

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



MARKETING
INNOVATSIYA
BRENDING
SAVDO
RAQAMLI
TADQIQOT
BIZNES



№ 6 - SON

2025-YIL, IYUN

9710 xalqaro daraja



№240874

ISSN: 3060-4621



OPEN ACCESS





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](https://t.me/marketinjournalbot)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tidiumarketingjournal>

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 kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NaMTI Marketing kafedrasini professori;

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

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

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

Akramov Tohir Abdurahmonovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

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

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

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

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

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

Musyeva Shoirazimovna, i.f.n., SamISI Marketing kafedrasini professori;

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

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

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

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., Namangan muhandislik-qurilish instituti dotsenti;

Fayzullayev Javlonbek Sultonovich, DSc., TDIU, Yashil iqtisodiyot kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, "Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik" kafedrasini professori

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, "Raqamli iqtisodiyot" kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, "Savdo ishi" kafedrasini 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" kafedrasini mudiri

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU biznes boshqaruvi va logistika kafedrasini professori

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU "Yashil" iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor

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

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

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

Elektron nashr 338 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 30-iyunda ruxsat etildi

MUNDARIJA

LOYIHALASHTIRISH TASHKILOTLARIDA SIFATNI BOSHQARISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISHNING ILMIY-USLUBIY ASOSLARI	6
Buriyev Xakim Toshimovich, Usmonov Ilxom Achilovich, Murodov Rustam Toxir o‘g‘li	
XARIDORLAR QAROR QABUL QILISH JARAYONIDA NAFLILIK OMILINING ROLI: SMARTFONLAR BOZORI MISOLIDA MARKETING TADQIQOTI	14
Ergashxodjaeva Shaxnoza Djasurovna, Ro‘zmamatov Abbos Tolibjon o‘g‘li	
O‘ZBEKISTONDA IQTISODIY O‘SISHNI TA‘MINLASHDA QISHLOQ XO‘JALIGI TARMOQLARIGA INVESTITSİYALARNI JALB ETISH BO‘YICHA XORIJIY TAJRIBALARINING SAMARADORLIGINI BAHOLASH	21
Sirojiddin Yangiboev Juramurodovich	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARINI QIMMATLI QOG‘OZLAR BOZORI ORQALI MOLİYALASHTIRISH.....	31
Berdaliyev Javohir Jahongir o‘g‘li	
XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASIDA HUDUDIY MARKETINGNING RIVOJLANISH MODELİ.....	42
Boltayev Jasurbek G‘ulomovich	
OLIY TA‘LIM MUASSASALARIDA KADRLARNI TANLASH VA SARALASH MEXANIZMLARINING SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISH VA UNING TA‘LIM SIFATIGA TA‘SIRI.....	51
Ibragimova Sevara Kabildjanovna	
KICHIK TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INVESTITSIYA FAOLIYATI SHAKLLANISH JARAYONLARI TAHLILI	58
Jurayev Elyorbek Sobirjon o‘g‘li	
IJTIMOIIY-IQTISODIY RIVOJLANTIRISHDA HUDUDIY BOSHQARUV TIZIMINI SHAKLLANTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY OMILLARI.....	65
Mahmudov Bahriddin Jo‘rayevich	
O‘ZBEKISTON MINTAQALARINING IJTIMOIIY-IQTISODIY RIVOJLANISHINI BAHOLASHGA ILMIY VA NAZARIY YONDASHUVLAR	74
Mullabayev Baxtiyarjon Bulturboyevich	
IQTISODIY RIVOJLANISHNING IKKI OMILI: YASHIL IQTISODIYOT VA MAKROIQTISODIY BARQARORLIK	84
Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, Qurbonova Aziza Shavkatovna	
SERVIS LOGISTIKASI TASNIFI VA UNI BAHOLASHGA YONDASHUVLAR.....	90
Rajabov Orzujon Mamasoliyevich	
TEMIR YO‘L TRANSPORTINING IQTISODIY KO‘RSATKICHLARI: TAHLIL VA BAHOLASH.....	100
Raximov Xasan Shukurjonovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYAGA YO‘NALTIRILGAN ERP TIZIMLARINI JORIY ETISH ORQALI RAQAMLI IMKONIYATLARNI KENGAYTIRISH	109
Azizov Abdulla Abdisalamovich	

DEVELOPMENT TRENDS OF YOUTH TOURISM IN UZBEKISTAN: PROBLEMS AND PROSPECTS	116
Samiyev Siroj Saitovich, Umurzoqova Shakhnoza Shukhrat kizi	
MINTAQA RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASHDA INVESTITSIYA SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	122
Sapayeva Fazilat Norbayevna	
AVTOMOBILSOZLIKDA MAHALLIYLASHTIRISH: YAGONA RIVOJLANISH YO'LI.....	128
Qobilov Rustam Shuhrat o'g'li	
MADANIYAT SOHASI MUASSASALARINI BUXGALTERIYA HISOBINING O'ZIGA XOS JIHATLARI.....	138
Annayev Abdurasul Abdurashidovich	
YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA MOLIYAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARINING XORIJ TAJRIBALARI	144
Narzullayeva Ozoda Qahramon qizi	
ONLAYN SAVDO MAYDONCHALARIDA TOVARLAR SAVDOSINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH	150
Baxromov Xudoyor Xabibullo o'g'li	
АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН ..	156
Икрамов Акбар Фарход угли	
TIJORAT BANKLARIDA REBRENDING VOSITASIDA MARKETING INNOVATSIYALARINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYALARI.....	165
Mirzajonova Maftunaxon Jaxongir qizi	
ИННОВАЦИОННЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРОВ: ИНТЕГРАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ГЛОБАЛЬНУЮ ИННОВАЦИОННУЮ СЕТЬ	172
Усманова Нозимахон Икрам кизи	
NAMANGAN VILOYATIDA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI RIVOJLANISHI YO'LLARI	178
Alimatova Shoxsanam Abdumalik qizi	
АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ В УЗБЕКИСТАНЕ	184
Алимова Шахноза Октямовна	
HUDUDLARNING TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA XORIJIY TAJRIBALARDAN FOYDALANISH	194
Maksumov Azizxon Nodir o'g'li	
ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНТЕКСТ	203
Захарова Ирина Борисовна, Непейвода Андрей Николаевич	
MOYLI EKNLAR YETISHTIRUVCHI FERMER XO'JALIKLARIDA MARKETING TADQIQOTLARIDAN FOYDALANISHNING USLUBIY JIHATLARI	211
Valiyeva Aziza Anvar qizi	

MINTAQALARDA SANOAT TARMOG‘I SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	219
Mirzayeva Intizor Ergashevna	
STRATEGIK MARKETING YONDASHUVLARI ASOSIDA MATBAA KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH.....	228
Xolmirzaeva Feruza Abdullaevna	
XUSUSIY TA‘LIM MUASSASALARINING IJOBIY IMIJINI BELGILOVCHI ASOSIY OMILLAR.....	235
Odilova Sitora Sayfitdin qizi	
SOLIQ MA‘MURCHILIGINI YANADA TAKOMILLASHTIRISH VA RAQAMLASHTIRISH YUZASIDAN 2026-YILDA SOLIQ SIYOSATINI TAKOMILLASHTIRISH YUZASIDAN ISHLAB CHIQLIGAN TAHLIL VA TAKLIFLAR.....	243
Normurzayev Umid Xolmurzayevich	
QORAQALPOG‘ISTON RESPUBLIKASIDAGI QURILISH MATERIALLARI SANOATI KORXONALARIDA BOSHQARUVNING ZAMONAVIY HOLATI	257
Fayzullayev Jonibek Mambetsaliy o‘g‘li, Ollayorov Behruzбек Sardor o‘g‘li	
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	264
Акромов Бурибек Фахриддин угли	
OLIIY TA‘LIM MUASSASALARI UCHUN DUAL TA‘LIMNING AFZALLIKLARI..	272
Karimov Muzaffar Abdumalik o‘g‘li	
SANOAT ISHLAB CHIQARISHIDA SUN‘IY INTELLEKT ASOSIDA JARAYONLARNI OPTIMALLASHTIRISH.....	278
Rixsiboyev Nozimбек Abdurasul o‘g‘li	
KICHIK BIZNES EKSPORT SALOHIYATINI RIVOJLANTIRISH BAHOLASH MODELINING ILMIY ASOSLARI VA HUDUDIIY AMALIYOTI	287
Mamadjanova Tuyg‘unoy Axmadjanovna	
MINTAQADA INVESTITSION SALOHIYATNI OSHIRISHNING XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASI.....	297
Qobilov Anvar Eshpo‘lotovich	
HUDUDIIY INNOVATSION SIYOSATNI TAKOMILLASHTIRISHDA XORIJ TAJRIBALARINI INSTITUTIONAL ADAPTATSIYA QILISH IMKONIYATLARI	305
G‘aniyev Sanjar Poziljon o‘g‘li	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA INNOVATSION FAOLIYATNING IQTISODIIY MAZMUNI VA AHAMIYATI	316
Umurzaqov Avazbek Sobirovich	
XORIJIY MAMLAKATLARDA INVESTITSIYA JARAYONLARINI HUDUDIIY BOSHQARISH TAJRIBASI VA UNI NAMANGAN VILOYATI SHAROITIDA QO‘LLASH IMKONIYATLARI.....	326
Ibrohimov Behzodbek Baxromjon o‘g‘li	

LOYIHALASHTIRISH TASHKILOTLARIDA SIFATNI BOSHQARISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISHNING ILMIY-USLUBIY ASOSLARI

Buriyev Xakim Toshimovich

Mirzo Ulug‘bek nomidagi
Samarqand Arxitektura va Qurilish Davlat Instituti
“Biznesni boshqarish” kafedrası professori v.b., i.f.n.
ORCID: 0009-0005-9093-3844
E-mail: x.buriyev@samdaqu.edu.uz

Usmonov Ilxom Achilovich

Mirzo Ulug‘bek nomidagi
Samarqand Arxitektura va Qurilish Davlat Instituti
“Biznesni boshqarish” kafedrası professori v.b., t.f.n.
ORCID: 0009-0004-4744-1775
E-mail: ilxomusmanov1955@gmail.com

Murodov Rustam Toxir o‘g‘li

Mirzo Ulug‘bek nomidagi
Samarqand Arxitektura va Qurilish Davlat Instituti
“Biznesni boshqarish” kafedrası o‘qituvchisi
ORCID: 0009-0004-9974-8269
E-mail: murodovrustam99@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada loyihalash jarayonida sifatni ta‘minlash tizimining qurilish tashkilotlaridagi xuddi shunday tizimdan bir qancha farqlari aniqlandi. Ushbu farqlar qurilish loyihasining mahsulot sifatida o‘ziga xosligi hamda loyiha-qidiruv jarayonining xususiyatlaridan kelib chiqadi. Loyiha-qidiruv jarayonida sifatning shakllanish xususiyatlarini e‘tiborga olib, sifatni rejalashtirish yetarlicha samara ko‘rsatmadi. Loyiha-qidiruv tashkilotlarida sifatni boshqarish konsepsiyasini taklif qilish maqsadga muvofiq deb topildi. Sifatni boshqarish kichik tizimning mazmun-mohiyati korxonaning barcha bo‘g‘inlari va bo‘linmalarida loyiha-smeta hujjatlarida me‘yorlardan chetlanishlarni aniqlash va ularning korxona faoliyatining yakuniy natijalariga ta‘sirini ko‘rsatish bilan ifodalanadi.

Kalit so‘zlar: loyiha sifati, loyiha-qidiruv tashkiloti, sifatni boshqarish konsepsiyasi.

Аннотация

В данной статье выявлен ряд отличий системы обеспечения качества в процессе проектирования от аналогичной системы в строительных организациях. Эти отличия вытекают из специфики строительного проекта как продукта и особенностей проектно-поискового процесса. Планирование качества с учётом особенностей формирования качества в проектно-поисковом процессе оказалось недостаточно эффективным. Считаем целесообразным предложить концепцию управления качеством в проектно-поисковых организациях. Суть подсистемы управления качеством заключается в выявлении

отклонений от норм в проектно-сметной документации во всех подразделениях и отделах предприятия и показе их влияния на конечные результаты деятельности предприятия.

Ключевые слова: качество проекта, проектно-исследовательская организация, концепция управления качеством.

Abstract

This article identifies a number of differences between the quality assurance system in the design process and a similar system in construction organizations. These differences arise from the specifics of the construction project as a product and the characteristics of the design-search process. Quality planning, taking into account the characteristics of quality formation in the design-search process, has not been sufficiently effective. We consider it appropriate to propose a concept of quality management in design-search organizations. The essence of the quality management subsystem is to identify deviations from the norms in the design estimate documentation in all units and divisions of the enterprise and to show their impact on the final results of the enterprise's activities.

Keywords: project quality, project-research organization, concept of quality management.

KIRISH

Loyihalash qurilish mahsuloti sifatining shakllanishida asosiy o'rin egallaydi, chunki uning asosiy natijasi – bu bino va inshootning jismoniy-abstrakt modeli bo'ladi. Ushbu holat loyihalash bo'g'inining ham murakkabligi, ham ahamiyatini ko'rsatib beradi. Loyihalash bo'g'inining maqsadi – davlat talablarining maksimal darajada binoning modelida bajarilishini ta'minlashdir. Ko'rinib turibdiki, qurilish mahsuloti sifati bo'yicha eng katta mas'uliyat loyihalash bo'g'iniga yuklatiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Sifat menejmenti tizimining iqtisodiyot tarmoqlariga keng joriy qilinishi, avvalo, sifatni boshqarishga bag'ishlangan ilmiy tadqiqotlar va amaliy izlanishlar natijasidir. Zamonaviy sifat menejmentining nazariy asoslari bir qator olimlarning asarlarida keltirilgan. Bular: U.Ye. Deming, D. Djuran, K. Isikava, Y. Kano, Ye. Kondo, T. Konti, K. M. Meskon, G. Taguti, A. Fayol, A. Feygenbaum, Dj. Xarington, U. Shuxart va boshqalar [4, 7, 9, 11, 14].

Loyihalash, qurilish sohasida sifatni ta'minlash masalalariga A. Shreyber, B. Budzulyak, I. Starovoytov, A. Rogov, N. Seleznev, L. Bazilevich, K. Kryukov, I. Xaritonov [5, 12, 13, 15] kabi olimlarning izlanishlari bag'ishlangan. O'zbekistonlik olimlardan qurilish mahsuloti sifatini oshirish masalalari M. Ziyayev, A. Djabriyev, M. Ikramov, R. Nurimbetov, I. Usmonov, X. Buriyevlarning asarlarida [1, 2, 3, 6, 8, 10] aks ettirilgan.

METODOLOGIYA

Tadqiqot jarayonida mantiqiy-tarkibiy tahlil, ilmiy adabiyotlarni tanqidiy o'rganish, tizimli va jarayonli yondashuv, tahlil va sintez, me'yoriy-huquqiy hujjatlarni

tahlil qilish kabi usullar qoʻllanilgan. Amaliy xulosalarga kelishda shaxsiy kuzatuv va intervyu usullaridan foydalanilgan.

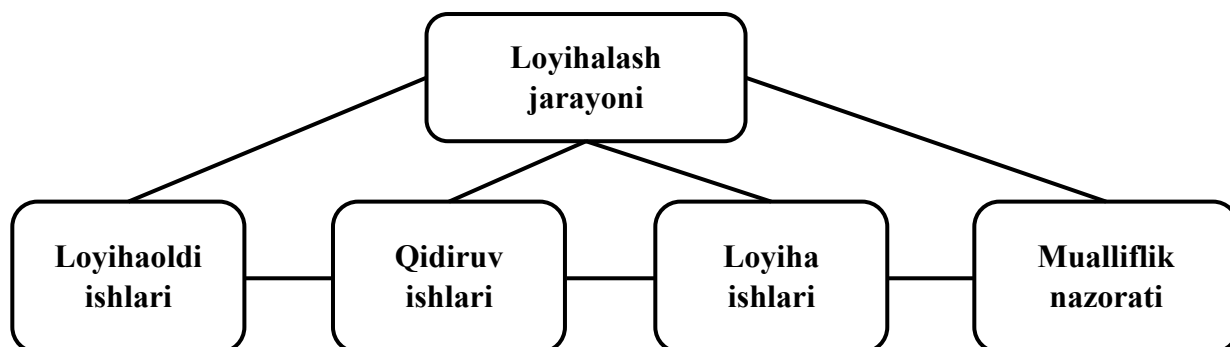
TAHLIL VA NATIJALAR

Investitsion jarayondagi belgilangan vazifaga mos ravishda raqobatbardoshlikni oshirishning sifat tizimi ham har boʻgʻin korxonalari uchun turlicha boʻladi. Amaliy tadqiqotlar koʻrsatishicha, loyiha-qidiruv korxonalarida narx shakllanishi, sifat tizimi, mehnat unumdorligi va resurs samaradorligi hamda natijada raqobatbardoshlik mezonlari tarmoqning boshqa korxonalaridan katta farq qiladi.

Bunday farqlarning kelib chiqish sabablariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- Qidiruv ishlarida dala tadqiqotlari hissasining kattaligi, yaʼni ishlar narxining shakllanishida koʻchma faoliyatning ustuvor ahamiyatga egaligi.
- Loyiha ishlarida ijodiy (intellektual) mehnatning qoʻllanishi. Ushbu xususiyat meʼmorlar va dizaynerlar mehnatini baholashda vaqt meʼyorlaridan foydalanishni murakkablashtiradi.
- Investor va buyurtmachining boʻlajak bino toʻgʻrisidagi tasavvurlari va talablarining oʻzgarish ehtimoli. Ushbu sabab xoʻjalik subyektlarida tegishli mutaxassislarning mavjud emasligi, loyihaga ajratilgan mablagʻning hajmi, loyiha atrofidagi muhitning oʻzgarishiga bogʻliq boʻladi.

Oʻz navbatida, loyiha sifati qurilish mahsuloti sifat darajasini belgilovchi asosiy omillardan boʻlib, asosan loyihaoldi qidiruvlari, muhandislik-qidiruvlari hamda loyihani ishlab chiqish jarayonlarida shakllanadi (1-rasm).



1-rasm. Loyihalashda jarayonli yondashuv sxemasi¹

1-rasmdan loyiha-qidiruv ishlarining nafaqat bir necha bosqichdan iborat boʻlishi, balki har bir bosqichning mohiyati va talab qilinadigan resurslari turlicha boʻlishini aks etgan.

Oʻzbekistonda shakllangan loyiha-qidiruv ishlarini bajarish tizimi asosan ikki turdagi tashkilotlarni oʻz ichiga oladi: keng qamrovli loyiha-qidiruv va ilmiy ishlarni bajaruvchi universal loyiha tashkilotlari hamda kichik hajmdagi sodda obyektlarni loyihalashtiradigan kichik tashkilotlar. Ushbu tizimda alohida guruh sifatida muhandislik-qidiruv tashkilotlari ajralib turadi.

¹ Muallif ishlanmasi

Investitsion-qurilish bozorining jozibadorligining oshishiga ko'plab xo'jalik subyektlari kirib kelishi sabab bo'ladi. Yuqori malakali, katta tajribaga ega bo'lgan korxonalar bilan bir qatorda, bozorga yangi tuzilgan va tegishli kompetentlikka ega bo'lmagan kichik biznes subyektlari ham kirib kelishi raqobat muxitini shakllantiradi.

Buning ijobiy tomonlari bilan birga, qurilish mahsuloti sifatining pasayishi kabi salbiy oqibatlari ham kuzatilishi mumkin.

Loyiha tashkilotlarida xalqaro sifat standartlariga asoslangan konsepsiyani joriy qilish mintaqaviy qurilish kompleksida yagona sifatni boshqarishning integrallashgan tizimini yaratishda muhim o'rin egallaydi.

Loyihalash jarayonida sifatni ta'minlash tizimi qurilish tashkilotlaridagi tizimdan bir qancha farqlarini e'tiborga olish lozim bo'ladi. Ushbu farqlar qurilish loyihasining mahsulot sifatida o'ziga xosligi hamda loyiha-qidiruv jarayonining xususiyatlaridan kelib chiqadi. Ma'lumki, qurilish loyihasi sifat ko'rsatkichlari nuqtai nazaridan quyidagi xususiyatlarga ega:

- Qurilish loyihasi tayyor mahsulot sifatida undagi me'moriy-konstruktiv yechimlarining mukammalligi bilan baholanadi. Bo'lajak obyektning loyihada mujassamlashgan funksional va boshqa xossalari qurilish loyihasining sifatini tashkil qiladi.

- Qurilish loyihasining sifatini baholash maxsus ekspertlarning taklif etilishini talab qiladi. Loyihamning sifatini baholashni buyurtmachi ekspertiza tashkilotiga topshiradi va uning xulosasi yakuniy baho bo'lib qabul qilinadi.

- Qurilish loyihasining sifatini baholash mahsulot buyurtmachiga topshirish bilan tugallanmaydi, balki qurilish ishlarini bajarish davrida ham davom etadi. Qurilish ishlarida mualliflik nazoratining samaradorligi loyiha sifatining ajralmas elementi bo'lib qabul qilinadi.

- Qurilish loyihasining sifatini baholashda odatda sifat ko'rsatkichlari bilan emas, balki loyihamning tarkibiy qismlariga qo'yiladigan talablarga va ularning o'zaro muvofiqligiga erishishga e'tibor beriladi. Qurilish obyektlari sifatini baholashda an'anaviy sifat ko'rsatkichlari qo'llaniladi, ya'ni funksionallik, mustahkamlik, ishonchlilik, ta'mirlashga moyillik, qulaylik va hokazolar.

Qurilish loyihasiga kelsak, me'moriy yechimning istiqbolligi, hisoblarning to'g'riligi, loyihamning to'liqligi, narxning asoslanganligi, SHNQ talablarining bajarilganligi kabi ko'rsatkichlar birinchi o'ringa chiqadi.

Ushbu ko'rsatkichlar tizimi sifatning shakllanishi va boshqarilishining o'ziga xos tamoyillarga tayanadi:

1. Loyiha-smeta hujjatlarining shaharsozlik me'yorlari va qoidalariga to'liq moslashtirilishi. Ko'p jihatdan ushbu tamoyilning ta'siri loyihada xato va kamchiliklarga sabab bo'ladi. Masalan, me'moriy yechim noyob bo'lgani bilan chizmalarni rasmiylashtirishdagi xatolar uning qoniqarsiz baholanishiga asos bo'lishi mumkin;

2. Loyiha-qidiruv ishlarida shaxsiy mas'uliyatning ahamiyatliligi. Har bir chizma, hisob yoki yechim uchun alohida xodimning shaxsiy mas'uliyati sifatni boshqarishda

katta o‘rin egallaydi, shu bilan tayyor loyihadagi xatolar personallashtiriladi, ya‘ni javobgar shaxs aniq bo‘ladi;

3. Sifat nazoratining ko‘p pog‘onaligi. Loyiha-smeta hujjatining har bir elementi (hisob, chizma, yechim) bir necha bosqichli nazoratdan o‘tadi: ijrochining o‘zini-o‘zi nazorat qilishi, katta mutaxassis yoki bo‘lim boshlig‘i tomonidan tekshirish, loyihaning bosh me‘mori yoki muhandisi tomonidan tekshirish, loyiha tashkiloti rahbari tomonidan nazorat qilish.

Ushbu tamoyil chizmaning qayta-qayta bajarilishi asosida sifatni ta‘minlashning usuli hisoblanadi. Shu bilan birga, loyiha-qidiruv jarayonida sifatning shakllanish xususiyatlariga quyidagilarni kiritish maqsadga muvofiq bo‘ladi:

- Loyiha-qidiruv jarayoniga nisbatan qisqa vaqt ajratilishi. Buyurtmachi uchun qurilish uchun yer ajratilishi bilan investitsiyalarni o‘zlashtirish davri boshlanadi, uning muddati esa investitsiya jarayonining samaradorligini belgilaydi. Shu munosabat bilan qurilish loyihasini tezkor tayyorlash va pudratchiga topshirish zarurati tug‘iladi. Bu holatda buyurtmachi oldida ikkita mazmunan qarama-qarshi vazifa vujudga keladi: bir tomondan bo‘lajak obyektning qurilish loyihasi mukammalligini ta‘minlash, ikkinchi tomondan esa loyihani tezroq qo‘lga kiritish va pudratchiga yetkazish. Ushbu xususiyat loyihalash tashkiloti oldiga jadal harakat qilish vazifasini qo‘yadi. Aksariyat loyihalash jarayonlari vaqt yetishmasligi sharoitida bajarilishini amaliyot ko‘rsatib kelmoqda.

- Loyiha-qidiruv jarayonining kompleksligi. Mazkur jarayon bir qancha o‘zaro integratsiyalashgan bosqichlardan iborat bo‘lib, nazariy jihatdan ularning optimal ketma-ketligini belgilashning imkoni yo‘q, chunki barcha bosqichlar o‘zaro bog‘liq bo‘ladi. Shuning uchun loyiha tashkilotlarida bitta obyekt ustida ishlash uchun bir vaqtning o‘zida bir necha yo‘nalishdagi mutaxassislar jalb qilinadi.

- Loyiha sifatining shakllanishida inson omilining katta ta‘siri. Mutaxassislarning malakasi, kasbiy kompetentligi va tajribasi ko‘p jihatdan loyihalash jarayonining samaradorligini belgilab beradi.

- Loyihalash jarayonida shaharsozlik kengashi, buyurtmachi va manfaatdor tashkilotlar tomonidan qo‘yiladigan talablarni bajarish sharti me‘moriy-konstruktiv yechimlarda va loyiha qismlarini bajarishda takrorlanish va tuzatishlarga olib keladi. Xuddi shunday, qurilish ishlari davrida ham loyihaga ayrim o‘zgartishlarning kiritilishi takroriy ish operatsiyalariga sabab bo‘lishi mumkin.

Yuqoridagi o‘ziga xos jihatlar loyiha-qidiruv jarayonlarining sifatini boshqarish tizimiga katta ta‘sir ko‘rsatadi. Obyektiv sabablarga ko‘ra, qurilish loyihasining sifatini ta‘minlash har bir chizma va hisobning bir necha bor tekshirilishiga asoslangan tizimning shakllanishiga olib keladi.

Loyihalashning an‘anaviy ishlab chiqarish jarayonidan asosiy farqi shundaki, boshqaruv tuzilmasi xodimlarning aksariyat vaqtini bajarilgan ishni o‘zaro tekshirish va to‘g‘riligini tasdiqlashga bag‘ishlaydi. Bunday tekshirish yo‘nalishlariga loyiha qismining obyektning me‘moriy konsepsiyasiga mos kelishi, unda ShNQ talablarining bajarilishi, texnik tartibga solish talablarining bajarilishi, to‘liqligi va rasmiylashtirilishi kiradi.

Loyihani bajarishdagi vakolatlardan kelib chiqqan holda mutaxassislariga ushbu yo‘nalishlarga mos ravishda tekshirish vazifalari yuklatiladi. Ushbu tizimning mavjudligi tayyor loyihada xatoliklar va nuqsonlarning oldini olishga xizmat qiladi.

Amaldagi sifatni boshqarish tizimi kuchayib borayotgan raqobat sharoitida qo‘yilgan talablarga javob bermaslik xolatlari mavjud. Yuqorida ko‘rsatilgan tizimli sabablar tufayli loyiha-smeta hujjatlarining qurilish davrida bir necha bor o‘zgarishiga olib kelmoqda. Natijada, aksariyat loyihalar ekspertiza yakunlari bo‘yicha qayta ko‘rib chiqishga yuborilmoqda, loyiha smeta narxi qayta ko‘rib chiqilmoqda, qurilish ishlarini bajarishda barqarorlik buzilmoqda. Bu esa yakuniy qurilish mahsuloti sifatiga salbiy ta‘sir ko‘rsatmoqda. Qurilish mahsulotining sifatini tubdan oshirish uchun yuqoridagi barcha loyiha-qidiruv tashkilotlarida sifatni boshqarish tizimlari faoliyatini qayta tashkil qilish zarur.

Olib borilgan ilmiy izlanishlar loyiha-qidiruv tashkilotlarida sifatni boshqarish konsepsiyasini takomillashtirishga imkon berdi. Mazkur ilmiy-uslubiy konsepsiya xatolar va kamchiliklarning sabablarini boshqarishni ko‘zda tutadi, ya‘ni loyiha-smeta hujjatlarining sifatini boshqarishdan loyihalash jarayoni sifatini boshqarishga o‘tish. Taklif qilinayotgan konseptual model bo‘yicha alohida elementlarni ko‘rib chiqamiz:

- Loyiha tashkilotlarining sifat sohasidagi strategiyasi mintaqa qurilishida sifatni boshqarish strategiyasiga muvofiqligini tasdiqlashi ta‘minlanadi. Bunda loyiha tashkilotlarining missiyasi, maqsadlari, sifat siyosati va qo‘llaniladigan protseduralari bo‘yicha yondashuvlarning bir xilligi ta‘minlanishi lozim. Bu esa qurilishda sifatni oshirishning umumiy strategiyasiga bog‘liq bo‘ladi.

- Xalqaro va milliy sifat hamda ekologik standartlar talablari, shuningdek, manfaatdor tomonlarning loyiha mahsulotiga qo‘yiladigan shartlarining tartiblanishiga oid uslubiy yondashuv majburiy talablarning umumlashirilishi, birlashtirilishi va aniq me‘yorga keltirilishini talab qiladi. Bunda loyihalalanayotgan obyektlarning funksional maqsadlariga qarab barcha talablarni bitta hujjat shakliga keltirish maqsadga muvofiq bo‘ladi. Pudrat shartnomasining mazmuni xalqaro talablarga mos holatga keltirilishi lozim bo‘ladi, ya‘ni loyiha ishlariga buyurtmani kengaytirilgan holda, barcha tafsilotlari aniq ifodalangan holga keltirish zarur. Bugungi kunda loyihalashda topshiriqning standart shakli qo‘llanilmoqda, unda me‘yoriy va standartlar talablariga faqat iqtiboslar keltiriladi, ushbu loyiha o‘ziga xosligi bo‘yicha talablar esa mavhum bo‘lib qoladi. Natijada “loyiha sifatini” tushunchasi noaniq bo‘lib qolmoqda.

- Loyiha topshirig‘iga nafaqat buyurtmachining manfaatlari, balki qurilish tashkilotlari, ekspluatatsion tashkilotlar, o‘rab turuvchi mahalliy tashkilotlar va boshqalarning talablari kiritilishini ta‘minlash lozim. Ayniqsa, ekologik talablarni loyiha ekspertizasi bosqichidan loyiha topshirig‘i bosqichiga o‘tkazish muhim masala hisoblanadi.

- Loyiha tashkilotlarida sifatni boshqarish tizimining tarkibiy elementlaridan biri — bu sifat menejmenti tizimining rasmiy tuzilmasidir. Amaliyotda ushbu tuzilma bir qancha majburiy hujjatlar va ichki nizomlardan iborat bo‘ladi. Ushbu hujjatlar loyiha-qidiruv tashkiloti faoliyati, bo‘limlar va xodimlarning xizmat vazifalari va ularning

bajarilishi, vaqt va sifat me'yorlari, sifat ko'rsatkichlari va ularni baholash tartibiga oid bo'ladi. Mazkur tizimning maqsadlaridan biri — tashkilotning iqtisodiy natijalarini yaxshilash, ortiqcha xarajatlarning oldini olish va korxonaning iqtisodiy-moliyaviy ko'rsatkichlar tizimi bilan bog'liqligini ta'minlashdir.

- Korxona sifat menejmenti tizimining faol harakatlarga yo'naltirilgan bir qancha alohida elementlarini o'zaro bog'liq holda tadqiq qilish lozim bo'ladi. Bularga ishlab chiqarish faoliyatida vujudga keladigan ichki nuqsonlar va texnik-texnologik talablarga mos kelmasliklarning statistikasini yuritish, sifat nazorati va tejamli ishlab chiqarish kichik tizimi, ishlab chiqarishda sifatni uzluksiz oshirib borish kichik tizimi kiradi.

Korxonaning sifat menejmenti tizimida eng muhim axborot manbai bo'lib, nuqsonlarni aniqlash, ro'yxatga olish va tartiblashtirishdan iborat bo'lgan ichki nuqsonlar va texnik-texnologik talablarga mos kelmasliklarning statistikasini yuritish kichik tizimi xizmat qiladi. Ushbu kichik tizimning mazmun-mohiyati korxonaning barcha bo'g'inlari va uchastkalarida barcha me'yorlardan chetlanishlarni aniqlash va ularning korxona faoliyatining yakuniy natijalariga ta'sirini ko'rsatish bilan ifodalanadi. Aksariyat hollarda chetlanishlar ishlab chiqarish jarayoni va tayyor mahsulotdagi nuqsonlarda namoyon bo'ladi. Mazkur kichik tizimda asosiy o'rinni korxona shakllangan sifat bo'yicha axborot oqimlari egallaydi. Ushbu oqimlar kelib qo'shiladigan nuqtada nuqsonlar tartiblanadi, raqamlashtiriladi va boshqaruv ta'sirlarining optimal yechimlari taklif qilinadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Umuman olganda, sifat bo'yicha axborot to'plash, saralash va qayta ishlash vazifasini sifat nazorati va tejamli ishlab chiqarish kichik tizimi bajaradi. Ushbu kichik tizim o'zida ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonida sifatni nazorat qilish usullari va vositalarini, resurslar tejamkorligini joriy qilish uslubiyatini, sifat nazorati natijalarini baholashni mujassamlashtiradi.

