliyaviy rejalashtirish jarayoni murakkablik, motivatsiya, prognozlash, xavfsizlik, muvofiqlashtirish, nazorat qilish va o‘qitishga qaratilgan tizimli boshqaruv funksiyasidan iboratdir. Moliyaviy rejalashtirish — moliyaviy resurslar va pul oqimlarini tashkil etish bo‘yicha kelajakdagi harakatlarni aniqlash jarayonidir” [7].

I. V. Kazmina va I. V. Smolyaninovalarning fikriga ko‘ra, korporativ moliyaviy rejalashtirish — bu barcha faoliyatni ichki va tashqi muhit tomonidan shakllantirilgan moliyaviy imkoniyatlar va cheklovlarga moslashtirish orqali tashkilotning barqaror ishlashini ta’minlash jarayonidir [8].

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda ma’lumotlar asosan xorijiy ilmiy maqolalar, xalqaro moliyaviy tashkilotlarning hisobotlari hamda rivojlangan davlatlar tajribasiga oid rasmiy statistik manbalardan olindi. Olingan ma’lumotlar qiyosiy tahlil usuli orqali solishtirildi, shuningdek, analitik umumlashtirish yondashuvi qo‘llanilib, O‘zbekiston sharoitiga mos xulosalar ishlab chiqildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Ilg‘or xorijiy tajriba va ilmiy ishlanmalar tahlili shuni ko‘rsatadiki, korxona tashkiliy tuzilmasini shakllantirish jarayoni moliyaviy reja bilan uzviy bog‘liq holda olib boriladi. Jahon amaliyotida korxona tashkiliy tuzilmasi va moliyaviy rejasi o‘zaro bog‘liq bo‘lishi korxona barqaror rivojlanishini ta’minlashning muhim omili sifatida ko‘riladi.

Xorijiy mamlakatlarda korxona faoliyatining har qanday turi tegishli ijro etuvchi mexanizmlar orqali amalga oshiriladi. Bu mexanizmlar faqatgina korxona faoliyati bilan bog‘liq vazifalarni bajarish uchun emas, balki moliyaviy boshqaruv jarayonidagi standart talablarni ta’minlash uchun ham xizmat qiladi. Shunday qilib, korxonaning turli xil tuzilmalarini boshqarish hamda moliyaviy boshqaruvni amalga oshirish jarayoni o‘zaro chambarchas bog‘lanadi.

Korxona o‘z faoliyatini samarali tashkil etish uchun tashkiliy tuzilmani shakllantirishga alohida e’tibor qaratadi. Chunki tashkiliy tuzilma nafaqat tashkiliy jarayonlarni muvofiqlashtiruvchi vosita, balki moliyaviy rejalashtirish jarayonining ham muhim vositasidir. Korxona bo‘linmalarining faoliyati moliyaviy jihatdan baholanishi, moliyaviy ko‘rsatkichlar asosida nazorat qilinishi tashkiliy tuzilma va moliyaviy boshqaruv o‘rtasidagi uzviy bog‘liqlikni yanada kuchaytiradi.

Xalqaro tajribada moliyaviy harakatlarni nazorat qilish, moliyaviy natijalar bilan bog‘liq muammolarni hal qilish jarayonida “javobgarlik markazlari orqali boshqarish

nazariyasi" keng qo‘llaniladi. Bu nazariya asosida kompaniya tarkibidagi bo‘linmalar umumiy moliyaviy natijaga ma’lum darajada ta’sir etuvchi elementlar sifatida qaraladi. Har bir bo‘linma o‘z faoliyati natijasida ma’lum darajada daromad yoki xarajatlarni shakllantiradi va bu orqali moliyaviy boshqaruvda javobgarlikni o‘z zimmasiga oladi.

Xususan, bu nazariya Angliya, Germaniya va Ispaniya kabi mamlakatlarda keng qo‘llanilgan bo‘lib, natijada "moliyaviy mas’uliyat markazlari" deb nomlangan maxsus tuzilmalar shakllangan. Ularning asosiy vazifasi — bo‘linmalarning moliyaviy natijalarini nazorat qilish, xarajatlar va daromadlarni muvofiqlashtirish hamda umumiy moliyaviy barqarorlikni ta’minlashdir.

Shuningdek, xalqaro tajribada dastlab buxgalteriya hisobi faqat moliyaviy hisobotlarni tayyorlashga qaratilgan bo‘lsa, keyinchalik "moliyaviy hisob markazlari" (FHM) deb nomlanuvchi tuzilmalar shakllangan. Bu markazlar dastlab faqat hisobot tayyorlash uchun xizmat qilgan bo‘lsa, vaqt o‘tishi bilan ular moliyaviy rejalashtirish va nazorat jarayonlarida ham muhim rol o‘ynay boshlagan. Shu tariqa, moliyaviy hisob markazlari javobgarlik markazlariga aylantirilgan va bu orqali moliyaviy boshqaruv samaradorligi oshirilgan.

Xalqaro amaliyotda javobgarlik markazlari orqali boshqarish nazariyasi moliyaviy rejalashtirishning ajralmas qismi sifatida qaraladi. Chunki ushbu markazlar korxona ichida moliyaviy oqimlarni nazorat qilish, rejalashtirish va boshqarishni samarali amalga oshirish imkonini beradi. Bu yondashuv korxona faoliyatining shaffofligini ta’minlash bilan birga, moliyaviy qarorlarning asoslanganligini ham oshiradi.

Shuningdek, xorijiy mamlakatlarda korxonalar moliyaviy rejalashtirish jarayonida byudjetlashtirish tizimidan keng foydalanadi. Byudjetlashtirish jarayonida korxonaning kelgusi faoliyati moliyaviy mas’uliyat markazlari doirasida byudjetlar shaklida rejalashtiriladi. Bu byudjetlar orqali bo‘linmalar faoliyati moliyaviy ko‘rsatkichlar asosida baholanadi, xarajatlar nazorat qilinadi va umumiy moliyaviy maqsadlarga erishish ta’minlanadi.

Byudjetlashtirish jarayonida "pastdan yuqoriga" tamoyiliga amal qilinadi. Ya’ni, dastlab korxona bo‘linmalari o‘z faoliyati bo‘yicha byudjet loyihalarini ishlab chiqadi. Keyin ushbu loyihalar korxona rahbariyati tomonidan umumlashtiriladi va yagona byudjet shakllantiriladi. Bu jarayonda daromadlar to‘g‘risidagi hisobot, pul oqimi hisoboti va buxgalteriya balansi kabi asosiy moliyaviy hujjatlar tayyorlanadi.

So‘ngra, ishlab chiqilgan byudjet korxonaning moliyaviy maqsadlari va strategiyasi bilan solishtiriladi. Agar byudjet ko‘rsatkichlari maqsadli ko‘rsatkichlarga mos kelsa, u holda byudjet tasdiqlanadi va direktiv hujjat sifatida qabul qilinadi. Aks holda, byudjet qayta ko‘rib chiqiladi va yangi variant ishlab chiqiladi. Shu tariqa byudjetlashtirish jarayoni korxonada moliyaviy rejalashtirish va nazoratning samarali vositasi sifatida xizmat qiladi.

AQSh amaliyotida korxonalarda moliyaviy rejalashtirish jarayoni o‘ziga xos xususiyatlarga ega. Avvalo, bu jarayon strategik yondashuv asosida tashkil etiladi. Ya’ni, moliyaviy rejalashtirish nafaqat qisqa muddatli maqsadlarni, balki uzoq muddatli strategik maqsadlarni ham qamrab oladi. Bunda kompaniyaning bozor

sharoitlari, raqobatbardoshlik darajasi, investitsiya imkoniyatlari va risk omillari hisobga olinadi.

Bundan tashqari, AQShda moliyaviy rejalashtirish jarayonida zamonaviy axborot texnologiyalari keng qo‘llaniladi. Moliyaviy ma’lumotlarni yig‘ish, tahlil qilish va prognozlash jarayonlari maxsus dasturiy ta’minotlar yordamida amalga oshiriladi. Masalan, SAP, Oracle, Microsoft Dynamics kabi tizimlar korxonalarda moliyaviy rejalashtirishni avtomatlashtirishda keng qo‘llaniladi.

Shuningdek, AQSh amaliyotida moliyaviy rejalashtirish jarayonida pul oqimlarini boshqarishga alohida e’tibor qaratiladi. Chunki pul oqimlari kompaniya likvidligi va to‘lov qobiliyatini ta’minlovchi asosiy omil hisoblanadi. Shu bois pul oqimlarini rejalashtirish va nazorat qilish korxonada moliyaviy barqarorlikni saqlash uchun muhimdir.

Bundan tashqari, AQShda moliyaviy rejalashtirish jarayonida risklarni boshqarish ham alohida o‘rin tutadi. Kompaniya faoliyati bilan bog‘liq moliyaviy risklar oldindan aniqlanadi, ularni kamaytirish choralarini belgilash rejalashtirish jarayonida muhim vazifa hisoblanadi. Shu bilan birga, soliq rejalashtirish ham keng qo‘llaniladi, bunda kompaniya faoliyati turli soliq yurisdiksiyalarida amalga oshirilayotganligi hisobga olinadi va soliq yukini optimallashtirish choralari ishlab chiqiladi.

Umuman olganda, AQSh amaliyotida moliyaviy rejalashtirish jarayonining asosiy xususiyatlari — strategik yondashuv, axborot texnologiyalaridan keng foydalanish, pul oqimlarini boshqarishga alohida e’tibor qaratish, risklarni boshqarish va soliq rejalashtirishning samarali tashkil etilishidan iboratdir. Bu xususiyatlar korxonalarda moliyaviy barqarorlikni ta’minlash va ularning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

Rossiyada korxonalar moliyaviy rejalashtirish jarayoni AQSh yoki Yevropa tajribasidan farqli jihatlarga ega bo‘lib, iqtisodiy tizimning rivojlanish bosqichlari va davlat siyosatining ta’siri kuchli namoyon bo‘ladi.

Rossiyada moliyaviy rejalashtirishning o‘ziga xos xususiyatlari:

- Rossiya iqtisodiyotida strategik tarmoqlarda (energetika, neft-gaz, metallurgiya) davlat ulushi katta bo‘lgani sababli, moliyaviy rejalashtirish jarayonlari ko‘p hollarda davlat siyosatidan mustaqil emas. Davlat byudjet siyosati, subsidiyalar va soliq imtiyozlari rejalashtirishga katta ta’sir qiladi.
- Iqtisodiy va siyosiy barqarorsizlik, tashqi sanksiyalar va valyuta kursining o‘zgaruvchanligi sababli ko‘p kompaniyalar uzoq muddatli moliyaviy rejalashtirishdan ko‘ra 1 yillik yoki 3 yillik qisqa muddatli byudjetlarga ko‘proq e’tibor qaratadi.
- Inflyatsiya, rubl kursining barqaror emasligi va bank foiz stavkalarining yuqoriligi sababli kompaniyalar uchun likvidlik (to‘lov qobiliyati) va kesh-flouni prognoz qilish muhim ahamiyatga ega.
- Tashqi sanksiyalar, xomashyo narxlarining o‘zgarishi va siyosiy xavflar sababli ssenariy rejalashtirish (optimistik, realistik, pessimist ssenariylar) keng qo‘llaniladi.
- Rossiyada soliq tizimi nisbatan murakkab va ko‘p bosqichli bo‘lgani uchun kompaniyalar moliyaviy rejalashtirishda soliq yukini optimallashtirishga katta

ahamiyat beradi. Soliq imtiyozlari, maxsus iqtisodiy zonalar va transfert narxlanish siyosati orqali yukni kamaytirishga harakat qiladi.

- Rossiya kompaniyalarida moliyaviy rejalashtirish faqat buxgalteriya hisobotiga emas, balki boshqaruv hisobotiga asoslanadi. Bu ko‘proq ichki nazorat va samaradorlik tahliliga qaratilgan.
- SAP, 1C, Oracle kabi dasturlar keng qo‘llaniladi, lekin AQSh va Yevropa kompaniyalariga nisbatan avtomatlashtirish darajasi pastroq. Ko‘p hollarda hisobotlar Excel orqali olib boriladi.
- Rossiyada moliyaviy rejalashtirishning muhim jihati inflyatsiya va rubl kursining o‘zgarishini hisobga olishdir. Bu qarzlarni qaytarish qobiliyati va investitsiya rejalarini sezilarli darajada o‘zgartiradi.

Umuman olganda, Rossiyada korxonalar moliyaviy rejalashtirishining asosiy o‘ziga xosligi — davlat ta’siri va tashqi omillarga kuchli bog‘liqlik, qisqa muddatli byudjetlarga ustuvorlik berish, risk va pul oqimi tahliliga alohida e’tibor qaratilishi bilan tavsiflanadi.

Umumiy xorijiy tajribalarda moliyaviy rejalashtirishning farqlari keltirib o‘tilsa.

Umumiy yo‘nalishlar:

- Strategik va taktik rejalashtirish uyg‘unligi – Yevropa kompaniyalari moliyaviy rejalarni 3–5 yillik strategik yo‘nalish va yillik byudjet rejalari bilan bog‘laydi.
- IFRS asosida hisobot yuritish – Yevropa Ittifoqi korxonalari xalqaro moliyaviy hisobot standartlari (IFRS) asosida rejalashtirish va hisobot olib boradi.
- Raqamli texnologiyalardan foydalanish – moliyaviy modellashtirish, prognoz va risk-menejment uchun SAP, Oracle, BI-platformalar keng qo‘llaniladi.
- Risklarni boshqarish integratsiyasi – moliyaviy rejalashtirishda bozor, kredit va valyuta xatarlari tahlil qilinadi.
- Barqarorlik va ESG talablari – Yevropa korxonalari moliyaviy rejalarda ekologik barqarorlik va ijtimoiy mas’uliyat ko‘rsatkichlarini hisobga oladi (EU Green Deal siyosati ta’siri).
- Yevropa davlatlariga xos xususiyatlar:
- Yevropa Ittifoqi integratsiyasi – ko‘p davlatlarda yagona iqtisodiy va huquqiy maydon mavjudligi moliyaviy rejalashtirishni standartlashtirishga yordam beradi.
- Soliq siyosatida milliy farqlar – garchi YeIda umumiy qoidalar bo‘lsa-da, korporativ soliq stavkalari har bir davlatda turlicha (masalan, Irlandiyada 12,5%, Fransiyada 25%). Shuning uchun rejalashtirishda soliq yukini optimallashtirish muhim.
- Kichik va o‘rta biznesni qo‘llab-quvvatlash – Yevropa davlatlari (Germaniya, Italiya, Polsha va boshqalar)da SMEs uchun imtiyozli kredit va grant dasturlari moliyaviy rejalashtirishda katta rol o‘ynaydi.
- Innovatsiya va raqobatbardoshlikka yo‘nalish – Horizon Europe va Erasmus+ kabi dasturlar moliyaviy rejalashtirishga innovatsion xarajatlarni kiritishni talab qiladi.
- Valyuta siyosati ta’siri – yevro hududida yagona valyuta rejalashtirishni

osonlashtiradi, yevro hududiga kirmagan davlatlarda esa (masalan, Polsha, Vengriya) valyuta kurslari moliyaviy rejaga ta’sir ko‘rsatadi.

Yevropa davlatlarida moliyaviy rejalashtirish rivojlangan mamlakatlarga xos prinsiplarga (shaffoflik, strategik yo‘nalish, risk-menejment) asoslanadi. Ammo YeI integratsiyasi, milliy soliq siyosatlaridagi farqlar, innovatsion dasturlarga qaratilgan e’tibor va yevro hududining ta’siri uning o‘ziga xos xususiyatlaridir (1-jadval).

1-jadval

Yevropa va O‘zbekistonda korxonalarda moliyaviy rejalashtirishni rivojlangan davlatlar tajribasi asosida qiyosiy tahlil

Jahon tajribasi O‘zbek sharoiti	Kanada	Yevropa davlatlari	O‘zbekiston
Strategik va taktik rejalashtirish	3–5 yillik strategik va yillik taktik rejalar uyg‘unligi	3–5 yillik strategik rejalar + yillik byudjet rejasi	Ko‘p hollarda yillik va chorak yillik byudjet asosida, strategik rejalashtirish rivojlanmoqda
Xalqaro standartlar (IFRS/GAAP)	IFRS asosida korxonalar hisobotlari	IFRS asosida rejalashtirish va hisobot	Xalqaro standartlar tartibida hisobot beruvchi korxonalar soni cheklangan; asosan milliy buxgalteriya standartlari (NABU) qo‘llaniladi
Raqamli texnologiyalar va ERP tizimlari	SAP, Oracle, BI platformalar keng qo‘llaniladi	SAP, Oracle, BI platformalar, raqamli prognoz va modellashtirish	ERP tizimlari va raqamli platformalar kirib kelmoqda, lekin keng tarqalmagan
Risk-menejment	Moliyaviy, bozor va valyuta xatarlarini tahlil qilish	ESG, valyuta, kredit va bozor xatarlarini tahlil qilish	Xatarlarni baholash tizimi rivojlanmoqda, asosan moliyaviy va operatsion xatarlar ko‘rib chiqiladi
Soliq siyosati ta’siri	Federal va provinsial farqlar, soliqlarni optimallashtirish	ES doirasida umumiy qoidalar, ammo davlatga qarab soliq stavkalari farq qiladi	Soliq siyosatining birlamchi ta’siri, soliq imtiyozlari va preferensiyalar orqali rejalashtirish
Kichik va o‘rta biznes qo‘llab-quvvatlashi	Kredit, grant va subsidiyalar dasturlari	SMEs uchun moliyaviy qo‘llab-quvvatlash dasturlari	O‘zbekistonda mikrokreditlash va davlat grantlari orqali qo‘llab-quvvatlash davom etmoqda
Innovatsiya va ilmiy-tadqiqot	SR&ED dasturi orqali tadqiqot xarajatlari	Horizon Europe, innovatsion dasturlar	Innovatsiya va R&D dasturlari rivojlanmoqda, lekin hanuz keng tarqalmagan

Jahon tajribasi O‘zbek sharoiti	Kanada	Yevropa davlatlari	O‘zbekiston
Barqarorlik va ESG	Barqarorlik va ijtimoiy mas’uliyat hisobga olinadi	Ekologik va ijtimoiy ko‘rsatkichlar EU Green Deal bilan integratsiyalangan	Barqarorlik va ESG masalalari hanuz yangi bosqichda, milliy qonunchilikda sekin joriy etilmoqda

Mazkur keltirilgan 1-jadvalda: Kanada va Yevropa – strategik, raqamli, risk-menejment va ESGga yo‘naltirilgan, xalqaro standartlar asosida moliyaviy rejalashtirishni rivojlantirgan. O‘zbekiston – asosan taktik va yillik byudjetlashishga tayangan; raqamli texnologiyalar va xalqaro standartlar cheklangan; innovatsiya va ESG dasturlari rivojlanayotgan bosqichda

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu ishning asosiy maqsadi — korxonalarda moliyaviy rejalashtirishni rivojlangan davlatlar tajribasi asosida tahlil qilish va uning O‘zbekiston sharoitida qo‘llanish imkoniyatlarini aniqlashdir.

Rivojlangan davlatlarda moliyaviy rejalashtirishning umumiy yo‘nalishlari va asosiy xususiyatlarini o‘rganish, korxonalarda strategik va taktik rejalashtirish, raqamlashtirish, risk-menejment va barqarorlikning xalqaro tajribada qanday amalga oshirilishini tahlil qilish, rivojlangan davlatlar tajribasining O‘zbekiston sharoitiga mos keladigan jihatlarini aniqlash ham ushbu tadqiqotning vazifalari hisoblanadi.

Shuningdek, moliyaviy rejalashtirish jarayonlarini samarali tashkil etish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqish nazarda tutiladi. Ushbu takliflar ishning nazariy va amaliy qiymatini oshirishga, shuningdek, O‘zbekiston korxonalarida moliyaviy rejalashtirish tizimini takomillashtirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Маликов Т.С., Олимжонов О.О. Молия. Дарслик / Тошкент Молия институти. – Тошкент: 2019. – 89 бет.

2. Elmirzayev S. Korporativ moliya. Darslik. – T.: 2018 yil, 68 bet.

3. Вишар С. П. Современные проблемы финансового планирования предприятий системы потребительской кооперации в России // Символ науки. 2016. № 6. С. 160-163.

4. Демин С. С., Зинченко А. С., Черкасов М. Н. Особенности финансового планирования производственных процессов на предприятиях машиностроения // Вестник университета. 2016. № 5. С. 130-132.

5. Зайцева И.С. Рол финансового планирования в формировании финансовой политики корпорации // Политика, экономика и инноваци. 2016. № 8 (10). С. 1- 4.

6. Лаенко О.А. Методы финансового планирования и прогнозирования на предприятиях // Вестник Прикамского социалного института. 2016. С. 52-55.

7. Нехайчук Ю. С., Борисовская А. П. Об организации финансового планирования на промышленном предприятии // Символ науки. 2016. № 9. С.

117-121

8. Янковская В. В. Планирование на предприятии: Учебник / В. В. Янковская. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 425 с.

9. Казмина И. В., Смолянинова И. В., Щеголева Т. В. Символ науки. 2016. № 4. С. 83–84.

SAMARQAND VILOYATIDA XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINING HOLATI VA SOHANI YANADA RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI

Normurodov Umidjon Normurod o‘g‘li
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti dotsenti, PhD.
Shadiyeva Lobar Abdurazikovna
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti stajyor-tadqiqotchisi.

Annotatsiya

Ushbu maqolada Samarqand viloyatida xizmat ko‘rsatish sohasining holati tahlil qilinib, sohaning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotni ta’minlashdagi ahamiyati o‘rganildi. Viloyatda YaHMning o‘sishini ta’minlashda xizmat ko‘rsatish sohasining hissasi tahlil qilinib, sohani yanada rivojlantirish imkoniyatlari bo‘yicha takliflar ishlab chiqildi.

Kalit so‘zlar: xizmat ko‘rsatish sohasi, YaIM, YaHM, tadbirkorlik muhiti, tendensiyalar.

Аннотация

В статье анализируется состояние сферы услуг Самаркандской области и изучается её значение в обеспечении социально-экономического развития. Проанализирован вклад сферы услуг в обеспечение роста ВРП региона и разработаны предложения по дальнейшему развитию отрасли.

Ключевые слова: сферы услуг, ВВП, ВРП, предпринимательская среда, тенденции.

Abstract

This article analyzes the state of the service sector in the Samarkand region and examines its importance in ensuring socio economic development. The contribution of the service sector to the growth of the region’s gross regional product is analyzed, and proposals for the further development of the industry are developed.

Keywords: service sector, GRP, business environment, trends.

KIRISH

Jahonda globallashuv jarayonlarining chuqurlashishi natijasida xizmat ko‘rsatish sohasida jadal o‘sish tendensiyasi kuzatilmoqda. “Xizmatlar sohasining jahon YaIMdagi ulushi oxirgi 25 yilda 54,2% dan 65,0% ga yetib, ko‘rsatilgan xizmatlarning hajmi 3,1 barobarga va sohada band aholining ulushi 38,0% dan 50,6% gacha oshgan. Shu davrda YaIMdagi sanoatning ulushi 31,9% dan 24,8% gacha, qishloq, o‘rmon va baliqchilik xo‘jaliklari esa 7,6% dan 3,5% gacha qisqargan” [1]. Hozirgi vaqtda biron bir davlatni rivojlangan mamlakatlar qatoriga qo‘shish uchun yaratilayotgan milliy iqtisodiyoti yalpi ichki mahsulot tarkibida xizmat ko‘rsatish sohasining ulushi 65 foizdan yuqori bo‘lishi asosiy mezon hisoblanadi. Iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlarda yalpi ichki mahsulot tarkibida xizmat ko‘rsatish va servis sohasining ulushi 65-80 foizini tashkil etmoqda. Shuningdek, jahon mamlakatlarida to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalar hajmining 40,0 foizi xizmat ko‘rsatish sohasiga to‘g‘ri kelmoqda[2].

Mamlakatimizda xizmat ko‘rsatish sohasini sifat jihatdan yangi pog‘onaga ko‘tarish va samaradorligini oshirish, sohaga boshqaruvning zamonaviy tizimini va

raqamli texnologiyalarni joriy qilish bo‘yicha keng qamrovli chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Xususan, “Hududlarda xizmat ko‘rsatish va servis sohalarini rivojlantirish orqali keyingi 5 yilda xizmat ko‘rsatish hajmini 3 baravarga oshirish hamda ushbu yo‘nalishda jami 3,5 million yangi ish o‘rinlarini yaratish” [3] vazifalari belgilangan.

Qayd etilganlardan ko‘rinib turibdiki, bugungi kunda jahonda davom etayotgan turli inqiroziy holatlar sharoitida, O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish sohasini davlat tomonidan yanada qo‘llab quvvatlash bo‘yicha imtiyozlar berish, infratuzilmani yanada rivojlantirish orqali tadbirkorlik muhitini yaxshilash, bu jarayonlarda yuzaga kelayotgan muammolarni aniqlash va bartaraf etish borasida ilmiy tavsiyalar va takliflar ishlab chiqish bugungi kundagi dolzarb masalalardan biri bo‘lib hisoblanadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Xizmat ko‘rsatish sohasining rivojlanishi bilan bog‘liq turli jabhalarga xos nazariy va metodologik masalalar o‘rganilgan. Xususan, xizmat ko‘rsatish sohasining iqtisodiy taraqqiyotda tutgan o‘rni, uning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini baholash, xizmat ko‘rsatish sohasining iqtisodiy tahlili va shu kabi muammolar xorijiy olimlardan K.Xaksever, B.Render, R.Rassel, R.Merdik, L.Berri, K.Gryonroos, S.Abramov, N.Ivanov[4] kabilarning ilmiy ishlarida ko‘rib chiqilgan.