Loyiha-qidiruv tashkilotlarining raqobatbardoshligini oshirish butun investitsion-qurilish zanjiri uchun muhim vazifa hisoblanadi. Ekspertlarning fikr-mulohazalariga tayanadigan bo'lsak, sifat menejmenti tizimini tom ma'noda shakllantirish va rivojlantirish qurilish mahsuloti raqobatbardoshligini oshirishda asosiy omil bo'lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Buriyev X.T. Qurilish sanoati korxonalarida raqobatbardoshlikni oshirishning ilmiy-uslubiy asoslari // Monografiya. 2024. 130 b.
2. Buriyev X.T., Usmonov I.A. Qurilish sohasida loyiha ishlari sifatini tadqiq qilish xususiyatlari // SILK ROAD 3. International Scientific Research Congress. 2024, 783–790 b.
3. Nurimbetov R.I. Zamonaviy sifat menejmenti tizimi va uni joriy etish masalalari // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. № 3, 2021. 71–80 b.

4. Shewhart W.A. Statistical Methods from the Viewpoint of Quality Control. University of Illinois, 1939.
5. Будзуляк Б.В., Селезнев Н.Ф. Инновационные подходы к организации системы контроля качества строительства: от технического задания на проектирование до реализации проекта // Трубопроводный транспорт: теория и практика. 2016. С. 151–154.
6. Буриев Х.Т., Усманов И.А. Пути совершенствования организационно-экономического механизма повышения качества строительства: монография. Ташкент, 2020.
7. Деминг У.Э. Некоторые аспекты статистической логики в управлении качеством: пер. с англ. Ч.1 // Методы менеджмента качества. 2020. № 1. С. 48–55.
8. Джабриев А.Н., Зияев М.К. Управление качеством домостроительной продукции в условиях перехода к рыночным отношениям. Т.: Фан, 1998. – 112 с.
9. Джуран Д.М. Как следует понимать качество? Основопологающие концепции для практики управления // Методы менеджмента качества. 2020. № 4. С. 20–26.
10. Икрамов М.А. Стимулирование роста конечных результатов деятельности промышленных предприятий в условиях рыночных отношений: диссертация ... доктора экономических наук: 08.00.05. Санкт-Петербург: Инж.-экон. ин-т, 1992.
11. Исигава К. Японские методы управления качеством: Сокр. пер. с англ. / Науч. ред. и авт. предисл. А.В. Гличев. – М.: Экономика, 1988. – 215 с.
12. Крюков К.М., Аль-Тулаихи М. Особенности проблематики качества проектирования и строительства высотных зданий // Инженерный вестник Дона. 2020, № 3.
13. Старовойтов И.М., Рогов А.А. Управление качеством в сфере промышленного и гражданского строительства на стадии проектирования // 2019. С. 380–384.
14. Фейгенбаум А.В. Качество — фундаментальный способ управления // Методы менеджмента качества. 2020. № 8. С. 38–42.
15. Харитонов И.М., Соолятэ А.Ю., Шулимов А.Б. Управление проектами [Электронный ресурс]. — Международный институт менеджмента.

XARIDORLAR QAROR QABUL QILISH JARAYONIDA NAFLILIK OMILINING ROLI: SMARTFONLAR BOZORI MISOLIDA MARKETING TADQIQOTI

Ergashxodjaeva Shaxnoza Djasurovna

TDIU, Marketing kafedrası mudirasi,
iqtisod fanlari doktori, professor.

Ro‘zmamatov Abbos Tolibjon o‘g‘li

TDIU, Marketing kafedrası tayanch doktoranti.

Email: rozmamatov18@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada O‘zbekiston smartfonlar bozorida iste‘molchilarning xarid qarorlariga ta‘sir etuvchi asosiy omil sifatida utilitar qiymatning ahamiyati tahlil qilindi. Tadqiqotda sifat yondashuvi metodologik asos sifatida tanlab olinib, 2017–2025-yillarda chop etilgan mahalliy va xorijiy ilmiy manbalar, statistika va tahliliy hisobotlar kontent-tahlil usuli orqali o‘rganildi. Asosiy e‘tibor iste‘molchilarning mahsulot tanlashdagi funksional mezonlari – batareya quvvati, texnik imkoniyatlar, xizmat ko‘rsatish sifati va narx–sifat nisbatiga qaratildi. Tahlillar asosida Samsung va Xiaomi kabi brendlarning yuqori bozor ulushi aynan o‘ziga xos qadriyatlarga mos mahsulotlar bilan bog‘liqligi aniqlanib, raqobatbardosh marketing strategiyalarini ishlab chiqishda bu omilni inobatga olish bo‘yicha amaliy takliflar berildi.

Kalit so‘zlar: utilitar qiymat, iste‘molchi xulq-atvori, smartfon bozori, funksional mezonlar, marketing strategiyasi, xarid qarori, texnologik afzalliklar, narx–sifat nisbati.

Аннотация

В данной статье анализируется важность утилитарной ценности как ключевого фактора, влияющего на решения потребителей о покупке на узбекском рынке смартфонов. В качестве методологической основы в исследовании был выбран качественный подход, а с помощью метода контент-анализа были изучены местные и зарубежные научные источники, статистические данные и аналитические отчеты, опубликованные в 2017–2025 годах. Основное внимание уделено функциональным критериям потребителей при выборе продукции — сроку службы батареи, техническим возможностям, качеству обслуживания и соотношению цены и качества. На основе анализа было выявлено, что высокая доля рынка таких брендов, как Samsung и Xiaomi, связана с продукцией, отвечающей утилитарным ценностям, и были даны практические предложения по учету этого фактора при разработке конкурентных маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: утилитарная ценность, поведение потребителей, рынок смартфонов, функциональные критерии, маркетинговая стратегия, решение о покупке, технологические преимущества, соотношение цены и качества.

Abstract

This article analyzes the importance of utilitarian value as a key factor influencing consumer purchasing decisions in the Uzbek smartphone market. The qualitative

approach was chosen as the methodological basis for the study, and local and foreign scientific sources, statistics, and analytical reports published in 2017–2025 were studied using the content analysis method. The main attention was paid to the functional criteria of consumers in choosing products — battery life, technical capabilities, service quality, and price–quality ratio. Based on the analysis, it was determined that the high market share of brands such as Samsung and Xiaomi is associated with products that meet utilitarian values, and practical suggestions were made to take this factor into account when developing competitive marketing strategies.

Keywords: utilitarian value, consumer behavior, smartphone market, functional criteria, marketing strategy, purchasing decision, technological advantages, price–quality ratio.

KIRISH

O‘zbekiston smartfonlar bozorida yuqori raqobat muxiti shakllangan. Nafaqat texnik parametrlar, balki xaridorlar uchun mahsulotning emotsional va ratsional jihatlari – ya’ni, nafliligi – asosiy tanlov omilga aylangan. Ayniqsa, yoshlar orasida nufuz (status), dizayn va qulaylikni uyg‘unlashtirgan modellar raqobatbardoshdir. Bunday sharoitda, marketing tadqiqotlarining markazida aynan iste’molchilarning “nimani foydali, nimani qulay” deb hisoblash mezonlarini chuqur o‘rganish zarurati paydo bo‘ladi.

Marketolog olimlar Philip Kotler va Kevin Lane Keller tomonidan ilgari surilgan “iste’molchi qiymati” (customer value) konsepsiyasiga ko‘ra, mahsulot xaridining asosi bu – iste’molchining undan kutgan foydasi va real foyda o‘rtasidagi muvozanatdir [1]. Bu nazariy qarashlar asosida aytish mumkinki, naflilik (utilitarian value) omili, ayniqsa, elektron qurilmalar bozorida xaridni aniqlovchi asosiy mezonlardan biridir. Shu nuqtayi nazardan, O‘zbekiston smartfonlar bozorida iste’molchilarning naflilikka asoslangan qarorlarini o‘rganish – nafaqat ilmiy, balki amaliy ahamiyatga ham ega.

Mazkur holatda, marketing tadqiqotlarining vazifasi shunchaki texnik yoki vizual xususiyatlarga e’tibor qaratish bilan cheklanmaydi. Aksincha, iste’molchilarning ehtiyoj va istaklarini, ularning hayot tarziga qanday mos tushishini, shuningdek, mahsulotdan foydalanishdagi qulaylik darajasini chuqur tahlil qilishni talab etadi. Bu esa tadqiqot metodologiyasida sifat yondashuvlar, ya’ni iste’molchilarning subyektiv tajriba va qarorlarini o‘rganishga asoslangan uslublardan keng foydalanishni taqozo etadi. Shu jihatdan, naflilik konsepsiyasini real xarid qiluvchi qatlam vakillari misolida tahlil qilish, marketing strategiyalarining samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Iste’molchi tomonidan qabul qilingan qiymat foydalanuvchilarning mahsulot yoki xizmatlar darajasini baholashini anglatadi. Zeithaml tomonidan taklif etilgan narx, sifat va qiymat o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarni tushuntiruvchi konseptual model, zamonaviy texnologik mahsulotlar, xususan, smartfonlarning utilitar qiymatini o‘rganishda muhim nazariy asos bo‘lib xizmat qiladi. Muallif iste’molchi tomonidan

qiymatning subyektiv tarzda baholanishini ta'kidlab, bu baholash iste'molchining mahsulotdan kutgan funksional foydasi va uni qo'lga kiritish uchun sarflanadigan xarajatlar o'rtasidagi nisbiy muvozanatga asoslanishini ilgari suradi [2].

Yan Li, Wei Chen va Jianxin Liu (2025) tomonidan olib borilgan tadqiqot iste'molchilarning qiymatga nisbatan kutilmalari hamda tavakkalchilik o'rtasidagi murakkab munosabatlarni aniqlashga qaratilgan. Tadqiqotda iste'molchilar tomonidan texnologiyalarga nisbatan utilitar (amaliy) va hedonik (huzur bag'ishlovchi) qiymat kutilmalari aniqlashtirilib, ayni paytda yangi texnologiyalar bilan bog'liq noaniqlik, maxfiylik muammolari va funksionallikdagi cheklovlar xavf idrokini shakllantirishi ko'rsatilgan. Ushbu yondashuv smartfonlar kontekstida olib boriladigan marketing tadqiqotlariga ham mos tushadi, chunki u iste'molchilarning innovatsion mahsulotlardan kutayotgan amaliy foydasi va u bilan bog'liq ehtimoliy xavflarni kompleks tarzda tahlil qilish imkonini beradi. Shu orqali iste'molchi xatti-harakatlarini chuqurroq anglash va marketing strategiyalarini yanada samarali yo'naltirish mumkin [3].

Huang va boshqalarning o'rganishlariga ko'ra, foydalanuvchilar elektron savdo jarayonlarida smartfonlarni sotib olishda vaqt tejalishi va naflilik darajasiga katta e'tibor berishadi, bu esa xarid qilish istagini kuchaytiradi [4]. Roy va boshqa olimlar tomonidan esa smartfon sotib olishdagi gedonistik va naflilik (utilitar) omillari, foydalanishga qulaylilik, utilitar motivatsiya, gedonistik motivatsiya tushunchalaridan kelib chiqqan holatdagi gipotezalar asosida tahlil qilingan [5].

Mazkur zamonaviy ilmiy yondashuvlar shuni ko'rsatmoqdaki, infratuzilma va raqamli savodxonlik darajasi hali to'liq shakllanmagan, narxga nisbatan yuqori sezuvchanlik bilan ajralib turuvchi O'zbekiston kabi rivojlanayotgan bozorlarda utilitar qiymat – ya'ni smartfonning asosiy funksional ehtiyojlarni qanchalik samarali qondirishi – iste'molchilarning xaridga oid qarorlariga bevosita ta'sir etuvchi, shuningdek, marketing strategiyalarini shakllantirishda va akademik tadqiqotlarda asosiy tahliliy mezon sifatida namoyon bo'lmoqda.

METODOLOGIYA

Ushbu ilmiy tadqiqotda metodologik asos sifatida sifat yondashuvi (qualitative approach) qo'llanilib, asosan ikkilamchi manbalarni o'rganish orqali tahlil olib borildi. Jumladan, smartfonlar bozorida iste'molchilarning xarid jarayonida utilitar qiymatni birlamchi omil sifatida baholash tendensiyasi, mavjud ilmiy maqolalar, tahliliy hisobotlar, marketing strategiyasi bo'yicha xalqaro va mahalliy adabiyotlar asosida o'rganildi. Tahlil jarayonida 2017–2025-yillar oralig'ida chop etilgan dolzarb ilmiy manbalar, marketing va iste'molchi xatti-harakati sohasidagi zamonaviy tadqiqotlar, shuningdek O'zbekiston bozoriga oid statistik ma'lumotlar asos sifatida tanlab olindi.

Tanlangan adabiyotlar kontent-tahlil usuli orqali o'rganilib, undagi nazariy qarashlar, empirik topilmalar va hududiy o'ziga xosliklar kontekstida saralandi. Xususan, rivojlanayotgan bozorlarda utilitar qiymatning roliga oid zamonaviy ilmiy ishlar solishtirilib, ularning O'zbekiston sharoitiga mos jihatlari aniqlashtirildi. Shuningdek, raqamli transformatsiya, infratuzilmaning rivojlanishi, hamda brendlararo raqobat iste'molchi afzalliklariga qanday ta'sir qilayotgani muhokama etildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

2023-yil davomida O‘zbekistonga 3,4 million dona smartfon import qilingan bo‘lib, bu ko‘rsatkich 2022-yilga nisbatan 13,7 foizga oshgan [6]. Shu bilan birga, import qiymati ham ortib, 240 million AQSh dollarini tashkil qilgan. Bu esa mobil qurilmalarga bo‘lgan talabning oshib borayotganidan dalolat beradi. 2024-yilning hisob-kitoblariga ko‘ra, bu raqam yanada ortib, 4,2 million dona telefonni tashkil qilgan va umumiy qiymati 324 million AQSh dollariga yetgan [7]. Import qilingan telefonlarning aksariyati Xitoy Xalq Respublikasidan olib kirilgan.

1-jadval

Smartfonlarning import ko‘rsatkichlari¹

№	Davlat	Miqdori (dona)	Ulushi (%)
1	Xitoy	3 444 000	82
2	Vyetnam	588 000	14
3	Hindiston	126 000	3
4	Gonkong	42 000	1
Jami		4 200 000	100

O‘zbekistonda mobil telefon bozori xaridorlarning narx-navoga sezgirliigi, utilitar qadriyatlar (ya’ni, mahsulotning foydaliligi va funksionalligi) hamda texnologik imkoniyatlarga asoslangan ehtiyojlari bilan ajralib turadi. Bu holat marketing strategiyalarini ishlab chiqishda xaridor xulqini chuqur tahlil qilish zarurligini ko‘rsatadi.

Utilitar qiymat (ya’ni, mahsulotning amaliy foydalilik darajasi) — iste’molchilarning mahsulotni sotib olishda funksional imkoniyatlarga asoslangan qaror qabul qilish mezonidir. Smartfonlar doirasida bu – batareya quvvati, kamera sifati, operatsion tizimning ishlash tezligi, saqlash xotirasi, ekran sifati, signal qabul qilish kuchi va xizmat ko‘rsatish sifati kabi elementlarni o‘z ichiga oladi.

StatCounter 2025-yilgi ma’lumotlariga ko‘ra, O‘zbekistonda smartfon bozori Samsung (28,7 %), Xiaomi (24,2 %), Apple (16,0 %) va boshqa (20,3 %) brendlar tomonidan egallangan [8]. Samsung va Xiaomi brendlari, ayniqsa, utilitar qiymat — ya’ni xizmat ko‘rsatish sifati, batareya quvvati, texnik parametrlar va narx–sifat nisbati jihatlaridan — keng iste’molchi segmentida ustunlik qilmoqda [9]. Ularning yuqori bozor ulushi, foydalanuvchilarning amaliy ehtiyojlarini qondiruvchi, ishonchli va qulay xususiyatlarga asoslangan mahsulot tanloviga bog‘liq ekanini ko‘rsatadi, bu esa utilitar qiymat marketing strategiyalarining markaziga olib chiqayotganini anglatadi [10].

StatCounter tahlillari shuni ko‘rsatadiki, Boshqalar kategoriyasi, nisbatan kichik brendlar bozorining 10,6 % ini tashkil etgani, iste’molchilarning bazaviy operatsional ehtiyojlari (masalan, oddiy aloqa, oddiy funksiyalar, arzon narx) uchun ham haligacha mavjud talab borligini bildiradi [8]. Biroq, utilitar qiymat nuqtai nazaridan Samsung va Xiaomi taklif etayotgan kombinatsiya — kuchli texnik imkoniyatlar, keng servis tarmog‘i va ishonchli narx siyosati — bu ichki bozor segmentining e’tiborini o‘ziga

¹ <https://www.trademap.org/>

tortishga muvaffaq bo'lmogda [11]. Bu holat utilitar qiymat marketingida mahsulotlarning funksional jihatlariga urg'u berish brendlar uchun barqaror pozitsiyani saqlab qolishda muhim ekanini ko'rsatadi [12].

2-jadval

Smartfonlarning O'zbekiston bozoridagi ulushi va asosiy xususiyatlari¹

T/r	Brend nomi	Bozor ulushi (%)	Muhim ustunliklari
1	Samsung	28.7%	Keng servis tarmog'i, mustahkam qurilma sifati, uzoq ishlavchi batareya, foydalanuvchi uchun qulay interfeys
2	Xiaomi	24.2%	Yuqori texnik xususiyatlar, arzon narx-sifat nisbati, tezkor zaryadlash, foydalanuvchi ehtiyojiga mos modellar
3	Apple	16.0%	Barqaror iOS tizimi, xavfsizlik darajasi yuqori, ekotizim bilan integratsiya, sifatli kamera
4	Boshqalar	20.3%	Arzon narx, oddiy aloqa va internet funksiyalari, utilitar ehtiyojlar uchun moslik
5	Huawei	6.5%	Kuchli kamera texnologiyasi, mustahkam korpus, yaxshi batareya quvvati
6	Realme	4.3%	Yoshlar orasida ommabop, kuchli protsessor, yaxshi ekran sifati

Brendlar foydalanuvchiga nafaqat estetika va ramziy ma'no orqali, balki aniq utilitar (amaliy) foydalar orqali ham quvonch hissini bera oladi. Tadqiqotdan anglashiladiki, iste'molchilar smartfon kabi funksional mahsulotlardan kundalik hayotdagi muammolarni hal qilish, ish unumdorligini oshirish yoki vaqtni tejash kabi konkret foydali natijalar kutishadi. Ushbu amaliy qiymatlar, ya'ni mahsulotning ishonchliligi, tezligi yoki foydalanuvchi uchun qulay interfeysi, foydalanuvchining ijobiy emotsional tajribasini mustahkamlab, brendga nisbatan quvonch hissining shakllanishiga asos yaratadi.

Shuningdek, utilitar qiymat brendga nisbatan munosabatni faqat his-tuyg'ularga asoslangan holat emas, balki ongli va ratsional tanlov sifatida ham qarash imkonini beradi. Boshqacha aytganda, agar mahsulot o'zining funksional vazifasini mukammal bajarsa, bu foydalanuvchiga ishonch va qoniqish baxsh etadi, bu esa o'z navbatida emotsional holatga — ayniqsa, brendga nisbatan ijobiy kayfiyat va sadoqatga — ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Shu orqali utilitar qiymat nafaqat foydalilik, balki iste'molchining umumiy farovonligi va baxt hissini oshirishda ham muhim rol o'ynaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonning smartfon bozori xaridorlarning utilitar qadriyatlarga asoslangan ehtiyojlari bilan shakllanmogda. Ayniqsa, o'rta va quyi narx segmentidagi iste'molchilar uchun mahsulotning funktsionalligi – batareya quvvati, kamera sifati, tezkor ishlash va xizmat ko'rsatish sifati – asosiy xarid mezoniga aylangan. Bu holat marketing strategiyalarini ishlab chiqishda emotsional yoki brend asosidagi yondashuv emas, balki funksional-analitik yondashuvni ustuvor qilish zarurligini anglatadi.

¹ Turli internet manba'lari asosida yig'ilgan ma'lumotlar asosida tayyorlangan

Shuningdek, kompaniyalar uchun foydalanuvchilarning utilitar ustuvorliklarini tahlil qilishga ixtisoslashgan marketing tadqiqotlarining ahamiyati ortmoqda. Aniqrog'i, iste'molchilar ehtiyojini segmentlar kesimida o'rganish, ularning qanday funksiyalarni ustun ko'rishini aniqlash va bu asosda mos mahsulot liniyalarini yaratish bugungi raqobat sharoitida zaruriy bo'lib qolmoqda. Shu bois, marketing bo'limlari uchun har chorakda utilitar qiymat asosida bozor monitoringini olib borish va bu natijalarni yangi modellarni loyihalashda inobatga olish aniq strategik ustunlikni ta'minlaydi.

Bundan tashqari, xaridorlar tomonidan xarid jarayonida texnik tavsiflarning chuqur solishtirilayotgani marketing kommunikatsiyalarining ham mos ravishda o'zgarishini talab qiladi. Ya'ni, reklama va savdo targ'ibotlarida brend estetikasi yoki emotsional chaqiriqlardan ko'ra, aynan texnik ustunliklar – masalan, protsessor turi, xotira hajmi, yangilanish siyosati va energiya samaradorligi – markaziy o'ringa chiqishi kerak. Kompaniyalar reklama strategiyalarini faqat vizual jozibadorlikka emas, balki aniq utilitar faktlarga asoslagan holda ishlab chiqsa, bu foydalanuvchilarning ishonchini oshirish bilan birga, ularning tanloviga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (16th ed.). Pearson Education.
2. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302> (Original work published 1988)
3. Yan Li, Wei Chen, Jianxin Liu. Consumer value expectations and risk perceptions in the context of metaverse – an exploratory study based on grounded theory. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 10.1108/APJML-01-2025-0117 (2025).
4. Chang, Y.-W., Hsu, P.-Y., Chen, J., Shiau, W.-L. and Xu, N. (2023). Utilitarian and/or hedonic shopping – consumer motivation to purchase in smart stores. *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 123 No. 3, pp. 821–842. <https://doi.org/10.1108/IMDS-04-2022-0250>
5. Roy, S. et al. (2018). Utilitarian motivations in smart stores. *Industrial Management & Data Systems (IMDS)*.
6. <https://kapital.uz/uz/smartfon-importi/>
7. <https://uz24.uz/uz/articles/smartfon-25-2-14?>
8. StatCounter Global Stats (May 2025): O'zbekiston smartfon brendlari bozor ulushi. <https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/uzbekistan>
9. Wu, Y. & Higgins, L. (2022). The influence of utilitarian value on purchase intention in mobile markets. *Journal of Marketing Theory*.
10. Sohn, D., Park, M., & Kim, H. (2022). Understanding mobile device attachment: The role of utilitarian and hedonic value. *Journal of Retail and Consumer Services*.

11. Park, J. et al. (2020). Consumers' continuance intention in mobile commerce: A dual value perspective. *Telematics and Informatics*.
12. Kim, Y., Lee, H., & Choi, J. (2023). Utilitarian and hedonic motivations in smartphone usage: An empirical study. *Computers in Human Behavior Reports*.

O'ZBEKISTONDA IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASHDA QISHLOQ XO'JALIGI TARMOQLARIGA INVESTITSİYALARNI JALB ETISH BO'YICHA XORIJIY TAJRIBALARNING SAMARADORLIGINI BAHOLASH

Sirojiddin Yangiboev Juramurodovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, PhD

E-mail: s.yangiboyev@tsue.uz

Annotatsiya

Ushbu maqolada O'zbekiston qishloq xo'jaligi sohasiga investitsiyalarni jalb qilishda xorijiy tajribalardan foydalanish samaradorligi va uning keyingi iqtisodiy o'sishga ta'siri ko'rib chiqiladi. Unda soliq imtiyozlari, erkin iqtisodiy zonalarini tashkil etish va keng qamrovli tartibga solish islohotlari kabi muvaffaqiyatli xalqaro investitsiya amaliyotlarini moslashtirish to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar oqimini qanday sezilarli darajada oshirganini o'rganadi. Maqolada ushbu xorijiy tajribalarning O'zbekiston iqtisodiy siyosatiga integratsiyalashuv mexanizmlari hamda ularning iqtisodiyotni rivojlantirish, aholi bandligini oshirish va qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini modernizatsiya qilishga qo'shgan o'lchanadigan hissasi tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: global bozor integratsiyasi, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar, qishloq xo'jaligida iqtisodiy o'sish, erkin iqtisodiy zonalar, barqaror investitsion muhit.

Аннотация

В данной статье рассматривается эффективность использования зарубежного опыта в привлечении инвестиций в сельскохозяйственный сектор Узбекистана и его влияние на последующий экономический рост. В ней рассматривается, как адаптация успешных международных инвестиционных практик, таких как налоговые льготы, создание свободных экономических зон и комплексные реформы регулирования, значительно увеличила поток прямых иностранных инвестиций. В статье анализируются механизмы интеграции этого зарубежного опыта в экономическую политику Узбекистана и их измеримый вклад в экономическое развитие, рост занятости и модернизацию сельскохозяйственного производства.

Ключевые слова: глобальная рыночная интеграция, прямые иностранные инвестиции, экономический рост в сельском хозяйстве, свободные экономические зоны, стабильный инвестиционный климат.

Abstract

This article examines the effectiveness of using foreign experience in attracting investment to the agricultural sector of Uzbekistan and its impact on subsequent economic growth. It examines how the adaptation of successful international investment practices, such as tax incentives, the establishment of free economic zones, and comprehensive regulatory reforms, has significantly increased the flow of foreign direct investment. The article analyzes the mechanisms for integrating these foreign experiences into Uzbekistan's economic policy and their measurable contribution to

economic development, employment growth, and the modernization of agricultural production.

Keywords: Global market integration, foreign direct investment, economic growth in agriculture, free economic zones, stable investment climate.

KIRISH

Yangi O'zbekiston – 2022–2026-yillarga mo'ljallangan Taraqqiyot strategiyasida qishloq xo'jaligini modernizatsiya qilish va raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida, ushbu sohani ilmiy asosda intensiv rivojlantirish orqali dehqon va fermer xo'jaliklarining iqtisodiy samaradorligini sezilarli darajada oshirish, xususan, ularning daromadlarini kamida ikki baravarga ko'paytirish va qishloq xo'jaligi yalpi ichki mahsuloti (YaIM)ning yillik o'sish sur'atini 5 foizgacha yetkazish vazifasi belgilangan. Bu esa, agrar sektorni innovatsion texnologiyalar, ilg'or agrotexnik tadbirlar va ilmiy-tadqiqot ishlanmalari bilan uyg'unlashtirish orqali amalga oshirilishi nazarda tutilgan.¹

Markaziy Osiyoning geomarkazlarida barqaror, dengizga chiqishga ega bo'lmagan O'zbekiston, iqtisodiy taraqqiyotning barqaror va inklyuziv modelini barqaror qishloq xo'jaligi sohasini barqaror yo'nalishda e'tiborga olib, ushbu sektorga to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalarni jalb etish bo'yicha strategiyani shakllantirish. Jahon miqyosida to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar – kapital tizimini ta'minlash, ilg'or texnologiyalar transferi, korporativ boshqaruv tajribalarini joriy etish hamda yangi bozorlarga chiqishni ta'minlash, ayniqsa rivojlanayotgan mamlakatlar uchun, iqtisodiy o'sishning muhim katalizatori sifatida tan olingan.²

O'zbekistonda esa qishloq xo'jaligi nafaqat iqtisodiy, balki oziq-ovqat mahsuloti, bandlikni ta'minlash va eksport hajmiga xizmat ko'rsatadigan ko'p funksiyali strategik sektor hisoblanadi.³ U milliy iqtisodiy tizimning muhim qismi bo'lib, uning hissasi nafaqat moddiy ishlab chiqarish, balki ijtimoiy sohalik va hududiy ishlab chiqarish jarayonida ham muximdir.

Shu bois, ushbu sohani modernizatsiya qilish, ishlab chiqarishni nazorat qilish, yuqori qo'shimcha qiymatga ega ishlab chiqarish va mahsulot eksportini diversifikatsiya qilish kabi asosiy omillarga asoslangan sarmoyalarni jalb qilish tizimini yaratish zaruriyati mavjud.⁴

Xususan, to'g'ridan-to'g'ri manba investitsiyalar orqali zamonaviy qishloq xo'jaligi texnologiyalarini joriy etish, ilg'or boshqaruv jarayonlarini tatbiq etish, xalqaro bozor standartlariga mos ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish va sektorga zarur kapital qo'llab-quvvatlashni ta'minlash imkonini beradi. Shu asosda, O'zbekiston to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar, korxonalarini ko'paytirish va ishlab chiqarish

¹O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvar PF-60-son "2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risi"da Farmoni <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>

² Dunning, John H. (1993). Multinational Enterprises and the Global Economy. Wokingham: Addison-Wesley.

³ Jamolov, Zafar (2022). The Role of Agriculture in Ensuring Food Security and Economic Stability in Uzbekistan. Tashkent: Institute for Macroeconomic and Regional Studies.

⁴ Akishova, S. (2025). Uzbekistan: The Emerging Hub for Foreign Investment in Central Asia. Innovative Technological Methodical Research Journal. <https://doi.org/10.47134/innovative.v4i1.134>

sifat tarkibini yaxshilash, moliyaviy kapitalni liberallashtirish, erkin iqtisodiy zonalarini tashkil etish, xususiylashtirish va tartibga solish tizimini chuqurlashtirish kabi chora-tadbirlarni amalga oshirilishi lozim.

Ushbu maqola aynan shu moslashtirilgan xalqaro investitsiya siyosatining O'zbekistonning qishloq xo'jaligi sektoriga ta'sirini tizimli tahlil qilingan. Tarmoqqa jalb etilgan investitsiyalarning iqtisodiy natijalari, mavjud sharoitlarga qanday moslashgani, mexanizmlarning samaradorligi va bu jarayonlarning mamlakatning umumiy iqtisodiy rivojlanishiga qanday hissa qo'shayotgani o'rganiladi. To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar bo'yicha xalqaro ilg'or tajribalardan foydalanilgan holda transformatsiya modelini ishlab chiqish orqali qishloq xo'jaligiga yangi empirik asos bo'lib xizmat qilishi asoslanadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

O'zbekiston Respublikasida iqtisodiy o'sishni rag'batlantirishning ustuvor strategiyasi sifatida qishloq xo'jaligi tarmog'iga xorijiy investitsiyalarni jalb etishning samarali tizimi mavjud. Xalqaro miqyosda o'z samarali ekanligini isbotlagan soliq imtiyozlari, erkin iqtisodiy zonalar va tartibga solish islohotlari kabi investitsiya mexanizmlarining moslashtirilgan holda tatbiq etilishi natijasida to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi sezilarli darajada oshadi. Bu holat mamlakat iqtisodiy taraqqiyotiga ijobiy to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatadi.

Singapur, Polsha, Germaniya va Xitoy tajribasi shuni ko'rsatadiki, soliq imtiyozlari, erkin iqtisodiy zonalar va soddalashtirilgan ma'muriy tartib-taomillarni o'z ichiga olgan xalqaro investitsiya strategiyalari to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmini oshirish va iqtisodiy o'sishni tezlashtirishda yuqori samaradorlikka ega. 2018–2021-yillar davomida mamlakatga jalb qilingan to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi 250 foizdan ortiq o'sishga erishgan.

Shuningdek, maxsus iqtisodiy zonalarining tashkil etilishi, iqtisodiyotni liberallashtirish, valyuta bozorini erkinlashtirish va davlat mulkini xususiylashtirish bo'yicha amalga oshirilgan islohotlar xorijiy investorlar, ayniqsa, qishloq xo'jaligi va unga bevosita bog'liq sohalarga investitsiya kirituvchi subyektlar uchun qulay muhit, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar esa bu jarayonda muhim omil bo'lib xizmat qilgan.¹

O'zbekiston iqtisodiyotida to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmining ortishi makroiqtisodiy ko'rsatkichlarga sezilarli darajada ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda. Jumladan, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar oqimining ko'payishi iqtisodiy o'sishni jadallashtirish, bandlik darajasini oshirish va mintaqaviy eksport salohiyatini rivojlantirishga xizmat qilmoqda. T.Imomkulov tadqiqotida Xorijiy investitsiyalar, yuqori darajadagi yalpi ichki mahsulot va institutsional samaradorlik o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik statistik asosda aniqlangan.²

¹ Akishova, S. (2025). Uzbekistan: The Emerging Hub for Foreign Investment in Central Asia. Innovative Technologica: Methodical Research Journal. <https://doi.org/10.47134/innovative.v4i1.134>

² Imomkulov, T. (2023). The impact of foreign direct investment on economic growth in Uzbekistan. Economics and education. https://doi.org/10.55439/eced/vol24_iss6/a4.

Bundan tashqari, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar nafaqat iqtisodiy faollikni rag'batlantirish vositasi sifatida, balki zamonaviy texnologiyalar va ishlab chiqarish standartlarini qishloq xo'jaligiga integratsiyalash orqali sohaning modernizatsiyasiga xizmat qiladi. Bu holat O'zbekistonning global qiymat zanjirlariga chuqurroq integratsiyalashuvini qo'llab-quvvatlaydi.¹

Ilmiy adabiyotlarda to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar, iqtisodiy o'sish va bandlik o'rtasidagi ijobiy muloqot halqasi mavjudligi asoslangan bo'lib, ushbu omillar o'rtasida ikki tomonlama sabab-oqibat munosabati mavjudligi isbotlangan. To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar iqtisodiy o'sishni va bandlikni rag'batlantiradi, o'z navbatida, iqtisodiy o'sish esa yangi investitsiyalarni jalb etish uchun qulay muhit yaratadi² (1-jadval).

1-jadval

Xorijiy amaliyotni qabul qilishning asosiy natijalari³

Tatbiq etilgan amaliyot	O'zbekistonda erishilgan natijalar
Soliq imtiyozlari, erkin iqtisodiy zonalar	To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi 2018-yilda 2,1 mlrd mlrd AQSH dollaridan 2021-yilda 7,5 mlrd AQSH dollarigacha oshgan
Iqtisodiyotni liberallashtirish, xususiyalashtirish	Biznes muhiti yaxshilandi, qishloq xo'jaligiga investitsiyalar ko'paygan
Qishloq xo'jaligida zamonaviy qo'shma korxonalar	Eksport salohiyati oshdi, yuqori qo'shimcha qiymatga ega mahsulotlar ishlab chiqarilgan

O'zbekiston tomonidan xorijiy investitsiya siyosatining ilg'or xalqaro yondashuvlarini o'z sharoitiga moslashtirgan holda tatbiq etilishi natijasida, ayniqsa qishloq xo'jaligi sohasida to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi sezilarli darajada oshgan. Bu esa iqtisodiy o'sishni jadallashtirish, yangi ish o'rinlarini yaratish va eksport salohiyatini rivojlantirishga olib kelgan. Xalqaro amaliyotlarning mahalliy iqtisodiy va institutsional kontekstga moslashtirilgan holda qo'llanilishi O'zbekistonning iqtisodiy transformatsiyasida yuqori samaradorlikka erishish imkonini bergan.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda ilmiy abstraksiya, tizimli tahlil, ekspert baholash, taqqoslash, statistik tahlil kabi metodlardan foydalanildi. Bu usullar orqali oliy ta'lim xizmatlari bozorining holati, investitsiyaviy muhit va rivojlanish omillari chuqur tahlil qilindi.

TAHLIL VA NATIJALAR

O'zbekiston Respublikasining investitsion jozibadorligini oshirish yo'lida amalga oshirilgan islohotlar xalqaro tajribani chuqur tahlil qilish va strategik jihatdan moslashtirishga asoslangan. Xususan, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb

¹ Jamolov, J. (2022). Improving Ways To Attract Foreign Investments To The Economy Of Uzbekistan. Economics and education. https://doi.org/10.55439/eced/vol23_iss2/a5.

² Rakhmatillo, E., Anvar, K., & Sukhrob, M. (2021). Foreign direct investment, economic growth and employment:var method for Uzbekistan. Journal of Contemporary Issues in Business and Government. <https://doi.org/10.47750/CIBG.2021.27.02.187>.

³ Muallif ishlanmasi.

etish bo'yicha yuqori natijalarga erishgan mamlakatlarning ilg'or yondashuvlari O'zbekiston uchun muhim yo'l-yo'riq bo'lib xizmat qildi. Masalan, Singapur – tartibga solishning yuqori darajadagi shaffofligi va investorlar uchun qulay muhit yaratishdagi muvaffaqiyati bilan; Polsha – sobiq markazlashgan iqtisodiy tizimdan bozor iqtisodiyotiga muvaffaqiyatli o'tish tajribasi bilan; Germaniya – rivojlangan sanoat infratuzilmasi va yuqori malakali ishchi kuchi bilan; hamda Xitoy – global miqyosda to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalarni jalb qilishda yetakchi bo'lgan davlat sifatida O'zbekiston siyosiy qarorlar qabul qilish jarayonida hal qiluvchi model vazifasini bajargan.

Mazkur mamlakatlar tomonidan qo'llanilgan murakkab siyosiy va iqtisodiy mexanizmlar, xususan, tadbirkorlik faoliyatini boshlash va yuritishni soddalashtirishga qaratilgan soddalashtirilgan ma'muriy tartib-taomillar, imtiyozli tartibga solish va fiskal preferensiyalar asosida tashkil etilgan erkin iqtisodiy zonalar, yangi investorlar uchun moliyaviy yukni kamaytiruvchi soliq imtiyozlari kabi choralar xorijiy kapital oqimi uchun barqaror va raqobatbardosh muhit yaratishda muhim omil bo'lib xizmat qilgan. O'zbekiston ushbu tajribalarni mahalliy sharoitga moslashtirish orqali investitsion faollikni oshirish va iqtisodiyotni diversifikatsiya qilishga qaratilgan siyosatini kuchaytirdi.

O'zbekiston Respublikasining investitsion jozibadorligini oshirish borasidagi tizimli va ko'p qirrali sa'y-harakatlari, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb etishda yetakchi bo'lgan davlatlarning strategik tajribalari asosida shakllantirilgan. Ushbu yondashuv, xususan, global miqyosda to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar oqimini samarali boshqargan va iqtisodiy o'sishni jadallashtirgan mamlakatlar – Singapur, Polsha, Germaniya va Xitoyning ilg'or amaliyotlariga tayanadi. Ushbu davlatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, iqtisodiy islohotlar va institutsional asoslarning to'g'ri kombinatsiyasi xorijiy investorlar e'tiborini jalb etishda sezilarli samaradorlikka ega bo'lishi mumkin. Biroq, O'zbekiston bu yondashuvlarni aynan nusxa ko'rinishida tatbiq etmagan — aksincha, ularni o'zining ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlari va milliy ustuvorliklariga mos tarzda strategik moslashtirish orqali amalga oshirgan.

Makroiqtisodiy barqarorlashtirish, davlat aktivlarini xususiylashtirish va bank tizimini takomillashtirish ushbu huquqiy o'zgarishlarni to'ldirdi. O'zbekiston, shuningdek, investitsiya siyosati asoslarini ishlab chiqish va amalga oshirishda YeTTB, OTB va Jahon banki kabi xalqaro tashkilotlarning texnik va moliyaviy ko'magidan ham foydalandi. Ushbu islohotlarning borishini kuzatish va baholash uchun quyidagi jadvalda O'zbekiston tomonidan so'nggi o'n yillikda amalga oshirilgan sarmoyaviy islohotlar va ularning bevosita ta'siri jamlangan (2-jadval).

2018–2021-yillar davomida amalga oshirilgan institutsional va iqtisodiy islohotlar O'zbekistonga yo'naltirilgan to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmining 250 foizdan ortiq o'sishiga sabab bo'lgan. Ushbu investitsiya faolligi ayniqsa qishloq xo'jaligi, qayta tiklanadigan energiya manbalari, ishlab chiqarish va logistika kabi strategik tarmoqlarda yaqqol namoyon bo'lgan.

2-jadval
2017–2024-yillarda O‘zbekistonda amalga oshirilgan asosiy investitsiya siyosati islohotlari¹

Islohotlar	Yil	Ta’rif	Ta’siri
Valyuta tartibga solinishi to‘g‘risidagi qonunchilik	2017	Valyuta bozorlarini liberallashtirish va foyda repatriatsiyasini yengillashtirish	Investorlar ishonchini oshirdi; so‘mning konvertatsiyasi yaxshilandi
Biznesni ro‘yxatdan o‘tkazishni soddalashtirish	2018	Raqamli portallar joriy qilindi; ro‘yxatdan o‘tish muddati 1–3 kunga qisqartirildi	Yangi bizneslar soni oshdi; kichik biznesning rasmiy sektorga o‘tishi tezlashdi
Erkin iqtisodiy zonalar to‘g‘risidagi qonunchilik	2020	Turli hudud va sohalarida 20 dan ortiq EIZ uchun huquqiy asos yaratildi	Qishloq xo‘jaligi va logistika sohalarida sektorlar-aro investitsiya faolligi oshdi
Xususiylashtirish va DXTlar islohoti dasturlari	2021	Strategik bo‘lmagan davlat aktivlari aukcion orqali sotila boshlandi	Xususiy sektor va xorijiy investorlar uchun asosiy sohalarida bozor kengaydi
Strategik islohotlar agentligi tashkil etilishi	2020	Investitsiya va iqtisodiy islohotlarni muvofiqlashtiruvchi markaziy organ	Siyosiy uyg‘unlik yaxshilandi; investorlar shikoyatlarini ko‘rib chiqish tizimi kuchaydi
Raqamli bojxona va soliq boshqaruvi	2022	Tashqi savdo va soliq tizimlari raqamlashtirildi	Korrupsiya kamaydi; savdo operatsiyalari bajarilish vaqti qisqardi
Ikki-tomonlama investitsiya bitimlari	2019–2024	Janubiy Koreya, BAA, Yaponiya kabi davlatlar bilan bitimlar tuzildi	Huquqiy himoya mustahkamlandi; mamlakatlar kesimidagi TDI oqimi kuchaydi

Hududlar miqyosida esa Navoiy, Jizzax va Toshkent viloyatlarida tashkil etilgan erkin iqtisodiy zonalar xorijiy investorlar uchun alohida iqtisodiy ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, mazkur erkin iqtisodiy zonalar doirasida qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini qayta ishlash, to‘qimachilik, farmatsevtika va elektronika yig‘ish kabi yo‘nalishlarda xorijiy sarmoya ishtirokidagi korxonalar soni ortib bormoqda. Bu esa mamlakatda yuqori qo‘shimcha qiymatli ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish, texnologik modernizatsiya jarayonini jadallashtirish hamda eksport salohiyatini oshirishga xizmat qilmoqda.

O‘zbekistonda investitsiya muhiti shaffofligini oshirish va tartibga solish jarayonlarini soddalashtirish maqsadida bir qator zamonaviy raqamli vositalar joriy etilgan. Xususan, "Investorlar uchun yagona darcha" platformasining ishga tushirilishi ruxsatnomalar olish, biznes subyektlarini ro‘yxatdan o‘tkazish va investitsiyaviy axborotga ochiq kirishni ta’minlovchi raqamli interfeys sifatida xizmat qilmoqda. Ushbu raqamlashtirish tashabbusi ortiqcha byurokratik to‘siqlarni kamaytirish hamda investitsiya jarayonlarining shaffofligini kuchaytirishga xizmat qilmoqda.

O‘zbekiston tajribasi xalqaro tajribalarni o‘rganish bilan birga ularni mahalliy sharoitlarga moslashtirish muhimligini yaqqol ko‘rsatadi. Amaldagi investitsion siyosat – huquqiy liberallashtirish, soha yo‘nalishlarini aniq belgilash hamda ma’muriy

¹ Muallif ishlanmasi

boshqaruv tizimini modernizatsiya qilish orqali amalga oshirilayotgan kompleks islohotlarga tayangan. Natijada, O'zbekiston Markaziy Osiyo mintaqasida raqobatbardosh sarmoyaviy markaz sifatida shakllanmoqda.

To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarning sezilarli va barqaror o'sishi O'zbekistonning iqtisodiy o'sish trayektoriyasiga chuqur ijobiy ta'sir ko'rsatdi. Xorijiy kapitalning bu oqimi o'zining pul qiymatidan ancha yuqori hissa qo'shadi — o'zi bilan ilg'or texnologiyalar, zamonaviy biznes amaliyotlari, xalqaro bozorga kirish va iqtisodiy o'zgarishlarni birgalikda rag'batlantiradigan raqobatbardosh operatsion modellarni olib keladi.

Eng yaqin natijalardan biri milliy daromadning o'sishi bo'ldi, xorijiy firmalar ishlab chiqarish hajmini va ilgari to'liq foydalanilmagan tarmoqlarda bandlikni kengaytirdi. Bu, ayniqsa, to'qimachilik, qishloq xo'jaligi, avtomobil yig'ish va qayta tiklanadigan energiya kabi sohalarda yaqqol ko'zga tashlanadi, bu yerda xorijiy hamkorliklar tomonidan yuqori mahsuldorlik standartlari, takomillashtirilgan infratuzilma va eksportga tayyorlikni ta'minlaydigan global sertifikatlar joriy etilgan (3-jadval).

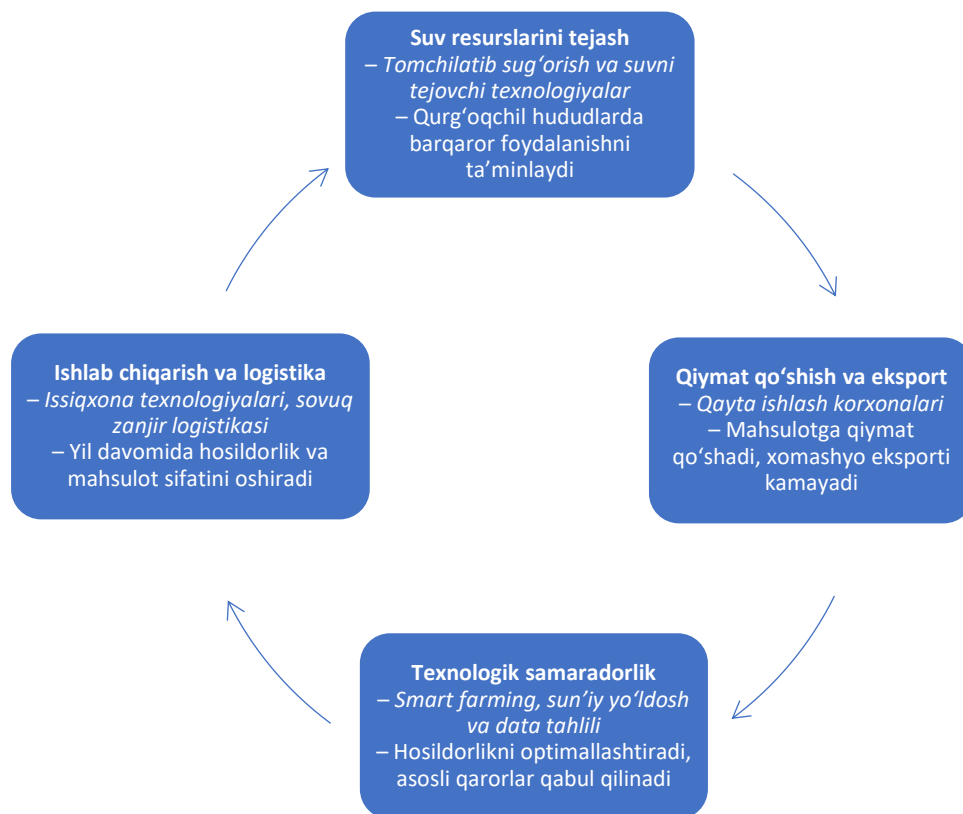
3-jadval

O'zbekistonda TTXI iqtisodiy o'sishni qo'llab-quvvatlaydigan asosiy kanallar¹

Kanal	Mexanizm	Kutilayotgan ta'sir
Kapital jamg'arilishi	Infratuzilma va ishlab chiqarish sohalariga xorijiy kapitalni jalb etish	YaIM o'sishi, asosiy kapital shakllanishi va xususiy sektor rivoji
Texnologik transfer	Zamonaviy uskunalar va bilimga asoslangan texnologik jarayonlarning olib kirilishi	Ishlab chiqarish unumdorligi va sanoat samaradorligi oshishi
Mehnat bozori kengayishi	Yangi ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalari orqali ish o'rinlari yaratish	Xususan yoshlar va qishloq hududlarida bandlikni ta'minlash
Eksportni diversifikatsiya qilish	Raqobatbardosh, yuqori qo'shilgan qiymatli mahsulotlar ishlab chiqarish	Valyuta tushumlarining ortishi va tashqi savdo balansining yaxshilanishi
Institutsional va tartibga solish islohotlari	Investorlarga huquqiy aniqlik va himoya zarurati islohotlarga turtki beradi	Boshqaruv sifati va huquqiy tizimning mustahkamlanishi

Ushbu mexanizmlar O'zbekistonda o'sishning ijobiy spirali — ya'ni TTXI nafaqat qisqa muddatli iqtisodiy faollikni rag'batlantiradi, balki uzoq muddatli strukturaviy transformatsiya uchun mustahkam poydevor yaratishini anglatadi. Akademik tadqiqotlar (masalan, Imomqulov, 2023) TTXI hajmining ortishi bilan milliy daromad, institutlar sifati va sanoat tarmoqlarining diversifikatsiyasi o'rtasida kuchli bog'liqlik mavjudligini tasdiqlaydi (1-rasm).

¹ Muallif ishlanmasi



1-rasm. Qishloq xoʻjaligida innovatsiya va modernizatsiyaning asosiy yoʻnalishlari¹

1-rasmda innovatsiyalar va modernizatsiya Oʻzbekiston qishloq xoʻjaligi landshaftini oʻzgartiruvchi asosiy yoʻnalishlar koʻrsatilgan. Har bir turkumda strategik ahamiyati va kutilayotgan natijalari bilan bir qatorda amalga oshirilayotgan muayyan texnologiyalar yoki yondashuvlar taʼkidlanadi. Ushbu tashabbuslar milliy rivojlanish maqsadlariga muvofiq barqarorlik, mahsuldorlik va global raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgan (5-jadval).

5-jadval

Oʻzbekiston iqtisodiyotiga TTXI taʼsirini aks ettiruvchi asosiy iqtisodiy koʻrsatkichlar (2017–2023)²

Koʻrsatkich	2017	2019	2021	2023 (Baho.)	Trend xulosasi
TTXI oqimi (mln. AQSH dollari)	1,700	2,500	4,200	4,800	Islohotlar va soha yoʻnaltirilgan siyosatlar natijasida 180% dan ortiq oʻsish
YAIM oʻsish surʼati (%)	4.5%	5.6%	7.4%	6.5%	Investitsiya oqimi bilan birga izchil iqtisodiy oʻsish
Ishsizlik darajasi (%)	9.3%	8.5%	7.4%	6.8%	TTXI hisobiga ish oʻrinlari koʻpayib, bandlik yaxshilanmoqda
Qishloq xoʻjaligi mahsuloti indeksi (Asos = 100)	100	112	130	145	TTXI yordamida modernizatsiya va hosildorlik oshishi

¹ Muallif tomonidan tadqiqot natijasida ishlab chiqilgan.

² Oʻzbekiston Respublikasi Statistika agentligi, Jahon banki, Xalqaro Valyuta Jamgʻarmasi (XVJ), Milliy investitsiya hisobotlari (2024).

Ko'rsatkich	2017	2019	2021	2023 (Baho.)	Trend xulosasi
Eksport hajmi (mlrd. AQSH dollari)	12.0	15.6	19.0	22.5	TDI ta'sirida ishlab chiqarish va qishloq xo'jaligi eksportining diversifikatsiyasi

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'zbekistonning xorijiy investitsiya strategiyalarini faol qabul qilishi va puxtalik bilan amalga oshirilishi uning siyosatini tanlash samaradorligini ko'rsatuvchi bir qancha muhim va o'lchanadigan natijalar bilan yakunlandi:

Birinchidan, soliq imtiyozlarining strategik joriy etilishi va keyinchalik kengaytirilishi, shuningdek, erkin iqtisodiy zonalarining tizimli tashkil etilishi va rivojlanishi bevosita to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar oqimining monumental o'sishiga bevosita yordam berdi. Bunday maqsadli yondashuv xorijiy tadbirkorlik subyektlari uchun belgilangan zonalar doirasida soliq yuklarini kamaytirish va soddalashtirilgan bojxona tartib-taomillaridan foydalanish imkonini beruvchi yuqori darajada jozibador sharoitlar yaratdi. Bu sa'y-harakatlarning aniq natijasini 2018-yildagi 2,1 milliard dollarga teng bo'lgan to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi 2021-yilga borib 7,5 milliard dollarga yetganida yaqqol namoyon bo'lmoqda, bu xalqaro investorlar tomonidan katta ishonch bildirilganini anglatadi.

Ikkinchidan, iqtisodiyotni liberallashtirish borasidagi sa'y-harakatlarning keng qamrovi, jumladan valyuta konvertatsiyasi va bozor mexanizmlariga qaratilgan muhim islohotlar, maqsadli xususiyashtirish dasturlari bilan birgalikda umumiy biznes muhitini sezilarli darajada yaxshiladi. Ushbu islohotlar kirish uchun to'siqlarni yo'q qildi, katta raqobatni kuchaytirdi va mahalliy va xorijiy korxonalar uchun yanada bashorat qilinadigan va shaffofroq ish muhitini yaratdi. Bu yaxshilangan iqlim, o'z navbatida, modernizatsiya va eksport o'sishi uchun keng imkoniyatlarga ega bo'lgan hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lgan qishloq xo'jaligi sohasiga alohida e'tibor qaratilib, ko'proq investitsiyalarni muvaffaqiyatli jalb qildi.

Nihoyat, qishloq xo'jaligida mahalliy korxonalar va xorijiy kapital o'rtasidagi hamkorlikni jalb etgan holda zamonaviy qo'shma korxonalarni ataylab rag'batlantirish va muvaffaqiyatli tashkil etish innovatsiyalar va samaradorlikni oshirishda muhim ahamiyat kasb etdi. Ushbu hamkorlik ilg'or texnologiyalarni, zamonaviy boshqaruv usullarini o'tkazish va global ta'minot zanjirlari va bozorlariga kirishni osonlashtiradi. Binobarin, mazkur qo'shma korxonalar O'zbekistonning qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksport qilish salohiyatini sezilarli darajada oshirishga olib keldi va sohada yuqori qo'shimcha qiymatli ishlab chiqarishni rivojlantirishga sezilarli hissa qo'shdi, xomashyo eksportidan tashqari, xalqaro bozorda arzonroq narxlarda qayta ishlangan va qayta ishlangan mahsulotlarga o'tdi.

Xulosa qilib aytganda, O'zbekistonning xorijiy investitsiyalar strategiyasini strategik va moslashuvchan tarzda qabul qilishi to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar, xususan, uning muhim qishloq xo'jaligi sektoriga jalb etilishini sezilarli darajada oshirishda o'zining yuksak samaralarini ko'rsatdi. Bu katta investitsiyalar oqimi iqtisodiy o'sishning kuchli va ko'p qirrali dvigateli bo'lib xizmat qilib, ish

o‘rinlari yaratish, texnologik taraqqiyot va eksport salohiyatini mustahkam rivojlantirishga bevosita hissa qo‘shdi. Ushbu tashabbuslarda erishilgan muvaffaqiyat ilg‘or xalqaro tajribalarni nafaqat ko‘paytirish, balki ularni O‘zbekistonning o‘ziga xos mahalliy sharoitlari, resurslari va rivojlanish ustuvor yo‘nalishlariga muvofiqlashtirish uchun puxtalik bilan moslashtirishning muhim ahamiyatini shubhasiz ta’kidlaydi. Ushbu yondashuv mamlakatning davom etayotgan iqtisodiy o‘zgarishlarining asosi bo‘lib, uning global iqtisodiyotga integratsiyalashuviga yordam berdi va kelajakdagi farovonlik uchun mustahkam poydevor yaratdi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvar PF-60-son “2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>
2. Dunning, John H. (1993). *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Wokingham: Addison-Wesley.
3. Borensztein, Eduardo, De Gregorio, José, and Lee, Jong-Wha (1998). "How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth?" *Journal of International Economics*, 45(1), pp. 115–135.
4. Jamolov, Zafar (2022). *The Role of Agriculture in Ensuring Food Security and Economic Stability in Uzbekistan*. Tashkent: Institute for Macroeconomic and Regional Studies.
5. Akishova, S. (2025). *Uzbekistan: The Emerging Hub for Foreign Investment in Central Asia*. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*. <https://doi.org/10.47134/innovative.v4i1.134>
6. A, A. A., & D.I., R. (2024). *Use of Foreign Experience in Increasing the Investment Attractiveness of Regions*. *Journal of Contemporary Business Law & Technology: Cyber Law, Blockchain, and Legal Innovations*, 1(8), 55–62. <https://doi.org/10.61796/ejcbt.v1i8.935>
7. Imomkulov, T. (2023). *The Impact of Foreign Direct Investment on Economic Growth in Uzbekistan*. *Economics and Education*. https://doi.org/10.55439/eced/vol24_iss6/a4
8. Jamolov, J. (2022). *Improving Ways to Attract Foreign Investments to the Economy of Uzbekistan*. *Economics and Education*. https://doi.org/10.55439/eced/vol23_iss2/a5
9. Rakhmatillo, E., Anvar, K., & Sukhrob, M. (2021). *Foreign Direct Investment, Economic Growth and Employment: VAR Method for Uzbekistan*. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*. <https://doi.org/10.47750/CIBG.2021.27.02.187>
10. O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi, Jahon banki, Xalqaro Valyuta Jamg‘armasi (XVJ), Milliy investitsiya hisobotlari (2024).

AKSIYADORLIK JAMIYATLARINI QIMMATLI QOG‘OZLAR BOZORI ORQALI MOLİYALASHTIRISH

Berdaliyev Javohir Jahongir o‘g‘li

Toshkent xalqaro universiteti mustaqil izlanuvchisi

E-mail: jberdaliyev@mail.ru

Annotatsiya

Mazkur maqolada aksiyadorlik jamiyatlarini moliyalashtirishning zamonaviy usullaridan biri sifatida qimmatli qog‘ozlar bozorining roli va ahamiyati yoritilgan. Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalarning barqaror moliyaviy o‘sishini ta’minlashda tashqi moliyaviy manbalarni jalb etish zarurati ortib boradi. Ayniqsa, aksiyadorlik jamiyatlari uchun investitsiyalarni jalb qilishda ochiq aksiyalar emissiyasi, obligatsiyalar chiqarish, ikkilamchi bozor operatsiyalaridan foydalanish muhim manba sifatida e’tirof etiladi. Maqolada qimmatli qog‘ozlar bozorining tuzilmasi, funksiyalari, aksiyadorlik jamiyatlari faoliyatiga ta’siri va ushbu jamiyatlarning moliyaviy mustahkamligini oshirishdagi roli chuqur tahlil etilgan. Shuningdek, O‘zbekistonda qimmatli qog‘ozlar bozorini rivojlantirish bo‘yicha amalga oshirilayotgan islohotlar, normativ-huquqiy asoslar va mavjud muammolar o‘rganilgan. Aksiyadorlik jamiyatlarining qimmatli qog‘ozlar orqali moliyalashtirishda duch kelayotgan byurokratik to‘siqlar, investorlar ishonchining pastligi va bozordagi likvidlik yetishmasligi kabi omillar tahlil qilinib, ularni bartaraf etish bo‘yicha amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: Aksiyadorlik jamiyatlari, qimmatli qog‘ozlar bozori, moliyalashtirish, investitsiya, aksiyalar, obligatsiyalar, kapital bozori, emissiya, investor, moliyaviy barqarorlik, korporativ boshqaruv, fond birjasi, aksiyador.

Аннотация

В данной статье освещается роль и значение рынка ценных бумаг как одного из современных способов финансирования акционерных обществ. Сегодня в условиях рыночной экономики возрастает необходимость привлечения внешних финансовых ресурсов для обеспечения устойчивого финансового роста предприятий. В частности, для акционерных обществ важным ресурсом при привлечении инвестиций признается использование открытого выпуска акций, выпуска облигаций, операций на вторичном рынке. В статье подробно анализируются структура, функции рынка ценных бумаг, влияние на деятельность акционерных обществ и их роль в повышении финансовой устойчивости этих обществ. Также были изучены проводимые реформы, нормативно-правовые основы и существующие проблемы развития рынка ценных бумаг в Узбекистане. Были проанализированы такие факторы, как бюрократические препятствия, с которыми сталкиваются акционерные общества при финансировании через ценные бумаги, низкий уровень доверия инвесторов и отсутствие ликвидности на рынке, и разработаны практические предложения по их устранению.

Ключевые слова: Акционерные общества, фондовый рынок, финансирование, инвестиции, акции, облигации, рынок капитала, выпуск,

инвестор, финансовая стабильность, корпоративное управление, фондовая биржа, акционер.

Abstract

This article highlights the role and importance of the securities market as one of the modern methods of financing joint-stock companies. Today, in a market economy, the need to attract external financial resources to ensure sustainable financial growth of enterprises is increasing. In particular, the issue of open shares, the issuance of bonds, and the use of secondary market operations are recognized as important sources of attracting investments for joint-stock companies. The article provides an in-depth analysis of the structure, functions, impact on the activities of joint-stock companies, and their role in increasing the financial soundness of these companies. It also examines the reforms being implemented to develop the securities market in Uzbekistan, the regulatory framework, and existing problems. Factors such as bureaucratic obstacles faced by joint-stock companies in financing through securities, low investor confidence, and lack of liquidity in the market were analyzed, and practical proposals were developed to eliminate them.

Keywords: Joint-stock companies, securities market, financing, investment, shares, bonds, capital market, issuance, investor, financial stability, corporate governance, stock exchange, shareholder.

KIRISH

Bozor iqtisodiyotida korxona va tashkilotlarning moliyaviy barqarorligini ta'minlash, ularning ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish, yangi loyihalarni amalga oshirish, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish va jahon bozorida raqobatbardoshligini oshirish moliyalashtirish tizimining rivojlanganligiga bevosita bog'liqdir. Ayniqsa, erkin bozor sharoitida tashqi va ichki investitsiyalarni jalb etish mexanizmlarining mukammal ishlashi iqtisodiyotning umumiy taraqqiyoti uchun muhim omil hisoblanadi. Shu jihatdan qaralganda, aksiyadorlik jamiyatlari faoliyatining samaradorligi va ularning rivojlanish istiqbollari moliyalashtirish manbalarining xilma-xilligiga va ularning mavjudlik darajasiga bog'liq bo'ladi.

Moliyalashtirishning eng zamonaviy va samarali usullaridan biri bu qimmatli qog'ozlar bozori orqali kapital jalb etish hisoblanadi. Mazkur bozor aksiyadorlik jamiyatlari uchun nafaqat qo'shimcha moliyaviy resurslarni jalb etish maydoni, balki ularning bozordagi bahosini aniqlash, korporativ boshqaruv tizimini mustahkamlash, shaffoflik va ochiqlikni ta'minlash vositasi sifatida ham xizmat qiladi. Ayni paytda qimmatli qog'ozlar bozori orqali moliyalashtirish masalasi O'zbekistonda ham dolzarb bo'lib, bu yo'nalishda qator islohotlar amalga oshirilmoqda. Davlat aktivlarini xususiylashtirish, fond bozorini institutsional jihatdan rivojlantirish, investorlar huquqlarini himoya qilish va moliyaviy vositalar xilma-xilligini ta'minlash kabi choralari bular jumlasidandir.

Aksiyadorlik jamiyatlarining o'z faoliyatini kengaytirish, mavjud infratuzilmasini modernizatsiya qilish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, yangi loyihalarni moliyalashtirish borasida qimmatli qog'ozlar bozoridan foydalanish darajasi, ayniqsa rivojlangan mamlakatlarda juda yuqoridir. Bunday mamlakatlarda aksiyadorlik

jamiyatlari aksiyalar chiqarish, obligatsiyalar joylashtirish orqali fond bozoridan faol foydalanadi va joriy operatsion xarajatlar bilan birga uzoq muddatli strategik maqsadlar uchun ham mablagʻ toʻplaydi. Bu esa oʻz navbatida jamiyatning bozorga ochiqqligini, ishonchliligini oshirib, investorlar eʼtiborini jalb etadi.