O‘zbekistonda xizmatlarning ijtimoiy-iqtisodiy tabiati va uni rivojlantirishning o‘ziga xos xususiyatlarini M.Q.Pardayev[5], xizmat ko‘rsatish sohasining mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotidagi o‘rnini M.M.Muxammedov[6], xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalarida samaradorlikni oshirish yo‘llarini I.Ochilov [7] lar o‘z ilmiy ishlarida batafsil yoritganlar. Shuningdek, F.Safarov[8] xizmat ko‘rsatish sohasini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishga ta’sir ko‘rsatuvchi omillarni aniqlashtirib, xizmat ko‘rsatish sohasining yirik va o‘rta, salohiyati yetarlicha rivojlanmagan va rivojlanish ko‘rsatkichlari past korxonalar klasterlariga ajratgan holda sohani qo‘llab-quvvatlash va rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqish mumkinligini asoslab bergan.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda xizmat ko‘rsatish sohasining holatini baholash uchun monografik, ekspert va tizimli tahlil usullaridan foydalanildi. Statistik tahlil jarayonida Samarqand viloyatida xizmat ko‘rsatish sohasiga oid 2020-2025 yillardagi ma’lumotlar yig‘ilib, chuqur tahlil qilindi.

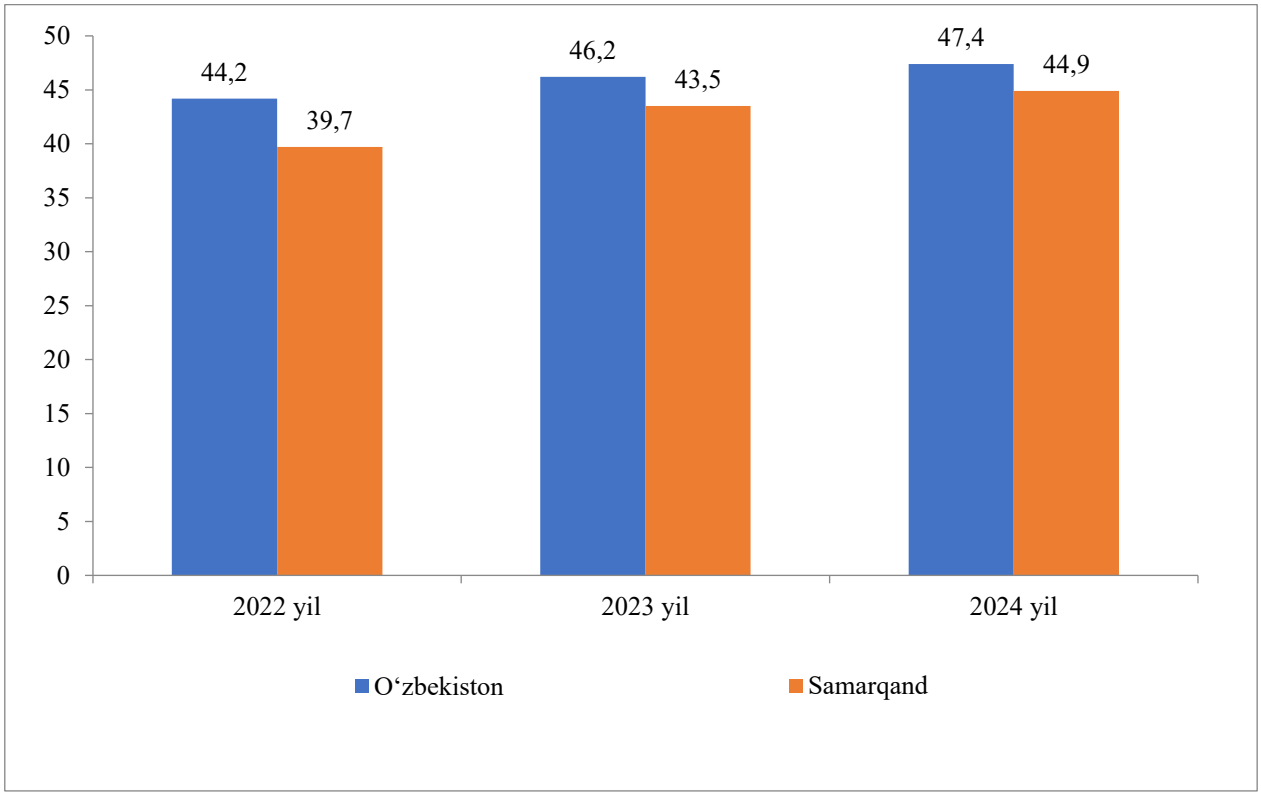
TAHLIL VA NATIJALAR

Mamlakat milliy iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi xizmat ko‘rsatish sohasi hisoblanadi. Yangi O‘zbekistonda amalga oshirilayotgan islohotlarning hozirgi bosqichida xizmat ko‘rsatish sohasining milliy iqtisodiyotdagi o‘rni va ahamiyati yildan yilga oshib bormoqda. Bu mamlakat miqyosida ko‘rsatilayotgan xizmatlar hajmining o‘sib borishi, mamlakat iqtisodiyotida chuqur tarkibiy o‘zgarishlarga va nodavlat mulkiga asoslangan xususiy sektorning vujudga kelishiga orqali ham namoyon bo‘lmoqda.

Tabiiyki, xizmat ko‘rsatish sohasini baholash uslubi yuqorida zikr etilgan barcha jarayonlar va bog‘liqliklarni o‘zida aks ettirishi lozim. Mavjud adabiyotlarda xizmat

ko‘rsatish sohasining milliy iqtisodiyotdagi, uning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotidagi o‘rnini, uning samaradorligini, raqobatbardoshligini yoki boshqa ba’zi bir jihatlarini baholash, asosan, quyidagi makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar orqali ifoda etilgan.

Xizmat ko‘rsatish sohasini mamlakatning YaIM tarkibi bo‘yicha baholash. Xizmat ko‘rsatish sohasini bunday yondashuv asosida baholash, uning mamlakat iqtisodiyotidagi mavqeyini ko‘rsatadi. Chunki, YaIM iqtisodiyotning moddiy hamda nomoddiy sohalari bo‘yicha iqtisodiy faoliyatning yakuniy natijalarini tavsiflovchi makroiqtisodiy ko‘rsatkichdir. YaIM tarkibida xizmat ko‘rsatish sohasining ulushi qancha yuqori bo‘lsa, mamlakat aholisining turmush darajasi va sifati ham shunchalik yuqori bo‘ladi. O‘zbekiston va Samarqand viloyati YaIM (YaHM)da xizmat ko‘rsatish sohasining ulushi 1-rasmda keltirilgan.



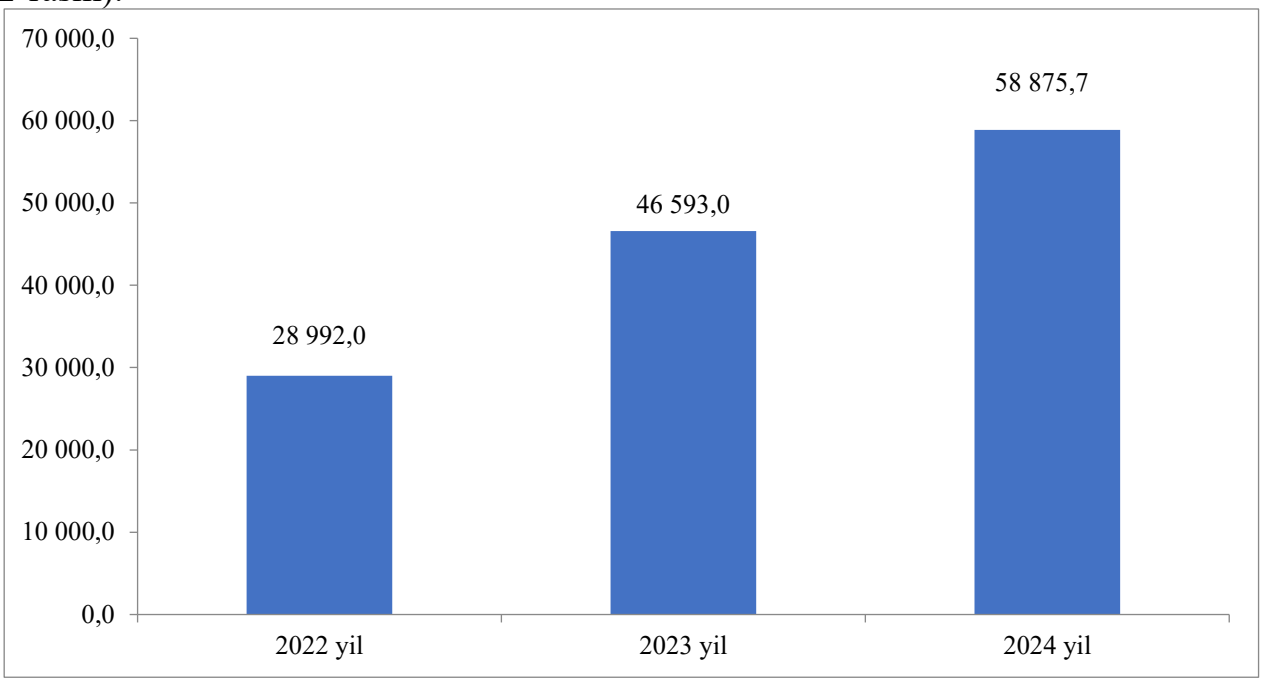
1-rasm. Xizmat ko‘rsatish sohasining YaIM va YaHMdagi ulushi, foizda[1]

Keltirilgan 1-rasmdan ko‘rinib turibdiki, O‘zbekistonda 2024-yilda xizmat ko‘rsatish sohasining YaIM tarkibidagi ulushi 47,4 foizni tashkil qilib, oxirgi uch yil mobaynida xizmat ko‘rsatish sohasining YaIMdagi ulushi muttasil o‘sib borganligini kuzatish mumkin. Mamlakatimizdagi kabi Samarqand viloyatida ham xizmat ko‘rsatish hajmi barqaror o‘sib borgan. Jumladan, 2022-yilda – 39,7 foiz, 2023-yilda – 43,5 foiz va 2024-yilda esa – 44,9 foizgacha o‘sishga erishgan. Ushbu ko‘rsatkich rivojlangan mamlakatlarda 65 foizni tashkil etishini hisobga olib, respublikada va viloyatda ushbu sohani jadal sur’atlar bilan rivojlantirish va uning mamlakat YaIM

[1] O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi rasmiy sayti https://stat.uz. ma’lumotlari asosida hisoblandi.

(YaHM) tarkibidagi ulushini yanada oshirish lozim. Mamlakatda olib borilayotgan tarkibiy o‘zgarishlar xam aynan shunga qaratilgan.

Viloyat YaHM tarkibida xizmatlar sohasi ulushining oshib borishiga asosan ko‘rsatilgan xizmatlar hajmining yildan-yilga oshishini ko‘rsatib o‘tish mumkin (2-rasm).



2-rasm. Samarqand viloyatida xizmat ko‘rsatish sohasining holati, mlrd.so‘m[1].

2-rasm ma’lumotlaridan quyidagi xulosalar qilindi. Xizmatlar ko‘rsatish hajmi tahlil olib borilgan 2022-2024-yillarda barqaror ko‘payib, Samarqand viloyat iqtisodiyotida xizmat ko‘rsatish sohasining hajmi 2024-yilda 2023-yil bilan taqqoslaganda 12282,7 mlrd.so‘mga ko‘paygan. Viloyatda 2023-yilda ko‘rsatilgan xizmatlar hajmi 2022-yilga nisbatan solishtirganda 2,0 martaga oshgan. Ushbu ko‘rsatkichlar esa albatta ijobiy holatdir. Shu sababli ham YaHM hajmini oshirishda xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish chora-tadbirlarini ishlab chiqish, uning tarmoqlarini modernizatsiyalash muhim ahamiyatga ega.

Xizmatlar sohasining yil sayin o‘sishiga, albatta xizmat ko‘rsatish tarmoqlarining ko‘payishi va zamonaviy turlarining paydo bo‘lishi ham asosiy sabablardan biri bo‘lib hisoblanadi. Shu bois, bizlar tahlilning keyingi bosqichida xizmat ko‘rsatish sohasi tarmoqlari tarkibini Samarqand viloyati bo‘yicha tahlil qilishni lozim topdik (1-jadval).

Keltirilgan 1-jadval ma’lumotlari hisob-kitobi shuni ko‘rsatmoqdaki, Samarqand viloyatida axborot va aloqa sohasidagi xizmatlarda (24,8 foiz), transport xizmatlarida (17,9 foiz) hamda savdo xizmatlarida (17,7 foiz) 2023-yilga nisbatan 2024-yilda o‘sish sur’ati yuqori bo‘ldi. Tahlil olib borilgan davrda ko‘rsatilgan bozor xizmatlarining umumiy hajmida yashash va ovqatlanish bo‘yicha xizmatlar - 33,5 foizga etib eng

[1] O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi Samarqand viloyat statistika boshqarmasi rasmiy sayti https://samstat.uz/uz/ ma’lumotlari asosida hisoblandi.

yuqori ulushni tashkil etdi. Shuningdek, savdo xizmatlari – 18,0 %, transport xizmatlari – 16,8 %, moliya xizmatlari – 9,4 % ko‘rsatkich bilan yuqori ulushni tashkil etdi. Viloyatda eng kam ulush me’morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlarga to‘g‘ri kelib, uning jami xizmatlardagi ulushi 2024-yilda – 0,9 foizni tashkil qilgan.

1-jadval

Samarqand viloyatida xizmat ko‘rsatish sohasining tarkibiy tahlili[1]

	Ko‘rsatkichlar	2023 yil	2024 yil	O‘sish sur’ati, % da	Ulushi, % da
№	**Xizmatlar – jami**	46593,0	58875,7	114,1	100,0
1.	yashash va ovqatlanish bo‘yicha xizmatlar	15564,5	19696,0	111,1	33,5
2.	savdo xizmatlari	8474,0	10590,6	117,7	18,0
3.	transport xizmatlari	7476,9	9865,5	117,9	16,8
4.	shu jumladan: avtotransport xizmati	6898,5	8723,4	115,1	14,8
5.	moliya xizmatlari	4559,6	5505,9	115,2	9,4
6.	ta’lim sohasidagi xizmatlar	1994,7	2343,5	109,4	4,0
7.	axborot va aloqa sohasidagi xizmatlari	1500,9	2013,4	124,8	3,4
8.	boshqa shaxsiy xizmatlar	1430,3	1771,3	110,0	3,0
9.	kompyuterlar, shaxsiy foydalanish buyumlari va maishiy tovarlarni ta’mirlash bo‘yicha xizmatlar	1120,0	1405,5	112,2	2,4
10.	sog‘liqni saqlash sohasidagi xizmatlar	880,0	1106,0	113,4	1,9
11.	ijara xizmatlari	814,3	1077,7	110,0	1,8
12.	ko‘chmas mulk bilan bog‘liq xizmatlar	809,2	1020,6	113,1	1,7
13.	me’morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar	433,6	536,5	102,9	0,9
14.	boshqa turdagi xizmatlar	1535,0	1943,2	108,2	3,3

Prezidentimiz Sh.Mirziyoyev qayd etib o‘tganlaridek, “Agar hududlarning aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan ko‘rsatkichlarini solishtirsak, ular kun va tundek bir-biridan farq qiladi”[9].

Yuqoridagi fikr mulohazadan kelib chiqqan holda bizlar aholiga ko‘rsatilgan bozor xizmatlarining qay darajada rivojlanayotganligini bilish uchun, viloyat va uning hududlari bo‘yicha aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan xizmatlar hajmi tarkibi holatini o‘rganishdik (2-jadval).

[1] O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi Samarqand viloyat statistika boshqarmasi rasmiy sayti https://samstat.uz/uz/ ma’lumotlari asosida hisoblandi

Aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan ko‘rsatilgan xizmatlar hajmi viloyat va uning hududlari bo‘yicha 2022-2024 yillarga solishtirma ko‘rsatkichlarni tahlildan quyidagi xulosalarni qilish mumkin:

2-jadval

Samarqand viloyatida aholi jon boshiga ko‘rsatilgan bozor xizmatlarining dinamikasi, ming so‘m[1]

Hududlar nomi	2022 yil	2023 yil	2024 yil	2024 yilda o‘zgarishi, %	
				2022 yilga nisbatan	2023 yilga nisbatan
Tumanlar bo‘yicha	**5579,2**	**6963,5**	**13843,3**	**248,1**	**198,8**
Samarqand sh.	17115,9	21874,7	27862,0	162,8	127,4
Kattaqo‘rg‘on sh.	5707,9	6913,4	9494,8	166,3	137,3
Oqdaryo	4709,5	5125,8	6826,3	144,9	133,2
Bulung‘ur	3110,0	3843,7	4770,4	153,4	124,1
Jomboy	5386,1	6442,1	7901,7	146,7	122,7
Ishtixon	3026,0	3652,1	4527,5	149,6	124,0
Kattaqo‘rg‘on	3135,6	3584,6	4352,9	138,8	121,4
Qo‘shrabot	3281,0	3978,5	4826,3	147,1	121,3
Narpay	3396,5	4128,4	4970,4	146,3	120,4
Payariq	3047,5	3737,6	4827,8	158,4	129,2
Pastdarg‘om	3758,4	4668,3	5885,2	156,6	126,1
Paxtachi	3384,2	4150,7	4895,2	144,6	117,9
Samarqand	5759,8	8168,8	9326,9	161,9	114,2
Nurobod	2878,9	3391,0	4214,7	146,4	124,3
Urgut	2839,5	3332,6	4037,5	142,2	121,2
Tayloq	4680,9	5928,7	7262,0	155,1	122,5

Birinchidan, Samarqand shahrida aholi jon boshiga ko‘rsatilgan xizmatlar hajmi 2024 yilda 27862,0 ming so‘mni tashkil etib, hududlar kesimida eng yuqori ko‘rsatkichga erishgan. Bu yerda aholi jon boshiga ko‘rsatilgan xizmatlar hajmining o‘sishi avvalo, shahar yetarli darajada rivojlangan hudud hisoblanadi hamda bu yerda yashaydigan aholining real daromadlar darajasi boshqa hududlarga nisbatan balandroq. Samarqand shahri bilan bir qatorda yuqori o‘sish ko‘rsatkichlari Kattaqo‘rg‘on shahri (9494,8 ming so‘m), Samarqand tumani (9326,9 ming so‘m) va Jomboy (7901,7 ming so‘m) tumanida ham qayd etildi. Urgut (4037,5 ming so‘m) va Nurobod (4217,7 ming so‘m) tumanlarida boshqa hududlarga qaraganda aholi jon boshiga ko‘rsatilgan xizmatlar hajmi nisbatan past bo‘ldi. Shuni ta’kidlash lozimki, aholi jon boshiga ko‘rsatilgan xizmatlar hajmining o‘sishiga ta’sir ko‘rsa-tuvchi omillardan biri bu aholi soni hisoblanadi. Aholi soni kam bo‘lgan hududlarda, aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan ko‘rsatilgan xizmatlar hajmi ham yuqori bo‘ladi;

[1] O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi Samarqand viloyat statistika boshqarmasi rasmiy sayti https://samstat.uz/uz/ ma’lumotlari asosida hisoblandi.

Ikkinchidan, 2022-yildan 2024-yilgacha bo‘lgan davr oralig‘ida aholi jon boshiga ko‘rsatilgan xizmatlar hududlararo keskin farq qildi. Bu ko‘rsatkich viloyat bo‘yicha o‘rtacha 2024-yilda 13843,3 ming so‘mni tashkil qilgan holda tebranish miqdori 27862,0 – 4037,5 ming so‘mgacha. Ushbu ma’lumotlar viloyatning hudud-larida aholining yashash darajasi va daromadlarini har xil ekanligidan darak beradi;

Uchinchidan, aholi jon boshiga ko‘rsatilgan xizmatlarning bir tekisda bo‘lmasa ham barcha hududlarda yil sayin ortib borayotgani kuzatilmoqda. Bu esa ijobiy holatdir.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xizmat ko‘rsatish sohasi mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida, xususan, YaIM ishlab chiqarishda, aholini ish bilan ta’minlashda, uning turli ehtiyojlarini qondirishda turmush darajasi va sifatini oshirishda, davlat byudjetini shakllantirishda yetakchi o‘rin tutadi.

Shu bilan bir qatorda, xizmat ko‘rsatish sohasi ko‘p tarmoqli va bir vaqtning o‘zida bir necha yo‘nalishda faoliyat olib boruvchi soha. Ushbu sohada doimiy tarzda o‘zaro milliy iqtisodiyotning boshqa sohalari bilan uzviy bog‘liq bo‘lgan murakkab ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlar sodir bo‘ladi va rivojlanib boradi. Xizmat ko‘rsatish sohasi, bir tomondan, milliy iqtisodiyotning boshqa soha hamda tarmoqlariga, ularning holati va rivojlanishiga katta ta’sir ko‘rsatsa, ikkinchi tomondan, uning rivojlanish imkoniyatlari hamda istiqbollari boshqa soha va tarmoqlar dinamikasi bilan belgilanadi.

Xulosa qilib aytganda, olib borilgan tahlil ma’lumotlaridan O‘zbekistonda, xususan Samarqand viloyatida xizmat ko‘rsatish sohasini jahon talablari asosida rivojlantirish, sohaning innovatsion asoslarini kuchaytirish, xizmat ko‘rsatishning yangi turlari va shakllarini keng joriy qilish, xizmat ko‘rsatish sohasini kengaytirish orqali mikro va makro darajada barqarorlik ko‘rsatkichlarini sezilarli darajada yaxshilash kabi yo‘nalishlarda keng qamrovli tadbirlar amalga oshirilgani aniqlandi. Xizmat ko‘rsatish sohasidagi bunday ijobiy o‘sish tendensiyasi — viloyat va mamlakat iqtisodiyotining asosiy makroiqtisodiy ko‘rsatkichi hisoblanadigan YaHM va YaIM hajmining ham ko‘payishiga xizmat qiladi. Bunday ijobiy holatni kelgusida ham saqlab qolish chora-tadbirlarini ko‘rish, bugungi turli inqirozlar sharoitida o‘ta dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Jahon banki ma’lumotlari, 2020.
2. https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022-йил 28-январдаги ПФ-60-сон “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги Фармони https://lex.uz/ru/docs/-5841063
4. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг, 2-е изд. Издательство: Питер, 2002. 752 стр.; Berry L. L. Services Marketing is Different // Business. 1980. Vol. 30. May-June. P. 24-29; Grönroos C. Service management and marketing. Lexington, MA: Lexington books; 1990;

Абрамов С.С. Оценка социальноэкономической эффективности сферы услуг региона. Научно-технические ведомости СПбГПУ №3, 2011. Экономические науки, с. 41-44; Иванов Н.Н. Сфера услуг как объект исследования и управления. СПб., 2000.

5. Пардаев М.Қ. Хизматларнинг ижтимоий-иқтисодий табиати ва уни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари (Назарий жиҳатлари) // “Сервис”. – Самарқанд. – 2009. — №1. — б.38-46;

6. М.М.Мухаммедов. Хизмат кўрсатиш соҳасининг мамлакат ижтимоий-иқтисодий тараққиётидаги ўрни (назарий жиҳат) // “Сервис”. – Самарқанд. – 2012. — №1. — б.15-21

7. Пардаев М., Очилов И. Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарида самарадорликни ошириш йўллари. Монография. Тошкент. 2011;

8. Safarov F.A. Innovatsion iqtisodiyot sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasining ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini oshirish. Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. Samarqand-2023.

9. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак. Т.: «Ўзбекистон», 2017. 49-бет.

XODIMLARNI RIVOJLANTIRISH – KADRLAR SIYOSATIDAGI ASOSIY USTUVOR YO‘NALISHLARDAN BIRI

Sattarov Shuxrat Abug‘affarovich
Davlat Statistika qo‘mitasi huzuridagi
Kadrlar malakasini oshirish va statistik tadqiqotlar instituti
mustaqil tadqiqotchisi
E-mail:sattarovsh1991@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada xalqaro mehnat bozoridagi holat, kompaniyalarda xodimlar faoliyati samaradorligini oshirishda o‘quv jarayonlarining o‘rni va ahamiyati, malaka oshirish sohasidagi xorij tajribasi tahlil qilingan. Shuningdek, mahalliy mehnat bozori misolida mavjud holat o‘rganilib, inson kapitaliga yo‘naltirilgan investitsiyalar ahamiyati yoritilgan. Bunda ish beruvchilar tomonidan xodimlarning kasbiy mahoratini oshirish va malakali mutaxassislar tarkibini tayyorlash orqali faoliyat samaradorligiga erishish bo‘yicha kompaniyalar tajribasi o‘rganilgan.

Ilmiy manbada xodimlar malakasini oshirish bo‘yicha mehnat bozoridagi mavjud zamonaviy instrumentlardan – kouching, seminar, trening, vebinar, master-klasslarga to‘xtalib o‘tilgan. Amaliyotda mavjud bo‘lgan o‘qitishlarning shakliga ko‘ra an’anaviy va masofaviy turlari, ularning ustunlik va kamchiliklari xususida tahlillar qilingan.

Kalit so‘zlar: HR, korporativ strategiya, strategik resurs, global iqtisodiyot, inson kapitali, mehnat bozori, byudjet, malaka oshirish, seminar, trening, kouching, kasbiy rivojlanish.

Аннотация

В данной статье проанализировано состояние международного рынка труда, роль и значение учебных процессов в повышении эффективности деятельности сотрудников в компаниях, а также зарубежный опыт в области повышения квалификации. Кроме того, на примере местного рынка труда изучена существующая ситуация и раскрыта важность инвестиций, направленных на развитие человеческого капитала. Изучен опыт компаний по повышению профессионального мастерства сотрудников и формированию состава квалифицированных специалистов с целью повышения эффективности деятельности.

В научной работе рассмотрены современные инструменты на рынке труда для повышения квалификации сотрудников — коучинг, семинары, тренинги, вебинары и мастер-классы. Также проведён анализ традиционных и дистанционных форм обучения, их преимуществ и недостатков.

Ключевые слова: HR, корпоративная стратегия, стратегический ресурс, глобальная экономика, человеческий капитал, рынок труда, бюджет, повышение квалификации, семинар, тренинг, коучинг, профессиональное развитие.