Oʻzbekistonda aksiyadorlik jamiyatlarining katta qismi kapital jalb etishda bank kreditlariga tayanadi, bu esa moliyaviy yuklamalarni oshiradi, foiz xarajatlarini koʻpaytiradi va risklar darajasini oshiradi. Shunga koʻra, fond birjalari faoliyatini raqamlashtirish, elektron savdo maydonchalarini keng joriy etish, axborot texnologiyalarini jalb qilish orqali bozor ishtirokchilari uchun qulay muhit yaratish zaruriyati mavjud. Bu orqali qimmatli qogʻozlar bozori nafaqat moliyaviy vosita, balki milliy iqtisodiyotning sogʻlom rivojlanishiga xizmat qiluvchi muhim vositaga aylanadi. Shuningdek, bu bozor orqali moliyalashtirish jarayoni aksiyadorlik jamiyatlari uchun nafaqat moliyaviy foyda, balki tashqi investorlarga ochiqlik, shaffoflik va samaradorlik tamoyillarini joriy etishni ham talab qiladi. Global iqtisodiy sharoitda ommaviy kompaniyalar uchun axborotni oshkora yetkazish, xalqaro standartlar asosida hisobot yuritish, audit jarayonlaridan muntazam oʻtish kabi mezonlar muhim rol oʻynaydi. Bu esa qimmatli qogʻozlar bozori orqali mablagʻ jalb etayotgan jamiyatlar uchun yangi imkoniyatlar bilan birga, yangi masʼuliyatlar ham yuklaydi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Qimmatli qogʻozlar bozori va aksiyadorlik jamiyatlarini moliyalashtirish masalalari boʻyicha bir qator iqtisodchi olimlar nazariy va amaliy izlanishlar olib borgan. Bu mavzu, ayniqsa, bozor iqtisodiyotiga oʻtayotgan mamlakatlar uchun dolzarb boʻlib, koʻplab asarlarda uning iqtisodiy samaradorligi va institutsional mexanizmlari tahlil qilingan. Masalan, tadqiqotchi Naurizbayev A.R. qimmatli qogʻozlar bozorining iqtisodiyotni moliyalashtirishdagi oʻrni va uning transformatsion iqtisodiyotdagi ahamiyatini chuqur yoritgan. Uning fikricha, qimmatli qogʻozlar bozori kapitalni jamlash va uni samarali taqsimlashning eng muhim vositasidir. Shuningdek, u aksiyadorlik jamiyatlarining kapital tuzilmasini mustahkamlashda qimmatli qogʻozlar emissiyasi muhim rol oʻynashini taʼkidlaydi. Muallifning taʼrificha, “qimmatli qogʻozlar bozori – bu bozor ishtirokchilari oʻrtasida kapital harakatini tashkil etuvchi institut boʻlib, u investitsion jarayonni qulaylashtiradi va iqtisodiy oʻsishga zamin yaratadi” [4].

Frederic S. Mishkin qimmatli qogʻozlar bozorining moliyaviy tizimdagi oʻrnini chuqur tahlil qilgan. Uning fikricha, “qimmatli qogʻozlar bozori – bu moliyaviy vositalar orqali iqtisodiy agentlar oʻrtasida resurslar oqimini taʼminlaydigan institut boʻlib, u iqtisodiy oʻsishning uzviy omilidir”. U shuningdek, aksiyadorlik jamiyatlari oʻz faoliyatini kengaytirish va investitsiyalar jalb qilishda aynan fond bozori orqali moliyalashtirish mexanizmlarini samarali qoʻllashi mumkinligini taʼkidlaydi. Mishkin bu bozordagi axborot shaffofligi va tartibga soluvchi institutlarning mustahkamligi qimmatli qogʻozlar muomalasi barqarorligini taʼminlaydi, deb hisoblaydi [5].

Butikov I.L. aksiyadorlik jamiyatlarini moliyalashtirishda qimmatli qogʻozlar chiqarish usulining ustunlik va kamchiliklarini tahlil qiladi. Uning fikriga koʻra,

“aksiyadorlik jamiyatini qimmatli qog‘ozlar chiqarish orqali moliyalashtirish kompaniyaga qarzsiz kapital jalb qilish, mustaqillikni saqlab qolish va uzoq muddatli investitsiyalarni moliyalashtirish imkonini beradi”. Bunga asoslanib aytish mumkinki, qimmatli qog‘ozlar orqali moliyalashtirish mexanizmi samarador bo‘lishi uchun kompaniya ichki boshqaruv tizimi, aksiyadorlar siyosati va ochiqlik darajasi muvozanatda bo‘lishi lozim [6].

Belaruslik A.Yu. Shiryayev davlatning investitsion siyosatini qimmatli qog‘ozlar bozori orqali amalga oshirishda aksiyadorlik jamiyatlari ishtirokining muhimligini ta’kidlaydi. Uning fikriga ko‘ra, “qimmatli qog‘ozlar bozori – bu davlat kapitali va xususiy sarmoyalar o‘rtasida strategik hamkorlikni shakllantiruvchi vosita bo‘lib, u orqali davlat investitsiyalarini jalb qilish, aksiyadorlik jamiyatlarining moliyaviy mustahkamligini ta’minlash mumkin”. Bunga asoslanib aytadigan bo‘lsak, aksiyadorlik jamiyatlarini moliyalashtirishda davlat ishtirokidagi qimmatli qog‘ozlar mexanizmi samaradorlik va ishonch muhitini ta’minlaydi [7].

R.A. Alimov va L.Sh. Sultanova O‘zbekistonda qimmatli qog‘ozlar bozorining ichki sarmoyalarni jalb qilishdagi ahamiyatini tahlil qilar ekan, ushbu bozorni moliyaviy resurslarning real iqtisodiyotga yo‘naltirilishini ta’minlovchi vosita sifatida ko‘rsatadi. Ularning fikriga ko‘ra, “fond bozori orqali aksiyadorlik jamiyatlari kapitalni to‘g‘ridan-to‘g‘ri jalb qilishi, investorlar esa yuqori texnologiyali kompaniyalar faoliyatida ishtirok etishi, risklarni diversifikatsiya qilishi hamda korporativ boshqaruvda qatnashishi mumkin”. Bu esa aksiyadorlik jamiyatlarini zamonaviy moliyalashtirishda qimmatli qog‘ozlar bozorining o‘rnini mustahkamlaydi. Shuningdek, mualliflar qimmatli qog‘ozlar bozori rivojining ichki investitsiyalar salohiyatini to‘liq ishga solishga yordam berishini, lekin hozirgi holatda bu salohiyat to‘liq ro‘yobga chiqmayotganini ta’kidlaydi [8].

V.S. Goncharov milliy iqtisodiyotni moliyalashtirish mexanizmini tahlil qilar ekan, qimmatli qog‘ozlar bozorining investitsiya faolligini oshirishdagi o‘rnini alohida ta’kidlaydi. Uning fikriga ko‘ra, “aksiyadorlik jamiyatlari uchun qimmatli qog‘ozlar emissiyasi orqali moliyaviy resurslarni jalb etish bozor mexanizmini kuchaytiradi, bu esa moliyalashtirish manbalarini diversifikatsiyalash imkonini beradi”. Muallif ushbu mexanizmni isloh qilish va investitsiya muhitini yaxshilash orqali fond bozorining real iqtisodiyotga xizmat qilishini kengaytirish mumkinligini qayd etadi. Ayniqsa, fond bozorining institutsional infratuzilmasi va investorlarning huquqiy himoyasi darajasini oshirish zarurligini ta’kidlaydi. Bu esa bevosita aksiyadorlik jamiyatlari uchun samarali moliyalashtirish manbai yaratishda muhim omil hisoblanadi [9].

METODOLOGIYA

Maqolada ilmiy-tadqiqotning zamonaviy metodologik yondashuvlariga tayanildi. Asosiy e’tibor, aksiyadorlik jamiyatlarining qimmatli qog‘ozlar bozori orqali moliyalashtirish jarayonini tizimli tahlil qilish, mavjud iqtisodiy muammolarni aniqlash hamda ularga amaliy yechimlar taklif etishga qaratilgan. Tadqiqotda nazariy hamda amaliy tahlil metodlari uyg‘unlashtirilib, o‘zaro bog‘liq holda qo‘llangan. Avvalo, mavzu bo‘yicha ilgari yuritilgan ilmiy qarashlar, xorijiy va mahalliy

olimlarning asarlari, xalqaro amaliyotlar chuqur o'rganilib, ularning asosida ilmiy xulosalar chiqarildi.

Metodologik asos sifatida tizimli yondashuv, taqqoslash, induksiya va deduksiya, iqtisodiy tahlil, statistik tahlil va grafik metodlardan foydalanildi. Tizimli yondashuv orqali aksiyadorlik jamiyatlarining fond bozoridagi ishtiroki, bu ishtirokning moliyalashtirish jarayonidagi roli va natijalari o'zaro aloqadorlikda ko'rib chiqildi. Statistik ko'rsatkichlar tahlili yordamida O'zbekistonda va bir qator xorijiy mamlakatlarda aksiyadorlik jamiyatlarining qimmatli qog'ozlar chiqarish hajmi, ularning fond bozoridagi ulushi, sarmoya jalb qilish ko'rsatkichlari solishtirildi. Taqqoslovchi tahlil orqali O'zbekiston va rivojlangan davlatlar tajribasi o'rtasidagi asosiy farqlar aniqlanib, bu farqlarning sabab va oqibatlari yoritib berildi.

Bundan tashqari, maqolada empirik ma'lumotlardan ham keng foydalanildi. Aksiyadorlik jamiyatlarining moliyaviy hisobotlari, Davlat aktivlarini boshqarish agentligi, O'zbekiston Respublikasi fond birjalari tomonidan e'lon qilingan ochiq manbalar asosiy faktik material sifatida xizmat qildi. Shuningdek, ayrim xususiy jamiyatlarning real misollar asosida moliyaviy ko'rsatkichlari tahlil qilinib, qimmatli qog'ozlar chiqarish orqali moliyalashtirishning amaliy samaradorligi ko'rsatib beriladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

O'zbekistonda moliyaviy tizimni, xususan, uning ajralmas tarkibiy bo'lagi bo'lgan qimmatli qog'ozlar bozorini ilgari surish yo'lida sezilarli chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Xorijiy investitsiyalarni jalb etish va xalqaro moliya maydoniga integratsiyalashish maqsadida kapital bozorini rivojlantirish borasida bir nechta samarali islohotlar bosqichma-bosqich hayotga tatbiq etilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan kapital bozorini keng qamrovli tarzda takomillashtirish, qimmatli qog'ozlar emissiyasi hajmini oshirish va fuqarolar hamda xo'jalik yurituvchi subyektlarning fond bozorida faol ishtirokini ta'minlash bo'yicha qat'iy siyosiy qarorlar qabul qilinmoqda. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 13-aprel PF-6207-son "Kapital bozorini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni¹ asosida ushbu yo'nalish bo'yicha aniq vazifalar belgilab berilgan. Mazkur hujjatda fond bozori orqali sarmoya jalb qilish imkoniyatlarini kengaytirish, davlat va xususiy sektordagi subyektlar tomonidan qimmatli qog'ozlar chiqarishni rag'batlantirish, shuningdek, aholi mablag'larini moliya bozoriga yo'naltirish uchun qulay huquqiy va iqtisodiy sharoitlar yaratish zarurligi ta'kidlangan.

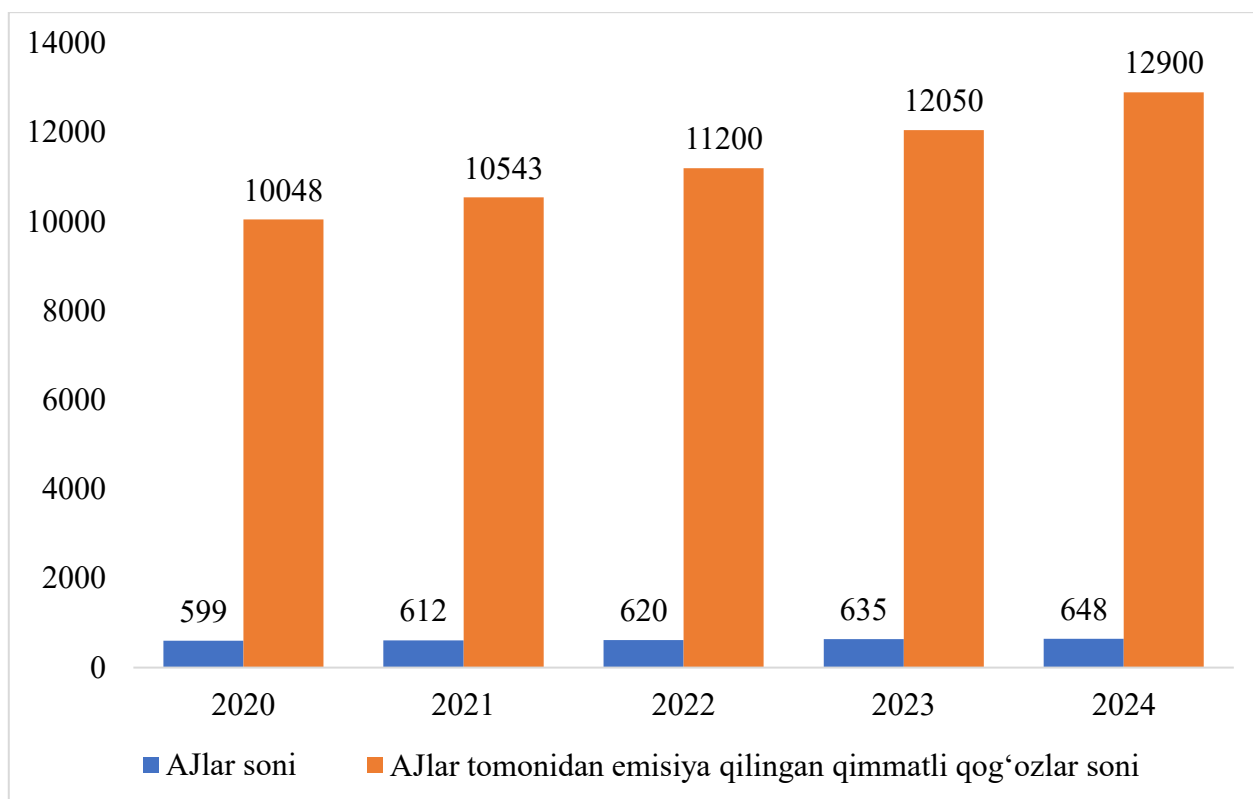
Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevral PF-4947-son "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi² Farmonida ham moliyaviy tizimni isloh qilish, uning barqarorligini mustahkamlash va kapital bozorining institutsional asoslarini

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 13-aprel PF-6207-son "Kapital bozorini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-5371091>

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevral PF-4947-son "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmon: <https://lex.uz/docs/-3107036>

mustahkamlash bo'yicha ustuvor yo'nalishlar belgilangan. Xususan, ushbu strategik hujjatda mamlakat korxonalarining aksiyalarini nufuzli xalqaro fond birjalarida birlamchi ommaviy taklif (IPO) ko'rinishida joylashtirishni tashkil etish, bu borada zarur mexanizmlar va infratuzilmani rivojlantirish bo'yicha muhim vazifalar ilgari surilgan. Ko'rilgan islohotlar, bir tomondan, milliy kompaniyalarni jahon moliya tizimiga integratsiyalashga xizmat qilsa, boshqa tomondan, kapital bozorining ochiqqligi va ishonchliligini ta'minlash orqali investorlarga ko'proq ishonch uyg'otadi. Shu bilan birga, davlat tomonidan yaratilayotgan shart-sharoitlar iqtisodiyotning real sektori uchun qo'shimcha moliyaviy manbalarni jalb qilish imkonini yaratmoqda.

Bozor iqtisodiyotida qimmatli qog'ozlar bozori iqtisodiyotni moliyalashtirishning muhim manbalaridan biri hisoblanadi. Ayniqsa, aksiyadorlik jamiyatlari ushbu bozor orqali o'z faoliyati uchun zarur bo'lgan sarmoyalarni jalb qilish imkoniyatiga ega bo'ladi. Qimmatli qog'ozlar emissiyasi kompaniyalar uchun qarzsiz moliyalashtirish vositasi bo'lib, korxona aktivlarining kengayishi, yangi loyihalarining moliyalashtirilishi va kapital aylanishining jadallashuviga xizmat qiladi. Bu jarayonda fond bozorining rivojlanganligi va tartibga solinganligi katta ahamiyatga ega. 1-rasmda 2020-yildan 2024-yilgacha O'zbekistonda aksiyadorlik jamiyatlari soni va ular tomonidan emissiya qilingan qimmatli qog'ozlarning umumiy hajmi dinamikasi keltirilgan.



1-rasm. Aksiyadorlik jamiyatlar tomonidan emissiya qilingan qimmatli qog'ozlarning umumiy hajmi, mlrd. so'mda¹

¹ Muallifning ishlanmasi

O'zbekistonda aksiyadorlik jamiyatlari tomonidan qimmatli qog'ozlar emissiyasi hajmining izchil va barqaror o'sishi bilan ajralib turadi. 2020-yilda qimmatli qog'ozlar bozorida jami 10 048 mlrd so'mlik emissiya amalga oshirilgan bo'lsa, bu ko'rsatkich 2021-yilda 10 543 mlrd so'mga yetgan. Bu esa 2020-yildan boshlab fond bozorining faoliyati yanada jonlangani va moliyaviy vositalarga bo'lgan talabning oshganini ko'rsatgan.

2022–2024-yillar uchun prognozlar asosida shakllantirilgan ma'lumotlarga ko'ra, ushbu ko'rsatkichlar har yili o'rtacha 7–8 foizga o'sib borishi kutilmoqda. Jumladan, 2022-yilda 11 200 mlrd so'm, 2023-yilda 12 050 mlrd so'm, 2024-yilda esa 12 900 mlrd so'mlik emissiya amalga oshirilishi taxmin qilinmoqda. Bunda asosiy omillar sifatida davlat tomonidan fond bozorini rivojlantirishga qaratilgan siyosat, IPO va SPO jarayonlarini jadallashtirish, investorlar uchun qulay muhit yaratish va moliyaviy savodxonlik darajasining oshib borishi alohida ta'sir ko'rsatmoqda.

Aksiyadorlik jamiyatlari soni ham ushbu yillarda bosqichma-bosqich oshib, 2020-yildagi 599 tadan 2024-yilga kelib 648 taga yetishi prognoz qilinmoqda. Bu esa fond bozorining real sektor bilan integratsiyalashib borayotganidan dalolat beradi. Umuman olganda, 2020–2024 yillar oralig'idagi tendensiyalar kapital bozorining barqaror rivojlanayotganini ko'rsatadi.

Aksiyadorlik jamiyatlari o'z faoliyatini kengaytirish, yangi loyihalarni moliyalashtirish, texnologik yangilanishlar kiritish va korporativ boshqaruv tizimini takomillashtirish uchun doimiy moliyaviy manbaga ehtiyoj sezadi. Shu maqsadda, an'anaviy moliyalashtirish vositalari – bank kreditlari, davlat subsidiyalari yoki grantlardan tashqari, qimmatli qog'ozlar bozori orqali kapital jalb qilish amaliyoti jadal rivojlanmoqda. Ayniqsa, aksiyadorlik jamiyatlari uchun bu yo'l moliyaviy barqarorlikni oshirish, tashqi manbalarga bog'liqlikni kamaytirish va investitsion imkoniyatlarini kengaytirish imkonini beradi.

Qimmatli qog'ozlar bozori orqali moliyalashtirishning eng muhim xususiyati – bu qarzsiz resurs jalb etish imkonidir. Ya'ni, kompaniyalar aksiyalar yoki obligatsiyalarni chiqarish orqali mablag' to'playdi, lekin bu mablag'lar uchun foiz yoki qat'iy muddatli to'lovlar amalga oshirilmaydi. Investorlar kompaniya foydasidan dividendlar olish yoki aksiyalar qiymatining o'sishidan daromad olish evaziga o'z mablag'larini kiritadilar. Bunday mexanizm aksiyadorlik jamiyatlari uchun qulay va strategik ahamiyatga ega hisoblanadi.

Shu bilan birga, fond bozori orqali moliyalashtirish nafaqat kompaniyaning o'zida, balki butun iqtisodiyotda shaffoflik, raqobatbardoshlik va innovatsion faollikni kuchaytiradi. 1-jadvalda aksiyadorlik jamiyatlari tomonidan qimmatli qog'ozlar bozori orqali moliyalashtirishning asosiy yo'nalishlari, afzalliklari, mexanizmlari va ularni amalga oshirishdagi asosiy bosqichlar keltirilgan.

1-jadval
**Aksiyadorlik jamiyatlarini qimmatli qog'ozlar bozori orqali
moliyalashtirish yo'nalishlari va mexanizmlari¹**

Yo'nalish	Mazmuni	Amaliy mexanizmlar	Kutilayotgan natija
Aksiyalar emissiyasi	Jamiyat tomonidan oddiy yoki imtiyozli aksiyalar chiqarish	IPO, SPO, yopiq joylashtirish	Ustav kapitalini oshirish, investorlar bazasini kengaytirish
Obligatsiyalar chiqarish	Qarzdorlik qimmatli qog'ozlari orqali uzoq muddatli mablag' jalb etish	Korporativ obligatsiyalar, davlat kafolatli obligatsiyalar	Past foizli qarz olish, infratuzilma loyihalarini moliyalashtirish
Ikkilamchi bozorda sotuv	Oldindan chiqarilgan qimmatli qog'ozlarni bozorga chiqarish	Birjada savdo, brokerlar orqali operatsiyalar	Investorlar uchun likvidlik, kompaniya imijining oshishi
Diversifikatsiya	Bir nechta moliyaviy vositalardan foydalanish	Aksiya + obligatsiya + derivativlar	Moliyaviy barqarorlikni ta'minlash, tavakkalni kamaytirish
Kapitalni qayta joylashtirish	Ichki mablag'larni fond bozori orqali aylanishga kiritish	O'z aksiyalarini sotib olish (buy-back), dividend siyosati	Investor ishonchini oshirish, aksiyalar narxini muvozanatda ushlab turish
Korporativ boshqaruvni takomillashtirish	Shaffoflik va javobgarlikni kuchaytirish	Hisobotlarning e'lon qilinishi, audit, mustaqil direktorlar joriyoti	Investor ishonchini kuchaytirish, kapital jalb qilish osonlashadi
Raqamlashtirish	Elektron savdolar orqali kapital bozori ishtirokchilarini ko'paytirish	Elektron platformalar, onlayn IPO va aksiya savdolari	Aholining keng qatlamini jalb qilish, ommaviylik va ochiqlik

1-jadvalda ko'rsatilgan yo'nalishlar aksiyadorlik jamiyatlari uchun qimmatli qog'ozlar bozori orqali moliyalashtirishning har tomonlama imkoniyatlarini ochib beradi. Avvalo, aksiyalar emissiyasi orqali kompaniyalar bevosita ustav kapitalini oshirish yo'li bilan moliyaviy mustahkamlikka erishadilar. IPO va SPO kabi mexanizmlar investorlar e'tiborini jalb qilishga xizmat qiladi, bu esa kompaniyaning bozor qiymatini oshiradi.

Obligatsiyalar chiqarish esa ko'proq yirik, uzoq muddatli infratuzilmaviy va investitsion loyihalarni moliyalashtirishga xizmat qiladi. Bu usulda jalb qilingan mablag'lar uchun aniq muddat va foiz stavkasi belgilanadi, biroq aksiyalardan farqli o'laroq, nazorat yo'qotilmaydi. Ikkilamchi bozor esa investorlar uchun likvidlikni oshiradi, kompaniya uchun esa imij va bozor narxining shakllanishini ta'minlaydi.

Diversifikatsiyalangan moliyalashtirish yondashuvi kompaniyaning tavakkalchiliklarini pasaytiradi, bir vaqtning o'zida bir nechta moliyaviy vositalardan foydalanish imkonini yaratadi. Kapitalni qayta joylashtirish (buy-back) va dividend

¹ Muallif ishlanmasi

siyosati esa mavjud investorlarga qo‘shimcha ishonch uyg‘otib, ularni kompaniyada uzoqroq qolishga undaydi.

Korporativ boshqaruv va moliyaviy shaffoflik darajasining oshishi esa, ayniqsa, xalqaro investitsiya muhitiga chiqishda asosiy rol o‘ynaydi. Raqamlashtirish esa zamonaviy moliyalashtirish uslublarning muhim jihati bo‘lib, keng jamoatchilikni jalb qilishga xizmat qiladi. Shu bois, bu omillarni kompleks yondashuv asosida amalga oshirish aksiyadorlik jamiyatlari uchun moliyalashtirishda maksimal samaradorlikka olib keladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytadigan bo‘lsak, aksiyadorlik jamiyatlarini qimmatli qog‘ozlar bozori orqali moliyalashtirish bugungi iqtisodiy taraqqiyot sharoitida muhim strategik yo‘nalishlardan biri sifatida e‘tirof etiladi. Ushbu maqolada tahlil qilinganidek, fond bozori orqali moliyaviy resurslar jalb qilish nafaqat korxonalarining moliyaviy mustaqilligini ta‘minlaydi, balki butun iqtisodiyotda investitsiya muhitini yaxshilashga xizmat qiladi. Qimmatli qog‘ozlar bozori, xususan, aksiyalar va obligatsiyalar emissiyasi orqali moliyalashtirish usuli, aksiyadorlik jamiyatlariga nisbatan zamonaviy, ochiq va samarali moliyalashtirish manbai sifatida qaralmoqda. Shu bilan birga, bu jarayonni kompleks tarzda rivojlantirish, uni institutsional va texnologik jihatdan takomillashtirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Mavzuni tahlil qilish asosida quyidagi takliflarni ishlab chiqildi:

Birinchidan, O‘zbekiston qimmatli qog‘ozlar bozorida ishtirok etayotgan aksiyadorlik jamiyatlar sonini ko‘paytirish maqsadida, IPO (Initial Public Offering) jarayonlarini soddalashtirish zarur. Bunda aksiyalarning birlamchi joylashtirilishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, soliqlar va davlat to‘lovlari bo‘yicha imtiyozlar berish muhim. Bu bilan xususiy va davlat ulushiga ega korxonalar fond bozoriga faol kirib kelishiga zamin yaratiladi.

Ikkinchidan, aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruv standartlarini xalqaro talablar asosida mustahkamlash lozim. Mustaqil direktorlar instituti, yillik moliyaviy hisobotlarning ochiqligi, audit tizimining mustaqilligi — bularning barchasi investorlar ishonchini oshiradi. Natijada, kompaniyalar bozor orqali moliyaviy resurslarni oson va arzon jalb eta oladi.

Uchinchidan, mamlakatda qimmatli qog‘ozlar bozorining infratuzilmasini, xususan, elektron savdo tizimlari, onlayn brokerlik xizmatlari va moliyaviy savodxonlik dasturlarini rivojlantirish lozim. Aholi va tadbirkorlar fond bozorida imkoniyatlardan xabardor bo‘lishi, ularda ishtirok etish madaniyati shakllanishi zarur. Bu esa milliy iqtisodiyotda “xalq aksiyadorligi” tamoyillarini mustahkamlaydi.

To‘rtinchidan, davlat qimmatli qog‘ozlar bozorini qo‘llab-quvvatlovchi va tartibga soluvchi rolini kuchaytirishi, lekin bevosita ta’sirni emas, balki stimulyatorlik vazifasini bajarishi zarur. Ya’ni, davlat o‘z mulkidagi yirik aksiyadorlik jamiyatlarini bosqichma-bosqich fond bozoriga olib chiqish orqali bozorga ishonch uyg‘otishi mumkin. Bu tajriba xalqaro amaliyotda muvaffaqiyatli qo‘llanilib kelinmoqda.

Beshinchidan, obligatsiyalar emissiyasini kengaytirish orqali korporativ qarz bozorini shakllantirish zarur. Shu orqali yirik infratuzilma loyihalari va uzoq muddatli

investitsion tashabbuslarni moliyalashtirish imkoni yaratiladi. Korxonalar uchun esa bu, bank kreditlariga qaraganda, arzonroq va qulayroq moliyaviy vosita hisoblanadi.

Umumiy qilib aytganda, aksiyadorlik jamiyatlarini qimmatli qog'ozlar bozori orqali moliyalashtirish O'zbekistonning barqaror iqtisodiy o'sishiga xizmat qiluvchi vosita sifatida e'tirof etilishi lozim. Buning uchun moliyaviy infratuzilmani rivojlantirish, ishonchli investitsion muhit yaratish, korporativ boshqaruvni takomillashtirish va aholining moliyaviy savodxonligini oshirish orqali kompleks islohotlarni davom ettirish muhim. Ushbu yo'nalishdagi izchil yondashuvlar nafaqat aksiyadorlik jamiyatlarining moliyaviy salohiyatini kuchaytiradi, balki mamlakatda innovatsion iqtisodiyotga o'tish jarayonini ham jadallashtiradi.

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. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 13-aprel PF-6207-son “Kapital bozorini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi Farmoni.: <https://lex.uz/ru/docs/-5371091>
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevral PF-4947-son “O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida”gi Farmoni.: <https://lex.uz/docs/-3107036>
4. Naurizbayev A.R. Aksiyadorlik jamiyatlarini moliyalashtirish holati va investitsion faoliyatini baholashning muhimligi // Вестник КГУ им. Бердаха. 2022, №3. – В. 61–63.
5. Frederic S. Mishkin. The Economics of Money, Banking and Financial Markets. 11th ed. Pearson, 2016.
6. Бутиков И.Л. Преимущества и недостатки финансирования акционерного общества путем выпуска ценных бумаг // Управление предприятием. 2012, №10(64), с. 6.
7. Ширяев А.Ю. Инвестиционная деятельность государства на рынке ценных бумаг в Республике Беларусь // Вестник БГУ. Серия 2: Экономика. Коммуникации. Право. 2020, №4, с. 55–60.
8. Алимов Р.А., Султанова Л.Ш. Роль рынка ценных бумаг Узбекистана как механизма, обеспечивающего наращивание внутренних инвестиций // Иқтисод ва молия. 2013, №11, с. 2–10.
9. Khujamurodov A. Fond birjasini rivojlantirishning Xitoy tajribasi // Архив научных исследований, 2020, Т. 35.
10. Гончаров В.С. Факторы, влияющие на формирование механизма финансирования национальной экономики // Научный альманах. 2021, №4-3(76), с. 124–128.
11. <http://www.lex.uz> – O'zbekiston Respublikasi qonunlari bazasi sayti.
12. <https://www.imv.uz> – Iqtisodiyot va moliya vazirligi sayti.
13. <http://www.soliq.uz> – O'zbekiston Respublikasi Davlat soliq qo'mitasi sayti.

14. <http://www.stat.uz> – O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi sayti.
15. <https://xalqchipo.uz> – “Xalqchil IPO” sayti.

XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASIDA HUDUDIIY MARKETINGNING RIVOJLANISH MODELI

Boltayev Jasurbek G'ulomovich

Buxoro davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada xorijiy mamlakatlar tajribasi asosida hududiy marketing konsepsiyasining shakllanishi, amaliy qo'llanilishi va O'zbekiston sharoitida joriy etish imkoniyatlari tahlil qilingan. Tadqiqotda худудий маркетинг (territorial marketing), mintaqaviy brending (regional branding), shahar marketingi (city marketing) kabi atamalar doirasidagi zamonaviy ilmiy manbalar (Scopus, Web of Science) asosida kontent-tahlil va taqqoslov metodlaridan foydalanildi. Natijalarga ko'ra, xorijiy mamlakatlarda hududiy marketing innovatsion rivojlanish, barqarorlik va mahalliy hamjamiyat ishtirokiga asoslangan strategik vosita sifatida namoyon bo'ladi. Maqolada O'zbekiston viloyatlarida hududiy marketingni tizimli yo'lga qo'yish uchun konseptual yondashuv, kadrlar salohiyati va hamkorlik mexanizmlari bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: hududiy marketing, hududiy brend, hudud imiji, mintaqaviy raqobatbardoshlik, shahar marketingi, barqaror rivojlanish, innovatsion strategiya, xorijiy tajriba, mahalliy hamjamiyat, investitsiya jozibadorligi.

Аннотация

В статье проведён анализ концепции территориального маркетинга на основе зарубежного опыта, а также рассмотрены возможности её внедрения в условиях Узбекистана. В исследовании использовались современные научные источники (Scopus, Web of Science), охватывающие такие понятия, как «территориальный маркетинг», «региональный брендинг», «маркетинг городов». Методология включала контент-анализ и сравнительный подход. Результаты показали, что в зарубежных странах территориальный маркетинг рассматривается как стратегический инструмент устойчивого и инновационного развития с участием местных сообществ. В статье представлены предложения по внедрению регионального маркетинга в Узбекистане на основе системного подхода, подготовки кадров и институционального взаимодействия.

Ключевые слова: территориальный маркетинг, региональный бренд, имидж места, региональная конкурентоспособность, маркетинг города, устойчивое развитие, инновационная стратегия, зарубежный опыт, местное сообщество, инвестиционная привлекательность.