Abstract

This article analyzes the state of the international labor market, the role and importance of training processes in improving employee performance in companies, and the experience of foreign countries in the field of professional development. It also examines the current situation using the example of the local labor market and highlights the significance of investments aimed at developing human capital. The study explores company practices aimed at enhancing employees' professional skills and forming a team of qualified specialists to improve operational efficiency. The academic work discusses modern tools available in the labor market for employee development — including coaching, seminars, training sessions, webinars, and master classes. It also analyzes the forms of training used in practice, such as traditional (offline) and distance (online) learning, with attention to their respective advantages and disadvantages.

Keywords: HR, corporate strategy, strategic resource, global economy, human capital, labor market, budget, professional development, seminar, training, coaching, career growth.

KIRISH

Har qanday tashkilotning muvaffaqiyati ortida turli omillar yotadi. Ular orasida eng ta'sirchan va barqaror foyda keltiradigani – bu bilimli va malakali xodimlardir. Ish jarayonlarida shunchaki mavjud bo‘lish emas, balki faol ishtirok etish, yangiliklarga ochiqlik va o‘z kasbida ustunlikka intilish kabi fazilatlar yillar davomida shakllanadi. Bunday sifatlarga ega bo‘lgan mutaxassislar esa tayyor holda bozorga chiqmaydi – ularni yetishtirish, o‘rgatish va o‘stirish kerak bo‘ladi.

Ko‘plab tashkilotlar so‘nggi yillarda xodimlar salohiyatini rivojlantirishga ustuvor e'tibor qaratmoqda. Buning sababi oddiy: raqobat kuchaygan muhitda barqarorlikni saqlab qolish uchun zamonaviy texnologiyalarni o‘zlashtira oladigan, jamoaviy ishlashni biladigan va qaror qabul qilishda mustaqil bo‘lgan xodimlar kerak bo‘ladi. Ularni shakllantirish esa tasodifiy emas – rejalashtirilgan, tizimli va izchil o‘quv jarayonlari orqali amalga oshadi.

Ish o‘rnida o‘qitish, treninglar, kouching, master-klasslar kabi metodlar shunchaki o‘tkaziladigan tadbirlar emas, balki har bir tashkilotning ichki madaniyati va strategiyasining ajralmas qismiga aylanishi lozim. Ular orqali kompaniya nafaqat malakali xodimga ega bo‘ladi, balki uning g‘oyalari, tashabbuslari va ishga bo‘lgan munosabatidan ham foydalanadi. Natijada umumiy samaradorlik ortadi, tashabbuskorlik kuchayadi, ish sifati yaxshilanadi.

O‘z o‘rnida, bunday tizimni yo‘lga qo‘yish doimiy harakat va investitsiya talab qiladi. Lekin bu xarajatlar vaqt o‘tishi bilan mehnat unumdorligiga, innovatsion salohiyatga va tashkilotning ichki mustahkamligiga xizmat qiladi. Xodimlarni o‘rgatishga yo‘naltirilgan har bir sa'y-harakat – bu kompaniya kelajagiga qo‘yilgan asosli qadamdir.

ADABIYOTLAR SHARHI

Tadqiqot jarayonida xalqaro va mahalliy manbalar, jumladan, statistik ma'lumotlar, xalqaro tashkilotlar hisobotlari hamda ilmiy-tahliliy maqolalardan foydalanildi. Asosiy ma'lumot manbalari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- Association for Talent Development (ATD) tomonidan har yili e'lon qilinadigan "State of the Industry: Talent Development Benchmarks and Trends" hisoboti;
- Training Magazine tomonidan tayyorlangan "Training Industry Report" tahlillari;
- Eurostatning Continuing Vocational Training in Enterprises (CVT) ma'lumotlari;
- O'zbekiston va Markaziy Osiyodagi mehnat bozoriga oid tahliliy ma'lumotlar hamda amaldagi HR amaliyoti bo'yicha mahalliy tashkilotlar tajribalari.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda xodimlar malakasini oshirish bilan bog'liq jarayonlarni o'rganish uchun bir nechta aniq ilmiy yondashuvlar qo'llanildi. Ikkilamchi ma'lumotlarga asoslangan desk-tahlil orqali xalqaro tashkilotlar hisobotlari, statistik ko'rsatkichlar va ilmiy maqolalar o'rganildi. Tahliliy usul yordamida O'zbekiston va xorijiy davlatlar amaliyoti o'rtasidagi o'xshashliklar va farqlar aniqlashtirildi. Qiyosiy tahlil asosida turli mamlakatlarda xodimlarni o'qitishga ajratiladigan xarajatlar va ularning samaradorligi solishtirildi. Tizimli yondashuv orqali inson kapitaliga investitsiya qilishning tashkilot faoliyatiga ta'siri o'rganildi. Sintez va induksiya usullari orqali tahlil natijalari umumlashtirildi hamda amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi. Tadqiqot metodlari tanlanishida ularning amaliy ahamiyati va natijalarni asoslashdagi foydaliligi hisobga olindi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Kompaniya xodimlarining malakasini oshirishda turli instrumentlardan foydalanish mumkin.

1-jadval

Zamonaviy HR amaliyotida o'quv turlari[1]

O'quv turlari	Tavsifi
Seminarlar	muayyan sohadagi nazariy bilimlarni yetkazish
Treninglar	amaliy ko'nikmalarni shakllantirish va jamoaviy ishlash qobiliyatini oshirish
Kouching va mentorlik	shaxsiy va kasbiy rivojlanish uchun individual maslahat va yo'l-yo'riq berish
Vebinarlar va onlayn kurslar	internet orqali o'qitish, vaqt va joy bo'yicha erkinlik yaratish
Master-klasslar	sohadagi yetakchi mutaxassis tajribasini amaliy ko'rsatish

[1] Muallif ishlanmasi

O‘quv turlari	Tavsifi
Biznes simulyatsiyalar va keys-stadi	real ish holatlarini modellashtirish orqali qaror qabul qilish ko‘nikmasini rivojlantirish
Leksiyalar	tizimli nazariy bilim berish, ilmiy yondashuvni mustahkamlash

Shu o‘rinda o‘quv jarayonlari shakliga ko‘ra ham farqlanadi:
- An’anaviy (oflayn) – jonli muloqot va amaliyotga asoslanadi;
- Masofaviy (onlayn) – vaqt va makon jihatidan erkinlik beradi.

2-jadval

Shakliga ko‘ra o‘quv jarayonlarining amaliyotda samarasi to‘g‘risida ma’lumot [1]

Mezonlar	An’anaviy o‘qish	Masofaviy o‘qish
Joylashuv	Belgilangan joyda	Istalgan joyda
Xarajatlar	Yuqori (bunda safar, ijara va boshqa xarajatlar hisobiga)	Minimal (texnologiyaga bog‘liq)
Fleksibillik	Belgilangan vaqt	Qulay vaqtda
Shaxsiy muloqot	Yuqori	Cheklangan
Amaliyotga bog‘langanlik	Yuqori	Cheklangan

Xodimlarni o‘qitishga investitsiya kiritish tashkilot uchun strategik quyidagi afzalliklarni yaratadi:
- ish samaradorligi oshadi;
- innovatsion salohiyat kuchayadi;
- korporativ madaniyat va motivatsiya mustahkamlanadi;
- kadrlar zaxirasini tayyorlash imkoni yaratiladi;
- mehnat bozorida raqobatbardoshlik oshadi.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, rivojlangan mamlakatlarda xodimlarni o‘qitishga yo‘naltiriladigan investitsiyalar tashkilot samaradorligini oshirishda hal qiluvchi omil hisoblanadi. AQSH va Yevropa tajribasida bu ko‘rsatkich kompaniya byudjetiga nisbatan o‘rtacha 2–5 % atrofida bo‘lib, xodim boshiga yiliga o‘rtacha 1200–1500 AQSH dollariga to‘g‘ri keladi. Bu holat inson kapitaliga sarflangan mablag‘larning uzoq muddatli foydasi – innovatsion faoliyat, ish sifatining yaxshilanishi va kadrlar barqarorligini ta’minlashga xizmat qilishi bilan izohlanadi.

O‘zbekiston va Markaziy Osiyo mamlakatlarida esa bu ko‘rsatkich hozircha past darajada (1–2 %) bo‘lib, buning asosiy sabablari quyidagicha:
- moliyaviy resurslar cheklanganligi;
- malaka oshirish jarayonlarini strategik emas, taktik vazifa sifatida ko‘rish tendensiyasi;

[1] Muallif ishlanmasi

- korporativ madaniyat va bilim boshqaruvi tizimining yetarlicha rivojlanmaganligi.

So‘nggi yillarda respublikada inson kapitalini rivojlantirishga oid siyosiy islohotlar, korporativ o‘quv markazlari va onlayn ta’lim platformalarining kengayishi bu sohada ijobiy o‘zgarishlar uchun zamin yaratmoqda.

“Qisqa muddatli iqtisodiy samara va uzoq muddatli inson kapitali investitsiyasi o‘rtasidagi muvozanatni qanday ta’minlash mumkin?”

Ayrim tadqiqotchilar [1] ta’kidlaganidek, ta’lim xarajatlarini optimallashtirish va natijalarni o‘lchash tizimi mavjud bo‘lsa, malaka oshirishga yo‘naltirilgan sarflar ish samaradorligi orqali o‘zini oqlaydi.

Shuning uchun mahalliy kompaniyalar uchun muhim vazifa – o‘quv jarayonlarini strategik investitsiya sifatida rejalashtirish va uning samarasini KPI hamda ROI (ing. Return on Investment – “sarmoyadan olingan daromad darajasi” yoki “investitsiya samaradorligi”) ko‘rsatkichlari orqali baholash hisoblanadi. Ushbu ma’lumotlardan ko‘rinib turibdiki, xodimning malakali xodim – mutaxassisga aylanishi ish beruvchi uchun nihoyatda muhim sanaladi. Shu sababli kompaniya rahbarlari va HR mutaxassislari xodimlarni o‘qitish va rivojlantirish ishlarini doimiy vazifaga aylantirishlari kerak bo‘ladi.

O‘z o‘rnida ish beruvchi oldida ushbu masalada quyidagi doimiy savollar bo‘ladi: Xodimlarni rivojlantirish yillik budjeti miqdori qancha bo‘lishi kerak? Qaysi xodimni qachon, qayerda va qaysi yo‘nalishda o‘qitish lozim?

Xalqaro tajriba orqali misollarda ko‘rib chiqiladi:

Xalqaro kompaniyalar hisobotlariga ko‘ra, rivojlangan mamlakatlarda kompaniyalar xodimlarni o‘qitishga yillik budjetning o‘rtacha 2–5 % qismini sarflaydilar.

ATDning 2025 yilgi “State of the Industry Report” ma’lumotlariga ko‘ra: 2024 yilda o‘rganilgan tashkilotlarda “learning expenditure” (ingliz tilidan – o‘quv xarajatlari yoki ta’limga qilingan sarf-xarajatlar) kompaniya daromadiga nisbatan o‘rtacha 2,9 % ni tashkil etgan. Bunda har bir xodimga to‘g‘ri keladigan o‘rtacha ta’lim sarfi 1 254 AQSH dollarini tashkil qilgan. 2023 yilda ushbu ko‘rsatkich 2,7 % darajada bo‘lgan[1].

Shuningdek, Training Magazine (2023 Training Industry Report) ma’lumotlariga ko‘ra, kompaniyalar bir xodimga o‘rtacha 954 AQSH dollari sarflagan, kichik tashkilotlarda bu ko‘rsatkich 1 420 dollarga yetgan.

Bu raqamlardan kelib chiqib, AQSH va Yevropa mamlakatlarida bir xodimga yillik o‘rtacha ta’lim sarfi 1200–1500 dollar atrofida bo‘lganligi qayd etiladi.

O‘zbekiston va Markaziy Osiyoda esa bu ko‘rsatkich hozircha 1–2 % atrofida bo‘lsa-da, inson kapitaliga e’tibor ortishi bilan yaqin yillarda

3–4 % gacha o‘sishi kutilmoqda. Bu sarf-xarajatlar qisqa muddatda katta foyda bermasligi mumkin, ammo o‘rta va uzoq muddatda kadrlar barqarorligi, malaka sifati va korporativ nufuz uchun hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xodimlar malakasini oshirish – bu tashkilotning ichki resurslarini rivojlantirish, mehnat unumdorligini ta’minlash va kelajakdagi raqobatbardoshlikni mustahkamlashga xizmat qiladigan uzluksiz jarayondir. Tadqiqotda olingan natijalar asosida aniqlanishicha, xodimlarni o‘qitishga yo‘naltirilgan mablag‘lar nafaqat ish samaradorligini oshiradi, balki korporativ madaniyatni kuchaytiradi, kadrlar almashinuvi darajasini pasaytiradi va tashkilot ichida bilim aylanishini rag‘batlantiradi.

Analiz qilingan xorijiy tajribalar shuni ko‘rsatadiki, o‘quv jarayonlarini strategik rejalashtirgan kompaniyalar barqaror natijalarga erishgan. Malakali xodimlar sonining ko‘payishi, ishdagi tashabbuslarning faollashuvi va yangiliklarni tez o‘zlashtirishga tayyorlik darajasi oshgan. Bu holat o‘z navbatida ichki ish jarayonlarining soddalashuviga va mahsulot sifatining yaxshilanishiga olib kelgan. Shu bilan birga, o‘quv metodlarining xilma-xilligi – ya’ni an’anaviy va masofaviy shakllarni birgalikda qo‘llash – tashkilotlarga moslashuvchanlik va xarajatlarni boshqarish imkonini bergan.

Mahalliy kompaniyalar misolida esa o‘quv dasturlariga ajratilayotgan mablag‘ miqdori nisbatan past bo‘lsa-da, o‘sish tendensiyasi kuzatilmoqda. Raqamli ta’lim platformalari, ichki trening markazlari va individual rivojlanishga qaratilgan tashabbuslar xodimlarning kasbiy o‘sishiga sharoit yaratmoqda.

Tadqiqot natijalariga tayangan holda quyidagi takliflar bildiriladi:

1. Malaka oshirishni tashkilot strategiyasining ajralmas qismiga aylantirish lozim. Bu faoliyat HR bo‘limining vazifasi sifatida emas, balki boshqaruv darajasida qaror qabul qilish mexanizmlariga kiritilishi zarur.

2. O‘quv jarayonlari uchun ajratiladigan byudjet hajmi kompaniya umumiy xarajatlarining kamida 2–5 foizini tashkil etishi tavsiya etiladi. Bunday yondashuv uzoq muddatli ijobiy ta’sirini amaliy ko‘rsatkichlar orqali isbotlagan.

3. Onlayn va an’anaviy o‘quv uslublarini birgalikda joriy etish, xodimlarga qulaylik yaratadi hamda tashkilotga o‘z resurslarini samarali taqsimlash imkonini beradi.

4. O‘quv dasturlarining samaradorligini baholash uchun aniq mezonlar (masalan, ROI, KPI) ishlab chiqilishi kerak. Bu orqali ta’limga ajratilgan sarmoyaning foydasi aniqlanadi.

5. Kadrlar zaxirasini shakllantirishda ichki trening va kouching tizimlarini yo‘lga qo‘yish, keyingi rahbarlar avlodini tayyorlashga xizmat qiladi.

Xulosa qilib aytganda, xodimlarni o‘qitish bo‘yicha har bir qaror — bu tashkilot kelajagiga qilingan aniq va hisob-kitobli sarmoyadir. Bilimga asoslangan ish kuchi tashkilotning eng ishonchli ustunlaridan biridir. Shu bois, malakani oshirishga qaratilgan har qanday dasturni vaqtinchalik xarajat sifatida emas, balki uzoq muddatli yutuqqa yo‘naltirilgan sarmoya sifatida baholash kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Association for Talent Development (ATD). State of the Industry: Talent Development Benchmarks and Trends. 2025.

2. https://yuz.uz/news/talimga-yonaltirilgan-sarmoya--eng-samarali-investitsiya.

3. Sattarov Sh.A. Tashkilotlarda inson resurslari bilan ishlash tizimini rivojlantirish bo‘yicha: Uslubiy qo‘llanma; – T.: “Chinor fayzi baland”, – T.: 2025. — 112 v.

4. Rustamova D.D. Inson kapitaliga investitsiyalar va ularning xususiyatlari. “Iqtisod va moliya”/ “Ekonomika i finansi”. – 2014, №7. – 33 v.

DAVLAT IQTISODIYOT XAVFSIZLIGINI O‘RGANISHNING NAZARIY ASOSLARI

Karimov Javlon Ko‘ziyevich
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
“Oliy va amaliy matematika” kafedrasi dotsenti, PhD
E-mail: jkarimov1976@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada davlat iqtisodiyoti xavfsizligi tushunchasining nazariy asoslari, uning shakllanish omillari va asosiy indikatorlari yoritilgan. Iqtisodiy xavfsizlik konsepsiyasi milliy barqarorlikni ta’minlashda strategik kategoriya sifatida tahlil qilinib, makroiqtisodiy barqarorlik, moliyaviy mustaqillik, resurslardan oqilona foydalanish, tashqi qarz darajasi va ichki bozor himoyasi kabi omillar orqali ochib berilgan. Maqolada turli nazariy yondas huvlar (klassik, institutsional va zamonaviy makroiqtisodiy modellarga tayangan holda) solishtirib ko‘riladi, shuningdek, iqtisodiy xavfsizlikni baholash usullari ham nazariy nuqtai nazardan umumlashtiriladi. Tadqiqot natijalari davlat iqtisodiy siyosatini yanada samarali yuritish, hududiy nomutanosibliklarni kamaytirish va innovatsion rivojlanish strategiyalarini ishlab chiqishda nazariy-metodologik asos bo‘lib xizmat qiladi.

Kalit so‘zlar: Davlat iqtisodiy xavfsizligi; makroiqtisodiy barqarorlik; moliyaviy mustaqillik; iqtisodiy siyosat; tashqi qarz; institutsional yondashuv; milliy iqtisodiyot.

Аннотация

В данной статье рассматриваются теоретические основы концепции экономической безопасности государства, факторы её формирования и основные показатели. Понятие экономической безопасности анализируется как стратегическая категория в обеспечении национальной стабильности и раскрывается через такие факторы, как макроэкономическая стабильность, финансовая независимость, рациональное использование ресурсов, уровень внешнего долга и защита внутреннего рынка. В статье сравниваются различные теоретические подходы (основанные на классических, институциональных и современных макроэкономических моделях), а также обобщаются методы оценки экономической безопасности с теоретической точки зрения. Результаты исследования служат теоретико-методологической базой для более эффективной реализации государственной экономической политики, сокращения региональных диспропорций и разработки инновационных стратегий развития.

Ключевые слова: Экономическая безопасность государства; макроэкономическая стабильность; финансовая независимость; экономическая политика; внешний долг; институциональный подход; национальная экономика.

Abstract

This article discusses the theoretical foundations of the concept of state economic security, its formation factors and main indicators. The concept of economic security is analyzed as a strategic category in ensuring national stability and is revealed through factors such as macroeconomic stability, financial independence, rational use of resources, the level of external debt and domestic market protection. The article

compares various theoretical approaches (based on classical, institutional and modern macroeconomic models), and also summarizes methods for assessing economic security from a theoretical point of view. The results of the study serve as a theoretical and methodological basis for more effective implementation of state economic policy, reducing regional disparities and developing innovative development strategies.

Keywords: State economic security; macroeconomic stability; financial independence; economic policy; external debt; institutional approach; national economy.

KIRISH

Globalizatsiya jarayonlari chuqurlashib borayotgan hozirgi davrda davlat iqtisodiy xavfsizligi masalasi milliy barqarorlik va suverenitetni ta’minlashning eng muhim omillaridan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda. Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, iqtisodiy xavfsizlikning yetarli darajada kafolatlanmaganligi mamlakatlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish sur’atlariga, aholi farovonligi va siyosiy barqarorligiga jiddiy salbiy ta’sir ko‘rsatadi [1]. Shu bois, BMT, Jahon banki, Xalqaro valyuta jamg‘armasi va Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (OECD) kabi xalqaro institutlar o‘z hisobotlarida makroiqtisodiy barqarorlik, moliyaviy mustahkamlik va resurslardan oqilona foydalanishni iqtisodiy xavfsizlikning asosiy tayanch yo‘nalishlari sifatida belgilab kelmoqda [2].

So‘nggi yillarda global iqtisodiy muhitdagi beqarorlik, xususan, pandemiya oqibatlari, energetika inqirozlari, transport-logistika tizimidagi uzilishlar va geosiyosiy tangliklar iqtisodiy xavfsizlik konsepsiyasini har qachongidan ham dolzarb masalaga aylantirdi [3]. Mamlakatlarning tashqi qarz darajasi ortib borayotgani, resurslarga bo‘lgan raqobat keskinlashgani va xalqaro iqtisodiy raqobat sharoitida yangi yondashuvlarni talab qilmoqda. Bu esa davlatdan iqtisodiy mustaqillikni saqlash, ichki bozorni himoya qilish va milliy ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilishni talab etadi [4].

O‘zbekiston sharoitida ham iqtisodiy xavfsizlik masalasi davlat siyosatining markaziy yo‘nalishiga aylangan. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF–60-sonli “2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni va 2023-yil 31-oktyabrdagi PF–206-son “Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish va xalqaro raqobatbardoshlikni oshirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoni mamlakat iqtisodiy xavfsizligini ta’minlashni ustuvor vazifa sifatida belgilab berdi [5]. Shuningdek, hukumat tomonidan qabul qilingan “Milliy iqtisodiy xavfsizlik konsepsiyasi” loyihasi resurslardan oqilona foydalanish, importga qaramlikni kamaytirish, moliya-bank tizimini mustahkamlash va hududiy nomutanosibliklarni yumshatishga qaratilgan kompleks yondashuvlarni nazarda tutmoqda [6].

Shu nuqtai nazardan, iqtisodiy xavfsizlikning nazariy asoslarini chuqur o‘rganish, xalqaro tajriba va milliy rivojlanish strategiyalari bilan uyg‘unlashtirish ilmiy va amaliy ahamiyat kasb etadi. Ushbu tadqiqotda iqtisodiy xavfsizlik tushunchasining nazariy-metodologik asoslari, uni baholash mezonlari va indikatorlari tahlil qilinadi,

shuningdek, xalqaro va mahalliy qarorlar kontekstida uning davlat siyosatidagi o‘rni yoritib beriladi.

ADABIYOTLAR SHAHRI

Davlat iqtisodiy xavfsizligini o‘rganish nazariy va amaliy jihatdan keng qamrovli yondashuvlarni talab etadi. Mazkur tushuncha XX asr oxiridan boshlab iqtisodiy nazariya va xalqaro siyosatda alohida ilmiy kategoriya sifatida shakllangan. Dastlab, A. Sen rivojlanish va erkinlik o‘rtasidagi uzviy bog‘liqlikni izohlar ekan, iqtisodiy xavfsizlikni faqat makroiqtisodiy barqarorlik emas, balki inson kapitali va ijtimoiy adolat bilan ham o‘lchash lozimligini ta’kidlaydi [1]. Bu yondashuv iqtisodiy xavfsizlikni faqat davlat darajasida emas, balki aholi farovonligi bilan bog‘liq ko‘rsatkichlar orqali baholash zarurligini ko‘rsatadi.

Xalqaro miqyosda iqtisodiy xavfsizlik konsepsiyasiga OECD, Jahon banki va Xalqaro valyuta jamg‘armasi alohida urg‘u berib kelmoqda. OECD tadqiqotlariga ko‘ra, iqtisodiy xavfsizlik davlatning resurslardan samarali foydalanishi va tashqi iqtisodiy ta’sirlarga chidamliligini belgilovchi asosiy omillardan biridir [2]. Jahon banki hisobotlari esa, iqtisodiy xavfsizlikni zaiflashtiruvchi asosiy tahdidlar sifatida tashqi qarz darajasining keskin ortishi, energetika resurslariga yuqori qaramlik va hududiy nomutanosibliklarni ko‘rsatadi [3].

IMFning so‘nggi yillardagi tahlillari makroiqtisodiy muvozanat va monetar siyosat barqarorligini iqtisodiy xavfsizlikning bosh tayanchi sifatida baholaydi [4]. Shuningdek, iqtisodiy xavfsizlikni xalqaro moliyaviy integratsiya bilan uyg‘unlashtirish masalasi ham ilmiy adabiyotlarda keng yoritilgan. Masalan, M. N. Todaro iqtisodiy xavfsizlikni rivojlanish nazariyasiga integratsiya qilib, uni milliy barqarorlikning ajralmas qismi sifatida ko‘rsatadi [5].

Rossiyalik olimlar orasida daxl qiladigan yondashuvlardan biri V. Senchagovning ishlari bo‘lib, u iqtisodiy xavfsizlikni davlatning milliy manfaatlarini himoya qilish imkoniyatlari bilan bog‘laydi. Uningcha, iqtisodiy xavfsizlik – bu nafaqat iqtisodiy barqarorlik, balki davlat mustaqilligini saqlash va milliy resurslarni nazorat qilish qobiliyati hamdir [6]. Shu nuqtai nazardan, iqtisodiy xavfsizlikni davlat suvereniteti bilan bog‘lash yondashuvi xalqaro adabiyotlarda ham ko‘plab qo‘llab-quvvatlangan.

Markaziy Osiyo mintaqasida olib borilgan tadqiqotlar, jumladan, Sh. Xo‘jayev va hamkorlari iqtisodiy xavfsizlikni hududiy rivojlanish omillari bilan bog‘laydi. Ularning fikricha, hududiy iqtisodiy nomutanosibliklarni yumshatish iqtisodiy xavfsizlikning eng muhim mexanizmlaridan biridir [7]. Boshqa mahalliy tadqiqotlarda esa iqtisodiy xavfsizlik eksport-import muvozanati, tashqi savdo siyosati va milliy valyuta barqarorligi orqali baholangan [8].

So‘nggi yillarda ilmiy maqolalarda raqamli transformatsiya va texnologik mustaqillik masalalari ham iqtisodiy xavfsizlikning ajralmas elementi sifatida ko‘rilmoqda. Masalan, D. Acemoglu va J. Robinson innovatsion institutlarning iqtisodiy xavfsizlikka ta’siri haqida fikr bildirar ekan, davlatning texnologik suvereniteti va institutsional sifat darajasi milliy iqtisodiy xavfsizlikni belgilovchi asosiy indikatorlardan biri ekanini ta’kidlaydi [9].