Abstract

This article explores the development and application of territorial marketing strategies based on international experience, with a focus on their implementation potential in Uzbekistan. The study employed content analysis and comparative methods using recent scholarly sources (Scopus, Web of Science) related to "territorial marketing", "regional branding", and "city marketing". The results demonstrate that in developed countries, territorial marketing serves as a strategic tool for sustainable development and innovation, with active local community participation. The paper

proposes a conceptual framework and practical recommendations for implementing regional marketing in Uzbekistan through institutional collaboration and capacity-building.

Keywords: territorial marketing, regional brand, place image, regional competitiveness, city marketing, sustainable development, innovation strategy, international experience, local community, investment attractiveness.

KIRISH

So‘nggi yillarda globallashuv jarayonlarining jadallashuvi, hududlar o‘rtasidagi iqtisodiy raqobatning kuchayishi, aholi migratsiyasi, investitsiya oqimlari va turizmni boshqarish ehtiyojining ortib borishi fonida hududiy marketing konsepsiyasi strategik dolzarblikka ega bo‘lmoqda. Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatmoqdaki, mintaqaning samarali brendingi nafaqat uning iqtisodiy salohiyatini oshiradi, balki ijtimoiy, madaniy va ekologik jozibadorligini mustahkamlaydi. Masalan, Helsinki, Syurix, Barselona va Lissabon kabi shaharlarda hududiy marketing yondashuvlari asosida ishlab chiqilgan strategiyalar ushbu hududlarni xalqaro iqtisodiy va innovatsion tarmoqlarga muvaffaqiyatli integratsiyalashga xizmat qilishi aniqlangan.

So‘nggi yillarda chop etilgan ilmiy nashrlarga ko‘ra, Yevropa davlatlarining 50 foizdan ortig‘i hududiy brend strategiyalarini rasmiy rivojlanish dasturlariga integratsiya qilgan va ushbu siyosatni iqtisodiy o‘rnatishning muhim omili sifatida ko‘rmoqda [1]. Shuningdek, *Place Brand Observer* [2] tomonidan o‘tkazilgan global so‘rovda hududiy brend siyosati mavjud bo‘lgan davlatlarda xorijiy investitsiyalar hajmi o‘rtacha 27 foizga oshganligi qayd etilgan.

O‘zbekiston sharoitida esa hududiy marketing hali to‘liq tizimlashmagan. Uning amaliy joriy etilishi alohida strategik hujjat maqomiga ega bo‘lmay, ko‘proq reklama va imij kampaniyalari darajasida cheklanmoqda. Shu bilan birga, viloyatlar va tumanlarning tabiiy, tarixiy va iqtisodiy resurslari, innovatsion infratuzilma imkoniyatlari yetarlicha namoyon etilmaydi. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi ma‘lumotlariga ko‘ra, 2023-yilda ichki turizm oqimi 15,2 foizga o‘sgan bo‘lsa-da, xorijiy investitsiyalarning 68 foizi faqat Toshkent shahri va Farg‘ona vodiysiga to‘g‘ri kelmoqda, chekka hududlar esa bu jarayonda yetarlicha ishtirok etmayapti [3]. Bu esa, hududiy marketingni rivojlantirish zaruratini yanada oshiradi.

Mazkur tadqiqotning asosiy maqsadi — xorijiy mamlakatlar tajribasida sinovdan o‘tgan hududiy marketing modellarini tizimli ravishda tahlil qilish va ularning O‘zbekiston sharoitiga moslashtirilgan shaklini ishlab chiqishdir. Tadqiqot quyidagi vazifalarni qamrab oladi:

- Scopus va Web of Science bazalarida e‘lon qilingan ilg‘or ilmiy nashrlar asosida hududiy marketing konsepsiyalari va nazariy yondashuvlarini chuqur tahlil qilish;
- Hududiy marketingda barqarorlik, innovatsion rivojlanish, jamoatchilik ishtiroki va brend strategiyalarining amaliy o‘rnini aniqlash;
- O‘zbekiston hududlarining mavjud resurslarini tahlil qilish orqali ularga moslashtirilgan takliflar ishlab chiqish;

- Hududiy marketing siyosatini shakllantirishda zarur bo'lgan tashkiliy-institutsional asoslar va kadrlar salohiyatini baholash.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi shundaki, u ilg'or xorijiy tajribalar asosida O'zbekiston hududlari uchun real sharoit va imkoniyatlarga mos keladigan hududiy marketing modelini ishlab chiqishga qaratilgan. Ushbu yondashuv orqali mamlakat hududlarini o'z noyob resurslari va brend xususiyatlari asosida global bozorga integratsiya qilish, ichki va tashqi sarmoyalarni samarali jalb etish, shuningdek, ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikka erishish imkoniyati yaratiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Hududiy marketing — iqtisodiy geografiya, marketing, shaharsozlik, jamoatchilik boshqaruvi va brend strategiyalari kesishgan nuqtada joylashgan, zamonaviy fanlararo tadqiqot yo'nalishidir. So'nggi yillarda ushbu sohaga oid ilmiy adabiyotlar soni jadal o'sib bormoqda, ayniqsa xalqaro reyting tizimlarida indekslangan (Scopus, Web of Science) nashrlarda bu mavzuga bo'lgan qiziqish ortib bormoqda.

Tahlil shuni ko'rsatadiki, hududiy marketing nazariyasi birinchi navbatda joy (territory)ni faqat iqtisodiy resurslar majmuasi sifatida emas, balki kompleks ijtimoiy, madaniy va brend tizimi sifatida qaraydi. Simon Anholt tomonidan ilgari surilgan "Nation Branding" va "Competitive Identity" konsepsiyalari hududlar uchun brend yaratish siyosatining asosiy nazariy asoslaridan biri hisoblanadi [4]. Unga ko'ra, mintaqaning raqobatbardoshligi ko'p jihatdan u haqda shakllanayotgan ijtimoiy idrok va xalqaro imijga bog'liq.

MDPI (2021, 2023) nashrlarida joy brendi va hududiy marketing mavzulari chuqur yoritilgan bo'lib, hududlar o'rtasidagi raqobatda jamoaviy imij, ijtimoiy kapital va barqarorlik omillarining o'zni alohida ta'kidlanadi. Tadqiqotlarda ko'rsatilishicha, joy-branding strategiyalari ayniqsa kichik shaharlarda (Helsinki, Turku, Salzburg kabi) mahalliy resurslarga asoslangan hamkorlik modelini ishlab chiqishga imkon beradi [5], [6].

CEEOL platformasida chop etilgan maqolalarda hududiy marketingning shahar siyosatiga integratsiyasi, investorlarni jalb qilish, innovatsion loyihalarni muvofiqlashtirish, jamoaviy rejalashtirish va atrof-muhit barqarorligi bilan bog'liq masalalar keng yoritilgan. Masalan, Helsinki shahri strategiyasida qisqa muddatli reklama aksiyalaridan ko'ra, uzoq muddatli innovatsion pozitsiyalash siyosati ustuvor deb topilgan.

ResearchGate portalidagi maqolalarda esa, ayniqsa Rossiya, Polsha, Germaniya va Braziliya tajribasi asosida hududiy marketing terminologiyasining turlicha talqin qilinishi, bir xil strategiya va metrikalarning mavjud emasligi tanqidiy tahlil qilinadi [7]. Bu holat ushbu sohaga oid ilmiy izlanishlarda aniqlik va tizimlilik talab qilinishini ko'rsatadi.

Bundan tashqari, *Place Brand Observer* tomonidan chop etilgan yillik tahlillarda dunyo miqyosida muvaffaqiyatli joy brendlari (Amsterdam, Melbourne, Seoul, Vancouver) asosida tayyorlangan benchmarking tahlillari mavjud bo'lib, bu tahlillar

ilmiy hamjamiyat va siyosat yurituvchilarga nazariy va amaliy yoʻnalish berib kelmoqda [8].

Oʻzbekistonda bu boradagi ilmiy bazaning rivojlanishi nisbatan sekin kechmoqda. Ibragimov Nutfillo hududiy brend va shahar/turizm marketingini boshqarishning amaliy mexanizmlariga bagʻishlangan ishida “Destination management” tushunchasini joylashtiradi va turizm sohasida marketing strategiyalarini mahalliy boshqaruv, infratuzilma va brend asoslari bilan integratsiyalash muhimligini taʼkidlaydi [9].

Shunday qilib, adabiyotlarni tahlil qilish natijasida aniqlanishicha:

- Hududiy marketing boʻyicha kuchli ilmiy maktablar Yevropa Ittifoqi (Germaniya, Polsha, Finlyandiya), Janubiy Koreya, Kanada va Avstraliya davlatlarida shakllangan;

- Nazariy asoslar koʻp jihatdan Simon Anholt, Kavaratzis va Zenker kabi tadqiqotchilar ishlanmalariga tayanadi;

- Metodik yondashuvlar orasida SWOT tahlil, stakeholder mapping, participatory planning, brand identity prism kabi vositalar keng qoʻllaniladi;

- Raqamli transformatsiya, ekologik barqarorlik, madaniy meros va ijtimoiy inklyuzivlik mavzulari soʻnggi yillarda asosiy ustuvor yoʻnalishlarga aylangan.

Mazkur tahlil, shu bilan birga, Oʻzbekiston sharoitida qaysi xorijiy model va tamoyillarni moslashtirish mumkinligini aniqlashda muhim ilmiy asos boʻlib xizmat qiladi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqot xorijiy mamlakatlar tajribasida hududiy marketingning rivojlanish modellarini tahlil qilish va ularni Oʻzbekiston sharoitida tatbiq etish imkoniyatlarini aniqlashga yoʻnaltirilgan. Tadqiqot induktiv yoʻnalishga asoslanadi, yaʼni amaliy tajriba va mavjud empirik maʼlumotlar asosida umumiy nazariy xulosalar chiqariladi.

Tadqiqot dizayni sifatida sifatli (qualitative) metodologiya tanlandi. Bu yondashuv xorijiy ilmiy maqolalarning kontentini chuqur tahlil qilish, shuningdek, hududiy marketing sohasida ilgʻor tajribalarni oʻrganish imkonini beradi. Tanlangan yondashuv hududiy marketingning murakkab, koʻp qirrali xususiyatlarini tahlil qilishda maqbul hisoblanadi.

Tadqiqotda foydalanilgan maʼlumotlar manbalari quyidagicha tasniflanadi:

- Ikkilamchi maʼlumotlar: Scopus, Web of Science, MDPI, CEEOL, ResearchGate kabi ilmiy bazalardagi maqolalar, tahliliy hisobotlar, rasmiy statistika va xalqaro tajribalarni oʻz ichiga oladi. Jumladan, Anholt, Kavaratzis va Ashworth, Florek, Oliveira, Hudema, Neuts kabi mualliflarning ishlari asos qilib olindi.

- Metasintez metodi: hududiy marketing boʻyicha tanlab olingan 10 dan ortiq xalqaro maqola va ilmiy tadqiqotlar ichki mazmuni va asosiy kontseptual yondashuvlar nuqtayi nazaridan chuqur oʻrganildi.

- Tadqiqot strategiyasi sifatida keys-stadi usuli qoʻllanildi. Jumladan, Helsinki (Finlyandiya), Syurix (Shveytsariya), Douro vodiysi (Portugaliya), Queensland (Avstraliya) kabi mintaqalarning hududiy marketing strategiyalari individual tarzda

tahlil qilindi. Ushbu uslub har bir hududiy modelning ijtimoiy, madaniy, iqtisodiy va siyosiy kontekstlarini hisobga olishga yordam beradi.

Tadqiqotda qoʻllanilgan asosiy metodlar quyidagilardan iborat:

- Tizimli tahlil – hududiy marketingni tarkibiy jihatdan komponentlarga ajratish va ularning oʻzaro aloqadorligini aniqlash uchun;
- Kontekstual taqqoslash – turli mamlakatlar modellarining oʻzaro farq va oʻxshashliklarini aniqlash uchun;
- Kritik tahlil – mavjud nazariy yondashuvlar va real amaliyotdagi tafovutlarni koʻrsatish maqsadida.
- Tanlov jarayoni aniq mezonlarga asoslanib amalga oshirildi: 1) hududiy marketing siyosatining mavjudligi; 2) davlat va shahar miqyosida brendlashtirishga oid strategik hujjatlarning qabul qilinganligi; 3) ilmiy jurnallarda yetarlicha nashr etilgan boʻlishi. Ushbu mezonlar asosida Gʻarbiy Yevropa, Skandinaviya, Shimoliy Amerika va Avstraliya mintaqalari tanlab olindi.

Tadqiqotning ishonchliligi xalqaro tan olingan manbalardan foydalanish orqali taʼminlandi, aniqlilik esa turli mintaqaviy kontekstlarda metodik yondashuvlarning qayta-qayta kuzatilganligi bilan mustahkamlandi. Har bir keys boʻyicha toʻplangan dalillar manba bilan tasdiqlangan.

Tadqiqot etikasiga qatʼiy amal qilindi: barcha ilmiy manbalar toʻliq havola keltirilgan holda koʻrsatildi; plagiatga yoʻl qoʻyilmadi; birlamchi manbalar izchil tahlil qilindi.

Yakuniy maqsad – xorijiy modellarni konseptual jihatdan umumlashtirib, Oʻzbekistonning mintaqaviy rivojlanish siyosatiga integratsiyalash mumkin boʻlgan mexanizmlarni asoslashdan iborat.

TAHLIL VA NATIJALAR

Xalqaro tajriba shuni koʻrsatmoqdaki, hududiy marketing – bu yagona yondashuv emas, balki hududlarning iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy xususiyatlariga qarab farqlanuvchi koʻp qirrali strategiyalar tizimidir. Xalqaro adabiyotlar tahlili asosida hududiy marketingning quyidagi toʻrt asosiy modeli ajratib koʻrsatildi:

1. Brendga yoʻnaltirilgan model.

Mazkur yondashuvda asosiy eʼtibor hududning noyob identiteti va emotsional jozibasini shakllantirishga qaratiladi. Brend bu yerda faqat tashqi koʻrinish emas, balki hududning ijtimoiy, madaniy va iqtisodiy qadriyatlarini ifodalovchi strategik vosita sifatida talqin etiladi. Brendga yoʻnaltirilgan model hudud imiji, jamoaviy qadriyatlar va mintaqaviy xotiralarni uygʻun holda aks ettirib, ichki va tashqi auditoriyada ijobiy assotsiatsiyalarni shakllantirishga xizmat qiladi. Ushbu konsepsiya global miqyosda keng tarqalgan “joy brendingi” nazariyasiga asoslanadi. Jumladan, S. Anholt hudud brendini “ijtimoiy voqelikda marketing vositalari orqali boshqariladigan identitet va imijlar majmui” sifatida taʼriflaydi [7]. Uning fikricha, hudud brendi nafaqat investitsiyalar va turizmni jalb qilish, balki fuqarolarda faxr tuygʻusini shakllantirish va ijtimoiy birdamlikni kuchaytirishga ham xizmat qilishi kerak.

Helsinki shahri hududiy marketing modelining muvaffaqiyatli namunalaridan biri sifatida e'tirof etiladi. 2016–2020 yillarga mo'ljallangan strategik rivojlanish dasturlarida shahar brendini shakllantirish ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida belgilangan. Ushbu strategiya doirasida Helsinki o'zini innovatsion, ekologik barqaror va inklyuziv ijtimoiy muhitga ega bo'lgan zamonaviy shahar sifatida pozitsiyalashga intilgan. Shahar brendi faqat qisqa muddatli turizm oqimini jalb qilishga emas, balki uzoq muddatli xalqaro ilmiy, iqtisodiy hamkorlik, yuqori malakali mutaxassislarni jalb etish va barqaror rivojlanishni ta'minlashga yo'naltirilgan [12].

2. Innovatsiyaga asoslangan hududiy marketing modeli.

Mazkur yondashuv hududiy marketingni innovatsion infratuzilma, texnoparklar, bilimga asoslangan iqtisodiyot va tadqiqot-innovatsiya faoliyatlari bilan uzviy bog'laydi. Bu model ko'proq yuqori rivojlangan davlatlar, xususan Shveysariya kabi mamlakatlarda qo'llaniladi.

Syurix shahri ushbu modelning muvaffaqiyatli namunasi bo'lib, bu yerda hududiy marketing strategiyasi Syurix magistrati tomonidan ishlab chiqilgan kompleks reja asosida amalga oshiriladi. Rejada hududning texnologik, ilmiy va moliyaviy salohiyatini xalqaro investorlar e'tiboriga jozibador ko'rinishda taqdim etish ko'zda tutilgan [Herbočková, 2020].

Modelning asosiy xususiyati — manfaaddor tomonlarning (mahalliy aholi, biznes subyektlari, universitetlar va xorijiy investorlar) ehtiyojlari va kutgan natijalari asosida kompleks rivojlanishni ta'minlashdir. Marketing siyosati faqat tashqi imij va targ'ibot faoliyati bilan cheklanmay, balki ichki boshqaruv tizimi, ijtimoiy infratuzilma, ta'lim sifati va shahar boshqaruvida ochiqlik kabi omillarni ham qamrab oladi. Natijada, hudud nafaqat iqtisodiy, balki ilmiy va ijtimoiy barqarorlik nuqtai nazaridan ham jozibador bo'lib shakllanadi.

3. Barqarorlikka yo'naltirilgan model.

Ushbu modelda hududiy marketing ekologik va ijtimoiy barqarorlik mezonlariga tayangan holda shakllanadi. Ayniqsa, chekka va qishloq hududlar uchun mos bo'lgan bu model resurslar tanqisligi, demografik pasayish va investitsiyalarning markazlashuvi kabi tizimli muammolarga qarshi kurashishda samarali vosita sifatida e'tirof etiladi.

Mazkur yondashuvning asosiy maqsadi — marketing instrumentlari orqali mahalliy salohiyatni aniqlash, infratuzilmani rivojlantirish va aholi oqimini muvozanatlashtirish orqali hududlarning uzoq muddatli barqarorligini ta'minlashdan iborat.

Portugaliya tajribasi ushbu modelning amaliyotdagi samaradorligini yaqqol ko'rsatadi. Dinis o'z tadqiqotida chegaradosh va kam rivojlangan qishloq hududlarini "bozor obyekti" sifatida ko'rib, ularning raqobatbardoshligini oshirishda mahalliy resurslar, xususan, agrar va turistik imkoniyatlarni strategik boshqarish zarurligini asoslab beradi [14].

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, marketing vositalaridan foydalanish orqali mahalliy jamiyatlarda yashash sifati yaxshilanadi, agrar sektor innovatsiyalashadi va

ekologik turizmga asoslangan yangi iqtisodiy imkoniyatlar shakllanadi. Bu esa hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy barqarorligini mustahkamlashga xizmat qiladi.

4. Mahalliy hamjamiyatga asoslangan model.

Mazkur modelning markazida mahalliy aholi ishtiroki, jamoaviy birdamlik va “ijtimoiy kapital” tushunchasi yotadi. Ushbu yondashuvga ko‘ra, hududiy brendlar faqat yuqoridan pastga qarab belgilab qo‘yilmaydi, balki quyi darajadagi faollar, mahalliy hunarmandlar, kichik biznes egalari va madaniyat sohasidagi yetakchilar ishtirokida shakllantiriladi.

Lopez Oliveira boshchiligidagi olib borilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, hududiy brend konsepsiyasini ishlab chiqishda mahalliy resurslardan, xususan, hunarmandchilik, xalq san’ati va madaniy meros elementlaridan foydalanish mintaqaning raqobatbardoshligini oshiradi, shuningdek, aholining o‘z hududiga nisbatan identifikatsiyasini va ijtimoiy birligiga bo‘lgan tuyg‘usini kuchaytiradi [5].

1-jadval.

Xorijiy mamlakatlar tajribasida hududiy marketing modellarining tahlili va O‘zbekistonga mosligi¹

Model nomi	Namuna davlati	Asosiy yo‘nalishlar	Amalga oshirish vositalari	O‘zbekistonga moslik darajasi
Brendga yo‘naltirilgan model	Finlyandiya	Shahar brendi, global identifikatsiya	Ijtimoiy marketing, vizual dizayn, madaniy targ‘ibot	Yuqori
Innovatsion rivojlanishga asoslangan model	Shveysariya	Texnoparklar, bilim klasterlari	Ilmiy tadqiqot muassasalari, universitetlar, davlat-xususiy sheriklik	O‘rta
Barqarorlikka asoslangan model	Portugaliya	Ekologik hududlar, chekka joylarni faollashtirish	Agroturizm, mahalliy resurslarni boshqarish, yashil iqtisodiy tashabbuslar	Yuqori
Mahalliy hamjamiyatga asoslangan model	Braziliya, Ispaniya	Jamoaviy ishtirok, ijtimoiy identitet	Hunarmandchilik, festival va madaniy tadbirlar orqali mahalliy faollik	Yuqori

Hududiy marketingning xorijiy modellar asosida tahlili O‘zbekiston uchun to‘rtta asosiy yo‘nalishni ajratishga imkon berdi: strategik boshqaruv, mahalliy o‘ziga xoslik, institutsional asos va barqaror rivojlanish.

1. Strategik boshqaruv yondashuvi – hududiy marketing nafaqat reklama, balki siyosiy va iqtisodiy islohotlar, ya’ni “real harakatlar” orqali amalga oshiriladi. U davlat siyosatining tarkibiy qismiga aylanishi kerak. O‘zbekistonda sanoat zonalari va turizm klasterlarini marketing strategiyalari bilan uyg‘un boshqarish zarur.

2. Mahalliy o‘ziga xoslik va ijtimoiy resurslar – brend asosidir. Hududning geografik, madaniy, tarixiy va sanoat salohiyati aniqlanib, brend konsepsiyasiga

¹ Muallif ishlanmasi

kiritilishi lozim. *Champagne* yoki *Mendoza* tajribalari singari, brend nafaqat iqtisodiy, balki madaniy va turistik maqsadlarga xizmat qilishi kerak. Har bir O'zbekiston viloyati o'ziga xos brend strategiyasiga ega bo'lishi zarur.

3. Institutsional asos va kadrlar tayyorlash – marketing strategiyasining barqaror rivojlanishiga asos bo'ladi. Rossiya tajribasi shuni ko'rsatadiki, yagona metodologiya va kadrlar yetishmovchiligi amaliy rivojlanishni cheklaydi. O'zbekistonda sohani rivojlantirish uchun maxsus markazlar va ta'lim dasturlarini yaratish zarur.

4. Barqarorlik va innovatsiyalar – zamonaviy hududiy marketingning ajralmas qismi. Helsinki va Syurixda marketing strategiyalari texnoparklar, ekologik infratuzilma va uzoq muddatli investitsiyalar bilan bog'langan. O'zbekistonda ham innovatsion zonalar va ekologik resurslardan samarali foydalanish muhim.

Xulosa qilib aytganda, hududiy marketingni rivojlantirish uchun quyidagi chora-tadbirlar zarur:

- Har bir viloyat uchun individual brend strategiyalarini ishlab chiqish;
- Milliy rivojlanish dasturlariga integratsiyalash;
- Raqamli marketing texnologiyalarini joriy qilish;
- Hududiy marketing indikatorlarini ishlab chiqish;
- Mutaxassislar tayyorlash va metodik bazani mustahkamlash.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu tadqiqotda xorijiy mamlakatlar tajribasi asosida hududiy marketingning to'rtta asosiy modeli tahlil qilindi va ularning O'zbekiston sharoitiga mosligi baholandi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, hududiy marketing yondashuvi faqat reklama va PR bilan cheklanmasligi, balki strategik boshqaruv, mahalliy identitet, institutsional baza va barqaror rivojlanishga asoslanishi zarur.

Tahlil va natijalardan quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. Har bir viloyat uchun individual brend konsepsiyasini ishlab chiqish.
2. Hududiy marketingni milliy rivojlanish dasturlariga integratsiyalash.
3. Kadrlar tayyorlash va metodik bazani shakllantirish.
4. Raqamli va barqaror marketing texnologiyalarini tatbiq etish.

Kelgusida hududiy marketing samaradorligini o'lchovchi indikatorlar tizimini ishlab chiqish va ularning statistik monitoringini yo'lga qo'yish maqsadga muvofiqdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Zenker, S., Braun, E. Strategic Place Branding in Europe: Measuring National and Regional Adoption Levels. Sustainability, MDPI, 2023, Vol. 15, No. 4, Article 2153. DOI: 10.3390/su15042153

2. Place Brand Observer. Place Branding 2022: Priorities and Trends to Watch [Elektron resurs] / Editorial Team. – URL: <https://placebrandobserver.com/place-branding-2022-priorities-trends/>

3. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. 2023-yilda O'zbekistonda ichki turizm va xorijiy investitsiyalar holati to'g'risidagi statistik axborot. – Toshkent: Davlat statistika qo'mitasi, 2024. – 12 b. – URL: <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/turizm>

4. Anholt, S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. London: Palgrave Macmillan, 2007. – 195 b.
5. Oliveira, L. Territorial Marketing and the Role of Social Capital in Rural Branding: The Portuguese Case. Sustainability, MDPI, 2020, Vol. 12, No. 14, pp. 5602–5615.
6. Florek, M. Rethinking Place Marketing: Towards a Strategic Approach. Journal of Town and City Management, 2011, Vol. 2, No. 4, pp. 365–378.
7. Almeida, A., Vasconcelos, M. Governance and Local Development through Place Branding: European Experiences. European Planning Studies, 2022, Vol. 30, Issue 7, pp. 1301–1320.
8. Place Brand Observer. Place Branding 2022: Priorities and Trends to Watch [Elektron resurs] / Editorial Team.
9. Ibragimov, N.S. Destination Management: davlat miqyosida turizmni boshqarish san’ati. Toshkent: “Turon Zamin Ziyo”, 2014. – 256 b.
10. Kavaratzis, M., Warnaby, G., Ashworth, G.J. Place Branding: Place Marketing 1976–2016 — A Multidisciplinary Literature Review // Marketing Theory. – 2017. – Vol. 17, No. 4. – P. 1–20. – DOI: 10.1177/1470593116685920
11. Podoprigora, O.V., Nazvanova, L.A. Territorial Marketing: Problems of Implementation in the Russian Regions. Journal of Economics and Economic Education Research, 2015, Vol. 16, No. 3, pp. 256–263.
12. Herbočková, L. City Marketing as a Significant Tool to Enhance the Regional Development: The Case Study of Helsinki // Marketing Identity. – 2021. – Vol. 9, No. 1. – P. 215–228.
13. Herbočková, L. Teritoriální marketing jako faktor regionálního rozvoje na příkladu města Curych // XXIII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách: Sborník příspěvků. – Masarykova univerzita nakladatelství. – P. 274–280.
14. Dinis, A. Marketing and Innovation: Useful Tools for Competitiveness in Rural and Peripheral Areas. European Planning Studies, 2006, Vol. 14, No. 1, pp. 9–22. DOI: 10.1080/09654310500339083

OLIIY TA'LIM MUASSASALARIDA KADRLARNI TANLASH VA SARALASH MEKANIZMLARINING SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISH VA UNING TA'LIM SIFATIGA TA'SIRI

Ibragimova Sevara Kabildjanovna

Oriental universiteti mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya

Mazkur ilmiy maqolada oliy ta'lim muassasalarida kadrlarni tanlash va saralash mexanizmlarining samaradorligi va uning ta'lim sifatiga ta'siri huquqiy asoslari tahlil qilinadi. Oliy ta'lim tizimida kadrlar salohiyati va malakali mutaxassislar tayyorlash muhim ahamiyatga ega. Shu nuqtai nazardan, kadrlarni tanlash jarayoni va uni nazorat qilish tizimining huquqiy asoslari tizim samaradorligini oshirishda qanday muhim o'rin tutishini o'rganish muhimdir. Maqolada kadrlar tanlovi va saralashdagi huquqiy me'yorlar, tegishli normativ-huquqiy hujjatlar, universitetlarning ichki nizomlari, me'yoriy hujjatlar hamda jahon tajribalariga asoslanib amalga oshirilgan tahlillar keltiriladi. Tanlov mexanizmlarining samarali ishlashi, shaffoflik, adolatli mezonlar va elektron tizimlarning joriy etilishi ta'lim sifatiga qanday ta'sir qilishi haqida chuqur tahlillar mavjud. Maqola yakunida oliy ta'lim muassasalarida kadrlarni tanlash va saralash mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Kalit so'zlar: oliy ta'lim, kadrlarni tanlash, saralash mexanizmlari, huquqiy asoslar, normativ-huquqiy hujjatlar, ta'lim sifatini ta'minlash, shaffoflik, elektron tizimlar, xalqaro tajriba, malakali mutaxassislar.

Аннотация

В данной научной статье анализируются эффективность механизмов отбора и оценки кадров в высших учебных заведениях, а также их правовые основы и влияние на качество образования. В системе высшего образования подготовка высококвалифицированных специалистов играет ключевую роль. В связи с этим важно изучить, как правовые основы процесса отбора кадров, контроль над ним, а также их нормативно-правовая база влияют на эффективность этого процесса. В статье представлены результаты исследования правовых норм, регулирующих процесс набора кадров в высших учебных заведениях, анализируются соответствующие нормативно-правовые документы, внутренние правила университетов, а также мировой опыт. Рассматривается, как эффективная работа системы отбора, прозрачность, справедливые критерии и внедрение электронных технологий влияют на качество образования. В заключение предлагаются практические рекомендации по совершенствованию механизмов отбора и оценки кадров в системе высшего образования.

Ключевые слова: высшее образование, отбор кадров, механизмы оценки, правовые основы, нормативно-правовые акты, качество образования, прозрачность, электронные системы, международный опыт, высококвалифицированные специалисты.

Abstract

This scientific article analyzes the effectiveness of personnel selection and evaluation mechanisms in higher education institutions, as well as their legal

foundations and impact on the quality of education. In higher education, the preparation of highly qualified specialists plays a crucial role. Therefore, it is essential to examine how the legal foundations of the personnel selection process, control mechanisms, and their regulatory framework influence the effectiveness of this process. The article presents the results of research on the legal norms governing the recruitment process in higher education institutions, analyzes relevant regulatory documents, internal regulations of universities, and international experience. It discusses how the effective operation of the selection system, transparency, fair criteria, and the introduction of electronic technologies impact the quality of education. The article concludes with practical recommendations for improving personnel selection and evaluation mechanisms in the higher education system.

Keywords: higher education, personnel selection, evaluation mechanisms, legal foundations, regulatory documents, education quality, transparency, electronic systems, international experience, highly qualified specialists.

KIRISH

Oliy ta'lim muassasalari har qanday mamlakatning intellektual salohiyatini shakllantiruvchi eng muhim ijtimoiy institutlardan biridir. Ushbu tizim orqali yuqori malakali mutaxassislar, ilm-fan arboblari, menejerlar va boshqa soha vakillari yetishtirib chiqariladi. Ta'lim sifatining o'sishi bevosita mazkur tizimda faoliyat yuritayotgan pedagog va boshqaruv kadrlarining malakasi, kasbiy tayyorgarligi, tashabbuskorligi va mas'uliyatiga bog'liqdir. Shuning uchun ham oliy ta'lim muassasalarida kadrlarni tanlash va saralash tizimi strategik jihatdan hal qiluvchi o'ringa ega bo'lib, u ta'lim sifati, ilmiy faoliyat va innovatsion salohiyatni bevosita belgilab beradi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Bugungi kunda kadrlar bilan ishlash siyosati har bir oliy ta'lim muassasasining rivojlanish strategiyasida markaziy o'rin tutadi. Tanlov va saralash jarayonlarining adolatli, shaffof va samarali bo'lishi uchun ularni belgilovchi huquqiy asoslar, normativ-huquqiy hujjatlar va me'yorlar takomillashib bormoqda. Prezident qaror va farmonlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari, Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligining buyruqlari asosida oliy ta'lim muassasalarida pedagogik va boshqaruv kadrlarni tanlash bo'yicha aniq mezonlar ishlab chiqilgan [1]. Biroq amaliyotda ushbu me'yorlarning barcha oliy ta'lim muassasalarida bir xilda qo'llanilmasligi, ayrim hollarda subyektiv yondashuvlar mavjudligi, tanlov jarayonlarida shaffoflik yetarlicha ta'minlanmasligi muammolarni yuzaga keltirmoqda. Shuningdek, xalqaro tajribalar bilan solishtirilganda, elektron tizimlar va kompetensiyaviy yondashuvlar hali yetarli darajada tatbiq etilmagan. Shu nuqtai nazardan, mazkur maqolada oliy ta'lim muassasalarida kadrlarni tanlash va saralash tizimining amaldagi holatini tahlil qilish, ularning huquqiy asoslarini chuqur o'rganish, xalqaro standartlar bilan qiyosiy tahlil qilish va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish asosiy maqsad qilib olinadi. Ayniqsa, elektron baholash tizimlari, ochiq tanlovlar, mustaqil ekspertiza tizimlari orqali tanlov jarayonini takomillashtirish masalalari bugungi kunda dolzarb hisoblanadi. Ushbu

maqola orqali kadrlar siyosatining huquqiy, tashkiliy va metodologik jihatlari tahlil qilinib, ta'lim sifatini oshirishga xizmat qiluvchi mexanizmlarni ishlab chiqish ko'zda tutilgan [2].

Oliy ta'lim tizimida kadrlarni tanlash va saralash mexanizmlarining rivojlanishi ta'lim sifatini oshirishda katta rol o'ynaydi. Oliy ta'lim muassasalarida kadrlarni tanlash jarayoni faqatgina malakali mutaxassislarni ishga jalb qilish emas, balki ta'limning samaradorligini oshirishga yordam beradigan tajribali va ijodkor kadrlarni tanlashni ham nazarda tutadi. Oliy ta'limda kadrlar tanlovi tizimi bir qator omillarga asoslanadi, jumladan, ilmiy salohiyat, pedagogik malaka va zamonaviy texnologiyalarga asoslangan yondashuvlar. Kadrlarni tanlash jarayonida nafaqat malaka, balki shaxsiy fazilatlar va ilmiy salohiyat ham hisobga olinishi kerak. Shu bilan birga, kadrlarni tanlash jarayonining samaradorligini oshirish uchun ilg'or texnologiyalardan foydalanish ham zarur. Oliy ta'lim muassasalarida kadrlarni tanlash va saralash tizimining huquqiy asoslari ta'lim sifatini ta'minlashda muhim o'rin tutadi [2].

Me'yoriy-huquqiy hujjatlar, universitetlarning ichki nizomlari, davlat qonunlari kadrlar tanlovi jarayonining adolatli, shaffof va samarali bo'lishini ta'minlashda katta rol o'ynaydi. Bunday hujjatlar orqali kadrlarni tanlashda mavjud bo'lgan mezonlar va talablar aniq belgilab qo'yiladi. Kadrlarni tanlashda huquqiy asoslarning ahamiyati shundaki, ular jarayonning barcha bosqichlarida adolatni ta'minlaydi va tanlovning xolis bo'lishini kafolatlaydi. Shuningdek, me'yoriy hujjatlar oliy ta'lim muassasalarining kadrlar tanlovi tizimini tartibga soladi va uni to'g'ri boshqarishga yordam beradi.

Kadrlarni tanlash va saralash jarayonida shaffoflik tamoyili muhim o'rin tutadi. Oliy ta'lim muassasalarida tanlov jarayonining ochiqligi va adolatliliigi ta'lim sifatini yaxshilashga yordam beradi. Axborot texnologiyalarining qo'llanilishi shaffoflikni ta'minlashda muhim vosita sifatida ishlatiladi. Elektron tizimlar yordamida tanlov jarayonining barcha bosqichlari doimiy ravishda kuzatilishi mumkin. Bu esa, o'z navbatida, nomzodlarning malakasini obyektiv baholash imkonini yaratadi. Bundan tashqari, elektron tizimlar yordamida kadrlarni tanlashda ishtirok etayotgan har bir kishi uchun tushunarli va adolatli mezonlar belgilanadi. Shu tariqa, shaffoflik va axborot texnologiyalari kadrlarni tanlash jarayonining samaradorligini oshirishga yordam beradi.

Kompetensiyaviy yondashuv kadrlarni tanlash va saralashda zamonaviy va samarali usullardan biridir. Bu yondashuvda kadrlar faqatgina bilim, ko'nikma va malakalariga qarab tanlanadi. Kompetensiyaviy yondashuvni qo'llash ta'lim muassasalarida yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlashni ta'minlashga yordam beradi. Bu yondashuvni amalga oshirish orqali kadrlar tanlovi jarayonining samaradorligini oshirish mumkin, chunki u kadrlarning bilim darajasi, ish tajribasi va boshqa ko'nikmalarini tahlil qilishga imkon beradi. Shu bilan birga, kompetensiyaviy yondashuv oliy ta'limda o'quv jarayonini samarali tashkil etishda muhim ahamiyatga ega. Oliy ta'lim muassasalarida kompetensiyaviy yondashuvni keng qo'llash ta'lim sifatini oshirishga, innovatsion fikrlashni rivojlantirishga yordam beradi. Oliy ta'lim

muassasalarida kadrlarni tanlash va saralash mexanizmlarini takomillashtirishda xalqaro tajriba muhim ahamiyatga ega. Xalqaro ta'lim tizimlarida kadrlarni tanlash va saralash jarayonlari ko'plab ilg'or texnologiyalar va metodlar asosida amalga oshiriladi. Bunday yondashuvlar kadrlarni tanlashning samaradorligini oshiradi va ta'lim sifatiga bevosita ta'sir qiladi. Misol uchun, dunyo bo'ylab ko'plab universitetlar kadrlarni tanlash jarayonida psixometrik testlar, onlayn intervyular va malaka baholash tizimlaridan foydalanadilar. O'zbekistonning oliy ta'lim tizimida ham ushbu innovatsion yondashuvlarni qo'llash ta'limni global darajada raqobatbardosh qilishga yordam beradi. Xalqaro tajriba va ilg'or texnologiyalarni qo'llash orqali kadrlar tanlash tizimining samaradorligini oshirish mumkin [3].

Elektron baholash tizimlari kadrlarni tanlash jarayonida samarali qo'llanilishi mumkin. Bunday tizimlar nomzodlarning bilimlarini, malakalarini va psixologik fazilatlarini aniq va tezkor tarzda baholash imkonini beradi. Elektron tizimlarning afzalligi shundaki, ular barcha jarayonni avtomatlashtiradi va tanlovni shaffof qiladi. Bu esa nomzodlar uchun adolatli baholashni ta'minlaydi va universitetlar uchun kadrlarni tanlash jarayonini yanada samarali qiladi. Elektron tizimlar yordamida kadrlarni tanlashda ishlatiladigan mezonlar aniq belgilangan va barcha nomzodlar uchun tushunarli bo'ladi. Shuningdek, bu tizimlarning qo'llanilishi universitetlar o'rtasidagi o'xshashliklarni ham aniqlash imkonini beradi. Kadrlarni tanlash va saralash mexanizmlarining samaradorligi ta'lim sifatiga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir qiladi. Ta'limdagi sifatli o'zgarishlar va yuksalishlar, o'quv jarayonining samarali tashkil etilishi, yuqori malakali pedagogik xodimlarning mavjudligi ta'lim sifatini oshirishga yordam beradi. Ta'lim sifatini ta'minlashda kadrlar tanlovining roli muhimdir, chunki faqatgina malakali va tajribali kadrlar ta'limda yuqori sifatni ta'minlaydilar [4].

Kadrlarni tanlash va saralash jarayonining samarali ishlashi ta'lim muassasasining ilmiy faoliyatini rivojlantiradi, talabalar va professor-o'qituvchilar o'rtasidagi muloqotni mustahkamlaydi. Shuningdek, kadrlarni tanlashda xalqaro standartlar va yangi metodlarni qo'llash ta'lim sifatini oshirishda katta yordam beradi. Oliy ta'lim muassasalarida kadrlarni tanlash va saralash tizimini takomillashtirish bo'yicha bir qator tavsiyalar mavjud. Birinchidan, tanlov jarayonida shaffoflikni ta'minlash uchun elektron tizimlar va axborot texnologiyalaridan keng foydalanish zarur. Ikkinchidan, kompetensiyaviy yondashuvlarni kengroq joriy etish, kadrlarning malakasini va tajribasini baholashda yangi metodlarni qo'llash kerak. Uchinchidan, huquqiy asoslarni yanada mustahkamlash va tanlov mezonlarini aniqlashtirish, universitetlarning ichki nizomlarini takomillashtirish zarur. Shu yo'l bilan, kadrlarni tanlash va saralash tizimining samaradorligini oshirish mumkin bo'ladi. Bularning barchasi ta'lim sifatini yaxshilash va oliy ta'lim tizimining global raqobatbardoshligini kuchaytirishga xizmat qiladi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda oliy ta'lim muassasalarida kadrlarni tanlash va saralash mexanizmlarining samaradorligini tahlil qilish uchun kompleks yondashuv qo'llanildi. Ilmiy tadqiqotda normativ-huquqiy hujjatlar tahlili, solishtirma tahlil, empirik

kuzatuvlar, statistik ma'lumotlarni tahlil qilish va kontent-analiz metodlari asos qilib olindi. O'zbekiston Respublikasining ta'lim sohasiga oid qonun hujjatlari, Prezident farmon va qarorlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari va Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi tomonidan tasdiqlangan me'yoriy hujjatlar tahlil qilindi [5].

Shuningdek, turli oliy ta'lim muassasalarida joriy etilgan kadrlarni tanlash tartiblari, tanlovda ishtirok etishning ochiqqligi, tanlov mezonlari, baholash tizimlari o'rganildi. Jahon tajribasini o'rganish maqsadida AQSh, Buyuk Britaniya, Singapur, Janubiy Koreya kabi mamlakatlardagi universitetlarda amal qilayotgan kadrlar tanlov tizimi bilan O'zbekiston tajribasi qiyosiy tahlil qilindi. Tadqiqotda 2020–2024-yillar mobaynida oliy ta'lim muassasalarida o'tkazilgan ochiq tanlovlar bo'yicha statistik ma'lumotlar asosida baholashlar amalga oshirildi [6].

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot natijalariga ko'ra, O'zbekiston oliy ta'lim muassasalarida kadrlarni tanlash va saralash jarayonlari qisman modernizatsiyalashgan bo'lsa-da, ularning samaradorligi har doim ham yuqori emas. Kadrlar tanlovi bo'yicha mavjud me'yoriy hujjatlar tizimi yetarli bo'lsa-da, ba'zi hollarda ularning bajarilishi yuzasidan ijro intizomi sustligi kuzatildi. Elektron tizimlarning joriy etilishi ijobiy natijalar bergani holda, hali ham ko'plab muassasalarda tanlov jarayonlari qog'oz shaklida amalga oshirilayotgani sababli inson omiliga bog'liq subyektiv qarorlar ta'siri kuchli bo'lib qolmoqda.

Qiyosiy tahlil natijalariga ko'ra, rivojlangan davlatlar oliy ta'lim muassasalarida nomzodlarni tanlashda kompetensiyaviy yondashuv, psixometrik testlar, faoliyatga asoslangan baholash tizimlari keng qo'llaniladi. O'zbekistonda esa bunday yondashuvlar endigina joriy etilayotgan bo'lib, ularni to'liq funksional darajada ishlatish uchun pedagog va boshqaruv kadrlari o'rtasida qo'shimcha o'quv kurslari va metodik ko'rsatmalar zarur [7].

Statistik ma'lumotlarga tayanilsa, 2022-yilda o'tkazilgan ochiq tanlovlarning atigi 35 foizida nomzodlar haqidagi yakuniy baholash jamoatchilikka e'lon qilingan. Bu esa shaffoflik tamoyillarining to'liq ishlamayotganini ko'rsatadi. Respondentlar o'rtasida o'tkazilgan so'rovnoma natijalariga ko'ra, nomzodlarning 47 foizi tanlov jarayonida mezonlar oldindan aniq ko'rsatilmagani, baholash mezonlari va javoblar ochiq bo'lmagani sababli ishonchsizlik bildirgan [8].

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi:

1. Oliy ta'lim muassasalarida kadrlarni tanlash va saralash mexanizmlarining huquqiy asoslarini mustahkamlash zarur. Bu borada tanlov mezonlarini aniq belgilovchi yagona elektron platforma yaratilishi va barcha OTMLar uchun majburiy bo'lishi lozim.

2. Tanlov jarayoniga zamonaviy axborot texnologiyalarini keng joriy etish, xususan baholashning elektron shakllarini tatbiq qilish, natijalarni real vaqt rejimida e'lon qilish tizimi orqali shaffoflikka erishish mumkin. Tanlov natijalarining jamoatchilikka ochiqqligini ta'minlash — ishonch muhitini mustahkamlashda muhim omildir [8].

3. Kadrlar tanlovida kompetensiyaviy yondashuvni bosqichma-bosqich joriy etish, bunda nafaqat bilim va tajriba, balki psixologik barqarorlik, muammoli vaziyatlarda qaror qabul qilish qobiliyati, jamoada ishlash malakasi ham baholanadigan tizimlar yo'lga qo'yilishi kerak.

4. Oliy ta'lim muassasalarining ichki nizomlari tanlov va saralash jarayonini xalqaro standartlarga muvofiq ravishda qayta ishlab chiqilishi zarur. Shu bilan birga, tanlov komissiyasi a'zolari uchun maxsus etik kodeks va javobgarlik mezonlarini joriy etish taklif etiladi [10].

5. Har bir tanlov jarayonidan so'ng ichki audit yoki tashqi mustaqil monitoring amalga oshirilishi, tanlov natijalarining obyektivligi va qonuniyligini baholash amaliyoti joriy etilishi zarur.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Oliy ta'lim muassasalarida kadrlarni tanlash va saralash mexanizmlari ta'lim sifati va tizimning barqaror rivojlanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatmoqdaki, mavjud tanlov tizimlari ma'lum darajada huquqiy asoslarga ega bo'lsa-da, ularning amaliyotdagi qo'llanilishi turlicha natijalarni keltirib chiqarmoqda. Kadrlar tanlovining shaffofligi, adolatligi va samaradorligi oliy ta'lim tizimining umumiy ishonchliligi va ijtimoiy obro'sini belgilovchi asosiy omillardandir. Shu bois, kadrlar tanlovida subyektiv yondashuvlarning oldini olish, tanlov jarayoniga ilg'or texnologiyalarni joriy etish va adolatli baholash mezonlarini tatbiq etish zarurati kun tartibida turibdi [9].

Xalqaro tajribani tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, rivojlangan mamlakatlar oliy ta'lim muassasalarida tanlov jarayoni qat'iy normativ va kompetensiyaviy yondashuv asosida olib boriladi. Bunda kadrlarning nafaqat ilmiy salohiyati, balki ularning axloqiy fazilatlarini, rahbarlik qobiliyatlari, muloqot madaniyati, innovatsion fikrlash salohiyati ham alohida mezon sifatida baholanadi. O'zbekiston oliy ta'lim tizimi ham ushbu yondashuvlarni bosqichma-bosqich joriy etmoqda. Biroq bu jarayonni tizimli asosda yo'lga qo'yish va amaliyotga tatbiq etish uchun yana chuqur tahlillar, maxsus platformalar, tayyorlov dasturlari va qonuniy asoslar zarur [10].

Kelgusida oliy ta'lim muassasalarida kadrlar tanlovining huquqiy asoslarini mustahkamlash, yagona ochiq elektron tanlov platformasini joriy etish, har bir tanlovda baholashning ochiqdigi va monitoring tizimlarini joriy etish orqali tanlov mexanizmlarining samaradorligini oshirish mumkin. Shu bilan birga, kadrlarni tanlashda innovatsion metodlar, kompetensiyaviy yondashuvlar va xalqaro baholash tizimlaridan foydalanish O'zbekiston oliy ta'limining sifat jihatidan yangi bosqichga ko'tarilishiga xizmat qiladi. Mazkur maqolada ilgari surilgan ilmiy-amaliy tavsiyalar va tahlillar kelgusida ta'lim siyosatiga oid islohotlarda asos sifatida qo'llanilishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi” to‘g‘risidagi PF-60-sonli Farmoni.: <https://lex.uz/docs/-5841063>
2. Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 2023-yil 12-martdagi “Oliy ta’lim muassasalarida pedagog kadrlarni tanlash mezonlarini takomillashtirish” haqidagi buyrug‘i. – Toshkent, 2023. – 18 b. info@edu.uz
3. Karimov, I. A. Yuksak ma’naviyat – yengilmas kuch. – Toshkent: Ma’naviyat, 2015. – 192 b. ilmiy@uzbbooks.uz
4. Mamajonov, A., Abdullaeva, D. “Oliy ta’lim tizimida kadrlar siyosati: muammolar va yechimlar.” // O‘zbekiston pedagogik jurnali. – 2021. – №4. – B. 33–41. abdullaeva.d@tsue.uz
5. Mardonova, S. “Universitetlarda boshqaruv kadrlari tanlovi va baholash mezonlari.” // Ilm-fan va ta’lim rivoji. – 2020. – №2. – B. 58–65. smardonova@edu.uz
6. Azizov, Q. Ta’limda kompetensiyaviy yondashuv: nazariya va amaliyot. – Toshkent: Fan, 2019. – 134 b. qazizov@nuu.uz
7. OECD. Selection and Recruitment in Higher Education Institutions: International Trends. – Paris: OECD Publishing, 2021. – 101 p. contact@oecd.org
8. Smith, J. Higher Education HR Management and Policy Reform. – London: Routledge, 2020. – pp. 77–95. jsmith@edu.uk
9. Rakhimov, B. “Ta’limda shaffoflik va raqamli boshqaruv tizimlari.” // Zamonaviy menejment muammolari. – 2022. – №1. – B. 21–29. rakhimov.b@wiut.uz
10. UNESCO. Global Education Monitoring Report 2023: The Role of Teachers in Education Quality. – Paris: UNESCO, 2023. – 146 p. contact@unesco.org

KICHIK TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INVESTITSIYA FAOLIYATI SHAKLLANISH JARAYONLARI TAHLILI

Jurayev Elyorbek Sobirjon o'g'li

Namangan davlat texnika universiteti

“Iqtisodiyot” kafedrası dotsenti

ORCID: 0000-0002-5898-6568

Annotatsiya

Mazkur maqolada kichik tadbirkorlik subyektlarining investitsiya faoliyatini shakllantirish jarayonlari, ularning iqtisodiy barqarorlikdagi o'rni, moliyalashtirish manbalari va investitsion muhitga ta'sir etuvchi omillar tizimli tarzda tahlil qilingan. Statistik ma'lumotlar asosida asosiy kapitalga yo'naltirilgan investitsiyalarning manbalari, o'sish sur'atlari va hududiy taqsimoti ko'rib chiqilgan. Maqolada kichik biznesni rivojlantirishda investitsiyaviy faoliyatni takomillashtirish bo'yicha amaliy tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: kichik tadbirkorlik, investitsiya faoliyati, asosiy kapital, iqtisodiy o'sish, YaIM, YaHM.

Аннотация

В статье системно проанализированы процессы формирования инвестиционной активности субъектов малого предпринимательства, их роль в экономической устойчивости, источники финансирования и факторы, влияющие на инвестиционную среду. На основе статистических данных рассмотрены источники, темпы роста и территориальное распределение инвестиций в основной капитал. В статье даны практические рекомендации по совершенствованию инвестиционной активности в развитии малого предпринимательства.

Ключевые слова: малый бизнес, инвестиционная активность, основной капитал, экономический рост, ВВП, ВНП.

Abstract

This article systematically analyzes the processes of formation of investment activity of small business entities, their role in economic stability, sources of financing and factors influencing the investment environment. Based on statistical data, the sources, growth rates and territorial distribution of investments in fixed capital are considered. The article provides practical recommendations for improving investment activity in the development of small businesses.

Keywords: small business, investment activity, fixed capital, economic growth, GDP, GNP.

KIRISH

Iqtisodiyotda sodir bo'layotgan tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlariga yaratilayotgan imkoniyatlar alohida e'tiborga ega.

Jahonda kichik biznesning iqtisodiy erkinlashtirishga yuqori darajadagi moslashuvchanlik xususiyatini inobatga olgan holda, investitsiya samaradorligini

oshirish orqali mamlakat iqtisodiyotini barqaror rivojlantirish bo'yicha keng ko'lamli tadqiqot ishlari olib borilmoqda. Bu borada kichik biznesni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va ushbu sohaga investitsiyalar kiritishning yangi zamonaviy usullari, ularning investitsiyalarning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini oshirish yuzasidan xorijiy mamlakatlar va xalqaro tashkilotlar tomonidan ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. O'zbekiston sharoitida ham mamlakat milliy iqtisodiyotini rivojlantirishning drayveri bo'lgan kichik biznes subyektlariga investitsiyalarni jalb qilish, investitsiyalar kiritishni rag'batlantirish va rivojlantirish dolzarb muammolardan hisoblanadi.

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan keng ko'lamli islohotlar jarayonida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar tizimini shakllantirish va rivojlantirishga alohida e'tibor berilmoqda. Bunda investitsiyalar hajmlari va ko'lamlarini jadal oshirib borish va shu yo'l bilan xususiy tadbirkorlik hamda kichik biznesni respublikamiz aholisining farovonligini oshirishning belgilovchi, aholini ish bilan bandligini ta'minlovchi, jamiyatda o'rta pog'onaga xos sinfni shakllantiruvchi, eksportbop tovarlar ishlab chiqaruvchi va iqtisodiyotimiz uchun zarur bo'lgan valyuta tushumlarini keltiruvchi yetakchi sohaga aylantirish nazarda tutilmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev investitsiyalar jalb qilish bo'yicha: "Hozir jahondagi murakkab sharoitda kim innovatsiya va investitsiya jalb qilsa, o'sha g'olib bo'layapti", – deb ta'kidladi.¹ Toshkentdagi forumga kelgan investorlar O'zbekistonga sarmoya kiritishga yanada katta qiziqish bildirdi, 30,5 milliard dollarlik savdo va investitsiya shartnomalari imzolandi. Bu yilgi dastur doirasida yana 26,5 milliard dollar investitsiya bo'lishi, 1 sentyabrgacha 3,3 milliard dollarlik 35 ta yirik loyiha so'zsiz ishga tushishi shartligi ta'kidlandi. Xalqaro moliya tashkilotlari mablag'i hisobidan qurilayotgan yo'l, suv, elektr bo'yicha 3–5 yillab cho'zilayotgan loyihalar borligi ko'rsatib o'tildi. Qayd etilganidek, logistika markazlari qurish uchun 2019-yilda Osiyo taraqqiyot bankidan olingan 197 million dollar bo'yicha qayta-qayta tender o'tkazilishiga chek qo'yilganida, hali boshlanmagan ishga 200 ming dollar qarz foizi to'lanmasdi. Suv, ekologiya va qishloq infratuzilmasiga jalb qilingan mablag'lar bo'yicha 6 million dollar qarz foizlari o'z vaqtida ta'minlanganida, boshqa birorta loyiha kechikmasdi.²

Mazkur vazifalarni samarali hal etilishi uchun kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda uning subyektlari tomonidan investitsiyalar amalga oshirilishiga katta e'tibor berish talab etilmoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

Ma'lumki, iqtisodiyotga doimiy takrorlanuvchi uzluksiz jarayon sifatida yondashuv dastlab A. Smit tomonidan amalga oshirilgan edi. U yaratilgan boylikning barchasi to'lig'icha shaxsiy iste'molga sarflanishi mumkin emasligini ilmiy ta'riflab berdi, ya'ni mehnat yaratgan boylik kelgusi davrda boylik yaratilishi uchun ham asos

¹ Prezident Shavkat Mirziyoyev raisligida o'tkazilayotgan yig'ilishda investitsiya va eksport masalalari ham muhokama qilindi. (02.05.2025)

² https://t.me/Press_Secretary_Uz/5835

bo‘lishi lozim edi¹. Bundan tashqari, A. Smit investitsiyalarni iste‘mol qilinmaydigan, lekin ishlab chiqarish asbob-uskunalarini yaratishga yoki moddiy-texnik takomillashtirishga yo‘naltirilgan, aslida jamg‘armalar qiymatini investitsiyalarga tenglashtiradigan jamg‘armalar deb hisoblaydi. U “kapitallar tejash natijasida ortadi” deb ta’kidlagan.²

Iqtisodchi olim J.-B. Sey fikricha, *investment* (investitsiya) — birinchidan, qimmatli qog‘ozlarni sotib olish xarajatlari. Bunday investitsiyalar moliyaviy yoki portfel deb ataladi. Qimmatli qog‘ozlar portfeli foizlar yoki dividendlar ko‘rinishida daromad olishni, shuningdek, qimmatli qog‘ozlar qiymatining o‘shishini kutayotgan jismoniy shaxslar, firmalar va moliya institutlari tomonidan yaratiladi. Ikkinchidan, binolar, inshootlar, asbob-uskunalar (asosiy kapital qo‘yilmalari) va tovar-moddiy boyliklar kabi vositalarni sotib olishga kapital qo‘yilmalar — real investitsiyalar deyiladi.

Iqtisodiy tahlilda “investitsiya” atamasi, ayniqsa, real investitsiyalar bilan bog‘liq. Chunki real investitsiyalar yangi aktivlarni yaratadi va shu bilan mamlakatning ishlab chiqarish salohiyatini oshiradi, moliyaviy investitsiyalar esa faqat mavjud aktivlarga egalik huquqini bir korxonadan boshqasiga qayta taqsimlaydi³. D. S. Mill⁴ va A. Marshall⁵ asarlarida investitsiyalarning kelib chiqishi va ularni amalga oshirish zaruriyati ilmiy yoritilishi aynan shu ruhda davom ettirildi.

Asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar bo‘yicha olimlar “...boshqa omillar o‘zgarmas bo‘lgan sharoitda qaysi bir mintaqada asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar yuqori bo‘lsa, o‘sha mintaqada ishlab chiqarish hajmi ham yuqori bo‘ladi” deb ta’rif berishgan.

TAHLIL VA NATIJALAR.

Ma’lumki, investitsiyalash jarayoni uchun qulay shart-sharoitlar yaratilishida moliya tizimi muhim o‘rin egallaydi. Moliyaviy tizim zamonaviy bozor iqtisodiyotida investitsion resurslar taqsimlanishi va qayta taqsimlanishiga xizmat qiladi. Kichik biznesdagi investitsion jarayonlar uchun ham bank-moliya tizimining barqarorligi ayniqsa muhim ahamiyatga ega bo‘ladi. Bu tizimning yanada mustahkamlanishi ishlab chiqarishni modernizatsiyalashning tez sur’atlarda rivojlanishiga imkon yaratishda muhim rol o‘ynaydi. Barqaror va sog‘lom moliyaviy tizim mamlakatda investitsiyalar uchun ichki imkoniyatlarini kengaytiradi va kichik biznesdagi investitsion jarayonlarga ijobiy ta’sir etadi (1-jadval).

Asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar o‘shish sur’atlari: 2020-yilda asosiy kapitalga investitsiyalar o‘shish sur’ati 95,6 foizni tashkil etib, bu yil iqtisodiy faollikning nisbatan past bo‘lganini bildiradi. 2021-yilda investitsiyalar o‘shish sur’ati 102,9 foizga yetib, 2020-yilga nisbatan o‘shish kuzatilgan. Markazlashgan investitsiyalar biroz pasayib, 19,2 foizni tashkil etdi. Respublika byudjetidan ajratilgan

¹ Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. — М.: Эксмо, 2007. — 960 с.

² Классика экономической мысли: Сочинения. — М.: изд-во ЭКСМО —пресс, 2000

³ J.B.Sey. “Traite d’economie politique, ou Simple exposition de la maniere dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses”. <https://slideplayer.com/slide/5171955/>

⁴ Майбурд Е.М. Введение в историю экономической мысли. От пророков до профессоров. — М.: Дело, 1996.

⁵ Маршалл А. Принципы экономической науки, т.1. Пер. с англ. — М. Изда-тельская группа «Прогресс», 1993.

mablag'lar 135,8 foizga oshgan bo'lsa, jamg'arma hisobidan moliyalashtirish ham 132,7 foizga yetgan. 2022-yilda investitsiyalar o'sishi 100,9 foiz bilan deyarli barqaror bo'lgan. Markazlashgan investitsiyalar 15,7 foizgacha kamaygan. 2023-yilda esa investitsiyalar sur'ati 123,4 foizga oshib, iqtisodiy faollik ancha jonlanganini ko'rsatadi. 2024-yilda investitsiyalar o'sishi 127,6 foizga yetib, oxirgi besh yildagi eng yuqori ko'rsatkich qayd etilgan, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar 152,0 foizgacha oshib, eng yuqori darajaga yetgan bo'lsa, tijorat banklari kreditlari 86,5 foizgacha pasaygan(1-jadval).

1-jadval

Moliyalashtirish manbalari bo'yicha asosiy kapitalga o'zlashtirilgan investitsiyalar (jamiga nisbatan foizda)¹

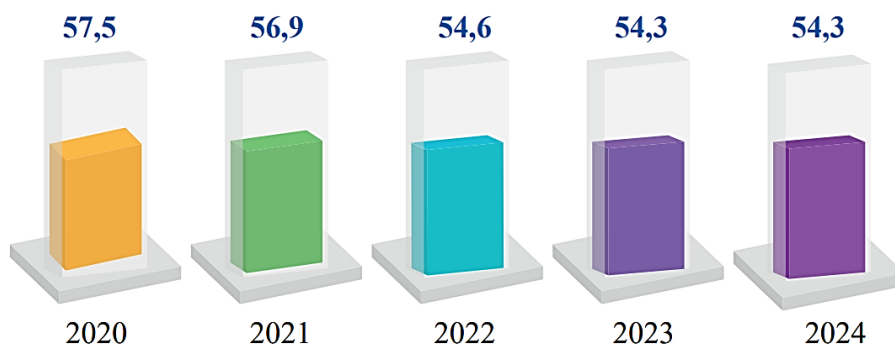
Moliyalashtirish manbalari	2020-yil	2021-yil	2022-yil	2023-yil	2024-yil
Asosiy kapitalga investitsiyalar o'sish sur'atlari dinamikasi²	95,6	102,9	100,9	123,4	127,6
Markazlashgan investitsiyalar:	19,9	19,2	15,7	14,0	10,5
Respublika byudjeti	66,4	135,8	84,4	85,0	90,3
Suv ta'minoti va kanalizatsiya tizimlarini rivojlantirish jamg'armasi	98,9	132,7	92,0	86,5	79,9
Markazlashmagan investitsiyalar	80,1	80,8	84,3	86,0	89,5
Korxona mablag'lari	111,2	96,4	110,6	104,2	96,3
Aholi mablag'lari	99,0	104,5	103,2	103,2	98,7
To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiya va kreditlar	163,2	139,8	104,3	125,4	152,0
Tijorat banklari kreditlari va boshqa qarz mablag'lari	94,4	110,9	98,7	90,8	86,5

Kichik biznes sektorida investitsiyalarni moliyalashtirish mamlakatdagi iqtisodiy siyosat, qonunchilik, investitsiyani jalb qilish infratuzilmasini rivoji darajasi doirasida sodir bo'ladi. O'zbekistonda so'nggi yillarda jadal olib borilayotgan iqtisodiy islohotlar xususiy tadbirkorlikka keng yo'l ochishga va biznes muhitini yanada yaxshilashga qaratilgan. Jumladan, keyingi yillarda qabul qilingan qator qonunlar va qonunchilik hujjatlarida huquqni muhofaza qiluvchi, nazorat organlari hamda ma'muriy tuzilmalarning tadbirkorlik faoliyatiga noqonuniy aralashuvini bartaraf etish uchun qat'iy tartiblar belgilanishi va ana shu idoralarning rahbarlari hamda mansabdor shaxslarining javobgarligi oshirilishi investitsion faoliyatni rag'batlantirishga va samaradorligini oshirishga xizmat qilmoqda.

Kichik biznes subyektlari sonining bunday o'sishi vaqt o'tishi davomida yalpi ichki va hududiy mahsulotdagi ulushlarida o'z aksini topishi lozim edi, 2024-yilning yanvar-dekabrida YaIM tarkibida kichik tadbirkorlik subyektlarining ulushi 54,3 % ni tashkil qilib, 2023-yilning tegishli davriga nisbatan o'zgarishsiz qoldi (1-rasm).

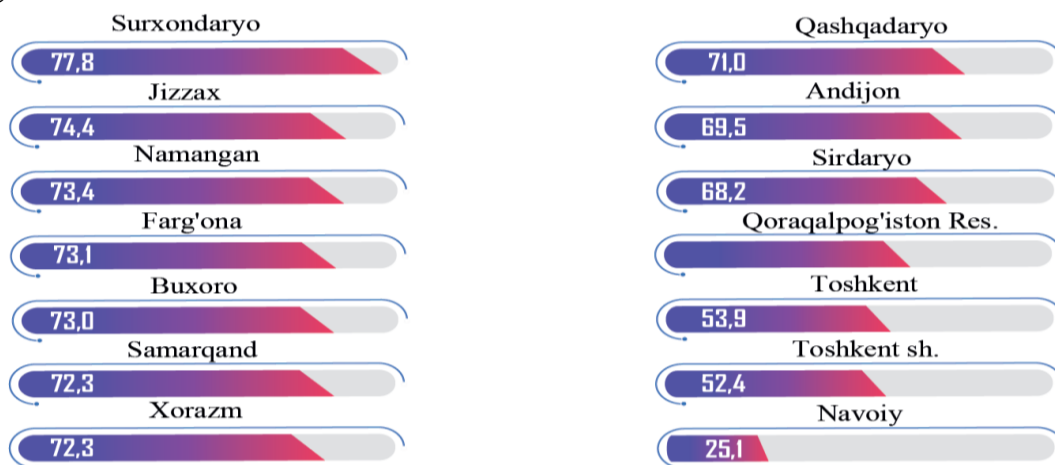
¹ Ushbu jadval O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasining yillik natijalari bo'yicha muallif tomonidan tuzildi.