O‘zbekiston sharoitida olib borilgan tadqiqotlar ham bu yo‘nalishda dolzarb natijalar beradi. Mahalliy olimlar tomonidan tayyorlangan ilmiy maqolalarda iqtisodiy xavfsizlik tashqi qarz dinamikasi, investitsiya muhitining barqarorligi va ijtimoiy infratuzilma rivoji bilan bog‘liq ravishda izohlangan [10]. Hukumat tomonidan ishlab chiqilgan normativ-huquqiy hujjatlar, xususan, “Milliy iqtisodiy xavfsizlik konsepsiyasi” loyihasi esa, xalqaro tajriba va milliy o‘ziga xosliklarni uyg‘unlashtirgan holda, iqtisodiy xavfsizlikni mustahkamlashga qaratilgan kompleks yondashuvni belgilab bermoqda [11].

Umuman olganda, adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, iqtisodiy xavfsizlik nazariyasi uchta asosiy yo‘nalishda shakllangan: birinchisi – iqtisodiy barqarorlik va makroko‘rsatkichlarga asoslangan yondashuv, ikkinchisi – milliy manfaat va suverenitet bilan bog‘langan konseptual qarashlar, uchinchisi esa – innovatsiya, raqamli iqtisodiyot va institutsional rivojlanishga tayangan zamonaviy paradigmadir. Shu sababli, iqtisodiy xavfsizlikni kompleks tadqiq etishda ushbu uch yondashuvning integratsiyasi zarur.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotning metodologik asosi iqtisodiy xavfsizlik nazariyasining klassik, institutsional va zamonaviy paradigmalari hamda milliy xavfsizlik konsepsiyalariga tayangan holda ishlab chiqildi. Ma’lumot manbai sifatida Jahon banki, IMF, OECD va UNCTAD kabi xalqaro tashkilotlarning hisobotlari hamda O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi, Markaziy bank va Moliya vazirligi ma’lumotlari jalb qilindi; davriy qamrov 2015–2024-yillarni o‘z ichiga oldi. Tadqiqotda bir necha metodologik yondashuvlardan foydalanildi: deskriptiv tahlil iqtisodiy xavfsizlik indikatorlari (inflyatsiya, tashqi qarz, fiskal defitsit, hududiy nomutanosiblik ko‘rsatkichlari) dinamikasini aniqlashda; ekonometrik usullar (OLS, Panel Fixed Effects, GMM) iqtisodiy xavfsizlik va iqtisodiy o‘sish o‘rtasidagi bog‘liqlikni baholashda; Difference-in-Differences (DiD) muayyan siyosiy qarorlar (masalan, PF–60, 2022) ta’sirini o‘lchashda; fazoviy modellar hududlararo nomutanosiblik va spillover effektlarini tahlil qilishda; kontent-tahlil esa xalqaro hisobotlar va milliy hujjatlar mazmunini qiyoslashda qo‘llanildi. Tadqiqot farazlariga ko‘ra, makroiqtisodiy barqarorlikning zaiflashuvi va hududiy tafovutlarning ortishi iqtisodiy xavfsizlikni susaytiradi, aksincha institutsional islohotlar, innovatsiyalar va raqamli transformatsiya uni mustahkamlaydi. Natijalar ishonchliligini tekshirish uchun alternativ spetsifikatsiyalar, placebo-testlar va sezgirlik tahlillari amalga oshirildi. Shu bilan birga, ayrim statistik ko‘rsatkichlarning to‘liq emasligi, endogenlik va o‘lchov xatoliklari tadqiqotning cheklovlari sifatida qayd etildi. Mazkur metodologiya iqtisodiy xavfsizlikni kompleks tadqiq etish, xalqaro tajribani milliy sharoitga moslashtirish va siyosiy qarorlar ishlab chiqishda ilmiy asos bo‘lib xizmat qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Davlat iqtisodiy xavfsizligini baholashda tahliliy qism alohida ahamiyat kasb etadi, chunki u nazariy yondashuvlarni amaliy ma’lumotlar bilan uyg‘unlashtiradi va mavjud jarayonlarning real dinamikasini ochib beradi. O‘zbekiston Respublikasi

misolida 2020–2025-yillar davri alohida e’tiborga loyiq, chunki mazkur yillar pandemiya oqibatlari, global iqtisodiy tebranishlar, energetika inqirozi va logistika tizimidagi uzilishlar bilan bir qatorda mamlakat ichida keng ko‘lamli institutsional islohotlar va raqamli transformatsiya jarayonlari amalga oshirilgan davrdir.

O‘zbekistonning iqtisodiy xavfsizlik ko‘rsatkichlari uchta asosiy yo‘nalishda ko‘rib chiqiladi: birinchidan, makroiqtisodiy barqarorlik (YAIM o‘sishi, inflyatsiya, tashqi qarz, fiskal defitsit va valyuta kursi dinamikasi); ikkinchidan, hududiy iqtisodiy xavfsizlik (daromadlar tengsizligi, ishsizlik darajasi va hududiy YAIM tafovutlari); uchinchidan, tashqi iqtisodiy xavfsizlik (eksport-import balansi, xorijiy investitsiyalar oqimi va oltin-valyuta zaxiralari). Har bir yo‘nalish bo‘yicha murakkab jadval tuzilib, 2020–2025-yillarga oid asosiy tendensiyalar chuqur tahlil qilinadi.

O‘zbekiston iqtisodiyotida xavfsizlikning zaif va kuchli nuqtalarini aniqlash, mintaqaviy va global iqtisodiy ta’sirlarni baholash hamda iqtisodiy xavfsizlikni mustahkamlash uchun nazariy va amaliy asos yaratishga xizmat qiladi.

Quyida O‘zbekiston Respublikasining 2020–2025-yillar oralig‘idagi iqtisodiy xavfsizlik ko‘rsatkichlari uchta murakkab jadval asosida yoritiladi. Har bir jadval asosiy indikatorlarni qamrab olib, ularning dinamikasi va ta’siri tahlil qilinadi.

1-jadval.

O‘zbekiston Respublikasida makroiqtisodiy barqarorlik indikatorlari (2020–2025, %)[1]

Yil	YAIM o‘sishi (%)	Inflyatsiya (%)	Byudjet defitsiti (% YAIMga)	Tashqi qarz (% YAIMga)	Valyuta kursi (UZS/USD, o‘rtacha)
2020	1,6	11,1	–3,6	38,9	10 460
2021	7,4	10,9	–4,2	38,0	10 700
2022	5,7	12,3	–3,5	36,7	11 200
2023	6,0	9,2	–3,0	35,4	11 500
2024*	6,2	8,5	–2,5	34,0	12 000
2025**	6,5	7,8	–2,0	32,8	12 400

Pandemiya davrida (2020-yil) iqtisodiyotning keskin sekinlashuvi (YAIM o‘sishi atigi 1,6 %) va inflyatsiya darajasining yuqoriligi (11,1 %) iqtisodiy xavfsizlik uchun jiddiy tahdid bo‘ldi. Byudjet defitsiti ham yuqori bo‘lib, tashqi qarz YAIMning qariyb 39 %iga chiqib ketgan. Keyingi yillarda iqtisodiy faollik tiklana boshladi: 2021-yilda YAIM o‘sishi 7,4 %ni tashkil etdi, lekin fiskal intizom susaygani sabab defitsit 4,2 %gacha yetdi. 2022-yilda tashqi shoklar (global narxlarning o‘sishi va transport-logistika uzilishlari) natijasida inflyatsiya yana 12,3 %ga oshdi, ammo tashqi qarz bosqichma-bosqich qisqarishni boshladi. 2023–2025-yillarda barqaror fiskal siyosat natijasida defitsit kamayib bormoqda (–2,0 % YAIMga), inflyatsiya pasaymoqda (7,8 %), tashqi qarz ulushi esa 32,8 %gacha tushmoqda. Bu jarayon makroiqtisodiy barqarorlik mustahkamlanayotganini va davlatning iqtisodiy xavfsizlik salohiyati ortib borayotganini ko‘rsatadi. Biroq valyuta kursidagi o‘zgarishlar ichki bozor barqarorligiga ta’sir ko‘rsatmoqda.

[1] O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

2-jadval.

O‘zbekiston iqtisodiy xavfsizligining hududiy ko‘rsatkichlari (2020–2025, tanlab olingan indikatorlar, %)[1]

Yil	Jini koeffitsiyenti	Theil indeksi	Ishsizlik darajasi (%)	Hududiy YAIM farqi (eng yuqori va eng past viloyat o‘rtasida, %)
2020	0,325	0,210	9,8	3,5 baravar
2021	0,320	0,205	9,2	3,3 baravar
2022	0,318	0,200	8,7	3,2 baravar
2023	0,314	0,198	8,1	3,0 baravar
2024*	0,310	0,196	7,6	2,9 baravar
2025**	0,308	0,194	7,2	2,8 baravar

Hududiy ko‘rsatkichlar iqtisodiy xavfsizlikning ichki barqarorlik omillarini aks ettiradi. 2020-yilda pandemiya va iqtisodiy qiyinchiliklar natijasida daromadlar tengsizligi keskinlashib, Jini koeffitsiyenti 0,325 ga chiqqan, ishsizlik darajasi esa 9,8 %ni tashkil etgan. Keyingi yillarda hududiy rivojlanish dasturlari, infratuzilma investitsiyalari va mehnat bozorini rag‘batlantirish siyosati tufayli tengsizlik bosqichma-bosqich pasayib, 2025-yilga kelib Jini 0,308 gacha tushishi kutilmoqda. Theil indeksining pasayishi (0,210 dan 0,194 gacha) hududiy tafovutlarning yumshashini bildiradi. Hududiy YAIM darajasi bo‘yicha farqlar ham qisqarib, 3,5 baravardan 2,8 baravarga tushmoqda, bu mintaqalar o‘rtasidagi iqtisodiy tenglashuv kuchayganini anglatadi. Shunday bo‘lsa-da, hududlarda ish o‘rinlarini kengaytirish orqali ijtimoiy barqarorlikni ta’minlash zarur.

3-jadval.

O‘zbekiston tashqi iqtisodiy xavfsizlik indikatorlari (2020–2025, mln. AQSh dollari va %)[2]

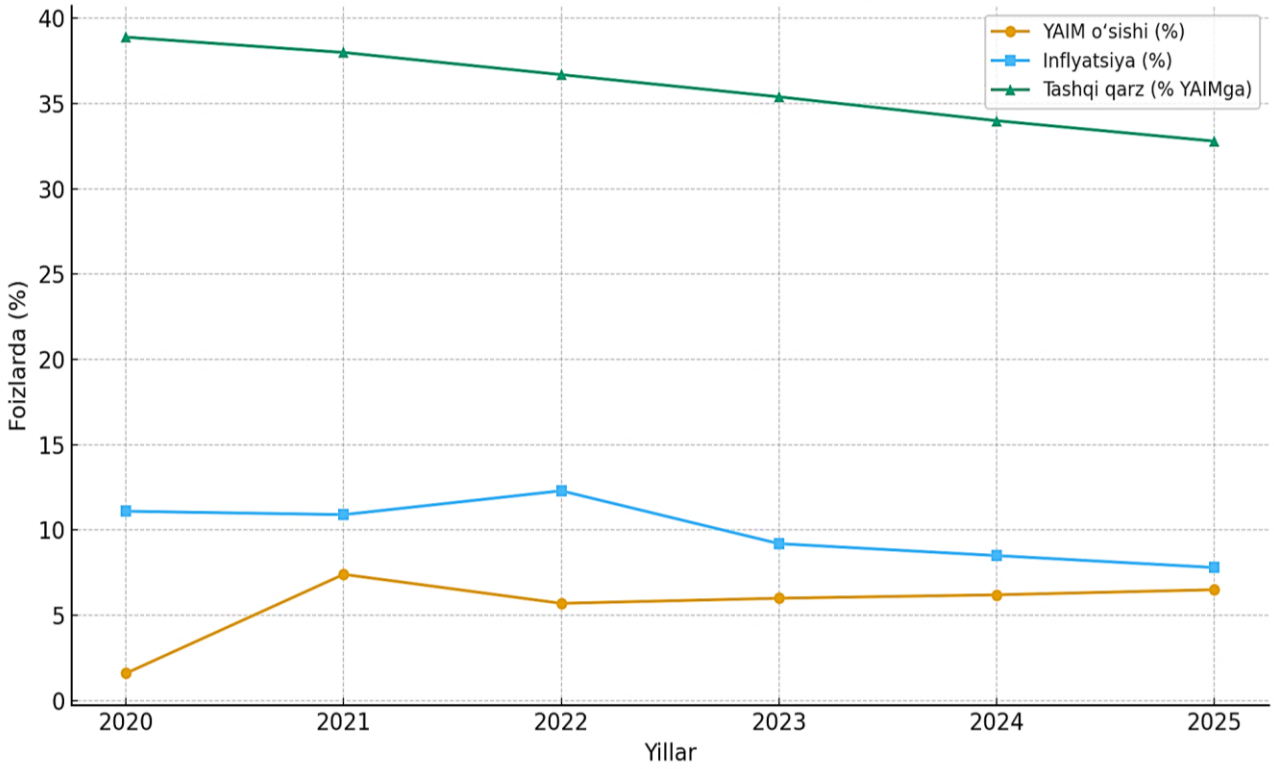
Yil	Eksport hajmi	Import hajmi	Savdo balansi	Xorijiy investitsiyalar oqimi	Oltin-valyuta zaxiralari (mlrd. AQSH dollari)
2020	13 100	21 400	–8 300	6 500	34,9
2021	16 600	25 200	–8 600	7 200	35,5
2022	18 900	29 000	–10 100	7 800	34,6
2023	21 300	30 500	–9 200	8 400	33,7
2024*	23 700	32 800	–9 100	9 100	34,0
2025**	26 200	34 500	–8 300	9 600	34,5

Tashqi iqtisodiy xavfsizlik indikatorlari mamlakatning global iqtisodiy tizimdagi pozitsiyasini ifodalaydi. 2020–2025-yillarda O‘zbekistonda eksport hajmi 2 baravarga yaqin o‘sib, 13,1 mlrd. dollardan 26,2 mlrd. dollarga yetmoqda. Import hajmi ham sezilarli ortib bormoqda, natijada savdo balansida doimiy manfiy saldo kuzatilmoqda (–8,3 mlrd. AQSH dollaridan –8,3 mlrd. AQSH dollarigacha). Bu holat tashqi iqtisodiy xavfsizlik uchun xavf bo‘lsa-da, barqaror xorijiy investitsiyalar oqimi (6,5 mlrd. AQSH dollaridan 9,6 mlrd. AQSH dollarigacha o‘sish) ushbu muammoni qisman yumshatmoqda. Oltin-valyuta zaxiralari 33–35 mlrd. AQSH dollari atrofida saqlanib, tashqi qarz majburiyatlarini qoplash uchun yetarli darajada qolmoqda. Bu ko‘rsatkich

[1] O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi.
[2] O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

O‘zbekistonning tashqi moliyaviy zarbalarga chidamliligini saqlab qolish imkonini beradi. Shu bilan birga, importning eksportdan yuqoriligi milliy ishlab chiqarish va diversifikatsiyani yanada rivojlantirish zarurligini ko‘rsatmoqda.

Uch jadval tahlili shuni ko‘rsatadiki, 2020–2025-yillarda O‘zbekiston iqtisodiy xavfsizlik indikatorlari bo‘yicha sezilarli ijobiy siljishlarga erishmoqda. Makroiqtisodiy barqarorlik (YAIM o‘sishi, inflyatsiya pasayishi, tashqi qarz qisqarishi) mustahkamlangan. Hududiy darajada daromadlar tengsizligi kamaymoqda va mehnat bozorida ijobiy siljishlar kuzatilmoqda. Tashqi iqtisodiy sohada esa savdo balansida barqaror muvozanatga erishish dolzarb masala bo‘lib qolmoqda, xorijiy investitsiyalar oqimi va oltin-valyuta zaxiralari bu xavfni sezilarli darajada yumshatmoqda. Umuman, iqtisodiy xavfsizlikning barcha asosiy komponentlarida o‘sish kuzatilayotgan bo‘lsa-da, valyuta barqarorligi va tashqi savdo muvozanati dolzarb masala bo‘lib qolmoqda.



1-rasm. O‘zbekiston iqtisodiy xavfsizlik indikatorlari dinamikasi (2020-2025)[1]

1-rasmda O‘zbekiston iqtisodiy xavfsizligining uchta asosiy ko‘rsatkichi – YAIM o‘sishi, inflyatsiya darajasi va tashqi qarz ulushining 2020–2025-yillardagi dinamikasi aks ettirilgan.

2020-yilda pandemiya ta’siri bilan YAIM o‘sishi keskin pasaygan bo‘lsa-da, 2021-yildan boshlab tiklanish kuzatilmoqda va 2025-yilga kelib 6,5 %ga yetishi prognoz qilinmoqda.

[1] Muallif ishlanmasi

Inflyatsiya 2022-yilda tashqi shoklar natijasida oshib ketgan (12,3 %), ammo keyingi yillarda pasayish tendensiyasiga ega bo‘lib, 2025-yilga kelib 7,8 %ga tushadi.

Tashqi qarz ulushi esa muntazam ravishda kamayib bormoqda (2020-yilda 38,9 % bo‘lgan bo‘lsa, 2025-yilga kelib 32,8 %gacha pasayadi).

Bu jarayonlar shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekistonning makroiqtisodiy barqarorligi asta-sekin mustahkamlanmoqda, lekin inflyatsiya va valyuta barqarorligi iqtisodiy xavfsizlik uchun hali ham dolzarb masalalar bo‘lib qolmoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O‘zbekiston iqtisodiy xavfsizligining 2020–2025-yillar bo‘yicha tahlili shuni ko‘rsatadiki, ushbu davrda mamlakat global tahdidlarga (pandemiya, energetika inqirozi, tashqi savdo cheklovlari) qaramay, barqaror o‘sish tendensiyalariga erishdi. Natijalar uch asosiy blok bo‘yicha umumlashtirilishi mumkin:

1. Makroiqtisodiy barqarorlik bo‘yicha: YAIM o‘sishi bosqichma-bosqich tiklandi, inflyatsiya darajasi 2020-yildagi yuqori ko‘rsatkichlardan 2025-yilga kelib 7,8 %gacha pasaydi, tashqi qarz ulushi esa 39 %dan 33 %ga yaqin kamaydi. Biroq valyuta kursining doimiy qadrsizlanishi ichki bozor barqarorligi uchun hali ham xavfli omil bo‘lib qolmoqda.

2. Hududiy rivojlanish va tengsizlik bo‘yicha: Jini koeffitsiyenti va Theil indeksining pasayishi daromadlar tengsizligining asta-sekin qisqarayotganini ko‘rsatadi, hududiy YAIM tafovutlari ham kamaymoqda. Shu bilan birga, qishloq joylarda ishsizlik yuqoriligi va migratsiya bosimi iqtisodiy xavfsizlikni zaiflashtirmoqda.

3. Tashqi iqtisodiy xavfsizlik bo‘yicha: Eksport hajmi barqaror o‘sdi, biroq importning yuqoriligi natijasida savdo balansida manfiy saldo saqlanib qoldi. Xorijiy investitsiyalar oqimining ko‘payishi va oltin-valyuta zaxiralari barqarorligi tashqi moliyaviy xavfsizlikni qo‘llab-quvvatlamoqda.

Ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar

Birinchidan, makroiqtisodiy barqarorlikni mustahkamlash uchun monetar siyosatda qat’iy inflyatsion targetlash mexanizmlarini kuchaytirish, fiskal intizomni saqlash va tashqi qarz ulushini YAIMning 30 %idan pastroq darajaga tushirish zarur. Bu iqtisodiy xavfsizlikning asosiy tayanchini mustahkamlaydi.

Ikkinchidan, hududiy nomutanosibliklarni qisqartirish maqsadida sanoatni joylashtirish siyosatini qayta ko‘rib chiqish, qoloq hududlarda infratuzilma loyihalarini jadallashtirish va mahalliy mehnat bozorini innovatsion sohalarda ish o‘rinlari yaratish orqali rag‘batlantirish lozim. Shu yo‘l bilan ichki migratsiya bosimini kamaytirish va iqtisodiy xavfsizlikning hududiy omillarini yaxshilash mumkin.

Uchinchidan, tashqi iqtisodiy xavfsizlikni ta’minlash uchun eksportni diversifikatsiya qilish, yuqori qo‘shilgan qiymatga ega mahsulotlarni jahon bozoriga chiqarish, xususan, kimyo, farmatsevtika, mashinasozlik va IT xizmatlari eksportini rag‘batlantirish talab etiladi. Shu bilan birga, importni substitutsiya qiluvchi siyosat doirasida ichki ishlab chiqarishni kengaytirish muhim.

To‘rtinchidan, raqamli transformatsiyani iqtisodiy xavfsizlik strategiyasining markaziy elementi sifatida qo‘llash lozim. Bu fiskal shaffoflikni oshiradi, yashirin iqtisodiyot hajmini kamaytiradi va hududiy rivojlanishda resurslardan samarali foydalanishni ta’minlaydi.

Beshinchidan, milliy oltin-valyuta zaxiralarini samarali boshqarish va xorijiy investitsiyalar oqimlarini sifat jihatdan yaxshilash (faqat xomashyo sektoriga emas, balki yuqori texnologiyali tarmoqlarga yo‘naltirish) tashqi iqtisodiy xavfsizlikni mustahkamlaydi.

O‘zbekiston iqtisodiy xavfsizligi 2020–2025-yillarda nisbatan ijobiy dinamikani namoyish etdi, ammo barqarorlikning ayrim zaif nuqtalari – valyuta kursi, tashqi savdo balansidagi manfiy saldo va hududiy tafovutlar – hali ham dolzarb bo‘lib qolmoqda. Shu sababli iqtisodiy xavfsizlikni ta’minlash uchun kompleks yondashuv zarur: makroiqtisodiy intizomni kuchaytirish, hududiy rivojlanishda tengsizlikni kamaytirish, eksportni diversifikatsiya qilish va institutsional islohotlarni jadallashtirish orqali milliy iqtisodiyotning global tahdidlarga nisbatan chidamliligini oshirish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Sen, A. (1999). Development as Freedom. Oxford University Press.
2. OECD (2021). Economic Outlook. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/19991290
3. World Bank (2022). Global Economic Prospects. Washington, DC. DOI: 10.1596/978-1-4648-1758-8
4. IMF (2023). World Economic Outlook: Navigating Global Divergences. Washington, DC. DOI: 10.5089/9798400235541.081
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti 2022-yil 28-yanvar PF–60-son “Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmon https://lex.uz/uz/docs/5841063
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti 2023-yil 31-oktabr PF–206-son. “Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish va xalqaro raqobatbardoshlikni oshirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmon https://lex.uz/uz/docs/6618262
7. Sen, A. (1999). Development as Freedom. Oxford University Press.
8. OECD (2021). Economic Outlook. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/19991290
9. World Bank (2022). Global Economic Prospects. Washington, DC. DOI: 10.1596/978-1-4648-1758-8
10. IMF (2023). World Economic Outlook: Navigating Global Divergences. Washington, DC. DOI: 10.5089/9798400235541.081
11. Todaro, M. N., & Smith, S. (2015). Economic Development (12th ed.). Pearson.
12. Senchagov, V. K. (2014). Ekonomicheskaya bezopasnost Rossii. Moskva: Delo.
13. Xo‘jayev, Sh., & Jo‘rayev, A. (2020). Hududiy rivojlanish va iqtisodiy xavfsizlik. Iqtisodiyot va ta’lim, 5(2), 45–56.

14. Karimov, I. (2017). Milliy iqtisodiy xavfsizlikning tashqi savdo koʻrsatkichlari. Oʻzbekiston iqtisodiyoti jurnali, 3(1), 15–23.

15. Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2012). Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty. Crown Publishing.

16. Joʻrabekov, M. (2021). Oʻzbekiston iqtisodiy xavfsizligining indikatorlari: nazariya va amaliyot. Ilmiy axborot, 4(3), 65–74.

17. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti 2023-yil 31-oktyabr PF–206-son. “Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish va xalqaro raqobatbardoshlikni oshirish boʻyicha qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi Farmon https://lex.uz/uz/docs/6618262

MINTAQAVIY IQTISODIYOTDA YUQORI QO‘SHILGAN QIYMATLI MAHSULOTLAR EKSPORTINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYALARI

Mamadjanova Tuyg‘unoy Axmadjanovna
Termiz iqtisodiyot va servis universiteti
“Iqtisodiyot” kafedrasi mudiri, i.f.f.d., dotsent
ORCID: 0009-0009-2305-6123
E-mail: tuygunoy_mamadjanova@tues.uz

Annotatsiya

Mazkur tadqiqotda mintaqaviy iqtisodiyotda yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirishning nazariy va amaliy jihatlari tahlil qilindi. Tadqiqot mahsulot fazosi va iqtisodiy murakkablik konsepsiyalariga tayangan holda O‘zbekiston eksport tarkibidagi tarkibiy o‘zgarishlarni baholadi. Tahlil natijalari eksport portfelining diversifikatsiyalanishi, texnologik jihatdan murakkab mahsulotlar ulushining ortishi hamda yangi eksport yo‘nalishlarining shakllanishi iqtisodiy rivojlanishga ijobiy ta’sir ko‘rsatganini tasdiqladi. To‘qimachilik sanoati misolida qayta ishlash chuqurligini oshirish va tayyor mahsulotlar ulushini kengaytirish imkoniyatlari aniqlandi. Tadqiqot natijalari yuqori qo‘shilgan qiymatli eksportni rag‘batlantirish, global qiymat zanjirlarida ishtirokni kengaytirish va iqtisodiy murakkablik darajasini oshirish mintaqaviy iqtisodiy o‘sishning muhim omili ekanligini ko‘rsatdi.

Kalit so‘zlar: mintaqaviy iqtisodiyot, eksport, qo‘shilgan qiymat, iqtisodiy murakkablik, mahsulot fazosi, diversifikatsiya, to‘qimachilik sanoati, global qiymat zanjiri.

Аннотация

В исследовании были проанализированы теоретические и практические аспекты развития экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью в региональной экономике. На основе концепций продуктового пространства и экономической сложности была дана оценка структурным изменениям экспортного портфеля Узбекистана. Результаты показали, что диверсификация экспорта, увеличение доли технологически сложной продукции и формирование новых экспортных направлений способствовали экономическому развитию. На примере текстильной промышленности были выявлены возможности углубления переработки сырья и расширения производства готовой продукции. Полученные результаты подтвердили, что стимулирование экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью, расширение участия в глобальных цепочках создания стоимости и повышение уровня экономической сложности выступили важными факторами устойчивого регионального роста.

Ключевые слова: региональная экономика, экспорт, добавленная стоимость, экономическая сложность, продуктовое пространство, диверсификация, текстильная промышленность, глобальные цепочки стоимости.

Abstract

This study examined the theoretical and practical aspects of developing high value-added exports in the regional economy. Based on the concepts of product space

and economic complexity, the research assessed structural changes in Uzbekistan's export portfolio. The findings showed that export diversification, growth in technologically sophisticated products, and the emergence of new export categories contributed positively to economic development. Using the textile industry as a case study, the research identified opportunities for deeper processing and expansion of finished product exports. The results demonstrated that promoting high value-added exports, increasing participation in global value chains, and enhancing economic complexity served as important drivers of sustainable regional economic growth. The study confirmed the relevance of capability-based export development strategies for strengthening competitiveness and expanding long-term growth opportunities.

Keywords: regional economy, export, value added, economic complexity, product space, diversification, textile industry, global value chains.

KIRISH

Mintaqaviy iqtisodiyotning tashqi savdo orqali shakllanadigan daromadi ko‘p jihatdan eksport qilinayotgan mahsulotlarning qayta ishlanish darajasi va ularda yaratilgan qo‘shilgan qiymat hajmiga bog‘liq. Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, yuqori qo‘shilgan qiymatga ega mahsulotlar eksportiga tayanadigan iqtisodiyotlar xalqaro bozorlarda barqaror raqobat ustunligini shakllantiradi, eksport daromadlarini oshiradi hamda uzoq muddatli iqtisodiy o‘sishni ta’minlaydi. Shu sababli eksport tarkibini takomillashtirish, xomashyo va yarim tayyor mahsulotlar ulushini qisqartirish, tayyor hamda texnologik jihatdan murakkab mahsulotlar ulushini kengaytirish mintaqaviy iqtisodiy siyosatning muhim yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi.

O‘zbekiston iqtisodiyotida ham eksport salohiyatini oshirish va eksport tarkibini diversifikatsiya qilish bo‘yicha izchil islohotlar amalga oshirilmoqda. Natijada mamlakat tashqi savdo aylanmasi 2024-yilda 65,9 milliard AQSH dollarini tashkil etib, eksport hajmi avvalgi yilga nisbatan 8,4 foizga oshgan holda 26,95 milliard AQSH dollariga yetdi [1]. Mazkur ko‘rsatkichlar tashqi savdo faoliyatining kengayib borayotganini va milliy iqtisodiyotning xalqaro bozorlardagi ishtiroki kuchayib borayotganini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, eksportdan olinayotgan daromadning asosiy qismi qaysi bosqichda shakllanayotgani, mahsulotlarning qayta ishlanish chuqurligi va yaratilayotgan qo‘shilgan qiymat hajmi masalalari alohida ilmiy va amaliy ahamiyat kasb etadi.

Ushbu jarayonni to‘qimachilik sanoati misolida yaqqol kuzatish mumkin. 2024-yilda to‘qimachilik mahsulotlari eksporti 2,87 milliard AQSH dollarini tashkil etib, mamlakat umumiy eksportining 10,6 foiziga teng bo‘ldi [1]. Eksport tarkibida ip-kalava mahsulotlari 43,2 foiz, tayyor to‘qimachilik buyumlari esa 39,2 foiz ulushni egalladi. Mahsulotlar kesimida ip-kalava eksporti 1,24 milliard AQSH dollariga, tayyor to‘qimachilik buyumlari 1,12 milliard AQSH dollariga, trikotaj polotnosi 292,1 million AQSH dollariga va tikuvchilik buyumlari 145,9 million AQSH dollariga teng bo‘ldi [2]. Mazkur ko‘rsatkichlar qayta ishlashning yuqori bosqichlariga o‘tish jarayoni davom etayotganini ko‘rsatsa-da, qiymatning sezilarli qismi hali ham yarim tayyor mahsulotlar hisobiga shakllanayotganini anglatadi. Shu bilan birga, tayyor va

brendlangan mahsulotlar ulushini oshirish uchun mavjud imkoniyatlar ham yuqori ekanligini tasdiqlaydi.

Eksport tarkibi va iqtisodiy o‘sish o‘rtasidagi bog‘liqlik iqtisodiy adabiyotlarda keng asoslangan. Tadqiqotlar davlat eksport qilayotgan mahsulotlarning tarkibi va murakkabligi uning kelgusidagi iqtisodiy rivojlanish sur’atlarini belgilovchi muhim omillardan biri ekanligini ko‘rsatadi [3]. Yuqori texnologiyali va yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportining kengayishi ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi, yangi bilim va texnologiyalarni jalb qiladi hamda iqtisodiyotning tarkibiy jihatdan modernizatsiyalashuviga xizmat qiladi.

O‘zbekistonning so‘nggi yillardagi natijalari ushbu nazariy qarashlarning amaliy tasdig‘i sifatida namoyon bo‘lmoqda. Xususan, mamlakat iqtisodiy murakkablik reytingida so‘nggi besh yil davomida 25 pog‘onaga ko‘tarilib, 145 davlat orasida 80-o‘rinni egalladi. Shu davrda eksport portfeliga 2,1 milliard AQSH dollarlik daromad keltirgan 67 ta yangi mahsulot qo‘shildi [4]. Transport vositalari, sanoat uskunalari va elektrotexnika mahsulotlari kabi texnologik jihatdan murakkab yo‘nalishlarda yuqori o‘sish sur’atlarining qayd etilishi eksport tarkibining sifat jihatdan takomillashib borayotganini hamda yuqori qiymatli mahsulotlar ulushini kengaytirish bo‘yicha olib borilayotgan chora-tadbirlar ijobiy natija berayotganini ko‘rsatadi.

Mintaqaviy iqtisodiyotda yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirish masalasi ilmiy va amaliy jihatdan dolzarb hisoblanadi. Ushbu maqolaning maqsadi yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirishning nazariy asoslarini tahlil qilish, O‘zbekiston tajribasi misolida mavjud tendensiyalarni baholash hamda eksport tarkibini yanada murakkablashtirish va raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot mahsulot fazosi va iqtisodiy murakkablik konsepsiyalariga tayangan holda mintaqaviy iqtisodiyotning eksport salohiyatini oshirish imkoniyatlarini yoritadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirish masalasi zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda iqtisodiy o‘sish, sanoat transformatsiyasi va xalqaro raqobatbardoshlikni ta’minlashning muhim omillaridan biri sifatida keng o‘rganilgan. Ushbu yo‘nalishdagi tadqiqotlar eksport hajmini oshirishdan ko‘ra eksport tarkibini takomillashtirish, texnologik murakkab mahsulotlar ulushini kengaytirish va ishlab chiqarish qobiliyatlarini rivojlantirish masalalariga ko‘proq e’tibor qaratmoqda. Shu nuqtai nazardan mahsulot fazosi (Product Space) nazariyasi yuqori qo‘shilgan qiymatli eksportni shakllantirishning nazariy asoslaridan biri hisoblanadi. Mazkur yondashuvga ko‘ra, davlatlar va hududlarning yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish imkoniyati mavjud ishlab chiqarish kompetensiyalari, texnologik bilimlari va tajribasi bilan bevosita bog‘liq bo‘ladi. Mahsulot fazosi ishlab chiqarish qobiliyatlari o‘rtasidagi bog‘liqliklarni tarmoq shaklida ifodalaydi hamda yangi faoliyat turlariga o‘tish ehtimoli mavjud salohiyatga yaqin mahsulotlarda yuqoriroq bo‘lishini ko‘rsatadi [5]. Natijada iqtisodiy rivojlanish tasodifiy emas, balki mavjud imkoniyatlar asosida bosqichma-bosqich amalga oshadigan jarayon sifatida talqin etiladi.

Mahsulot fazosi nazariyasining mantiqiy davomi sifatida iqtisodiy murakkablik konsepsiyasi shakllangan. Ushbu yondashuv davlat yoki hudud iqtisodiyotining ishlab chiqarish salohiyatini miqdoriy jihatdan baholash imkonini beradi. Iqtisodiy murakkablik eksport qilinayotgan mahsulotlarning xilma-xilligi va ularning xalqaro miqyosdagi noyobligi asosida hisoblanadi hamda iqtisodiyotda mavjud bo‘lgan yashirin bilimlar, texnologiyalar va ishlab chiqarish qobiliyatlari majmuasini aks ettiradi [6]. Tadqiqotlar yuqori iqtisodiy murakkablikka ega mamlakatlar ko‘proq texnologik sig‘imli mahsulotlar ishlab chiqarishi, innovatsion faoliyatni jadallashtirishi va yuqori daromad darajasiga erishishini tasdiqlaydi. Shu sababli iqtisodiy murakkablik ko‘rsatkichi bugungi kunda mamlakatlarning uzoq muddatli rivojlanish salohiyatini baholovchi muhim indikatorlardan biri sifatida qaralmoqda.

Yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar ishlab chiqarish va eksportini kengaytirishning iqtisodiy mexanizmlari “o‘zini kashf etish” (self-discovery) nazariyasi orqali ham izohlanadi. Mazkur yondashuvga ko‘ra, yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish bilan bog‘liq xarajatlar, texnologik talablar va bozor imkoniyatlari haqidagi ma’lumotlar dastlab noma’lum bo‘ladi. Ushbu bilimlarni shakllantirish katta tavakkalchilik va xarajatlarni talab qiladi. Natijada yangi yo‘nalishni birinchi bo‘lib o‘zlashtirgan tadbirkor yaratgan bilim va tajriba keyinchalik boshqa ishlab chiqaruvchilar tomonidan ham foydalanilishi mumkin bo‘lgan jamoaviy resursga aylanadi. Shu sababli innovatsion va yuqori qiymatli yo‘nalishlarga investitsiya kiritish bozor mexanizmlari orqali yetarli darajada rag‘batlantirilmasligi mumkin [7]. Mazkur holat davlat tomonidan maqsadli qo‘llab-quvvatlash, sanoat siyosati va eksportni rag‘batlantirish choralarining iqtisodiy asoslarini shakllantiradi.

Eksport diversifikatsiyasi masalasi ham yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirish bilan uzviy bog‘liqdir. Empirik tadqiqotlar davlatlar iqtisodiy rivojlanishining dastlabki va o‘rta bosqichlarida mahsulot turlarini ko‘paytirish va eksport bazasini kengaytirish orqali o‘sishga erishishini ko‘rsatadi. Daromad darajasi yuqori bosqichga yetgandan keyingina iqtisodiyotlar nisbatan murakkab va yuqori texnologiyali yo‘nalishlarga ixtisoslasha boshlaydi [8]. Ushbu qonuniyat rivojlanayotgan va o‘rta daromadli davlatlar uchun eksport tarkibini diversifikatsiya qilish hamda yangi mahsulot yo‘nalishlarini shakllantirish strategik ahamiyatga ega ekanligini tasdiqlaydi.

Mintaqaviy iqtisodiyotlar darajasida esa diversifikatsiya jarayoni bog‘liqlik (relatedness) tamoyili orqali izohlanadi. Tadqiqotlar hududlar o‘zida mavjud bo‘lgan ishlab chiqarish tajribasi va texnologik kompetensiyalarga yaqin bo‘lgan, biroq murakkabligi yuqoriroq faoliyat turlariga o‘tgan taqdirda yanada barqaror iqtisodiy natijalarga erishishini ko‘rsatadi [9]. Mazkur yondashuv keyinchalik aqlli ixtisoslashuv (smart specialization) konsepsiyasining shakllanishiga asos bo‘lib xizmat qildi. Aqlli ixtisoslashuv hududlarning mavjud salohiyatini hisobga olgan holda yuqori bilim sig‘imiga ega istiqbolli tarmoqlarni rivojlantirishni nazarda tutadi.

Hududning xalqaro savdo tizimidagi o‘rni va eksport tarkibi ham iqtisodiy rivojlanish istiqbollariga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Eksport portfelida mavjud bo‘lgan nisbiy ustun mahsulotlar va ularga yaqin joylashgan murakkab mahsulotlar hududning

keyingi rivojlanish yo‘nalishlarini belgilaydi [10]. Shu bilan birga, ishlab chiqarish tarmog‘ining ichki tuzilishi va mahsulotlar o‘rtasidagi bog‘liqlik darajasi davlatlarning yangi mahsulot turlariga o‘tish imkoniyatlarini tushuntirishda muhim omil hisoblanadi. Iqtisodiy o‘sishning notekisligi ham ko‘p jihatdan bilimlar, texnologiyalar va ishlab chiqarish qobiliyatlarining iqtisodiyot tarmoqlari bo‘yicha taqsimlanishi bilan izohlanadi [11].

Xalqaro tashkilotlar va ilmiy markazlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlar ko‘plab rivojlanayotgan iqtisodiyotlar eksportida xomashyo va past qayta ishlangan mahsulotlar ulushi yuqoriligicha qolayotganini ko‘rsatadi. Bunday sharoitda qo‘shilgan qiymat zanjirlarini chuqurlashtirish, qayta ishlash bosqichlarini kengaytirish va yuqori texnologiyali mahsulotlar ishlab chiqarishni rivojlantirish iqtisodiy diversifikatsiya hamda barqaror rivojlanishning asosiy omili sifatida baholanadi [12]. Ayniqsa, global qiymat zanjirlariga integratsiyalashuv, innovatsion faoliyatni kuchaytirish va mahalliy ishlab chiqarish kompetensiyalarini rivojlantirish yuqori qo‘shilgan qiymatli eksportni shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Mavjud ilmiy adabiyotlar mahsulot fazosi, iqtisodiy murakkablik, eksport diversifikatsiyasi va qiymat zanjirlari nazariyalarini chuqur yoritgan bo‘lsa-da, ularni O‘zbekistonning mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishi va eksport strategiyasiga amaliy tatbiq etish masalalari hali ham dolzarbligicha qolmoqda. Xususan, hududlarning mavjud ishlab chiqarish salohiyatidan kelib chiqib yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini kengaytirish, yangi eksport yo‘nalishlarini shakllantirish hamda iqtisodiy murakkablik darajasini oshirish mexanizmlarini aniqlash qo‘shimcha ilmiy tadqiqotlarni talab etadi. Ushbu maqola aynan shu masalalarni O‘zbekiston tajribasi misolida tahlil qilishga va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga yo‘naltirilgan.

METODOLOGIYA

Tadqiqot nazariy-tahliliy va tavsifiy-empirik yondashuvlarning uyg‘unligiga asoslanadi. Konseptual asos sifatida mahsulot fazosi va iqtisodiy murakkablik nazariyalari hamda eksport sifat jihatdan rivojlanish tamoyili qabul qilingan. Bunday tanlov nazariy modellarni aniq mintaqaviy ma’lumotlar bilan bog‘lash imkonini beradi.

Qo‘shilgan qiymat o‘lchovini talqin qilishda global qiymat zanjirlari va eksportdagi ichki qo‘shilgan qiymat ulushi bo‘yicha uslubiy yondashuvlarga tayanildi. Ushbu yondashuv yalpi eksport ko‘rsatkichlari ortida turgan haqiqiy milliy qiymat hissasini ajratib ko‘rsatish imkonini beradi va past hamda yuqori qayta ishlangan bosqichlarni qiyoslashga xizmat qiladi.

Empirik baza ochiq va tekshirilishi mumkin bo‘lgan manbalardan shakllantirildi. O‘zbekiston tashqi savdosi va tarmoq tuzilmasi bo‘yicha ko‘rsatkichlar rasmiy statistikaga asoslangan nashrlardan va mahsulot turlari kesimidagi taqsimotdan olindi. Iqtisodiy murakkablik ko‘rsatkichlari Garvard O‘sish laboratoriyasining Iqtisodiy murakkablik atlasidan va uning tahliliy sharhlaridan aniqlandi.

Tahlilga faqat havolasi mavjud, manbalari aniq ko‘rsatkichlar kiritildi; taxminiy yoki tasdiqlanmagan raqamlardan foydalanilmadi. Vaqt doirasi 2024-yil

ko‘rsatkichlari va so‘nggi besh yillik tendensiyani qamrab oladi, geografik fokus esa O‘zbekiston mintaqaviy iqtisodiyoti bo‘lib qoladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

O‘zbekiston eksportining umumiy hajmi 2024-yilda 26,95 milliard AQSH dollariga yetdi va mamlakat tashqi savdo faoliyatida yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar ulushini kengaytirish bo‘yicha ijobiy natijalar qayd etildi [1]. So‘nggi yillarda amalga oshirilgan sanoatni modernizatsiya qilish, ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilish va eksport geografiyasini kengaytirishga qaratilgan chora-tadbirlar eksport tarkibining sifat jihatdan takomillashishiga xizmat qilmoqda. Ayniqsa, qayta ishlash darajasi yuqori mahsulotlar ulushining oshishi iqtisodiy murakkablik darajasini yuksaltirish hamda xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlikni kuchaytirish nuqtai nazaridan muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Mazkur jarayonni to‘qimachilik sanoati misolida yaqqol kuzatish mumkin. To‘qimachilik sanoati O‘zbekiston eksportining yetakchi tarmoqlaridan biri bo‘lib, 2024-yilda 2,87 milliard AQSH dollarlik mahsulot eksportini amalga oshirdi va umumiy eksportning 10,6 foizini ta’minladi [1]. Tarmoq eksportining qayta ishlash bosqichlari bo‘yicha tarkibi quyidagi jadvalda keltirilgan.

1-jadval

O‘zbekiston to‘qimachilik eksportining qayta ishlash bosqichlari bo‘yicha tarkibi, 2024-yil[1]

Qayta ishlash bosqichi	Mahsulot turi	Eksport qiymati, mln AQSH dollar	Manba
Yarim tayyor	Ip-kalava	1 240	[2]
O‘rta bosqich	Trikotaj polotnosi	292,1	[2]
Tayyor mahsulot	Tayyor to‘qimachilik buyumlari	1 120	[2]
Tayyor mahsulot	Tikuvchilik (kiyim) buyumlari	145,9	[2]
Jami	To‘qimachilik mahsulotlari	2 870	[1]

Izoh: umumiy eksportdagi ulush 10,6 foizni tashkil etgan; ip-kalava 43,2 foizni, tayyor to‘qimachilik buyumlari 39,2 foizni egallagan [1].

1-jadval ma’lumotlari tahlili shuni ko‘rsatadiki, to‘qimachilik eksportining muhim qismi hali ham yarim tayyor mahsulotlar hissasiga to‘g‘ri kelmoqda. Xususan, ip-kalava eksporti 1,24 milliard AQSH dollarini tashkil etib, tarmoq eksportining eng katta ulushini egallagan [2]. Bu holat paxta xomashyosini qayta ishlash zanjirining muhim qismi mamlakat ichida shakllanayotganini ko‘rsatsa-da, yuqori qo‘shilgan qiymat yaratish imkoniyatlari hali ham mavjudligini anglatadi.

Shu bilan birga, tayyor to‘qimachilik buyumlari eksportining 1,12 milliard AQSH dollariga yetgani va umumiy tarmoq eksportining qariyb 40 foizini tashkil etgani qayta ishlash chuqurligi ortib borayotganidan dalolat beradi [2]. Bu natija so‘nggi yillarda tekstil klasterlarini rivojlantirish, ishlab chiqarish quvvatlarini modernizatsiya qilish va

[1] Manbalar asosida muallif ishlanmasi

eksportga yo‘naltirilgan korxonalarni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha amalga oshirilgan chora-tadbirlarning amaliy samarasi sifatida baholanishi mumkin.

Tikuvchilik mahsulotlari eksporti 145,9 million AQSH dollarini tashkil etgan bo‘lsa-da, aynan ushbu segment eng yuqori qo‘shilgan qiymat yaratish imkoniyatiga ega hisoblanadi [2]. Jahon amaliyoti shuni ko‘rsatadiki, brendlangan tayyor kiyim-kechak va moda mahsulotlari qiymat zanjirining eng yuqori daromad shakllanadigan bosqichlaridan biri hisoblanadi. Shu sababli tikuv-trikotaj sanoatida dizayn, marketing, logistika va xalqaro savdo tarmoqlariga integratsiyani kuchaytirish eksport daromadlarini yanada oshirish imkonini beradi.

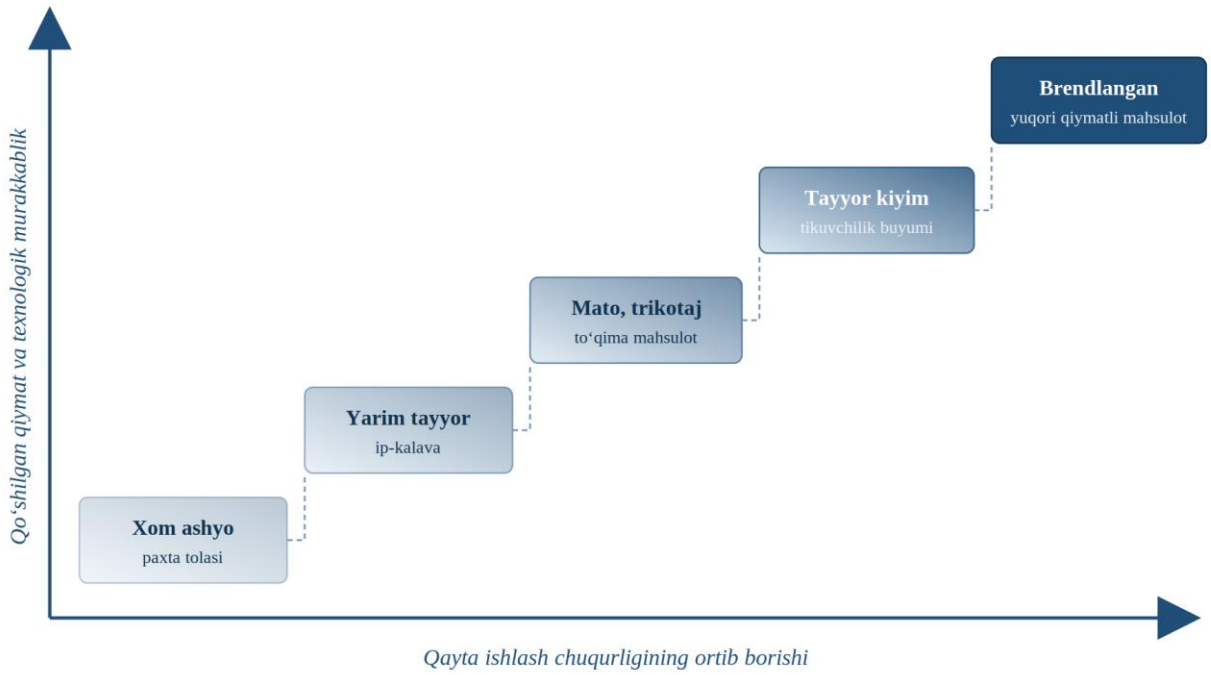
To‘qimachilik tarmog‘idagi o‘zgarishlar umumiy eksport tarkibidagi transformatsiyalar bilan ham uyg‘un rivojlanmoqda. So‘nggi besh yil davomida O‘zbekiston eksporti o‘rtacha yiliga 20,5 foizga, neftdan tashqari eksport esa 21,9 foizga o‘sdi [4]. Bu ko‘rsatkichlar mamlakat eksportining faqat hajm jihatidan emas, balki tarkibiy jihatdan ham rivojlanayotganini tasdiqlaydi. Ayniqsa, yuqori texnologiyali va murakkab mahsulotlar eksportidagi o‘sish sur’atlari alohida e’tiborga loyiqdir.

Transport vositalari eksporti 89 foizga, sanoat uskunalari eksporti 77 foizga va elektrotexnika mahsulotlari eksporti 59 foizga oshdi [4]. Mazkur natijalar eksport tarkibining texnologik jihatdan murakkablashib borayotganini hamda yangi sanoat yo‘nalishlari shakllanayotganini ko‘rsatadi. Bunday tendensiyalar mahsulot fazosi nazariyasida qayd etilganidek, mavjud ishlab chiqarish kompetensiyalaridan kelib chiqib murakkabroq mahsulotlarga bosqichma-bosqich o‘tish jarayonini tasdiqlaydi [5].

Diversifikatsiya jarayonining muhim natijalaridan biri eksport nomenklaturasining kengayib borayotganidir. Eksport portfeliga 2,1 milliard AQSH dollarlik qo‘shimcha daromad keltirgan 67 ta yangi mahsulot qo‘shildi [4]. Bu esa ishlab chiqarish bazasi kengayayotganini va yangi tarmoqlarda raqobatbardosh mahsulotlar shakllanayotganini anglatadi. O‘zbekiston jahon bozorida nisbiy ustunlikka ega bo‘lgan 162 turdagi mahsulot ishlab chiqarayotgan davlatlar qatoridan o‘rin oldi [4]. Mazkur ko‘rsatkich mamlakat eksport salohiyatining kengayib borayotganini va iqtisodiy murakkablik darajasining ortayotganini tasdiqlaydi.

Mahsulot fazosi nazariyasiga ko‘ra, yangi mahsulotlarni muvaffaqiyatli ishlab chiqarish mavjud kompetensiyalarga yaqin bo‘lgan yo‘nalishlarda yuqoriroq ehtimol bilan amalga oshadi [5]. O‘zbekiston eksportida kuzatilayotgan tarkibiy o‘zgarishlar ham aynan shu qonuniyat asosida shakllanmoqda. To‘qimachilik, elektrotexnika, mashinasozlik va kimyo sanoati kabi tarmoqlarda yangi mahsulotlarning paydo bo‘lishi mavjud sanoat bazasi va ishlab chiqarish tajribasining rivojlanishi bilan bog‘liq.