² O'zbekiston Respublikasi Milliy Statistika qo'mitasining yillik natijalari
https://stat.uz/uz/?preview=1&option=com_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=401&id=2733&Itemid=1000000000000



1-rasm. Kichik tadbirkorlik subyektlarining YaIMdagi ulushi dinamikasi (yanvar-dekabr oylarida, % da)¹

Rasmda keltirilganlar shu jihatdan alohida qiziqish uygʻotadi. 2020-yilda kichik tadbirkorlik subyektlarining YAIMdagi ulushi 57,5 foizni tashkil etgan. Bu koʻrsatkich mamlakat iqtisodiyotida kichik biznesning muhim rol oʻynayotganini va iqtisodiy faollikda yetakchi oʻrinlardan birini egallab kelayotganini koʻrsatadi. 2021-yilda kichik tadbirkorlikning YAIMdagi ulushi biroz kamayib, 56,9 foiz, 2022-yilda ushbu koʻrsatkich 54,6 foizgacha tushgan. Buni biz kichik tadbirkorlik sektorining YAIMdagi salmogʻi sezilarli darajada qisqarayotganini koʻrsatadi. Ayni paytda, bu yil davomida iqtisodiyotning yirik sektorlaridagi oʻsish surʼatlari yuqori boʻlgan boʻlishi, yaʼni kichik biznes nisbatan sekinroq rivojlanayotgan boʻlishi mumkin. 2023-yilda kichik tadbirkorlik ulushi 54,3 foizga tushgan boʻlib, bu deyarli 2022-yil darajasida saqlanib qolganini koʻrsatadi. 2024-yilda esa kichik tadbirkorlik subyektlarining YAIMdagi ulushi yana 54,3 foiz darajasida saqlanib qolgan. 1-rasmdagi tahlillar izmidan ushbu koʻrsatkich past darajada barqarorlashganini bildiradi. Bu, bir tomondan, kichik biznesning iqtisodiyotdagi roli saqlanib qolayotganini, hamda boshqa tomondan, yirik sanoat va investitsiya loyihalarining iqtisodiy taʼsiri kuchayib borayotganini koʻrsatadi.



2-rasm. Kichik tadbirkorlik subyektlarining yalpi hududiy mahsulot (YAHM)dagi ulushi (2024-yilning yanvar-dekabr oylarida, % da)²

¹ www.stat.uz (Oʻzbekiston Respublikasi Milliy Statistika qoʻmitasining yillik natijalari)

² www.stat.uz (Oʻzbekiston Respublikasi Milliy Statistika qoʻmitasining yillik natijalari)

2024-yilning yanvar–dekabrida kichik tadbirkorlik subyektlarining YaHMDagi hududlar bo'yicha eng yuqori ulushi Surxondaryo viloyatida – 77,8 %, Jizzax viloyatida – 74,4 %, Namangan viloyatida – 73,4 %, Farg'ona viloyatida – 73,1 %, Buxoro viloyatida – 73,0 %, Samarqand viloyatida – 72,3 % va Xorazm viloyatida – 72,3 % ni tashkil etdi (2-rasm).

2024-yilning yanvar–dekabr oylarida kichik tadbirkorlik subyektlari tomonidan yaratilgan yalpi hududiy mahsulot ulushi bo'yicha eng yuqori ko'rsatkich Surxondaryo viloyatida qayd etildi — 77,8 %. Ushbu natija viloyatda asosan qishloq xo'jaligi, chakana savdo va xizmat ko'rsatish sohalarida faoliyat yuritayotgan ko'plab kichik tadbirkorlik subyektlarining yuqori faolligi bilan izohlanadi. 2024-yilda kichik tadbirkorlik subyektlarining YaHMDagi ulushi bo'yicha Surxondaryo, Jizzax, Namangan va Farg'ona viloyatlari yetakchi hududlar sifatida ajralib turadi. Ushbu viloyatlarda kichik biznes iqtisodiy rivojlanishning asosiy harakatlantiruvchi omili bo'lib, ayniqsa xizmatlar sohasi, qishloq xo'jaligi va yengil sanoat tarmoqlarida katta faollik namoyon etmoqda. Bu esa hududlarda aholining iqtisodiy faolligini ta'minlashda kichik tadbirkorlikning o'rni tobora ortib borayotganini ko'rsatadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, tahlillar shuni ko'rsatadiki, kichik tadbirkorlik subyektlari investitsion jarayonlarning faol ishtirokchisi sifatida iqtisodiyotning barqaror rivojlanishida muhim o'rin tutmoqda. 2020–2024-yillarda asosiy kapitalga yo'naltirilgan investitsiyalarning o'sish sur'atlari ijobiy bo'lsa-da, bu investitsiyalarning tarkibiy manbalari o'zgaruvchan bo'lgan. Jumladan, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar va aholining omonatlari asosiy omil sifatida ajralib turmoqda. Shu bilan birga, markazlashgan investitsiyalarning qisqarishi va tijorat banklari kreditlarining cheklanishi investitsiya salohiyatining to'liq ro'yobga chiqishiga to'sqinlik qilmoqda. Hududiy kesimda Surxondaryo, Namangan, Jizzax va Farg'ona viloyatlari kichik biznesning yalpi hududiy mahsulotdagi ulushi bo'yicha yetakchi hisoblanadi.

Kichik tadbirkorlik subyektlarida investitsiya faoliyati jarayonlarini yanada oshirish bo'yicha:

- Hududiy investitsion strategiyalar aniq va hudud salohiyatini hisobga olgan holda real aniqlikda ishlab chiqilishi lozim, u orqali kichik biznesga mo'ljallangan infratuzilmaviy loyihalar ustuvor yo'nalish sifatida belgilanadi.
- To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar uchun soliq imtiyozlari va kafolatli kredit mexanizmlari takomillashtirish.
- Kichik biznes uchun alohida investitsion konsalting markazlari tashkil etilishi, u orqali loyiha tayyorlash, moliyaviy tahlil va grant jalb qilish bo'yicha amaliy yordam ko'rsatilishi maqsadga muvofiq.
- Bank-moliya tizimida kichik subyektlarga imtiyozli kredit liniyalari ochish, garovsiz kreditlash mexanizmlarini kuchaytirish.
- Raqamli monitoring tizimi orqali investitsiyalarning real o'zlashtirilish darajasi va ularning natijalari bo'yicha ommaviy ochiq hisobotlar joriy qilish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni, PF-60-son, 28-yanvar 2022-yil. <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>
2. Mirziyoyev Sh. M. Investorlar uchun qulay va jozibador sharoit yaratishga qaratilgan amaliy ishlarimizni yanada jadallashtiramiz. O'zbekiston Prezidentining birinchi Toshkent xalqaro investitsiya forumining ochilish marosimidagi nutqi. 24.03.2022-yil. <https://president.uz/uz/lists/view/5077>
3. Jo'rayev E. S. O'zbekistonda investitsiyalarni jalb etish masalalari // Xorazm Ma'mun akademiyasi axborotnomasi – 11/2–2022. 9-bet.
4. Жураев Э. С. (2018). Зарубежный опыт по ведению финансовой политики для развития малого бизнеса. Экономика и социум (11), 357–362.
5. Juraev E. S., & S. S. Siddikov o'g'li (2023). Antikrizisnye mery po obespecheniyu razvitiya malogo biznesa. Educational Research in Universal Sciences, 2, 515–523.
6. Jurayev E. S. (2024). Namangan viloyati kichik biznes subyektlari faoliyatida real investitsiyalarning samaradorligini ekonometrik baholash. Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot, 2(9).
7. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasining yillik natijalari.

IJTIMOIIY-IQTISODIY RIVOJLANTIRISHDA HUDUDIY BOSHQARUV TIZIMINI SHAKLLANTIRISHNING TASHKILIIY-IQTISODIY OMILLARI

Mahmudov Bahriddin Jo‘rayevich

Namangan davlat texnika universiteti

Biznesni boshqarish fakulteti dekani,

iqtisodiyot fanlari doktori, professor

E-mail: presentutor@gmail.com

Annotatsiya

Maqolada hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini boshqarish tizimini shakllantirishning tashkiliy-iqtisodiy omillari chuqur tahlil qilingan. O‘zbekiston sharoitida hududlarni boshqarish tizimini takomillashtirishning dolzarb jihatlari ko‘rib chiqilgan hamda mavjud muammolar ilmiy jihatdan baholangan. Tadqiqot davomida hududiy boshqaruv samaradorligini oshirishga xizmat qiluvchi tashkiliy va iqtisodiy omillar, jumladan, davlat boshqaruv organlarining vakolatlarini taqsimlash, boshqaruv mexanizmlarini optimallashtirish, moliyaviy resurslarni samarali taqsimlash hamda mahalliy boshqaruv organlarining mustaqilligini kengaytirish kabi jihatlari asosiy e‘tiborga olingan. Shuningdek, hududiy iqtisodiyotda raqobatbardoshlikni ta‘minlash uchun zarur bo‘lgan me‘yoriy-huquqiy va institutsional baza holati tahlil etilgan. Olib borilgan tahlillar natijasida, hududlarni boshqarishda mavjud iqtisodiy va tashkiliy muammolarni bartaraf qilish, resurslardan samarali foydalanish mexanizmlarini yaratish bo‘yicha ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: hududiy boshqaruv, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish, tashkiliy-iqtisodiy omillar, boshqaruv samaradorligi, moliyaviy resurslar, davlat boshqaruvi, institutsional omillar, raqobatbardoshlik, mahalliy boshqaruv organlari, iqtisodiy mexanizmlar, boshqaruv tizimini takomillashtirish.

Аннотация

В статье проведён глубокий анализ организационно-экономических факторов формирования системы управления регионами в контексте социально-экономического развития. Рассмотрены актуальные аспекты совершенствования системы управления регионами в условиях Узбекистана, а также научно оценены существующие проблемы. В процессе исследования особое внимание уделено организационным и экономическим факторам, способствующим повышению эффективности регионального управления, включая распределение полномочий государственных органов, оптимизацию управленческих механизмов, эффективное распределение финансовых ресурсов и расширение независимости органов местного самоуправления. Также проанализировано состояние нормативно-правовой и институциональной базы, необходимой для обеспечения конкурентоспособности региональной экономики. По результатам анализа разработаны научно обоснованные предложения и рекомендации по устранению существующих организационно-экономических проблем и созданию эффективных механизмов использования ресурсов.

Ключевые слова: региональное управление, социально-экономическое развитие, организационно-экономические факторы, эффективность управления,

финансовые ресурсы, государственное управление, институциональные факторы, конкурентоспособность, органы местного самоуправления, экономические механизмы, совершенствование системы управления.

Abstract

This article provides an in-depth analysis of the organizational and economic factors influencing the formation of a regional governance system for managing socio-economic development. It examines the pressing issues in improving the regional governance system under the conditions of Uzbekistan and evaluates existing problems from a scientific perspective. The study focuses on organizational and economic factors that contribute to enhancing the efficiency of regional governance, including the distribution of powers among state authorities, optimization of governance mechanisms, effective allocation of financial resources, and expansion of the independence of local self-government bodies. Furthermore, the condition of the regulatory and institutional framework necessary to ensure competitiveness in the regional economy is analyzed. Based on the conducted analysis, scientifically grounded proposals and recommendations have been developed to eliminate existing economic and organizational problems in regional governance and to create effective mechanisms for the use of resources.

Keywords: regional governance, socio-economic development, organizational and economic factors, governance efficiency, financial resources, public administration, institutional factors, competitiveness, local self-government bodies, economic mechanisms, governance system improvement.

KIRISH

Zamonaviy iqtisodiyotda hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini boshqarish masalalari tobora murakkablashib, dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Ayniqsa, globallashuv sharoitida iqtisodiy resurslarning notekis taqsimlanishi va hududlararo rivojlanishdagi nomutanosibliklar xalqaro iqtisodiy tashkilotlar tomonidan jiddiy muammo sifatida qayd etilmoqda. Jahon banki va BMT Taraqqiyot dasturi (UNDP) hisobotlariga ko'ra, hududiy rivojlanishning samarali boshqaruvi iqtisodiy barqarorlik va jamiyatning ijtimoiy farovonligini oshirishning asosiy sharti sifatida belgilangan [1]. So'nggi yillarda O'zbekiston Respublikasi hududiy boshqaruv tizimini takomillashtirish bo'yicha qator chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 18-mart PQ-4702-son "Hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini boshqarish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni¹ bilan hududlar rivojlanishining strategik rejalashtirish tizimini takomillashtirishga urg'u berildi [2]. Ushbu farmonda mahalliy boshqaruv organlarining iqtisodiy vakolatlarini kengaytirish va hududlar o'rtasidagi iqtisodiy farqlarni qisqartirish asosiy maqsad qilib belgilandi.

Shuningdek, xalqaro amaliyotda Yevropa Ittifoqi va OECD (Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti) tomonidan hududiy rivojlanish siyosatida tashkiliy-iqtisodiy

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 18-mart PQ-4702-son "Hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini boshqarish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni <https://lex.uz/docs/-4803531>

mexanizmlarning samaradorligini oshirish yo‘nalishida tavsiyalar ishlab chiqilgan. OECD hisobotlariga ko‘ra, hududiy rivojlanishni boshqarish tizimida samarali institutsional muhitni yaratish va moliyaviy resurslarni optimallashtirilgan tarzda taqsimlash orqali iqtisodiy natijadorlikka erishish mumkinligi qayd etilgan [3].

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 29-dekabr PF-60-son “2022 — 2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmonida¹ ham hududiy rivojlanish va mahalliy boshqaruv organlarining vakolatlarini kengaytirish, iqtisodiy mustaqilligini oshirishga alohida urg‘u berilgan. Bundan tashqari, Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 12-oktabrdagi “Hududlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini strategik rejalashtirish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori ham bu yo‘nalishdagi muhim tashkiliy-iqtisodiy jihatlarni tartibga solishga xizmat qilmoqda [4].

Ilmiy tadqiqotlar mazkur yo‘nalishdagi muammolarni ilmiy jihatdan asoslashga yo‘naltirilgan. Ayniqsa, iqtisodiy resurslarni samarali taqsimlash va hududlararo tengsizligini kamaytirishga oid ilmiy ishlar soni oshmoqda. Shunga qaramay, bugungi kunda hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini boshqarish tizimidagi mavjud tashkiliy-iqtisodiy omillarni kompleks tarzda ilmiy tahlil qilish va yangi yechimlar ishlab chiqishga ehtiyoj yuqori bo‘lib qolmoqda. Mazkur maqola aynan shu dolzarb muammoning ilmiy jihatdan asoslanishi va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga yo‘naltirilgan.

ADABIYOTLAR SHARHI

Hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini boshqarish tizimini shakllantirishning tashkiliy-iqtisodiy omillari xalqaro va mahalliy tadqiqotchilar tomonidan keng qamrovli va kompleks tarzda tadqiq etilmoqda. Mazkur sohada iqtisodiy aglomeratsiya nazariyasining asoschilaridan biri hisoblangan Pol Krugman iqtisodiy klasterlashuvning hududiy iqtisodiyotdagi ahamiyatini chuqur tahlil qilib, aglomeratsiyalar hududlarning raqobatbardoshligini oshirish va resurslardan foydalanish samaradorligini yaxshilashga yordam berishini asoslagan [5]. Maykl Porter o‘zining raqobatbardoshlik nazariyasida klasterlarning shakllanishi va rivojlanishini hududiy iqtisodiy rivojlanishning asosiy omili sifatida ko‘rsatgan. Uning fikriga ko‘ra, klasterlar hududlarning innovatsion rivojlanishiga ham turtki beradi [6].

OECD hisobotlarida hududiy rivojlanishda tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarning samaradorligi asosan institutsional muhitning holatiga va davlat boshqaruv tizimidagi vazifalar hamda vakolatlarining aniq taqsimlanishiga bog‘liq ekanligi ta’kidlanadi. OECD ekspertlari moliyaviy resurslarni samarali taqsimlash orqali iqtisodiy natijadorlikni oshirish mumkinligini ilmiy asoslashgan [7].

BMT Taraqqiyot dasturi (UNDP) hisobotida ham mahalliy boshqaruv organlarining iqtisodiy va institutsional mustaqilligini kengaytirish zarurligi ta’kidlangan bo‘lib, bu omillar hududlarning barqaror rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatishi qayd etilgan [8].

¹ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 29-dekabr PF-60-son “2022 — 2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni <https://lex.uz/docs/-5841063>

Mahalliy tadqiqotchilardan Ergashxo‘jaeva va boshqalar O‘zbekiston hududlarida iqtisodiy rivojlanish va mavjud farqlarni bartaraf qilish bo‘yicha iqtisodiy mexanizmlarning rolini batafsil o‘rganib chiqishgan. Ular davlat va mahalliy boshqaruv organlari o‘rtasidagi funksional vazifalar taqsimoti samarali boshqaruvning kaliti ekanligini ta’kidlashgan. G‘afurov esa institutsional asoslarni mustahkamlash orqali O‘zbekistonda hududiy boshqaruv tizimini optimallashtirish zarurligini chuqur tahlil qilgan va bu orqali iqtisodiy resurslardan yanada samarali foydalanish mumkinligini qayd etgan [9].

Moliyaviy resurslarni hududlararo taqsimlash mexanizmlarining ilmiy tahliliga katta e‘tibor qaratgan Karimov Baxtiyor mahalliy byudjetlarning moliyaviy mustaqilligini oshirish hududiy rivojlanish uchun zarur shart ekanligini ta’kidlagan. Abdurahmonov va Ismoilov esa moliyaviy resurslarni boshqarishda institutsional va tashkiliy mexanizmlarni takomillashtirish zarurligini qayd etib, bu jarayon hududiy iqtisodiy farqlarni qisqartirishga yordam berishini isbotlashgan [10].

Rossiyalik iqtisodchilar Bobkov va Tumanov hududiy rivojlanish jarayonida institutsional boshqaruv mexanizmlarini mukammallashtirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish imkoniyatlarini tadqiq qilishgan. Ularning fikriga ko‘ra, har bir hududning iqtisodiy xususiyatlarini inobatga olib qarorlar qabul qilish zarur [11].

AQSh iqtisodchisi Brayan Roberts hududiy iqtisodiy boshqaruv tizimida innovatsion mexanizmlarning rolini batafsil o‘rganib, bu mexanizmlar hududlarning iqtisodiy rivojlanishiga va raqobatbardoshligini oshirishga yordam berishini ilmiy asoslagan. Xitoylik olim Lin davlat-xususiy sheriklik mexanizmini rivojlantirish orqali hududlararo iqtisodiy rivojlanishni ta’minlash mumkinligini ta’kidlagan va bu mexanizm iqtisodiy faoliyatni rag‘batlantirishning samarali vositasi ekanligini ilmiy jihatdan asoslagan [12].

Mahalliy tadqiqotchilar Yo‘ldoshev va Axmedov O‘zbekistonda strategik rejalashtirish mexanizmlarini yanada chuqurroq tahlil qilib, hududlarning iqtisodiy rivojlanishi strategik boshqaruv tizimlarining mustahkamlanishi bilan bog‘liqligini ko‘rsatganlar. Yevropalik olimlar De Muro va Tridiko mahalliy boshqaruv samaradorligini oshirish uchun ijtimoiy kapital va mahalliy jamoatchilik faolligining muhimligini ta’kidlaydi va buni hududiy boshqaruv tizimini shakllantirishning muhim omillaridan biri sifatida qayd etishadi [13].

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotning metodologiyasi ilmiy asoslangan, kompleks va tizimli yondashuvlarga asoslangan bo‘lib, nazariy va empirik metodlarni o‘z ichiga oladi. Tadqiqot jarayonida umumiy ilmiy metodlar, jumladan, tizimli tahlil, mantiqiy umumlashtirish, deduktiv va induktiv xulosalash usullaridan keng foydalanilgan. Tadqiqot nazariy-uslubiy jihatdan mavjud ilmiy va iqtisodiy adabiyotlarning chuqur tahlilini o‘z ichiga olgan bo‘lib, bunda xorijiy va mahalliy manbalarning qiyosiy tahlili amalga oshirilgan. Mazkur jarayonda nazariy modellashtirish va konseptual asoslash usullari qo‘llanilgan bo‘lib, xalqaro miqyosda tan olingan tadqiqotlar, jumladan, Pol Krugman, Maykl Porter va boshqa mashhur iqtisodchilar tomonidan ishlab chiqilgan nazariy yondashuvlar asos qilib olingan. Tadqiqotning amaliy jihatlarini ochib berish

uchun empirik metodlar, ayniqsa, statistik ma'lumotlarni qayta ishlash va iqtisodiy ko'rsatkichlarni tahlil qilish metodlari keng qo'llanilgan. Mazkur bosqichda qiyosiy tahlil, korelyatsion-regression tahlil usullari va ekonometrik modellash usullari qo'llanilib, O'zbekiston Respublikasining hududlararo iqtisodiy rivojlanish bo'yicha statistik ma'lumotlari asosida ilmiy xulosalar chiqarilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Namangan viloyatining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ilmiy asoslangan tarzda baholash uchun hududning asosiy iqtisodiy ko'rsatkichlari, jumladan, yalpi hududiy mahsulot hajmi, investitsiya jalb qilish darajasi, bandlik va ishsizlik ko'rsatkichlari hamda mahalliy byudjet ijrosi dinamikasi keng qamrovli tarzda tahlil qilindi. Tadqiqot davomida viloyatning iqtisodiy rivojlanishidagi mavjud tendensiyalar aniqlanib, ushbu jarayonlarga ta'sir qiluvchi tashkiliy-iqtisodiy boshqaruv tizimining samaradorligi va uning rivojlanish dinamikasi ilmiy usullar yordamida asoslandi. Shuningdek, amalga oshirilgan kompleks tahlillar asosida viloyatning iqtisodiy salohiyati, moliyaviy barqarorligi, bandlik darajasidagi o'zgarishlar hamda investitsion jozibadorligi bo'yicha so'nggi besh yillik natijalar chuqur yoritilgan holda ilmiy va amaliy jihatdan baholandi.

Namangan viloyatining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini batafsil baholash uchun 2020–2024 yillar davomidagi yalpi hududiy mahsulot, investitsiyalar, bandlik hamda mahalliy byudjet ijrosi kabi asosiy iqtisodiy ko'rsatkichlar chuqur tahlil qilindi. Quydagi jadvallar orqali bu ko'rsatkichlarning besh yillik dinamikasi tahlil qilinib, boshqaruv tizimi samaradorligiga oid xulosalar ilmiy asosda ishlab chiqildi.

1-jadval.

Namangan viloyati yalpi hududiy mahsuloti (YaHM) hajmi va o'sish sur'atlari¹

Yillar	YaHM hajmi (mlrd.so'm)	o'sish sur'ati, % da
2020	32713,2	104,6
2021	40269,1	110,3
2022	48513,7	108,4
2023	58173,7	106,8
2024	68915,6	107,6

Jadvaldagi ko'rsatkichlarning tahlilidan kelib chiqsak, Namangan viloyatining yalpi hududiy mahsuloti (YaHM) 2020-yildagi 32,5 trillion so'mdan boshlab, izchil o'sish dinamikasini namoyon etgan holda, 2024-yilga kelib 68,9 trillion so'mgacha yetganligi qayd etildi. Ushbu davr mobaynida YaHMning o'sish sur'atlari ham barqaror ortib borgan bo'lib, eng yuqori ko'rsatkich 2024-yilda 9,3 foizga teng bo'lgan. Bunday yuqori natijalarga erishilishining asosiy omillari sifatida hududda iqtisodiy faoliyatning faollashuvi, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarining diversifikatsiyasi, investitsiyalar hajmining oshishi hamda mahalliy boshqaruv

¹ O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari

tizimining tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlaridan samarali foydalanilishi kabi omillarni ko'rsatish mumkin.

2-jadval.

Namangan viloyatida investitsiya jalb qilish ko'rsatkichlari (2020-2024)¹

Yillar	Jami investitsiyalar (mlrd. so'm)	Xorijiy investitsiyalar ulushi (%)
2020	6,750	22.5
2021	7,940	24.7
2022	9,300	26.8
2023	10,850	29.3
2024	13,400	32.5

Tahlillar natijasida Namangan viloyatiga jalb etilgan investitsiyalar hajmida so'nggi besh yilda jiddiy o'sish kuzatilgani aniqlandi. Xususan, viloyat bo'yicha umumiy investitsiyalar miqdori 2020-yildagi 6,75 trillion so'mdan boshlab, 2024-yilga kelib 13,4 trillion so'mgacha yetganligi qayd etildi. Shuningdek, mazkur davrda xorijiy investitsiyalarning umumiy investitsiyalar tarkibidagi ulushi 22,5 %dan 32,5 %ga oshgani e'tiborga loyiqdir. Xorijiy investitsiyalar hajmi va ulushidagi bunday sezilarli o'sish, hududning xalqaro investorlar uchun jozibadorligining ortib borayotganidan dalolat beradi.

3-jadval.

Namangan viloyatida bandlik va ishsizlik ko'rsatkichlari (2020-2024)²

Yillar	Band aholi soni (ming kishi)	Ishsizlik darajasi (%)
2020	1,125	10.4
2021	1,157	9.8
2022	1,195	9.1
2023	1,240	8.5
2024	1,285	7.9

Bandlik ko'rsatkichlari tahlili natijasiga ko'ra, Namangan viloyatida band aholining soni so'nggi besh yil davomida barqaror o'sish tendensiyasini namoyon etdi. Jumladan, 2020-yilda 1 125 ming kishini tashkil etgan band aholi soni, 2024-yilga kelib 1 285 ming kishiga yetib, jami 160 ming kishiga oshganligi qayd etildi. Shuningdek, ishsizlik darajasi ham ushbu davr ichida bosqichma-bosqich kamayib borgan bo'lib, 2020-yildagi 10,4 foizlik ko'rsatkich 2024-yilda 7,9 foizgacha pasaydi. Bu ijobiy o'zgarishlar, avvalo, hududiy boshqaruv organlari tomonidan amalga oshirilgan bandlikni ta'minlashga qaratilgan strategik tadbirlar, jumladan, yangi ish o'rinlarini yaratish, tadbirkorlik va kichik biznesni rag'batlantirish hamda aholini kasbiy tayyorlash va qayta tayyorlash mexanizmlarining samarali qo'llanilishi bilan bog'liqdir.

¹ Namangan viloyati Investitsiyalar va tashqi savdo boshqarmasi ma'lumotlari

² Namangan viloyati Kambag'allikni qisqartirish va bandlik bosh boshqarmasi ma'lumotlari

4-jadval.

Namangan viloyatida mahalliy byudjet ijrosi ko'rsatkichlari (2020-2024)¹

Yillar	Byudjet daromadlari (mlrd. so'm)	Byudjet xarajatlari (mlrd. so'm)	Byudjet profisiti/defisiti (%)
2020	2,450	2,380	+2.94
2021	2,740	2,660	+3.00
2022	3,100	3,000	+3.33
2023	3,520	3,380	+4.14
2024	4,000	3,800	+5.26

Mahalliy byudjet ijrosi bo'yicha amalga oshirilgan tahlillar Namangan viloyatida so'nggi besh yil davomida byudjet daromadlari va xarajatlarining izchil ortib borayotganini ko'rsatdi. Ayniqsa, byudjet profisitining muntazam ravishda o'sib borishi e'tiborga molikdir; ushbu ko'rsatkich 2024-yilga kelib eng yuqori 5,26 % darajasiga yetgan. Bu holat mahalliy iqtisodiy boshqaruv tizimi tomonidan moliyaviy resurslarni samarali boshqarish hamda byudjet intizomini mustahkamlash bo'yicha olib borilgan strategik chora-tadbirlarning natijasidir. Shuningdek, mazkur natijalar viloyat moliyaviy barqarorligini ta'minlash bo'yicha amalga oshirilayotgan siyosatning ilmiy asoslangan va samarali ekanligini yaqqol tasdiqlaydi.

Ayni paytda, texnologik jihatdan yetarli rivojlanmagan logistika markazlarida mahsulot sifati tez buzilishi, narxlarning tebranishiga, resurslarning isrof bo'lishiga va ekologik zararlarning ortishiga olib kelmoqda. Ushbu muammolarni hal qilish uchun logistika tizimini hududlar kesimida diversifikatsiya qilish, mahsulotlarni avtomatlashtirilgan monitoring orqali nazorat qilish tizimlarini joriy etish, sovutkichli yetkazib berish zanjirlarini rivojlantirish va "raqamli logistika" texnologiyalaridan bosqichma-bosqich foydalanish zarur. Bunday chora-tadbirlar orqali mahsulot sifatini saqlash, iqtisodiy samaradorlikni oshirish va ekologik barqarorlikni ta'minlash mumkin bo'ladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu tadqiqot Namangan viloyatining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida hududiy boshqaruv tizimini shakllantirishning tashkiliy-iqtisodiy omillarini ilmiy jihatdan chuqur tahlil qilib, quyidagi xulosalar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga imkon berdi:

Birinchidan, so'nggi besh yil davomida Namangan viloyatining yalpi hududiy mahsuloti (YaHM) hajmida sezilarli o'sish kuzatildi (32,5 trillion so'mdan 43,85 trillion so'mgacha), bu esa viloyatda iqtisodiy faoliyatni rag'batlantirish bo'yicha qo'llanilgan tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarning samaradorligini ko'rsatadi. Ushbu ijobiy tendensiyani yanada mustahkamlash uchun mahalliy tadbirkorlik muhitini yaxshilash, iqtisodiy faoliyatning diversifikatsiyasini kengaytirish hamda raqamli texnologiyalar va innovatsiyalarni yanada kengroq qo'llash zarur.

Ikkinchidan, viloyatning investitsion jozibadorligi sezilarli darajada oshganligi aniqlandi (xorijiy investitsiyalar ulushi 22,5 % dan 32,5 % ga oshdi). Investitsiyalarni

¹ Namangan viloyati Investitsiyalar va tashqi savdo boshqarmasi ma'lumotlari

yanada ko'paytirish va sifatini oshirish uchun xorijiy investorlar bilan hamkorlikni chuqurlashtirish, investitsion muhitni yaxshilashga yo'naltirilgan maxsus iqtisodiy zonalar faoliyatini kengaytirish va investitsiyalarni himoya qilishning xalqaro standartlariga mos keluvchi yangi mexanizmlarni ishlab chiqish tavsiya etiladi.

Uchinchidan, bandlik ko'rsatkichlari yaxshilandi va ishsizlik darajasi 10,4 % dan 7,9 % ga pasaydi. Bandlik masalalarida ijobiy natijalarni saqlab qolish uchun aholini kasbiy qayta tayyorlash va malaka oshirish dasturlarini yanada kuchaytirish, tadbirkorlik subyektlariga qulay sharoitlar yaratish va yoshlar bandligini ta'minlash uchun maxsus dasturlarni amalga oshirish zarur.

To'rtinchidan, mahalliy byudjet ijrosi moliyaviy barqarorlikni ko'rsatdi va profisit ko'rsatkichi yildan yilga oshib borib, 5,26 % ga yetdi. Ushbu moliyaviy barqarorlikni yanada mustahkamlash uchun byudjet xarajatlarini samarali boshqarish tizimini takomillashtirish, soliqqa tortish bazasini kengaytirish va mahalliy soliq mexanizmlarini optimallashtirish lozim.

Beshinchidan, logistika tizimidagi mavjud muammolar mahsulotlarning sifat buzilishlari va iqtisodiy-ijtimoiy zararlarni keltirib chiqarmoqda. Bu holatni bartaraf etish uchun zamonaviy "raqamli logistika" texnologiyalari, avtomatlashtirilgan monitoring tizimlari, sovutkichli yetkazib berish zanjirlarini joriy qilish va logistika tizimini diversifikatsiya qilish tavsiya etiladi.

Shunday qilib, yuqorida taqdim etilgan ilmiy xulosalar va amaliy tavsiyalar asosida Namangan viloyatining hududiy iqtisodiy rivojlanishidagi mavjud yutuqlarni yanada mustahkamlash va rivojlantirish uchun tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarni doimiy ravishda takomillashtirib borish talab etiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. World Bank. (2023). Regional Development and Economic Integration. Annual Report. Washington, DC.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini boshqarish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 2022-yil 18-martdagi Farmoni.
3. OECD. (2022). OECD Regional Development Policy Recommendations. Paris: OECD Publishing.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-60-sonli Farmoni.
5. Krugman, Paul. (1991). Geography and Trade. Cambridge, MA: MIT Press. ISBN: 978-0262610865.
6. Porter, Michael E. (1998). The Competitive Advantage of Nations. New York, NY: Free Press. ISBN: 978-0684841472.
7. OECD. (2022). OECD Regional Development Policy Recommendations: Enhancing Regional Competitiveness and Governance. Paris: OECD Publishing. <https://www.oecd.org/regional/regionaldevelopment.htm>
8. UNDP. (2021). Effective Governance for Sustainable Development: Report on Global Practices. New York: UNDP Publishing.