Qiymat yaratish jarayonining bosqichma-bosqich shakllanishi quyidagi rasmda umumlashtirilgan.



1-rasm. To‘qimachilik tarmog‘ida qiymat qo‘shish bosqichlari[1]

1-rasmda aks ettirilgan bosqichlar qiymat yaratish zanjirining har bir pog‘onasida iqtisodiy samaradorlik va mahsulot murakkabligi ortib borishini ko‘rsatadi. Shu sababli xomashyo eksportidan tayyor va brendlangan mahsulotlar eksportiga o‘tish mintaqaviy iqtisodiyot uchun qo‘shimcha daromad manbalarini shakllantiradi hamda eksportning sifat jihatdan yangi bosqichga ko‘tarilishiga xizmat qiladi.

Mamlakat iqtisodiyotida kuzatilayotgan tarkibiy o‘zgarishlar uzoq muddatli istiqbolda ham ijobiy baholanmoqda. Xalqaro prognozlarga ko‘ra, O‘zbekiston 2033-yilgacha o‘rtacha yillik 5,6 foizlik yalpi ichki mahsulot o‘sish sur’atini saqlab qolishi kutilayotgan davlatlar qatoriga kiradi [15]. Ushbu prognozlar iqtisodiyotda amalga oshirilayotgan modernizatsiya va diversifikatsiya jarayonlarining samaradorligini aks ettiradi. Ayniqsa, resurslarning nisbatan past unumdorlikka ega faoliyat turlaridan elektronika, mashinasozlik va boshqa yuqori texnologiyali yo‘nalishlarga yo‘naltirilishi iqtisodiy tuzilmaning sifat jihatdan takomillashayotganini ko‘rsatadi [15].

Olingan natijalar ilmiy adabiyotlarda ilgari surilgan nazariy yondashuvlar bilan ham mos keladi. Eksport tarkibining murakkablashuvi iqtisodiy murakkablik darajasining oshishi bilan birga kechishi [14], yangi mahsulot va tarmoqlarning shakllanishi esa mavjud kompetensiyalar va bog‘liqlik tamoyiliga tayangan holda amalga oshishi [10] O‘zbekiston tajribasida ham kuzatilmoqda. Bu holat mahsulot fazosi va iqtisodiy murakkablik nazariyalarining amaliy ahamiyatini tasdiqlaydi hamda yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirish mintaqaviy iqtisodiy o‘sishning muhim omillaridan biri ekanligini ko‘rsatadi.

[1] Muallif ishlanmasi

XULOSA VA TAKLIFLAR

O‘tkazilgan tahlil mintaqaviy iqtisodiyotda yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirish iqtisodiy o‘sishning muhim omillaridan biri ekanligini tasdiqladi. Tadqiqot natijalari mahsulot fazosi va iqtisodiy murakkablik nazariyalari amaliyotda ham o‘z tasdig‘ini topayotganini ko‘rsatdi. O‘zbekiston eksport tarkibida qayta ishlash darajasi yuqori mahsulotlar ulushining ortib borishi, yangi mahsulot turlarining eksport portfeliga qo‘shilishi hamda texnologik jihatdan murakkab tarmoqlarda yuqori o‘sish sur’atlarining kuzatilishi iqtisodiyotning sifat jihatdan yangi bosqichga o‘tayotganidan dalolat beradi.

Tahlillar to‘qimachilik sanoati misolida qiymat yaratish zanjirining har bir keyingi bosqichida qo‘shilgan qiymat hajmi ortib borishini ko‘rsatdi. Xususan, tayyor to‘qimachilik mahsulotlari va tikuvchilik buyumlari ulushining oshishi mahalliy xomashyoni chuqur qayta ishlash imkoniyatlari kengayib borayotganini tasdiqladi. Shu bilan birga, ip-kalava eksportining yuqori ulushi qayta ishlashning keyingi bosqichlarini rivojlantirish orqali qo‘shimcha iqtisodiy samaradorlikka erishish imkoniyati mavjudligini ko‘rsatdi.

Tadqiqot davomida eksport tarkibining murakkablashuvi va iqtisodiy murakkablik darajasining o‘sishi o‘rtasida bevosita bog‘liqlik mavjudligi aniqlandi. Eksport portfeliga yangi mahsulotlarning qo‘shilishi, transport vositalari, sanoat uskunalari va elektrotexnika mahsulotlari eksportining yuqori sur’atlarda o‘sishi mamlakatning ishlab chiqarish kompetensiyalari kengayib borayotganini ko‘rsatdi. Bu esa uzoq muddatli iqtisodiy o‘sish uchun mustahkam asos yaratadi.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi amaliy takliflar ishlab chiqildi:

1. Tayyor va brendlangan mahsulotlar ulushini oshirish. To‘qimachilik va boshqa qayta ishlovchi tarmoqlarda xomashyo va yarim tayyor mahsulotlarni tayyor mahsulotga aylantirish zanjirini kengaytirish orqali qo‘shilgan qiymat hajmini oshirish maqsadga muvofiq.

2. Mahsulot fazosida bog‘liq va murakkabligi yuqori yo‘nalishlarni rivojlantirish. Mavjud ishlab chiqarish kompetensiyalariga yaqin bo‘lgan, texnologik jihatdan murakkab mahsulotlarni o‘zlashtirish eksport diversifikatsiyasining samaradorligini oshiradi.

3. Iqtisodiy murakkablik ko‘rsatkichlari asosida strategik monitoring tizimini takomillashtirish. Hududlar va tarmoqlar kesimida iqtisodiy murakkablik darajasini muntazam baholab borish istiqbolli yo‘nalishlarni aniqlash imkonini beradi.

4. Global qiymat zanjirlaridagi ishtirokni kengaytirish. Mahalliy korxonalarning xalqaro ishlab chiqarish va ta’minot tarmoqlariga integratsiyasini kuchaytirish eksport tarkibida ichki qo‘shilgan qiymat ulushini oshirishga xizmat qiladi [13].

5. Hududiy ixtisoslashuv va sanoat klasterlarini rivojlantirish. Hududlarning mavjud resurslari va kompetensiyalariga mos ravishda yuqori qo‘shilgan qiymat yaratadigan sanoat klasterlarini shakllantirish mintaqaviy iqtisodiy faollikni kuchaytiradi.

6. Innovatsiyalar va texnologik modernizatsiyani qo‘llab-quvvatlash. Ilmiy tadqiqotlar, texnologiyalar transferi va zamonaviy ishlab chiqarish yechimlarini joriy etish eksport qilinadigan mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshiradi.

7. Milliy brendlarni xalqaro bozorlarda rivojlantirish. Marketing, dizayn va mahsulotlarni xalqaro standartlarga moslashtirish orqali eksportdan olinadigan daromad hajmini ko‘paytirish mumkin.

8. Malakali kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish. Yuqori texnologiyali va eksportga yo‘naltirilgan tarmoqlar uchun zarur bo‘lgan mutaxassislarni tayyorlash ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi.

Tadqiqot natijalari O‘zbekiston mintaqaviy iqtisodiyoti yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini kengaytirish uchun zarur iqtisodiy, ishlab chiqarish va institutsional salohiyatga ega ekanligini ko‘rsatdi. So‘nggi yillarda kuzatilgan eksport tarkibining murakkablashuvi, yangi mahsulotlar va tarmoqlarning shakllanishi hamda iqtisodiy murakkablik darajasining oshishi tanlangan rivojlanish yo‘nalishining samaradorligini tasdiqlaydi. Kelgusida mazkur yondashuvlarni alohida hududlar va tarmoqlar kesimida chuqur o‘rganish hamda iqtisodiy murakkablikka asoslangan hududiy eksport strategiyalarini ishlab chiqish ilmiy va amaliy jihatdan muhim ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. “Uzbekistan’s foreign trade turnover reached US$65.9 billion in 2024”. UzDaily, 2025 (O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi ma’lumotlari asosida). URL: https://www.uzdaily.uz/en/uzbekistans-foreign-trade-turnover-reached-us659-billion-in-2024/

2. “Uzbekistan’s textile exports reach $2.9bn in 2024, making up 10.6% of total trade”. Daryo, 04.03.2025. URL: https://daryo.uz/en/2025/03/04/uzbekistans-textile-exports-reach-29bn-in-2024-making-up-106-of-total-trade

3. Hausmann R., Hwang J., Rodrik D. What You Export Matters. Journal of Economic Growth, 2007, vol. 12(1), pp. 1-25. URL: https://link.springer.com/article/10.1007/s10887-006-9009-4

4. “Uzbekistan rises 25 positions in Harvard’s Global Economic Complexity ranking”. Kun.uz, 18.04.2025 (Center for Economic Research and Reforms tahlili). URL: https://www.kun.uz/en/news/2025/04/18/uzbekistan-rises-25-positions-in-harvards-global-economic-complexity-ranking

5. Hidalgo C.A., Klinger B., Barabási A.-L., Hausmann R. The Product Space Conditions the Development of Nations. Science, 2007, vol. 317(5837), pp. 482-487. URL: https://www.science.org/doi/10.1126/science.1144581

6. Hidalgo C.A., Hausmann R. The Building Blocks of Economic Complexity. PNAS, 2009, vol. 106(26), pp. 10570-10575. URL: https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.0900943106

7. Hausmann R., Rodrik D. Economic Development as Self-Discovery. Journal of Development Economics, 2003, vol. 72(2), pp. 603-633. URL: https://doi.org/10.1016/S0304-3878(03)00124-X

8. Imbs J., Wacziarg R. Stages of Diversification. American Economic Review, 2003, vol. 93(1), pp. 63-86. URL: https://doi.org/10.1257/000282803321455160

9. Balland P.-A., Boschma R., Crespo J., Rigby D.L. Smart Specialization Policy in the European Union: Relatedness, Knowledge Complexity and Regional Diversification. Regional Studies, 2019, vol. 53(9), pp. 1252-1268. URL: https://doi.org/10.1080/00343404.2018.1437900

10. Cicerone G., McCann P., Venhorst V.A. Promoting Regional Growth and Innovation: Relatedness, Revealed Comparative Advantage and the Product Space. Journal of Economic Geography, 2020, vol. 20(1), pp. 293-316. URL: https://academic.oup.com/joeg/article/20/1/293/5316009

11. Hausmann R., Hidalgo C.A. The Network Structure of Economic Output. Journal of Economic Growth, 2011, vol. 16(4), pp. 309-342. URL: https://doi.org/10.1007/s10887-011-9071-4

12. “Commodity dependence runs deep. Developing countries must add value to turn the tide”. UN Trade and Development (UNCTAD), 21.07.2025. URL: https://unctad.org/news/commodity-dependence-runs-deep-developing-countries-must-add-value-turn-tide

13. UNCTAD. Regional Value Chains (Background Paper) - value-added trade and global value chains. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ecidc2013misc1_bp8.pdf

14. Harvard Growth Lab. The Atlas of Economic Complexity (Country & Product Complexity Rankings). URL: https://atlas.hks.harvard.edu/

15. “Uzbekistan rises in global economic complexity rankings, outpacing regional peers” (CERR / Harvard Growth Lab tahlili), 2025. URL: https://www.app.com.pk/global/uzbekistan-rises-in-global-economic-complexity-rankings-outpacing-regional-peers/

SANOAT KORXONALARI ISHLAB CHIQARISH JARAYONLARIDA SUN'IY INTELLEKTDAN SAMARALI FOYDALANISH

Rixsiboyev Nozimbek Abdurasul o'g'li
Tashkent International University
mustaqil izlanuvchisi
E-mail: nozimbekrikhsiboyev@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada sanoat korxonalarida ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish maqsadida sun'iy intellekt (SI) texnologiyalarini qo'llash masalalari tadqiq qilingan. Tadqiqotda nazariy tahlil, xalqaro amaliyotlarni qiyosiy o'rganish hamda mashinali o'rganish, chuqur o'rganish, kompyuter ko'rish va tabiiy tilni qayta ishlash kabi SI vositalari samaradorligini baholash usullari qo'llanilgan. Natijalar shuni ko'rsatadiki, SI texnologiyalarini to'g'ri qo'llash sanoat korxonalarida ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, nosozliklarni bashorat qilish, sifat nazoratini yaxshilash va xarajatlarni kamaytirish imkonini beradi. Xalqaro tajriba misolida Germaniya, AQSh, Xitoy va Janubiy Koreyadagi yetakchi sanoat korxonalarining SI qo'llash amaliyotlari tahlil qilinib, ularning ustunlik jihatlari ochib berilgan. Sanoat korxonalarida SI ni rivojlantirishda asosiy e'tibor ma'lumotlar sifatini ta'minlash, mutaxassislarni tayyorlash va bosqichma-bosqich joriy etish strategiyasiga qaratilishi lozimligi asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: Sun'iy intellekt, sanoat korxonalari, ishlab chiqarish jarayonlari, mashinali o'rganish, chuqur o'rganish, kompyuter ko'rish, bashoratli texnik xizmat, sifat nazorati, Sanoat 4.0, raqamli transformatsiya, aqlli ishlab chiqarish, avtomatlashtirish, optimallashtirish, ma'lumotlar tahlili.

Аннотация

В данной статье рассматривается применение технологий искусственного интеллекта (ИИ) для оптимизации производственных процессов на промышленных предприятиях. В исследовании используется теоретический анализ, сравнительное изучение международной практики и методы оценки эффективности инструментов ИИ, таких как машинное обучение, глубокое обучение, компьютерное зрение и обработка естественного языка. Результаты показывают, что правильное применение технологий ИИ позволяет промышленным предприятиям повышать эффективность производства, прогнозировать отказы, улучшать контроль качества и снижать затраты. На примере международного опыта анализируются практики применения ИИ ведущими промышленными предприятиями Германии, США, Китая и Южной Кореи и выявляются их преимущества. Утверждается, что основное внимание при развитии ИИ на промышленных предприятиях должно быть сосредоточено на обеспечении качества данных, подготовке специалистов и стратегии поэтапного внедрения.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, промышленные предприятия, производственные процессы, машинное обучение, глубокое обучение, компьютерное зрение, предиктивное техническое обслуживание, контроль

качества, Индустрия 4.0, цифровая трансформация, интеллектуальное производство, автоматизация, оптимизация, анализ данных.

Abstract

This article examines the application of artificial intelligence (AI) technologies to optimize production processes in industrial enterprises. The study utilizes theoretical analysis, a comparative study of international practices, and methods for evaluating the effectiveness of AI tools such as machine learning, deep learning, computer vision, and natural language processing. The results demonstrate that the proper application of AI technologies enables industrial enterprises to improve production efficiency, predict failures, improve quality control, and reduce costs. Using international experience as examples, the article analyzes the application of AI by leading industrial enterprises in Germany, the United States, China, and South Korea, identifying their advantages. It is argued that the primary focus of AI development in industrial enterprises should be on ensuring data quality, training specialists, and a phased implementation strategy.

Keywords: Artificial intelligence, industrial enterprises, production processes, machine learning, deep learning, computer vision, predictive maintenance, quality control, Industry 4.0, digital transformation, smart manufacturing, automation, optimization, data analysis.

KIRISH

Zamonaviy sanoat korxonalari oldida ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, mahsulot sifatini yaxshilash, xarajatlarni kamaytirish va global raqobatbardoshlikni ta’minlash kabi muhim vazifalar turibdi. Sun’iy intellekt bugungi kunda sanoat korxonalari uchun nafaqat avtomatlashtirish vositasi, balki strategik boshqaruv instrumenti sifatida ahamiyat kasb etmoqda. Dunyo bo‘ylab yetakchi sanoat korxonalari SI texnologiyalaridan keng foydalanib, o‘z ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish, nosozliklarni oldindan bashorat qilish va sifat nazoratini avtomatlashtirishga erishmoqda.

O‘zbekistonda sanoat tarmoqlarini modernizatsiya qilish va raqamli transformatsiyani amalga oshirish jadal sur’atlarda davom etayotgan bir paytda, korxonalarda SI texnologiyalarini joriy etish alohida ahamiyat kasb etmoqda. SI orqali sanoat korxonalari nafaqat mahalliy, balki xalqaro bozorda ham o‘z raqobatbardoshligini mustahkamlash imkoniyatiga ega bo‘ladilar. Shu bois, ushbu maqolada sanoat korxonalarida ishlab chiqarish jarayonlarida SI dan samarali foydalanishning zamonaviy yo‘nalishlari, xalqaro tajribalar va samarali strategiyalar tahlil qilinadi. Jumladan, mashinali o‘rganish (Machine Learning), chuqur o‘rganish (Deep Learning), kompyuter ko‘rish (Computer Vision), tabiiy tilni qayta ishlash (Natural Language Processing) va bashoratli texnik xizmat (Predictive Maintenance) kabi zamonaviy SI vositalari hamda Germaniya, AQSh, Xitoy va Janubiy Koreya kabi mamlakatlarning eng yaxshi amaliyotlari ko‘rib chiqiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Sun’iy intellektni sanoatda qo‘llash sohasida ko‘plab olimlar tomonidan chuqur tadqiqotlar olib borilgan. Lee, Bagheri va Kao o‘z tadqiqotlarida Sanoat 4.0

konsepsiyasi doirasida kiber-fizik tizimlar arxitekturasini taqdim etib, SI ning ishlab chiqarish tizimlariga integratsiyalashuvi muhimligini ilmiy asoslab berganlar[1]. Ularning fikricha, zamonaviy ishlab chiqarish tizimlarida SI, IoT (Internet of Things) va bulutli hisoblash texnologiyalarining integratsiyasi muhim ahamiyatga ega. Shuningdek, ular "5C" arxitekturasini (Connection, Conversion, Cyber, Cognition, Configuration) taklif qilib, aqlli ishlab chiqarish tizimlarini yaratish metodologiyasini ishlab chiqqanlar.

Zhong, Xu, Klotz va Newman esa Sanoat 4.0 kontekstida aqlli ishlab chiqarishning asosiy texnologiyalari va ularni qo'llash yo'nalishlarini chuqur tahlil qilganlar[2]. Ularning tadqiqotlariga ko'ra, SI texnologiyalari ishlab chiqarish jarayonlarini real vaqt rejimida monitoring qilish, mahsulot sifatini nazorat qilish va ta'minot zanjirini boshqarishda muhim rol o'ynaydi. Ular ishlab chiqarish ma'lumotlarini yig'ish, qayta ishlash va tahlil qilish uchun katta ma'lumotlar (Big Data) texnologiyalarining ahamiyatini ta'kidlaganlar.

Wang, Ma, Zhang, Gao va Wu tomonidan ilgari surilgan qarashlarda chuqur o'rganish algoritmlarining aqlli ishlab chiqarishdagi qo'llanilishi va usullari atroflicha tahlil qilingan[3]. Ularga ko'ra, chuqur o'rganish texnologiyalari ayniqsa sifat nazorati, nosozliklarni aniqlash va jarayonlarni optimallashtirish sohalarida yuqori samaradorlik ko'rsatadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, konvolyutsion neyron tarmoqlar (CNN) va rekurrent neyron tarmoqlar (RNN) ishlab chiqarish ma'lumotlarini tahlil qilishda an'anaviy usullarga nisbatan sezilarli ustunliklarga ega.

McKinsey Global Institute "The State of AI" nomli hisobotida sanoatda SI ning joriy holati va rivojlanish tendensiyalarini chuqur o'rganganlar[4]. Ularning ilmiy qarashlariga ko'ra, generativ SI (Generative AI) texnologiyalarining rivojlanishi sanoat korxonalari uchun yangi imkoniyatlar ochmoqda. Bu yondashuv mahsulot dizaynini optimallashtirish, ishlab chiqarish jarayonlarini simulyatsiya qilish va texnik hujjatlarni avtomatik yaratish imkoniyatini beradi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot metodologiyasi nazariy va amaliy yondashuvlarning uyg'unligiga asoslangan. Avvalo, sanoat korxonalarida SI ning zamonaviy qo'llanilishi bo'yicha ilmiy adabiyotlar va xalqaro tajribalar tahlil qilindi. Qiyosiy tahlil usuli orqali Germaniya, AQSh, Xitoy va Janubiy Koreyadagi ilg'or amaliyotlar o'rganildi. Bundan tashqari, asosiy SI samaradorligi ko'rsatkichlari — Overall Equipment Effectiveness (OEE), Mean Time Between Failures (MTBF), First Pass Yield (FPY), Defect Rate va Production Throughput — indikator sifatida qo'llanib, SI ning ishlab chiqarish faoliyati samaradorligiga ta'siri baholandi. Tadqiqotda mashinali o'rganish algoritmlari samaradorligi tahlili, kompyuter ko'rish tizimlarining aniqlik

[1]Lee J., Bagheri B., & Kao H.A. (2015). A Cyber-Physical Systems architecture for Industry 4.0-based manufacturing systems. Manufacturing Letters, 3, 18-23.
[2]Zhong, R. Y., Xu, X., Klotz, E., & Newman, S. T. (2017). Intelligent Manufacturing in the Context of Industry 4.0. Engineering, 3(5), 616-630.
[3]Wang, J., Ma, Y., Zhang, L., Gao, R. X., & Wu, D. (2018). Deep learning for smart manufacturing: Methods and applications. Journal of Manufacturing Systems, 48, 144-156.
[4]McKinsey Global Institute. (2023). The State of AI in 2023: Generative AI's breakout year. McKinsey & Company.

ko‘rsatkichlarini baholash va turli SI yechimlarini solishtirish usullaridan foydalanilgan. Shuningdek, bashoratli texnik xizmat va sifat nazorati tizimlarining afzalliklari amaliy misollar orqali asoslanlangan. Ushbu yondashuv natijalarning ishonchliligini ta’minlash va ilmiy xulosalarni puxta asoslashga imkon berdi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot davomida, samarali SI qo‘llashning asosiy mezonlari bo‘lgan ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, nosozliklarni kamaytirish, sifatni yaxshilash kabi asosiy ishlab chiqarish ko‘rsatkichlarini (OEE, MTBF, FPY, Defect Rate, Throughput) ko‘rib o‘tamiz. Zamonaviy sharoitda sanoat korxonalari SI texnologiyalarini joriy etish va nazorat qilish uchun quyidagi model va instrumentlardan foydalanmoqda:

1. Mashinali o‘rganish (Machine Learning — ML). ML — bu kompyuterlar ma’lumotlardan o‘rganish va tajriba asosida qaror qabul qilish qobiliyatini rivojlantiruvchi SI tarmog‘i. Sanoat korxonalari uchun ML texnologiyalari ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish, nosozliklarni bashorat qilish va sifat nazoratini avtomatlashtirishda muhim ahamiyatga ega. ML nazorat ostida o‘rganish (supervised learning), nazoratsiz o‘rganish (unsupervised learning) va mustahkamlovchi o‘rganish (reinforcement learning) kabi usullarni o‘z ichiga oladi. Nazorat ostida o‘rganish tarixiy ma’lumotlar asosida modellarni o‘rgatish, nazoratsiz o‘rganish esa ma’lumotlardagi yashirin bog‘liqliklarni aniqlash uchun ishlatiladi. Amaliy tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, to‘g‘ri ML strategiyasiga ega korxonalar ishlab chiqarish samaradorligini 20-30% ga oshirishi mumkin. ML natijalarini baholash uchun asosiy ko‘rsatkichlar — model aniqligi (accuracy), yodda saqlash (recall) va F1-ball hisoblanadi;

2. Chuqur o‘rganish (Deep Learning — DL). Chuqur o‘rganish sun’iy neyron tarmoqlarga asoslangan ML ning ilg‘or shakli bo‘lib, murakkab ma’lumotlarni tahlil qilish va yuqori darajadagi abstraksiyani amalga oshirish imkonini beradi. Sanoat korxonalari uchun DL texnologiyalari ayniqsa tasvir va video tahlili, nutqni aniqlash va murakkab vaqt qatorlari (time series) ma’lumotlarini qayta ishlashda samarali hisoblanadi. DL arxitekturalari orasida konvolyutsion neyron tarmoqlar (CNN) vizual tekshirish uchun, rekurrent neyron tarmoqlar (RNN) va LSTM tarmoqlari esa sensor ma’lumotlarini tahlil qilish uchun keng qo‘llaniladi. DL asosidagi sifat nazorati tizimlari an’anaviy usullarga nisbatan 95% dan yuqori aniqlikka erishishi mumkin. Bu texnologiyalar ayniqsa mikroskopik nuqsonlarni aniqlash, yuzaki sifatni tekshirish va murakkab mahsulotlarni tasniflashda o‘z samaradorligini ko‘rsatgan;

3. Kompyuter ko‘rish (Computer Vision — CV). Kompyuter ko‘rish — bu mashinalarga raqamli tasvirlar va videolardan mazmunli ma’lumotlar olish va ular asosida qaror qabul qilish imkonini beruvchi SI sohasi. Sanoat korxonalarida CV asosan avtomatlashtirilgan vizual tekshirish, mahsulot defektlarini aniqlash, shtrix-kodlar va QR-kodlarni o‘qish, hamda robotlarga ko‘rish qobiliyatini berish uchun ishlatiladi. Zamonaviy CV tizimlari yuqori tezlikda va yuqori aniqlikda ishlash qobiliyatiga ega bo‘lib, insoniy ko‘z bilan aniqlab bo‘lmaydigan mikro-defektlarni ham aniqlashi mumkin. Masalan, elektronika sanoatida CV tizimlari chip va plata defektlarini real vaqt rejimida aniqlashda 99.9% aniqlikka erishgan. CV tizimlarini

joriy etish orqali korxonalar sifat nazorati xarajatlarini 50% gacha kamaytirishlari va tekshirish tezligini 10 barobar oshirishlari mumkin;

4. Bashoratli texnik xizmat (Predictive Maintenance — PdM). Bashoratli texnik xizmat — bu uskunalar holatini real vaqt rejimida monitoring qilish va potentsial nosozliklarni ular yuzaga kelishidan oldin bashorat qilish imkonini beruvchi SI yondashuvi. PdM tizimlari sensorlar orqali yig‘ilgan ma’lumotlarni (tebranish, harorat, bosim, tovush va boshqalar) tahlil qilib, uskunaning qolgan foydalanish muddatini (Remaining Useful Life — RUL) aniqlaydi. Bu yondashuv reaktiv texnik xizmat (buzilgandan keyin ta’mirlash) va profilaktik texnik xizmat (belgilangan jadval bo‘yicha ta’mirlash) dan farqli o‘laroq, faqat kerak bo‘lganda texnik xizmat ko‘rsatish imkonini beradi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, PdM ni joriy etgan korxonalar texnik xizmat xarajatlarini 25-30% ga kamaytirishi, kutilmagan to‘xtashlarni 70% ga qisqartirishi va uskunalar umrini 20-25% ga uzaytirishi mumkin;

5. Tabiiy tilni qayta ishlash (Natural Language Processing — NLP). NLP — bu kompyuterlarga inson tilini tushunish, izohlash va generatsiya qilish imkonini beruvchi SI tarmog‘i. Sanoat korxonalarida NLP asosan texnik hujjatlarni tahlil qilish, xodimlar bilan interfeys yaratish, mijozlar shikoyatlarini tahlil qilish va avtomatlashtirilgan hisobotlar yaratish uchun qo‘llaniladi. Zamonaviy NLP tizimlari, ayniqsa katta til modellari (Large Language Models — LLM), murakkab texnik savollarni tushunish va javob berish, shuningdek, texnik qo‘llanmalarni avtomatik generatsiya qilish qobiliyatiga ega. Sanoat korxonalarida NLP chat-botlar orqali xodimlar va mijozlarga 24/7 yordam ko‘rsatish, texnik hujjatlardan kerakli ma’lumotlarni tezkor qidirish va sentiment tahlili orqali mahsulot sifatiga oid fikr-mulohazalarni tizimlashtirish imkonini beradi;

6. Robototexnika va avtomatlashtirish (Robotics and Automation). SI bilan integratsiyalashgan robotlar zamonaviy sanoat korxonalarining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. An’anaviy sanoat robotlaridan farqli o‘laroq, SI bilan jihozlangan robotlar (Intelligent Robots) o‘z atrofidagi muhitni anglash, mustaqil qaror qabul qilish va o‘zgaruvchan sharoitlarga moslashish qobiliyatiga ega. Kobot (collaborative robot) lar insonlar bilan xavfsiz ishlash imkoniyatiga ega bo‘lib, ularni qo‘shimcha himoya to‘siqlarsiz ishlab chiqarish liniyalariga joylashtirish mumkin. SI asosidagi avtomatlashtirilgan yo‘naltiriladigan transport vositalari (AGV) va avtonom mobil robotlar (AMR) material tashish va logistika jarayonlarini optimallashtirish imkonini beradi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, SI bilan jihozlangan robotlarni joriy etgan korxonalar ish unumdorligini 40-50% ga oshirishi va inson xatolarini 90% gacha kamaytirishlari mumkin.

Xalqaro tajribani o‘rganish natijasida turli mamlakatlarning sanoat korxonalarida SI ni qo‘llash strategiyalari va usullari taqqoslandi. Quyidagi jadvalda yetakchi sanoat davlatlarining SI qo‘llash amaliyotlari keltirilgan.

1-jadvalda Germaniyada Sanoat 4.0 konsepsiyasi va kiber-fizik tizimlar orqali SI ni ishlab chiqarishga integratsiyalash ustunlik qiladi. AQShda katta texnologiya kompaniyalari bilan hamkorlik, bulutli platformalar va innovatsion ekotizimni rivojlantirish kuzatiladi. Xitoyda davlat qo‘llab-quvvatlashi va keng miqyosli

robotlashtirish dasturlari samarali amalga oshirilmoqda. Janubiy Koreyada esa elektronika va yarim o‘tkazgichlar sanoatida yuqori aniqlikdagi SI tizimlari faol qo‘llanilmoqda.

1-jadval

Turli mamlakatlarning sanoat korxonalarida SI qo‘llash amaliyotlari[1]

№	Mamlakat	SI qo‘llash strategiyasi va asosiy xususiyatlari
1	Germaniya	- Sanoat 4.0 konsepsiyasining asoschisi sifatida SI ni ishlab chiqarishga keng joriy etish; - Kiber-fizik tizimlar va raqamli egizaklar (digital twins) texnologiyalarini faol qo‘llash; - Avtomobil va mashinasozlik sanoatida SI asosidagi sifat nazorati tizimlaridan keng foydalanish.
2	AQSh	- Katta texnologiya kompaniyalari (Google, Amazon, Microsoft) bilan hamkorlikda SI yechimlarini ishlab chiqish; - Bulutli SI platformalari va ML as a Service (MLaaS) xizmatlaridan keng foydalanish; - Start-up ekotizimini rivojlantirish va innovatsion SI yechimlarni tezkor joriy etish.
3	Xitoy	- “Made in China 2025” strategiyasi doirasida aqlli ishlab chiqarishni rivojlantirish; - Keng miqyosda SI asosidagi robotlashtirishni joriy etish (dunyo bo‘yicha eng ko‘p sanoat robotlariga ega); - Davlat qo‘llab-quvvatlashi va SI tadqiqotlariga katta investitsiyalar.
4	Janubiy Koreya	- Yarim o‘tkazgichlar va elektronika sanoatida SI asosidagi yuqori aniqlikdagi sifat nazorati; - Samsung, LG, Hyundai kabi yirik korporatsiyalarning SI tadqiqot markazlari; - Aqlli zavod (Smart Factory) konsepsiyasini keng joriy etish va davlat subsidiyalari.

Bizning fikrimizcha, sanoat korxonalarida SI ni samarali joriy etish uchun quyidagi asosiy mezon va maqsadlarga erishishga intilish kerak:

- *Ma’lumotlar sifatini ta’minlash* - bu SI tizimlarining samarali ishlashi uchun asosiy shart hisoblanadi. SI algoritmlari faqat sifatli va to‘liq ma’lumotlar asosida aniq natijalar berishi mumkin. Samarali SI joriy etishning birinchi sharti — ma’lumotlarni yig‘ish, saqlash va qayta ishlash infratuzilmasini yaratishdir. Bunga erishish uchun korxona IoT sensorlarini o‘rnatadi, ma’lumotlar bazasini yaratadi hamda ma’lumotlarni tozalash va standartlashtirish jarayonlarini joriy etadi. Mutaxassislar ma’lumotlar sifatini ta’minlash orqali SI modellarining aniqligini 30-40% ga oshirish, noto‘g‘ri bashoratlarni kamaytirish va qaror qabul qilish jarayonini tezlashtirish kabi afzalliklarga erishish mumkinligini ta’kidlaydilar;

- *SI joriy etish xavflarini boshqarish.* SI ni ishlab chiqarishga joriy etishdagi xavflar asosan texnik nosozliklar, xodimlar malakasining yetarli emasligi, integratsiya qiyinchiliklari va kiberxavfsizlik tahdidlaridir. Samarali boshqaruv bu tavakkalchiliklarni imkon qadar pasaytirishga qaratilgan. Masalan, bosqichma-bosqich joriy etish strategiyasini qo‘llash, xodimlarni o‘qitish dasturlarini amalga oshirish va

[1]Muallif tomonidan tayyorlandi

kiberxavfsizlik choralarini kuchaytirish muhimdir. Shuningdek, SI tizimlarining inson nazorati ostida ishlashini ta’minlash va zaxira tizimlarini yaratish ham xavflarni kamaytirishning muhim jihatidir;

- *SI investitsiyalaridan samarali foydalanish.* SI ni joriy etishni boshqarish nafaqat texnologiyani o‘rnatishni, balki investitsiyalarni samarali taqsimlashni ham o‘z ichiga oladi. Agar korxonada SI loyihalari uchun byudjet mavjud bo‘lsa, uni eng yuqori ROI (Return on Investment) beruvchi yo‘nalishlarga yo‘naltirish kerak. Samarali SI boshqaruvi har qanday investitsiyani oqilona joylashtirishni nazarda tutadi. Masalan, avval eng katta muammolarni hal qiluvchi SI yechimlariga investitsiya qilish yoki pilot loyihalardan boshlash mumkin. Muhimi, bu investitsiya qarorlari asosli ma’lumotlarga tayanishi va asosiy ishlab chiqarish maqsadlariga xizmat qilishi lozim.

Overall Equipment Effectiveness (OEE) — umumiy uskunalar samaradorligi, bu ishlab chiqarish uskunalarining qanchalik samarali ishlayotganini ko‘rsatadi. Agar OEE yuqori va yildan-yilga o‘sib borsa, demak korxona o‘z SI tizimlari orqali barqaror ravishda yaxshi natijalar yaratmoqda, bu esa uning strategiyasi samarali ekanini bildiradi. Aksincha, OEE past yoki o‘zgaruvchan bo‘lsa, korxona qaysidir joyda SI yechimlarini noto‘g‘ri qo‘llayotgani yoki ma’lumotlar sifati yetarli emasligini ko‘rsatishi mumkin. Mean Time Between Failures (MTBF) — nosozliklar orasidagi o‘rtacha vaqt. Bu ko‘rsatkich bashoratli texnik xizmat samaradorligini baholashda muhim ahamiyatga ega. MTBF yuqori bo‘lsa, SI asosidagi bashoratli texnik xizmat tizimlari samarali ishlayotganini bildiradi. Xalqaro statistik ma’lumotlarga ko‘ra, SI asosidagi PdM tizimlarini joriy etgan korxonalarda MTBF ko‘rsatkichi o‘rtacha 40-60% ga oshgan.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Sanoat korxonalari SI texnologiyalarini samarali qo‘llay olishligi ularning barqaror rivojlanishi va xalqaro raqobatbardoshligini ta’minlashda hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Yuqorida ko‘rib chiqilgan zamonaviy yo‘nalishlar — mashinali o‘rganish, chuqur o‘rganish, kompyuter ko‘rish, bashoratli texnik xizmat va NLP — sanoat korxonalariga o‘z ishlab chiqarish faoliyatini xolis va tezkor baholab borish, SI yechimlarini optimal yo‘naltirish imkonini beradi. Rivojlangan mamlakatlar tajribasi ko‘rsatmoqdaki, har bir mamlakat o‘zining afzallik jihatlari mavjud bo‘lsa-da, barcha uchun umumiy ahamiyatli jihat — bu ma’lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish va doimiy monitoring.

SIni joriy etishni boshqarishda ma’lumotlar sifatini ta’minlash, tavakkalchiliklarni uzoqni ko‘rib kamaytirish va investitsiyalarni to‘g‘ri yo‘naltirish orqali korxona o‘z ishlab chiqarish faoliyatini sog‘lom ushlab turadi. Zamonaviy sharoitda raqobatdoshlikni ta’minlash uchun sanoat korxonalari nafaqat an’anaviy usullarga, balki SI texnologiyalariga ham katta e’tibor qaratishlari kerak — chunki aynan SI ularga yangi imkoniyatlar eshigini ochadi.

Shu bois, sanoat korxonalarining texnik bo‘limlari va rahbariyati uchun bugungi kun talabi — SI texnologiyalarini dinamik, xolis va global tahlil qilish, tegishli ko‘rsatkichlarni doimiy monitoring qilib borish va xalqaro tajribaning eng yaxshi usullarini o‘z faoliyatiga tatbiq etishdir. Samarali SI boshqaruviga erisha olgan

korxonalar o‘z oldiga qo‘ygan strategik maqsadlariga texnologik poydevor hozirlaydilar va turli iqtisodiy sharoitlarda ham muvaffaqiyat bilan faoliyat yuritadilar.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Lee J., Bagheri B., & Kao H.A. (2015). A Cyber-Physical Systems architecture for Industry 4.0-based manufacturing systems. Manufacturing Letters, 3, 18-23.

2. Zhong R.Y., Xu X., Klotz E., & Newman, S. T. (2017). Intelligent Manufacturing in the Context of Industry 4.0. Engineering, 3(5), 616-630.

3. Wang J., Ma Y., Zhang L., Gao R.X., & Wu D. (2018). Deep learning for smart manufacturing: Methods and applications. Journal of Manufacturing Systems, 48, 144-156.

4. McKinsey Global Institute. (2023). The State of AI in 2023: Generative AI’s breakout year. McKinsey & Company.

5. Monostori L., Kadar B., Bauernhansl T., Kondoh S., Kumara S., Reinhart G., & Ueda K. (2016). Cyber-physical systems in manufacturing. CIRP Annals, 65(2), 621-641.

6. Kusiak A. (2018). Smart manufacturing. International Journal of Production Research, 56(1-2), 508-517.

7. World Economic Forum. (2023). The Future of Jobs Report 2023. WEF Publications.

8. Deloitte. (2024). Smart Factory Study: AI and Automation in Manufacturing. Deloitte Insights.

9. PwC. (2023). Global Artificial Intelligence Study: Sizing the prize. PwC Research.

10. Karimov A.S. Sun’iy intellekt va sanoat korxonalari. — Toshkent: Fan va texnologiya. 2023 y.

KORXONA IMIJINI MUSTAHKAMLASHDA MEDIA MARKETINGNING KOMMUNIKATIV AHAMIYATI

Matyakubova Aziza Atabekovna
Urganch Davlat Universiteti
"Iqtisodiyot" kafedrasi o'qituvchisi
E-mail: aziza.matyakubova11@gamil.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada dunyo bozorida raqobat kuchayib borayotgan bir paytda, korxonalar uchun faqat sifatli mahsulot ishlab chiqarish yetarli emas. Mahsulotlarni sotish, ularni bozorlarda imijini oshirish, mijozlar bilan doimiy kommunikatsiya olib borish va ijobiy jamoatchilik fikrini shakllantirish orqali bozorda o'z o'rnini mustahkamlash uchun media marketingdan samarali foydalanish bo'yicha tahlil o'tkazilgan va tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: Zamonaviy marketing, raqamli kommunikatsiya, media marketing, kontent marketing, korxona imiji.

Abstract

This article analyzes and provides recommendations on the effective use of media marketing to strengthen market positions by selling products, improving their image in the market, maintaining constant communication with customers, and creating positive public opinion, as competition in today's global market is increasing.

Keywords: Modern marketing, digital communication, media marketing, content marketing, corporate image.

Аннотация

В этой статье объясняется, что в условиях растущей конкуренции на современном мировом рынке компаниям недостаточно просто производить качественную продукцию. Проведен анализ и даны рекомендации по эффективному использованию медиамаркетинга для укрепления позиций на рынке путем сбыта продукции, улучшения своего имиджа на рынках, поддержания постоянной коммуникации с клиентами и формирования позитивного общественного мнения.

Ключевые слова: Современный маркетинг, цифровые коммуникации, медиамаркетинг, контент-маркетинг, корпоративный имидж.

KIRISH

Mamlakatimizda zamonaviy marketing va raqamli kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish, tadbirkorlik subyektlarining raqobatbardoshligini oshirish va ularning ichki hamda tashqi bozordagi imijini mustahkamlashga alohida e'tibor qaratilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 6-iyuldagi PF-165-sonli "2022-2026-yillarda O'zbekiston Respublikasining innovatsion rivojlanish strategiyasi" Farmoni[1] mamlakatda innovatsion iqtisodiyot tamoyillarini joriy qilish, ilmiy yutuqlarni tijoratlashtirish va bozor ishtirokchilarining innovatsion

[1] O'zbekiston Respublikasi Prezidenti 2022-yil 6-iyuldagi PF-165-sonli "2022-2026-yillarda O'zbekiston Respublikasining innovatsion rivojlanish strategiyasi" Farmoni https://lex.uz/docs/-6102462

faoliyatini qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha aniq vazifalarni belgilab berdi. Mazkur strategiyada 7 ta ustuvor yo‘nalish bo‘yicha 100 dan ortiq maqsadlar va 400 dan ziyod amaliy chora-tadbirlar belgilangan bo‘lib, ular orasida innovatsion mahsulot va xizmatlarni ichki va tashqi bozorlarga olib chiqish, raqobatbardosh eksport salohiyatini oshirish, innovatsion infratuzilmani kengaytirish kabi vazifalar alohida urg‘u bilan ko‘rsatilgan. Ayniqsa, bozor iqtisodiyotining yangi talablariga javob beradigan, zamonaviy texnologiyalar asosida ishlaydigan korxonalarni qo‘llab-quvvatlash orqali milliy iqtisodiy o‘sishni innovatsiyalarga asoslangan holda ta’minlash strategik maqsad sifatida e’tirof etilgan [1].

Dunyo bozorida raqobat kuchayib borayotgan bir paytda, korxonalar uchun faqat sifatli mahsulot ishlab chiqarish yetarli emas. Ular o‘z brendini tanitish, mijozlar bilan doimiy kommunikatsiya olib borish va ijobiy jamoatchilik fikrini shakllantirish orqali bozorda o‘z o‘rnini mustahkamlashi lozim. Aynan shunday vaziyatda media marketing, ya’ni turli media platformalar orqali interaktiv va doimiy aloqani yo‘lga qo‘yish vositasi sifatida o‘zining kommunikativ ahamiyatini namoyon qiladi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda korxona imijini shakllantirishda media marketingning kommunikativ ahamiyatini chuqur o‘rganish maqsadida tizimli va kompleks yondashuvlar asosida ilmiy tahlil amalga oshirildi. Tadqiqot tahliliy-metodik yondashuv, solishtirma tahlil usuli, tarkibiy va tizimli yondashuv, empirik ma’lumotlardan foydalanish, normativ-huquqiy hujjatlar tahlili metodologik yondashuvlar orqali olib borildi.

Ushbu metodologik yondashuvlar tadqiqot natijalarining ilmiy asoslanganligini, xulosalarning ishonchliligini va amaliy ahamiyatini ta’minladi. Maqola davomida nafaqat nazariy mulohazalar, balki real kompaniyalar tajribasi va zamonaviy media platformalar orqali olib borilgan marketing faoliyatining tahlili ham keltirildi.

ADABIYOTLAR SHARHI

So‘nggi yillarda media marketing sohasi bo‘yicha o‘tkazilgan ilmiy tadqiqotlar raqamli kommunikatsiya va brend imiji o‘rtasidagi uzviy bog‘liqlikni chuqur ochib bermoqda. P. Kotler va K. Keller o‘zlarining mashhur “Marketing Management” asarida zamonaviy marketingda brendni shakllantirishda doimiy muloqot va ommaviy axborot vositalari orqali ijobiy taassurot yaratish muhimligini alohida ta’kidlaydi [3].

Mangold va Faulds ijtimoiy media vositalarining ilgari klassik marketingda mavjud bo‘lmagan imkoniyatlarni yaratganini qayd etadi. Ularning fikricha, ijtimoiy tarmoqlarda mijoz bilan bevosita, ikki tomonlama va shaffof aloqa - bu brend ishonchliligini mustahkamlovchi asosiy vosita hisoblanadi [5].

Chaffey esa media marketingni “raqamli transformatsiyaning ajralmas qismi” sifatida baholab, har bir korxona o‘z mijozlariga doimiy va moslashtirilgan kontent yetkazishi kerakligini urg‘ulaydi. Aynan shunday interaktiv strategiyalar orqali korxona imiji ijobiy shakllanadi va barqaror saqlanib qoladi [2].

Shuningdek, o‘zbek olimlari ham bu sohada muhim fikrlar bildirgan. Jumladan, A. Yusupovning marketing kommunikatsiyalari bo‘yicha olib borgan tadqiqotlarida

kompaniyaning jamoatchilik bilan aloqalari, imij va ommaviy fikr shakllanishiga media vositalarining bevosita ta'siri qayd etilgan. Uning fikricha, ijtimoiy tarmoqlar bugungi kunda PR'ning asosiy maydoniga aylangan [10].

Nazariy manbalar va amaliy yondashuvlar media marketingning korxona imiji shakllanishida asosiy vosita ekanini tasdiqlaydi. Yangi avlod marketing kommunikatsiyalari aynan raqamli media vositalar orqali amalga oshayotgan bir davrda, bu sohaga doimiy ilmiy va texnologik e'tibor zarur.

TAHLIL VA NATIJALAR

Media marketing - bu raqamli va an'anaviy media vositalari orqali korxona, mahsulot yoki xizmatlarni targ'ib qilish, iste'molchilar bilan aloqa o'rnatish, brendga bo'lgan ishonchni mustahkamlash strategiyasidir[2]. Ushbu yondashuv ijtimoiy tarmoqlar (Facebook, Instagram, TikTok), veb-saytlar, e-mail marketing, YouTube reklamalari, mobil ilovalar va boshqa kommunikatsion platformalarni o'z ichiga oladi.

Bugungi kunda mijozlar doimiy ravishda onlayn rejimda yashamoqda - ular axborotni tezda izlaydi, baho beradi va fikr bildiradi. Korxonalar esa bu axborot oqimida faol ishtirok etib, o'z xabarlarini maqsadli auditoriyaga tez va samarali yetkazishlari lozim[3]. Shunday sharoitda media marketing nafaqat savdo hajmini oshirish, balki brend imijini shakllantirish va jamoatchilik bilan aloqalarni mustahkamlash vositasidir.

Korxona imiji - bu iste'molchilarda tashkilot haqida shakllangan umumiy taassurot, brendga bo'lgan munosabat va ishonch darajasidir. Bu imij quyidagi asosiy omillarga bog'liq: mahsulot sifati, xizmat ko'rsatish darajasi, ijtimoiy mas'uliyat, vizual identitet (logotip, dizayn) va eng muhimi - media orqali qanday tasvirda namoyon etilishi [4].

Media marketing aynan shu omillarni mustahkamlovchi kuchli kommunikator sifatida ishlaydi. Masalan, korxona o'zining ijtimoiy tarmoqlardagi sahifasi orqali yangi mahsulotlarni tanishtirishi, mijozlarga savol-javob sessiyalari o'tkazishi, ijtimoiy aksiyalarda ishtirok etayotganini yoritishi orqali iste'molchilarda iliq taassurot qoldiradi.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, kuchli media kommunikatsiyaga ega brendlar bozordagi ishonchli o'ringa ega bo'ladi[5], mijozlar sodiqligini saqlab qoladi va salbiy axborotlarga tezkor javob bera oladi.

Korxona imijini shakllantirishda quyidagi media marketing strategiyalari keng qo'llaniladi:

- Kontent marketingi - foydali, qiziqarli va informatsion materiallar ishlab chiqarish va tarqatish orqali mijozlar e'tiborini jalb qilish.
- Influencer marketing - ijtimoiy tarmoqlarda mashhur shaxslar orqali mahsulot yoki xizmatlarni ommalashtirish.
- Targetlangan reklama - ijtimoiy tarmoqlar orqali maqsadli auditoriyaga aniq xabar yetkazish.
- Video marketing - mahsulotning foydali jihatlarini ko'rsatadigan qisqa video roliklar orqali auditoriyani jalb qilish.

• SMM (Social Media Marketing) - brendning ijtimoiy tarmoqlardagi mavjudligini mustahkamlash va faollikni oshirish [6].

Ushbu strategiyalar orqali korxona o‘z obro‘sini oshiradi, mijozlar bilan yaqin aloqani rivojlantiradi va brendni istalgan bozorda tanitadi.

O‘tkazilgan tahlillar shuni ko‘rsatadiki, media marketing vositalaridan samarali foydalanayotgan korxonalar bozor sharoitida barqaror o‘sishga, mijozlar bilan ishonchli munosabat o‘rnatishga va salbiy axborot oqimini to‘g‘ri boshqarishga erishmoqda.

Makro supermarketlar tarmog‘i o‘zining ijtimoiy tarmoqlardagi faol sahifalari, Ramazon oyidagi xayriya aksiyalari, foydali kontentlar va iste’molchilar bilan jonli muloqot orqali ijobiy brend imijini shakllantira oldi. Kompaniya reklama kampaniyalari nafaqat mahsulotni tanitishga, balki jamoatchilik fikrini boshqarishga ham xizmat qildi.

Yana bir misol - Uzum Market kompaniyasi. Ular Facebook, Instagram va Telegram kanallarida foydalanuvchilarga doimiy tarzda savol-javoblar, aksiyalar, mijozlarga xizmat ko‘rsatish sifati haqidagi ma’lumotlarni joylashtirib boradi. Bu esa ishonchni oshirib, foydalanuvchi sodiqligini ta’minlaydi.

1-jadval

Media marketingni qo‘llash samarasi[1]

Ko‘rsatkich	Media marketingni qo‘llagan korxonalar	Qo‘llamagan korxonalar
Mijozlar sodiqligi indeksi, foizda	80-90	40-55
Yillik Savdo hajmi o‘sishi, foizda	15-25	3-7
Brend tanilishi, foizda	65-80	25-40
Salbiy izohga javob tezligi, soatda	1-3	24-48

Shuningdek, Google Analytics, Meta Insights va YouTube Analytics orqali olingan real vaqtli monitoring natijalari asosida korxona media faolligi bilan foydalanuvchi ishtiroki o‘rtasida to‘g‘ridan-to‘g‘ri bog‘liqlik aniqlangan. Yuqori sifatli kontent (masalan, vizual materiallar, qisqa video, reels) eng ko‘p e’tibor jalb qilgan. Mijozlar bilan media orqali muloqot qilish, ularning fikrini inobatga olish va o‘z vaqtida javob qaytarish orqali korxona ijobiy imijini saqlab qoladi va raqobatda ustunlikka ega bo‘ladi.

Bugungi raqamli jamiyatda korxona haqida ommaning shakllantirgan taassuroti asosan internet va ijtimoiy media vositalari orqali hosil bo‘ladi. Shu boisdan, media marketing orqali kommunikatsion boshqaruv olib borish korxonaning bozor raqobatbardoshligini oshiradi. Brend imijini shakllantirishni tashkil etishda kontent marketing, ijtimoiy media strategiyasi, interaktiv aloqa va izchil axborot tarqatish asosiy omillar sifatida xizmat qiladi. Korxona o‘zining tashqi ko‘rinishi, axborot uslubi, mijozlar bilan muloqoti orqali o‘zini qanday ko‘rsatishini doimiy nazoratda ushlashi lozim.

[1] Muallif ishlanmasi

Ijtimoiy media vositalari faqat reklama platformasi emas, balki mijoz bilan shaffof muloqot qilish, ishonchni mustahkamlash va salbiy axborot oqimiga tezkor javob berish maydonidir. Aynan shuning uchun, zamonaviy korxonalar SMM (Social Media Marketing) strategiyasini marketing rejasiga integratsiyalashlari kerak.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Korxona imijini shakllantirishda va mustahkamlashda media marketing zamonaviy marketing strategiyalarining eng samarali yo‘nalishlaridan biri bo‘lib, brendni tanitish, ishonch uyg‘otish, sotuvni rag‘batlantirish va raqobatda ustunlikka erishishda muhim vosita hisoblanadi. U ijtimoiy tarmoqlar, video, kontent va interaktiv aloqa orqali mijozlar bilan bevosita, shaffof va doimiy aloqani yo‘lga qo‘yadi.

Korxonalarda innovatsion marketing yondashuvlarini rivojlantirish, raqamli platformalardan foydalanishni kengaytirish zamonaviy iqtisodiy sharoitda hal qiluvchi omillardan biridir. Shu nuqtai nazardan qaraganda, media marketing sohasi nafaqat reklama vositasi, balki strategik kommunikatsion vosita sifatida katta ahamiyat kasb etadi. Kelgusida har bir korxona o‘zining marketing strategiyasida media vositalar orqali brend imijini mustahkamlashga alohida e’tibor qaratishi, tahlil, monitoring va yangilanish asosida zamonaviy kommunikatsiya mexanizmlarini tatbiq etishi zarur.

O‘zbekiston korxonalari ham media marketing strategiyalarini ilg‘or kompaniyalar tajribasidan kelib chiqib shakllantirishlari va milliy bozorda raqamli imijga ega bo‘lishlari kerak. Bu nafaqat tijoriy manfaatga xizmat qiladi, balki iste’molchilar ongida ishonchli va ijobiy brend obrazini mustahkamlaydi.

Tadqiqot ishi davomida quyidagi tavsiyalar ishlab chiqildi:

- korxonalarda media marketing bo‘limlari tashkil etilishi va bu sohaga malakali mutaxassislar jalb qilinishi lozim.
- brend strategiyasi doirasida ijtimoiy tarmoqlar, video marketing va interaktiv kontentga asoslangan reja ishlab chiqilishi kerak.
- Mahalliy korxonalar ijobiy brend imijini yaratish maqsadida ijtimoiy loyihalarda ishtirok etishi, foydali kontent yaratishi va jamiyat bilan aloqani kuchaytirishi kerak.
- Oliy ta’lim muassasalarida marketing yo‘nalishlarida media marketing fanini mustaqil fan sifatida joriy qilish zarur, chunki kelajak marketingi aynan media asosida rivojlanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti 2022-yil 6-iyuldagi PF-165-sonli “2022-2026-yillarda O‘zbekiston Respublikasining innovatsion rivojlanish strategiyasi” Farmoni https://lex.uz/docs/-6102462

2. 54-, D. (2020). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education.

3. Kotler, P., Keller, K. (2016). Marketing Management. Pearson.

4. Fill, C., Turnbull, S. (2019). Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations. Pearson.

5. Mangold, W.G., Faulds, D.J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. Business Horizons, 52(4), 357-365.
6. Ryan, D. (2016). Understanding Digital Marketing. Kogan Page.

CHAKANA SAVDO TIZIMIDA KORXONALAR MAQSADLI AUDITORIYASINI SEGMENTATSIYALASH VA BRENDNI POZITSIYALASH

Ro‘zimatov Shohboz Hamdambek o‘g‘li
TDIU, mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya

Mazkur tadqiqotda chakana savdo tizimida korxonalar maqsadli auditoriyasini segmentatsiyalash va brendni pozitsiyalashning nazariy hamda amaliy jihatlari o‘rganildi. Segmentatsiya mezonlari, maqsadli auditoriyani tanlash va pozitsiyalash qarorlari o‘rtasidagi bog‘liqlik tahlil qilindi. Iste’molchiga asoslangan brend kapitalini shakllantirishda perseptual xarita va marketing vositalarining ahamiyati baholandi. Tadqiqot natijasida chakana savdo korxonalarida iste’molchilar ehtiyojlariga mos marketing strategiyalarini ishlab chiqish va brend raqobatbardoshligini oshirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar shakllantirildi.

Kalit so‘zlar: chakana savdo, segmentatsiya, maqsadli auditoriya, brendni pozitsiyalash, brend kapitali, perseptual xarita, marketing strategiyasi, iste’molchi xulqi.

Аннотация

В исследовании были рассмотрены теоретические и практические аспекты сегментации целевой аудитории и позиционирования бренда в системе розничной торговли. Проанализирована взаимосвязь между критериями сегментации, выбором целевой аудитории и решениями по позиционированию. Оценено значение перцептуальных карт и маркетинговых инструментов в формировании потребительского капитала бренда. По результатам исследования сформированы практические рекомендации по разработке маркетинговых стратегий, ориентированных на потребности потребителей, и повышению конкурентоспособности брендов в розничной торговле.

Ключевые слова: розничная торговля, сегментация, целевая аудитория, позиционирование бренда, капитал бренда, перцептуальная карта, маркетинговая стратегия, потребительское поведение.

Abstract

This study examined the theoretical and practical aspects of target audience segmentation and brand positioning in the retail sector. The relationship between segmentation criteria, target audience selection, and positioning decisions was analyzed. The importance of perceptual mapping and marketing tools in developing customer-based brand equity was evaluated. Based on the findings, practical recommendations were formulated for designing consumer-oriented marketing strategies and improving brand competitiveness. The results highlighted the role of effective segmentation and positioning in strengthening brand value and achieving sustainable performance in retail markets.

Keywords: retail trade, segmentation, target audience, brand positioning, brand equity, perceptual mapping, marketing strategy, consumer behavior.

KIRISH

Chakana savdo O‘zbekiston iqtisodiyotining eng faol o‘sayotgan va aholi kundalik hayotiga bevosita ta‘sir ko‘rsatuvchi tarmoqlaridan biriga aylandi. Milliy statistika qo‘mitasining tasdiqlangan ma‘lumotlariga ko‘ra, 2025-yil yanvar–sentabr oylarida kichik tadbirkorlik subyektlarining chakana savdo aylanmasi hajmi 258 773,9 mlrd so‘mni tashkil etib, jami chakana savdo aylanmasidagi ulushi 81,8 foizga yetdi va o‘tgan yilning mos davriga nisbatan 109,6 foizga oshdi [1]. Ushbu ko‘rsatkichlar chakana bozorda ko‘p sonli kichik subyektlar faoliyat yuritayotganini va raqobat muhiti tobora zichlashayotganini ko‘rsatadi.

Bozorning hududiy jihatdan rivojlanishi ham aniq namoyon bo‘lmoqda. Kichik tadbirkorlikning rivojlanish darajasi bo‘yicha eng yuqori ko‘rsatkich Xorazm viloyatida 43,5 birlikni tashkil etib, mintaqani mamlakat bo‘yicha yetakchi o‘rinlardan biriga olib chiqdi [1]. Ayni davrda respublikada 62,2 mingta yangi kichik korxona va mikrofirma tashkil etilgan bo‘lib, ulardan 22 918 tasi savdo sohasiga to‘g‘ri keldi [1]. Yangi savdo subyektlarining shiddatli o‘sishi korxonalar oldida o‘z iste‘molchisini aniq belgilash va raqobatchilardan ajralib turish vazifasini amaliy ahamiyat darajasiga ko‘taradi.

Raqobat zich bo‘lgan bunday muhitda korxona barcha xaridorlarga bir xil taklif bilan murojaat qilib muvaffaqiyatga erisha olmaydi. Iste‘molchilarni o‘xshash ehtiyoj va xulq-atvor asosida guruhlarga ajratish, eng qimmatli guruhni tanlash va brendni o‘sha guruh ongida farqli o‘rinda joylashtirish ketma-ketligi marketing strategiyasining amaliy o‘zagini tashkil etadi [2]. Bunday yondashuv chegaralangan resurslarni eng yuqori daromad keltiradigan yo‘nalishga yo‘naltirish imkonini beradi va kichik chakana korxonalar uchun ham qo‘llash mumkin bo‘lgan tejamkor vositaga aylanadi.

Maqolaning maqsadi segmentatsiya mezonlari bilan brendni pozitsiyalash qarorlari o‘rtasidagi mantiqiy bog‘lanishni nazariy asoslash va uni iste‘molchiga asoslangan brend kapitali bilan uyg‘unlashtirgan holda chakana savdo amaliyotiga moslashtirishdan iborat. Vazifalar quyidagilardan tashkil topdi: segmentatsiya, maqsadli auditoriya tanlovi va pozitsiyalashning yagona tizim sifatidagi mantig‘ini ochish; idrok xaritaning brendni farqlashdagi o‘rnini asoslash; O‘zbekiston chakana savdosining tasdiqlangan statistik manzarasi orqali amaliy xulosalar shakllantirish.

ADABIYOTLAR SHARHI

Bozorni segmentatsiyalash g‘oyasining nazariy asoslari mahsulotni differensiatsiyalash va katta, bir jinsli bo‘lmagan auditoriyani kichikroq, o‘xshash guruhlarga ajratish tamoyiliga borib taqaladi. Bu tamoyilga ko‘ra korxona bir jinsli guruhlarga e‘tibor qaratganda bozorni chuqurroq tushunadi va xarajatlarni aniqroq taqsimlaydi; keyinchalik bu yondashuv segmentatsiya, maqsadli auditoriya tanlovi va pozitsiyalashni o‘z ichiga olgan izchil bosqichlar tizimiga aylantirildi [2]. Mazkur uch bosqichli tizim marketing kommunikatsiyasini tartiblash va eng qimmatli guruhga moslashtirilgan xabar yetkazish imkonini berishi bilan amaliyotda keng tarqaldi.

Tizimning samarali ishlashi uchun segmentatsiya amalga oshiriladigan, ya‘ni o‘lchanadigan va aniq harakatlarga aylantiriladigan bo‘lishi talab etiladi. Segmentlar

yetarlicha katta, farqlanadigan va korxona resurslari bilan qamrab olinadigan bo‘lganda strategiya real natija beradi [3]. Bunday yondashuv segmentatsiyani mavhum tasniflashdan ajratib, uni boshqaruv qaroriga aylantiradi va keyingi bosqich – pozitsiyalash uchun mustahkam zamin yaratadi.

Pozitsiyalash qarorlarining yakuniy maqsadi iste‘molchi ongida brend qiymatini shakllantirishdir. Iste‘molchiga asoslangan brend kapitali nazariyasi brend bilimi iste‘molchi munosabatiga ko‘rsatadigan farqli ta‘sir sifatida ta‘riflanadi va brend kuchi mijoz ongida joylashishini ko‘rsatadi [4]. Ushbu yondashuv brendni tanish va e‘tibordan tortib chuqur sodiqlikkacha bo‘lgan bosqichlarni qamrab oluvchi piramida ko‘rinishida tizimlashtirildi; uning yuqori pog‘onasida iste‘molchi bilan kuchli his-tuyg‘u va xulq-atvor bog‘lanishi turadi [5]. Brend kapitalini baholashning muqobil modeli esa iste‘molchi idroki bilan birga brend aktivlarini ham qamrab olib, masalani kengroq tahliliy doirada ko‘rib chiqadi [6].

Pozitsiyalash amaliyotida brendning raqobatchilarga nisbatan tutgan o‘rnini ko‘rsatuvchi idrok xarita markaziy vosita hisoblanadi. Atributga asoslangan va o‘xshashlikka asoslangan xaritalar iste‘molchi idrokini ikki yoki uch o‘lchamli fazoda joylashtirib, brend qaysi qiymat bo‘yicha ajralib turishi mumkinligini ko‘rsatadi [7]. Segmentlarning ideal nuqtalarini shu fazoda joylashtirish qaysi pozitsiya qaysi guruhga mos kelishini aniqlashga yordam beradi va segmentatsiya bilan pozitsiyalashni bir tahliliy maydonda birlashtiradi.

Nazariya rivoji bir ovozdan bo‘lmadi. Empirik kuzatuvlar brendlar ko‘pincha bir-biriga yaqin xaridor bazasini bo‘lishishini va xarid takrorlanish qonuniyatlari klassik tizim kutganidan farq qilishini ko‘rsatdi; bu mulohazalar segmentatsiyani inkor etmaydi, balki uni real bozor xulqi bilan tekshirish zarurligini ta‘kidlaydi [8]. Raqamli iqtisodiyot sharoitida bozor endi geografik joylashuv emas, balki foydalanuvchi xatti-harakati va qiziqishlari asosida belgilanadi, bu esa katta hajmli ma‘lumotlarni tahlil qilish orqali segmentatsiyani doimiy yangilab borishni talab etadi [9]. Umumlashtirilgan holda, klassik tizim raqobat ustunligini shakllantirishning izchil tahliliy ramkasi sifatida o‘z ahamiyatini saqlab qoldi [10].

METODOLOGIYA

Tadqiqot nazariy-amaliy xususiyatga ega bo‘lib, tizimli adabiyot tahlili va tasdiqlangan statistik manbalarni qiyosiy o‘rganish usullariga tayanadi. Birlamchi bosqichda segmentatsiya, maqsadli auditoriya tanlovi va pozitsiyalashga oid asosiy nazariy manbalar ajratib olindi hamda ularning o‘zaro mantiqiy bog‘lanishi aniqlandi. Ikkilamchi bosqichda pozitsiyalash qarorlari brend kapitali nazariyasi bilan moslashtirildi va konseptual model qurish uchun asos tayyorlandi .

Konseptual model uch bosqichli tizimni iste‘molchiga asoslangan brend kapitali bilan birlashtirgan holda shakllantirildi: segmentatsiya mezonlari pozitsiyalash qaroriga, pozitsiyalash esa brend kapitalining mustahkamlanishiga olib boradi. Pozitsiyalashni vizual ifodalash uchun atributga va o‘xshashlikka asoslangan idrok xarita usullari tahliliy vosita sifatida tanlandi.

Empirik tasdiqlash uchun faqat ochiq va tekshiriladigan manbalardan foydalanildi. O‘zbekiston chakana savdosiga oid raqamlar Milliy statistika

qo‘mitasining rasmiy ma‘lumotlaridan olindi va havola orqali kuzatiladigan tarzda keltirildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

O‘zbekiston chakana savdosining tasdiqlangan manzarasi segmentatsiya va pozitsiyalashning amaliy zaruratini aniq ko‘rsatadi. Chakana savdo aylanmasining 81,8 foizi kichik tadbirkorlik subyektlari zimmasiga tushishi bozorda ko‘p sonli, nisbatan kichik o‘yinchilar faoliyat yuritayotganini bildiradi [1]. Bunday tarkibda har bir korxona o‘z iste‘molchisini aniq belgilamasdan va brendini farqli o‘rinda joylashtirib raqobatda barqaror ustunlikka erisha olmaydi.

Segmentatsiya mezonlarining har biri o‘ziga xos pozitsiyalash qaroriga olib keladi. Quyidagi jadval asosiy mezonlarni, ularning qisqa tavsifini va brendni pozitsiyalashga ta‘sirini tasdiqlangan manbalar bilan birlashtirib ko‘rsatadi.

1-jadval

Segmentatsiya mezonlari va ularning chakana savdoda brendni pozitsiyalashga ta‘siri[1]

Segmentatsiya mezoni	Asosiy tavsifi	Pozitsiyalashga ta‘siri	Manba
Geografik	Hudud, iqlim, aholi zichligi va mahalliy talab xususiyatlari	Assortiment va do‘kon joylashuvini mintaqa ehtiyojiga moslashtirish	[2]
Demografik	Yosh, daromad, ta‘lim darajasi va jins ko‘rsatkichlari	Narx va sifat bo‘yicha xabarni aniq guruhga yo‘naltirish	[13]
Psixografik	Turmush tarzi, qadriyatlar va iste‘mol ustuvorliklari	Brend qiymati va emotsional bog‘lanishni shakllantirish	[4]
Xulq-atvor	Sodiqlik darajasi, foydalanish chastotasi va xarid odati	Takroriy xarid va idrok o‘rinni mustahkamlash	[8]
Barqarorlik yo‘naltirilgan	Ekologik ong va mas‘uliyatli iste‘molga moyillik	Do‘kon kapitali va mijoz qoniqishi orqali farqlash	[14]

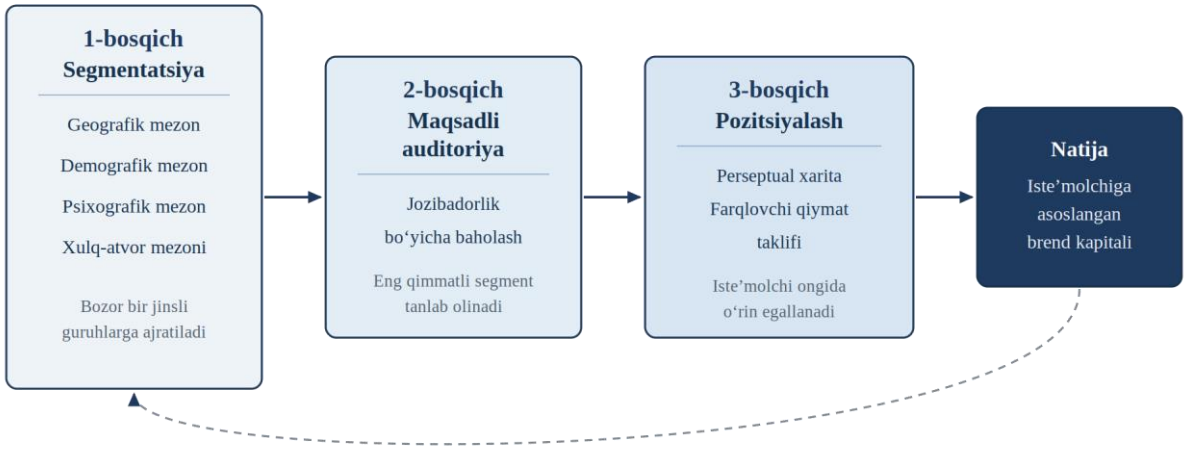
1-jadval mantig‘ini amaliyot tasdiqlaydi. Ko‘p brendli chakana do‘konlarda vizual savdo elementlari idrok xarita orqali tahlil qilinganda, har bir do‘kon raqobatchilarga nisbatan o‘ziga xos o‘rin egallashi va bu o‘rin pozitsiyalash vositasiga aylanishi aniqlangan [11]. Iste‘molchi sharhlarini fikr-mulohaza qazib olish usuli bilan o‘rganish ham brendning bozordagi joyini va raqobatdagi farqlanish nuqtalarini aniqlash imkonini beradi [12]. Ushbu vositalar segmentatsiya bosqichida to‘plangan ma‘lumotni pozitsiyalash qaroriga aylantirib, ikki bosqich o‘rtasidagi uzilishni bartaraf etadi.

Iste‘molchi xulqini o‘rganish demografik segmentatsiyaning pozitsiyalashga bevosita ta‘sirini ko‘rsatadi. Yuqori daromadli iste‘molchilar texnologiya, innovatsiya va barqarorlikka ko‘proq e‘tibor qaratsa, daromadi past guruhlar ko‘proq narx maqbulligi va funksional foydaga ustuvorlik beradi; xabarning bu farqlarni hisobga olib moslashtirilishi brend bilan bog‘lanishni kuchaytiradi [13]. Barqarorlikka

[1] Manba: keltirilgan ilmiy manbalar asosida muallif tomonidan tuzilgan.

yo‘naltirilgan yondashuv esa do‘kon kapitali va mijoz qoniqishini oshiradi, bunda jins omili munosabatni kuchaytiruvchi vosita sifatida namoyon bo‘ladi [14]. Bunday natijalar segmentatsiya mezonini to‘g‘ri tanlash pozitsiyalash samarasini bevosita belgilashini tasdiqlaydi.

Pozitsiyalashning yakuniy qiymati brendning iste‘molchi ongidagi farqli va ishonchli o‘rnida mujassamlanadi. Brend xaridorga barqaror sifat va ishonchlilik haqida ishora berib, tanlovni soddalashtiradi va korxona uchun qadrli aktivga aylanadi [15]. Shu asosda segmentatsiya, maqsadli auditoriya tanlovi va pozitsiyalashning yagona zanjiri iste‘molchiga asoslangan brend kapitalini mustahkamlovchi izchil tizim sifatida namoyon bo‘ladi; bu bog‘lanish 1-rasmda umumlashtirilgan.



1-rasm. Chakana savdoda segmentatsiya, maqsadli auditoriya tanlovi va brendni pozitsiyalashning konseptual bog‘lanishi[1]

1-rasmda brend kapitalining mustahkamlanishi qayta aloqa orqali segmentatsiya mezonlarini takomillashtiradi va tizimni doimiy yangilanib turadigan davriy jarayonga aylantiradi. Bunday davriy mantiq raqamli iqtisodiyot sharoitida ma‘lumotga asoslangan segmentatsiyaning uzluksiz yangilanishi bilan to‘la mos keladi [9]. Natijada chakana korxona o‘zgaruvchan talabga moslasha oladi va brend pozitsiyasini bozor sharoitiga muvofiq qayta sozlash imkoniyatini saqlab qoladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Segmentatsiya va brendni pozitsiyalash bir-biridan ajralgan amallar emas, balki yagona strategik tizimning o‘zaro bog‘langan bosqichlari sifatida namoyon bo‘ldi. Segmentatsiya mezonini to‘g‘ri tanlash pozitsiyalash qarorining yo‘nalishini belgiladi, pozitsiyalash esa iste‘molchiga asoslangan brend kapitalini mustahkamladi. O‘zbekiston chakana savdosida kichik tadbirkorlik subyektlarining yuqori ulushi bu tizimni amaliy qo‘llash zaruratini tasdiqladi.

[1] Muallif ishlanmasi

Chakana korxonalar uchun quyidagi amaliy takliflar shakllantirildi. Birinchidan, segmentatsiyani o‘lchanadigan va aniq harakatlarga aylantiriladigan mezonlar asosida tashkil etish maqsadga muvofiq; bu segmentni real boshqaruv qaroriga aylantiradi. Ikkinchidan, brend pozitsiyasini idrok xarita orqali muntazam baholash raqobatdagi farqlanish nuqtalarini aniqlashga yordam beradi. Uchinchidan, demografik va barqarorlikka oid xulq farqlarini hisobga olgan moslashtirilgan xabar brend bilan bog‘lanishni kuchaytiradi.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati segmentatsiya bilan pozitsiyalashni bog‘lovchi izchil mantiqiy zanjirni taklif etishida namoyon bo‘ldi. Kelgusi izlanishlar ushbu konseptual modelni O‘zbekiston mintaqalari kesimida empirik sinovdan o‘tkazish va raqamli platformalardagi iste‘molchi ma‘lumotlari asosida segmentatsiyani chuqurlashtirish yo‘nalishida rivojlantirishi mumkin. Bunday yo‘nalish chakana savdoning barqaror o‘sishiga va milliy brendlarning raqobatbardoshligini oshirishga ijobiy hissa qo‘shadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston Respublikasida kichik tadbirkorlik subyektlarining asosiy ko‘rsatkichlari. URL: https://stat.uz

2. Smith W. R. Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies (Smart Insights: STP marketing model sharhi). URL: https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/customer-segmentation-targeting/segmentation-targeting-and-positioning/

3. Correia T. M., Rodrigues M. The Segmentation, Targeting and Positioning Marketing Model. SciELO Preprints, 2023. URL: https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.6412

4. Keller K. L. Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. Journal of Marketing, 1993, 57(1). URL: https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002224299305700101

5. Keller Customer-Based Brand Equity (CBBE) Pyramid (Umbrex marketing frameworks). URL: https://umbrex.com/resources/frameworks/marketing-frameworks/keller-customer-based-brand-equity-cbbe-pyramid/

6. Steenkamp P. Aaker versus Keller’s Models: Much Ado About Branding. ResearchGate, 2020. URL: https://www.researchgate.net/profile/Pieter-Steenkamp/publication/341909107_Aaker_versus_Keller’s_models_much_ado_about_branding

7. Perceptual Mapping (Positioning Map) Framework (Umbrex marketing frameworks). URL: https://umbrex.com/resources/frameworks/marketing-frameworks/perceptual-mapping-positioning-map/

8. Romaniuk J. et al. The Market-Based Assets Theory of Brand Competition. Journal of Retailing and Consumer Services, 2023. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S096969892300317X

9. Segmentation, Targeting and Positioning (STP) in the Digital Era. SIBER Journal of Digital Business (SIJDB), 2024, 2(1). URL: https://review.e-siber.org/SIJDB/article/download/30/27/170

10. Segmentation, Targeting and Positioning. International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET), 2020, 7(5). URL: https://www.irjet.net/archives/V7/i5/IRJET-V7I5749.pdf

11. Positioning Through Visual Merchandising: Can Multi-Brand Outlets Do It? Asia Pacific Management Review (ScienceDirect), 2022. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1029313222000483

12. Marketing Insight from Consumer Reviews: Creating Brand Position Through Opinion Mining Approach (ScienceDirect), 2023. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772503023000543

13. Consumer Behaviour, Their Shopping Preference and Perceptual Maps Associated with Brand Loyalty. Journal of Marketing & Social Research, 2025. URL: https://jmsr-online.com/article/consumer-behaviour-their-shopping-preference-and-perpetual-maps-associated-with-brand-loyalty-158/

14. Sustainability, Store Equity, and Satisfaction: The Moderating Effect of Gender in Retailing. Journal of Marketing Analytics, 2025, 13(2). URL: https://ideas.repec.org/a/pal/jmarka/v13y2025i2d10.1057_s41270-025-00389-4.html

15. Positioning, Perceptual Mapping and Branding (Unit 5, George Washington University). URL: https://www2.gwu.edu/~iits/certificate/603/603-unit5.PDF

Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

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

2025-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
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 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**