9. Gʻafurov, M.A. (2022). Hududiy iqtisodiy rivojlanish va boshqaruv tizimlarini takomillashtirish yoʻllari. Toshkent: “Fan va texnologiyalar” nashriyoti. ISBN: 978-9943-5502-3-5.
10. Abduraxmonov, Q.X., Ismoilov, M. (2020). Iqtisodiyot va innovatsiyalar: hududiy rivojlanishda zamonaviy yondashuvlar. Toshkent: “Innovatsiya” nashriyoti. ISBN: 978-9943-2102-8-7.
11. Bobkov, V., Tumanov, S. (2019). Regional Economics: Institutional and Economic Aspects. Moscow: Russian Economic Press. ISBN: 978-5-91212-234-2.
12. Lin, Justin Yifu. (2017). Economic Development in China: Lessons from Global Best Practices. Princeton, NJ: Princeton University Press. ISBN: 978-0691175826.
13. De Muro, Pasquale, Tridico, Pasquale. (2016). Local Development: Theoretical and Empirical Approaches. London: Palgrave Macmillan. ISBN: 978-1137530498.

O'ZBEKISTON MINTAQALARINING IJTIMOIIY-IQTISODIY RIVOJLANISHINI BAHOLASHGA ILMIY VA NAZARIY YONDASHUVLAR

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturboyevich

Namangan davlat texnika universiteti
Menejment kafedrası mudiri, professori,
iqtisodiyot fanlari doktori (DSc)
E-mail: mullabaev.bahtiyor@gmail.com

Annotatsiya

Maqolada O'zbekiston Respublikasida hududlararo tengsizliklarni baholashning dolzarbligi, sabablari hamda oqibatları ilmiy jihatdan asoslangan holda yoritilgan. Hududiy nomutanosibliklarning kuchayishi markazsizlashtirish siyosati bilan bog'liq mahalliy o'zini o'zi boshqarishning afzalliklari va muammolari orasidagi muvozanat buzilishlarini yanada yaqqol namoyon qilmoqda. Tadqiqotda hududiy farqlar aholi farovonligi, iqtisodiy faollik va mehnat salohiyatidan foydalanish imkoniyatlariga salbiy ta'sir qiluvchi omillar sifatida qaralib, O'zbekiston Respublikasining iqtisodiy-geografik va ekologik o'ziga xosliklari ham batafsil tahlil qilingan. Shuningdek, iqtisodiyot tarkibidagi meros qilingan notekis rivojlanish, ishlab chiqarish va investitsiyalar konsentratsiyasi, ayrim hududlarning "anklav" iqtisodiyotining shakllanishi kabi muammolar ilmiy asoslangan tarzda ko'rib chiqilgan. Muallif hududiy siyosatning maqsadi tenglashtirish emas, balki mavjud tafovutlardan strategik foydalanish orqali ijobiy natijalarga erishish ekanligini ta'kidlaydi hamda bu borada nazariy va amaliy tavsiyalar beradi.

Kalit so'zlar: hududiy tengsizlik, mahalliy o'zini o'zi boshqarish, markazsizlashtirish, ijtimoiy-iqtisodiy farqlar, fiskal avtonomiya, hududiy siyosat, iqtisodiy faoliyat markazlari, anklav iqtisodiyot, rivojlanish strategiyasi.

Аннотация

В статье научно обоснованы актуальность, причины и последствия оценки межрегиональных неравенств в Республике Узбекистан. Усиление региональной неравномерности более ясно проявляет дисбаланс между преимуществами и проблемами местного самоуправления, связанными с политикой децентрализации. Исследование рассматривает региональные различия как факторы, негативно влияющие на благосостояние населения, экономическую активность и возможности использования трудового потенциала, подробно анализируются экономико-географические и экологические особенности Республики Узбекистан. Также научно исследованы проблемы унаследованного неравномерного развития экономики, концентрации производства и инвестиций, формирования «анклавной» экономики в отдельных регионах. Автор подчеркивает, что целью региональной политики является не выравнивание, а стратегическое использование существующих различий для достижения позитивных результатов и предлагает соответствующие теоретические и практические рекомендации.

Ключевые слова: региональное неравенство, местное самоуправление, децентрализация, социально-экономические различия, фискальная автономия, региональная политика, центры экономической активности, анклавная экономика, стратегия развития.

Abstract

The article scientifically substantiates the relevance, causes, and consequences of assessing interregional inequalities in the Republic of Uzbekistan. The intensification of regional imbalances more clearly highlights the disruption of balance between the advantages and challenges associated with decentralization policy and local self-government. The research considers regional disparities as factors negatively impacting population welfare, economic activity, and opportunities for utilizing labor potential, thoroughly analyzing the economic-geographical and ecological specificities of Uzbekistan. Additionally, issues such as inherited uneven economic development, concentration of production and investments, and the formation of an “enclave” economy in certain regions are scientifically examined. The author emphasizes that the aim of regional policy is not to equalize but strategically leverage existing disparities to achieve positive outcomes, providing relevant theoretical and practical recommendations.

Keywords: regional inequality, local self-government, decentralization, socio-economic disparities, fiscal autonomy, regional policy, economic activity centers, enclave economy, development strategy.

KIRISH

O‘zbekiston Respublikasidagi hududlararo tengsizliklarni baholash masalasi dolzarb ilmiy muammo hisoblanadi, chunki amalga oshirilayotgan mahalliy o‘zini o‘zi boshqarish islohotlari markazsizlashtirishning afzalliklari va uning bilan bog‘liq qiyinchiliklar orasida optimal muvozanatni topish vazifasini yanada murakkablashtirmoqda. Ushbu vaziyat mahalliy darajada qarorlar qabul qilishda tanlash erkinligini oshirish bilan birga, ijtimoiy tenglikni, fiskal avtonomiyani, boshqaruv shaffofligini va boshqaruv darajalarini muvofiqlashtirish zaruratini ham yuzaga chiqaradi [1]. Shuningdek, mahalliy boshqaruv organlarining mustaqilligi talab qilinsa-da, ularning rivojlanish imkoniyatlari orasidagi sezilarli farqlar aholining farovonlik darajasida aniq ko‘zga tashlanmoqda.

Hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajalaridagi haddan tashqari farqlar iqtisodiy faollik, mehnat salohiyatidan samarali foydalanish imkoniyatlarini sezilarli darajada cheklab qo‘yadi [2]. Shu sababli, ushbu tafovutlarni O‘zbekiston Respublikasida hududiy siyosatni ishlab chiqish va amalga oshirishda asosiy omil sifatida qarash zarurati yuzaga kelmoqda. Bu jihatdan mamlakat hududlari o‘rtasidagi iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishdagi farqlar ekologik resurslardan foydalanishdagi nomutanosibliklar, sanoat va qishloq xo‘jaligi uchun yer resurslarining turlicha qo‘llanilishi, shuningdek, tarixiy-madaniy, sanatoriy-kurort hududlarning mavjudligi bilan yanada murakkablashadi [3].

O‘zbekiston Respublikasi iqtisodiyotining hozirgi hududiy tuzilishi sobiq ittifoqdan meros bo‘lib qolgan bo‘lib, ichki ehtiyojlarga to‘liq javob bermaydi. Bu

holat ayrim tarmoqlarning gipertrofik rivojlanishi va boshqalarining jiddiy pasayishiga olib kelgan [4]. Mustaqillik davrida yalpi mahsulotning katta qismini tashkil etgan ochiq texnologik sikllar import xom ashyolari va tashqi bozorlarni talab qilishi tufayli hududiy nomutanosibliklarni yanada kuchaytirgan. Natijada ishlab chiqarish, investitsiyalar va moliyaviy kapital yetakchi hududlarda to'planib, "tushkun" hududlarning shakllanishiga olib kelgan [5].

Mavjud vaziyatni hisobga olgan holda, hududiy siyosatda nomutanosibliklarni to'liq bartaraf etish emas, balki ularni boshqarish va rivojlanish strategiyalarini amalga oshirishda ijobiy natijalarga erishish uchun foydalanish zarurati ilgari suriladi [6]. Bu yo'nalishda amalga oshiriladigan tadbirlar hududlarning iqtisodiy salohiyatini optimal qo'llash orqali iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishni ta'minlashga qaratilishi kerakligi ta'kidlanmoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

Hududiy rivojlanish va regionalizm masalalari bo'yicha xalqaro adabiyotlarni tahlil qilish ushbu maqolada markaziy o'rin egallaydi. Xususan, Acharya (2012) hududiy integratsiya jarayonlarini qiyosiy nuqtai nazardan o'rganib, regionalizm tushunchasining zamonaviy ilmiy maydonda dolzarblashayotganligini ta'kidlaydi hamda bu borada turli mintaqalarning integratsiya tajribalarini taqqoslaydi [7]. Baykov (2010) esa mintaqaviy siyosatdagi regionalizm va regionalizatsiya tushunchalarining farqlarini ilmiy jihatdan chuqur tahlil qilib, ularning global siyosiy jarayonlarga ko'rsatadigan ta'sirlarini yoritadi. Shuningdek, mintaqaviy hamkorlik shakllarining rivojlanishidagi asosiy tendensiyalarni ko'rsatib beradi [8]. Fawcett (2004) tarixiy nuqtai nazardan mintaqaviy birliklarning shakllanishini chuqur tahlil qilib, regionalizmning tarixiy rivojlanish bosqichlarini, ularning o'zaro o'xshashliklari va farqlarini metodologik jihatdan yoritib beradi. Bu esa mintaqaviy birliklar shakllanishidagi tarixiy sabab-oqibat bog'lanishlarini ochib berishga imkon yaratadi [9]. Haas (1958) Yevropaning birlashuvi jarayonlarining ijtimoiy-iqtisodiy omillarini ilmiy jihatdan batafsil asoslab, integratsiya jarayonlarining funksionalistik nazariy asoslarini yaratadi. Uning tadqiqotlari Yevropa integratsiyasi nazariyasining asosiy ilmiy negizlaridan biriga aylangan [10]. Hettne (2005) yangi regionalizm konsepsiyasini yanada kengaytirib, uning nazariy jihatlarini hamda amaliy yo'nalishlarini atroflicha tahlil qiladi. Zamonaviy regionalizm va globallashuv jarayonlari o'rtasidagi murakkab aloqalarni chuqur yoritib beradi [11]. Katzenstein (2005) Osiyo va Yevropa mintaqalarida hududiy integratsiya jarayonlarini Amerika imperiyasi doirasida ko'rib chiqib, mintaqaviy farqlar sabablarini batafsil ilmiy asoslaydi. Uning fikricha, mintaqaviy integratsiya jarayonlaridagi farqlar madaniy, siyosiy va iqtisodiy omillarning murakkab majmuasi bilan bog'liqdir [12]. Kuznetsov (2011) globallashuv sharoitida iqtisodiy rivojlanish va regionalizatsiyaning o'zaro aloqalarini yoritadi hamda iqtisodiy faoliyatlarning hududiy jihatdan qayta taqsimlanishi va mintaqaviy rivojlanish strategiyalarining yangi yo'nalishlarini tadqiq qiladi. Bu jarayonlarning mintaqaviy siyosatga ta'sirini ko'rsatadi [13]. Lagutina (2013, 2016) Yevrosiyo iqtisodiy integratsiyasi masalalarini chuqur ilmiy tahlil qilib, integratsiya jarayonlarining institutsional mexanizmlarini va kelgusidagi istiqbollarni

batafsil ko‘rib chiqadi. Ushbu tadqiqotlar integratsiya jarayonlarining iqtisodiy va siyosiy jihatlarini ham o‘z ichiga oladi [14, 15]. Mikhaylenko (2010) regionalizm va integratsiya jarayonlarining nazariy va amaliy jihatlarini chuqur tahlil qilib, ularning institutsional va siyosiy xususiyatlarini yoritib beradi. Bu jarayonlarning amaliy siyosat bilan bog‘liqligini ham ko‘rsatadi [16]. Mitrany (1943) mintaqaviy hamkorlik va tinchlik tizimlari bo‘yicha funksionalistik nazariy asoslarni ishlab chiqadi. U funksionalizmning mintaqaviy siyosatdagi o‘rni va ahamiyatini, shuningdek, xalqaro hamkorlik tizimlari orqali tinchlikni ta‘minlash mumkinligini ilmiy jihatdan asoslab beradi [17]. Söderbaum (2003, 2015) yangi regionalizm nazariyasini qayta ko‘rib chiqib, uning zamonaviy rivojlanish tendensiyalari va kelajakdagi istiqbollarini tahlil qiladi. U yangi regionalizmning global va mahalliy omillar bilan o‘zaro bog‘liqligini chuqur o‘rganadi [18, 19]. Telò (2007) Yevropa Ittifoqining yangi regionalizm konsepsiyasini post-gegemonistik davrda global boshqaruv va mintaqaviy aktorlar nuqtai nazaridan atroflicha tadqiq etib, Yevropa Ittifoqining global siyosatdagi o‘zgaruvchan rolini yoritadi [20].

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda hududiy rivojlanish va regionalizm masalalari bo‘yicha xalqaro adabiyotlar tahlili asosiy metodologik yondashuv sifatida qo‘llanilgan. Metodologiya sifatida nazariy tadqiqot usuli, qiyosiy tahlil, tarixiy-metodologik yondashuv va tizimli yondashuvlardan foydalanildi. Xususan, nazariy tadqiqot metodi yordamida mavjud ilmiy adabiyotlar asosida hududiy integratsiya va regionalizm tushunchalarining nazariy asoslari chuqur ko‘rib chiqildi.

Qiyosiy tahlil orqali turli mintaqaviy integratsiya jarayonlari, ularning o‘ziga xos jihatlar va umumiy xususiyatlari tahlil qilindi. Tarixiy-metodologik yondashuvdan foydalanib, regionalizmning tarixiy rivojlanish bosqichlari aniqlanib, ularning shakllanish sabab-oqibat munosabatlari ochib berildi. Tizimli yondashuv esa mintaqaviy integratsiya va regionalizm jarayonlarining murakkab aloqalarini va ularning global jarayonlarga ta‘sirini tizimli ravishda o‘rganishga imkon berdi.

Tadqiqot davomida xorijiy olimlarning asarlari chuqur tahlil qilinib, ularning metodologik yondashuvlari qo‘llanildi va mos ilmiy xulosalar chiqarildi. Bu yondashuvlar orqali tadqiqotda regionalizm tushunchasining dolzarbligi, mintaqaviy integratsiya jarayonlarining global siyosiy va iqtisodiy tizimlar bilan bog‘liqligi ilmiy jihatdan asoslandi.

TAHLIL VA NATIJALAR

O‘zbekiston Respublikasi va uning hududlarining ijtimoiy-sanoat, innovatsion-texnologik va tabiiy-texnogen rivojlanishi muammolarini ilmiy jihatdan chuqur tahlil qilish shuni ko‘rsatmoqdaki, hududlar rivojlanishidagi mavjud tabiiy-iqlim sharoitlari, xom ashyo va foydali qazilmalarning taqsimlanishi an‘anaviy omillar sifatida qabul qilinsa-da, bu omillar davlat tomonidan amalga oshiriladigan ilmiy asoslangan siyosat orqali o‘zgartirilishi mumkin. Mazkur davlat siyosati hududiy rivojlanishdagi notekisliklarni tekislashga va iqtisodiy tenglikni ta‘minlashga qaratilishi kerak.

Hududiy rivojlanishdagi tafovutlar quyidagi uchta asosiy yoʻnalishda kuzatilmoqda:

- Ijtimoiy-iqtisodiy koʻrsatkichlarning miqdoriy va surʼatli oʻzgarishidagi sezilarli farqlar.

- Hududlarning institutsional rivojlanishidagi notekislik va nomutanosiblik.
- Mulkchilik shakllari va iqtisodiy strukturalardagi tarkibiy oʻzgarishlar.

Oʻtkazilgan tadqiqotlarda taʼkidlanganidek, mintaqaviy tafovutlarning kuchayishi natijasida turli xil ijtimoiy-iqtisodiy muammolar yuzaga keladi. Xususan, ishsizlikning oʻsishi, ijtimoiy ziddiyatlarning kuchayishi, iqtisodiy passiv hududlarda investitsion faollikning susayishi, aholi turmush sifatining pasayishi va ijtimoiy infratuzilmaning rivojlanishidagi nomutanosiblik bu jarayonlarning oqibatidir.

M. Sh. Karimi va boshqa mualliflarning ilmiy ishlari shuni koʻrsatadiki, ijtimoiy-iqtisodiy tafovutlar va hududiy boʻlinishlar iqtisodiyotni davlat tomonidan samarali tartibga solishni qiyinlashtiradi, iqtisodiy resurslar va innovatsiyalarning hududiy tarqalishini cheklaydi hamda makroiqtisodiy muvozanatni buzuvchi omillarni yuzaga keltiradi. Bu oʻz navbatida iqtisodiy rivojlanishning ekstensiv va samarasiz yoʻllariga olib keladi.

Ushbu tadqiqot davomida shuni qayd etish zarurki, iqtisodiy rivojlanishdagi hududiy farqlar iqtisodiy yaxlitlik va barqaror rivojlanishga tahdid solmoqda. Ijtimoiy rivojlanishdagi tafovutlar esa inson taraqqiyotiga toʻsiq boʻlib, aholi turmush sifatining yomonlashishiga sabab boʻladi. Shu bois, ilmiy adabiyotlarda mazkur masalani chuqur tadqiq qilish zarurati tobora oshmoqda.

Hududiy farqlarni miqdoriy baholashda statistika va iqtisodiy tahlil usullaridan, xususan, geterogenlik koeffitsiyentlari, Jini indeksi, Teyl indeksi va qutblanish indeksleri kabi zamonaviy usullardan foydalaniladi. Ushbu usullardan foydalanib olingan natijalar hududiy notekislikning davomli va takrorlanadigan tabiatga ega ekanligini hamda davlatning tartibga soluvchi siyosatiga nisbatan sezgir emasligini koʻrsatadi.

Oʻzbekiston Respublikasida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishdagi farqlar uzoq yillar davomida kuzatilib kelmoqda. Hatto iqtisodiy rivojlanish koʻrsatkichlaridagi yaxshilanishlar ham hududlararo tafovutlarni kamaytirishga yetarli emas. Boris, Polgar va Zlate kabi tadqiqotchilarning taʼkidlashicha, ijtimoiy-iqtisodiy tafovutlarning chuqurlashuvi iqtisodiy birlikning parchalanishini yanada kuchaytiradi va iqtisodiy makonda notekis rivojlanishni davom ettiradi.

Shu sababli, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish koʻrsatkichlari asosida hududiy farqlarni tahlil qilish, aniqlash va bartaraf etish uchun yangi metodologik va nazariy yondashuvlarni ishlab chiqish, ushbu muammoni yechishda ilmiy asoslangan davlat siyosatini amalga oshirish zarurati dolzarbdir.

Keyingi qadam sifatida, hudud tushunchasining konseptual va terminologik jihatlarini boshqa ilmiy mualliflar tomonidan berilgan taʼriflar asosida tahlil qilish maqsadga muvofiqdir.

1-jadval maʼlumotlaridan koʻrinib turibdiki, “hudud” tushunchasining koʻp qirraliligi uni tasniflashda turli xil yondashuvlarni keltirib chiqaradi. Shu bilan birga,

bizning fikrimizcha, eng maqbul tasniflash iqtisodiy rivojlanish darajasi, moliyaviy holat, ijtimoiy-tabiiy muhit hamda geografik-tabiiy xususiyatlar kabi asosiy belgilar bo'yicha amalga oshirilishi lozim.

1-jadval

“Hudud” tushunchasining ilmiy yondashuvlari va talqini¹

Ilmiy yondashuv	Mualliflar	Konsepsiya mazmunini aniqlash
Geografik	L.Djeys, D.Martin	Hudud — ma'lum bir o'ziga xos bir xillik bilan ajralib turadigan chegara asosida ajratilgan makon.
	V.A.Popovkin	Hudud — bu inson tomonidan yaratilgan tabiiy muhit, moddiy muhit, shuningdek, jamiyatning yaxlitligi
	B.E.Alayev	Boshqa hududlardan ajralib turadigan va uni tashkil etuvchi elementlarning birligi, o'zaro bog'liqligi, yaxlitligiga ega bo'lgan hudud.
Ma'muriy	D.V.Dolenko	Yuqori darajada tashkil etilgan va ishlab chiqarish hududiy tizimiga ega bo'lgan davlat kelib chiqishining ma'muriy-hududiy birligi.
	S.A.Romanyuk	Saylangan hokimiyatga, huquqiy mustaqillikka va o'z byudjetiga ega bo'lgan submilliy darajadagi ma'muriy-hududiy birlik.
	A. A.Chub	Davlat hududining turli belgilar majmui bilan ma'muriy birlikka ajratilgan, ijtimoiy taraqqiyot maqsadlariga erishish uchun ongli ravishda yo'naltiriladigan va muvofiqlashtiriladigan qismi.
Iqtisodiy	M.Z.Bor	Hudud — proporsionallikning buzilishi nomutanosiblik yoki nomutanosiblikning paydo bo'lishiga olib keladi.
	M.M.Nekrasov	Tabiiy resurslar majmuasini shakllangan va istiqbolli ijtimoiy infratuzilma bilan birlashtirishga asoslangan bir xil tabiiy sharoitlarga ega bo'lgan davlat hududi.
	L.O.Petkova	Geografik sharoiti va tabiiy resurslarga ixtisoslashuvi bilan ajralib turadigan mamlakat xalq xo'jaligi majmuasining ma'lum qismi.

Birinchi tasnif belgisi – iqtisodiy rivojlanish darajasi bo'lib, unga ko'ra hududlar yuqori darajada rivojlangan, shakllanayotgan, rivojlanayotgan va rivojlanmagan hududlarga ajratiladi.

Ikkinchi tasnif belgisi – moliyaviy holat, ijtimoiy va tabiiy muhit bilan bog'liq bo'lib, bunda bozor munosabatlarining rivojlanishi, hudud iqtisodiyotidagi inqiroz holatlari, iqtisodiy kompleks yoki uning ayrim tarmoqlarining, aholi hayot faoliyatining tushkun holatlari ko'rsatkichlariga asoslaniladi.

Uchinchi tasnif belgisi – geografik va tabiiy xususiyatlarga asoslangan bo'lib, hududlar quyidagi turlarga ajratiladi: an'anaviy ravishda rivojlanmagan, tushkun hududlar, an'anaviy rivojlangan (sanoatlashgan, industrial-agrar, agrar, xomashyo bazasi bo'lgan), milliy ahamiyatga ega bo'lgan resurslarga ega yoki davlat dasturlari orqali rivojlantirilayotgan hududlar. Ushbu tasniflash hududlarning rivojlanishidagi barcha tizimlarni yagona strategik maqsad – tabiiy muhitni saqlab qolish bilan birga,

¹ Muallif ishlanmasi

hudud aholisining moddiy va ma'naviy ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilishini talab etadi [21].

Bizning fikrimizcha, "hudud" tushunchasi mamlakatning iqtisodiy xususiyatlariga asoslangan holda ajratilgan ma'muriy-boshqaruv birliklari bo'lib, ularning strategik tartibga solish mexanizmlarini ishlab chiqish, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish ko'rsatkichlarini baholash va hududiy farqlarni tahlil qilishda muhim ahamiyatga egadir. Hududiy rivojlanishning fundamental tushunchalaridan biri iqtisodiy makon hisoblanadi. Bu atama aholi punktlari, korxonalar va transport infratuzilmalari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni ifodalovchi hududni anglatadi.

Iqtisodiy fazo zichlik (hudud birligiga to'g'ri keladigan ko'rsatkichlar), joylashuvning farqlanishi, iqtisodiy aloqalar kabi parametrlarning majmuasi bilan xarakterlanadi. Davlatning umumiy iqtisodiy siyosati ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarning sanoat modelidan postindustrial modelga o'tishini, barqaror rivojlanishni ta'minlash hamda global integratsiyaga faol kirib borish imkoniyatlarini yaratishga yo'naltirilgan mexanizmlarni shakllantirishni talab etadi. Bu esa yuqori darajadagi o'z-o'zini rivojlantirish salohiyatini va mintaqaviy makon tuzilmasini samarali tashkil etishni nazarda tutadi.

Bunday holatlar hududiy tafovutlar masalasini o'rganishda ijtimoiy-iqtisodiy makonni shakllantirish sharoitlarini inobatga olish zaruratini taqozo etadi. Hududning ijtimoiy-iqtisodiy hayot maydoni murakkab va differensial tuzilishga ega.

Shu bilan birga, hududiy farqlarni tadqiq qilishning ishonchlilikini ta'minlash uchun "farq" tushunchasining mazmunini aniq belgilash zarur. Ko'pchilik mualliflar bu masalani o'rganishda yagona konseptual yondashuvni aniqlamaydi. B. L. Lavrovskiy va V. V. Masakovlar [22] "assimetriya" va "disarmoniya", V. M. Leksin va O. M. Shvesovlar [23] "nomutanosiblik" va "differensiatsiya", O. A. Granberg [24], E. A. Postnikova va E. O. Shilsin [25] – differensiatsiya, E. B. Kibalov [26] esa "nomutanosiblik" tushunchalaridan foydalanishadi.

Bunday xilma-xillik esa tadqiqotchilarning hududiy farqlarni baholash va tartibga solishga oid metodologik qarashlarining nomuvofiqligiga olib kelmoqda. "Assimetriya" tushunchasi parametrlarning ma'lum bir me'yordan chetga chiqishini anglatadi. "Differensiatsiya" esa hududlar o'rtasida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasidagi farqlarning shakllanish jarayoni va natijasini ifodalaydi. "Nomutanosiblik" tushunchasi iqtisodiyot yoki uning ayrim tarmoqlaridagi proporsiyalarning buzilishiga ishora qiladi va bu ko'pincha iqtisodiy tizimdagi xatoliklar, noto'g'ri siyosat yoki bozor mexanizmlarining ishlamasligi natijasidir.

Ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish ko'rsatkichlari, xususan, aholi jon boshiga to'g'ri keladigan yalpi hududiy mahsulot (YaHM) bo'yicha amalga oshiriladigan qiyosiy tahlillar hududiy farqlarning darajasini aniqlash va baholashda asosiy ko'rsatkich hisoblanadi. Ushbu ko'rsatkich yordamida mamlakat hududlari orasidagi rivojlanish farqlarini obyektiv va ilmiy asosda tahlil qilish imkoniyati yaratiladi (2-jadval).

Ma'lumotlar tahlili asosida Respublika bo'yicha aholi jon boshiga to'g'ri keladigan YaHM ko'rsatkichlaridagi farqlar sezilarli ekanligini kuzatish mumkin. Xususan, yuqori qiymatlar Navoiy viloyati va Toshkent shahrida, eng past qiymatlar

esa Qoraqalpog‘iston Respublikasi va Samarqand viloyatida qayd etilgan. Bunday holat ushbu hududlarning rivojlanishdagi tafovutlarini yanada chuqur o‘rganishni va iqtisodiy rivojlanish strategiyalarini shakllantirishda ularga alohida e‘tibor qaratishni talab qiladi.

2-jadval

O‘zbekiston Respublikasi hududlari bo‘yicha individual ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlarning farqlari¹

Ko‘rsatkichlar		Ko‘rsatkichning maksimal va minimal qiymatlari (mlrd. so‘mda) va mintaqaviy "farqlar" 2010–2023-yillar uchun alohida yillar uchun yalpi hududiy mahsulot (vaqt) ko‘rsatkichiga ko‘ra.					
		2005	2010	2015	2020	2021	2022
Aholi jon boshiga YaHM (Navoiy viloyati bilan)	Max	1354,8 Navoiy	5016,3 Navoiy	11454,7 Navoiy	49513,0 Navoiy	57370,6 Navoiy	65855,6 Navoiy
	Min	333,2 QQR	1317,0 QQR	3772,3 QQR	10996,3 Samarqand	13258,2 Samarqand	15124,1 Samarqand
	Farq	4,07	3,81	3,04	4,5	4,33	4,35
Aholi jon boshiga YaHM (Navoiy viloyatisiz)	Max	884,9 Toshkent sh.	4596,1 Toshkent sh.	12529,4 Toshkent sh.	36051,4 Toshkent sh.	43166,0 Toshkent sh.	51435,4 Toshkent sh.
	Min	333,2 QQR	1317,0 QQR	3772,3 QQR	10996,3 Samarqand	13258,2 Samarqand	15124,1 Samarqand
	Farq	2,66	3,49	3,32	3,28	3,26	3,4

Eslatma: bu yerda QQR – Qoraqalpog‘iston Respublikasi

Bundan tashqari, oxirgi besh yillik davr mobaynida hududlarga jalb qilingan investitsiyalar hajmida ham sezilarli farqlar mavjud ekanligi kuzatilmoqda. 2005–2022-yillarda aholi jon boshiga investitsiyalar hajmining eng yuqori ko‘rsatkichi Toshkent shahrida (10 653,6 ming so‘m) va Navoiy viloyatida (8 624,1 ming so‘m) qayd etilgan bo‘lsa, eng past ko‘rsatkichlar esa Farg‘ona viloyati (1 865,7 ming so‘m) va Andijon viloyatiga (1 982,4 ming so‘m) to‘g‘ri keladi. Ushbu ma‘lumotlar Respublika miqyosida iqtisodiy rivojlanishdagi hududiy nomutanosibliklar nafaqat daromadlar darajasida, balki investitsiyalarni jalb qilish salohiyatida ham sezilarli ekanligini ko‘rsatadi.

Shu munosabat bilan, iqtisodiyotni rivojlantirish bo‘yicha davlat siyosatida hududlararo nomutanosibliklarni kamaytirishga yo‘naltirilgan kompleks chora-tadbirlarni ishlab chiqish va amalga oshirish zarurligi aniq bo‘lmoqda. Xususan, past ko‘rsatkichlarga ega hududlarning iqtisodiy salohiyatini oshirish va ular uchun qo‘shimcha investitsion imkoniyatlar yaratish bo‘yicha maxsus dasturlar ishlab chiqilishi lozim. Bu esa Respublikaning umumiy iqtisodiy rivojlanishi uchun muhim

¹ Muallif ishlanmasi

ahamiyat kasb etadi va hududlararo iqtisodiy integratsiyani mustahkamlashga xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Olib borilgan tahlillar natijasida, O'zbekiston Respublikasining hududlari o'rtasida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish bo'yicha sezilarli farqlar mavjudligi aniqlangan. Xususan, YaHM va investitsiyalar hajmi bo'yicha Toshkent shahri va Navoiy viloyati aniq yetakchi hududlar hisoblanib, boshqa hududlar, jumladan, Qoraqalpog'iston Respublikasi, Samarqand, Farg'ona va Andijon viloyatlari esa iqtisodiy rivojlanish sur'atlari jihatidan sezilarli darajada orqada qolmoqda. Bu esa mamlakatning hududiy rivojlanish strategiyasida jiddiy nomutanosiblik mavjudligini ko'rsatadi.

Hududlararo iqtisodiy rivojlanishdagi bunday nomutanosibliklar iqtisodiy salohiyatdan samarali foydalanishni cheklaydi, mintaqalararo migratsiyani kuchaytiradi hamda ijtimoiy keskinliklarni keltirib chiqarishi mumkin. Shu bois, davlat siyosatida hududlarning rivojlanishini tartibga soluvchi aniq va samarali mexanizmlar ishlab chiqilishi zarur. Jumladan, rivojlanish darajasi past bo'lgan hududlarga davlat tomonidan qo'shimcha moliyaviy va investitsion imtiyozlar berilishi, infratuzilmani yaxshilashga qaratilgan loyihalarning ko'paytirilishi zarur.

Shuningdek, hududlarning iqtisodiy salohiyatini oshirish uchun innovatsion texnologiyalarni joriy qilish, mahalliy ishlab chiqarishni rag'batlantirish va inson kapitalini rivojlantirishga qaratilgan dasturlarni amalga oshirish ham muhim ahamiyat kasb etadi. Bu tadbirlar orqali iqtisodiy resurslar samarali taqsimlanib, Respublikaning barcha hududlarida barqaror va muvozanatli rivojlanish ta'minlanishi mumkin. Shu bilan birga, hududlararo integratsiyani kuchaytirish, mintaqalararo hamkorlikni rivojlantirish bo'yicha kompleks yondashuv zarur.

Xulosa qilib aytganda, O'zbekiston Respublikasi iqtisodiy barqarorligi va uzoq muddatli rivojlanishini ta'minlash uchun hududlararo rivojlanishdagi tafovutlarni kamaytirishga qaratilgan chuqur strategik o'zgarishlar amalga oshirilishi talab etiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Rodrik, D. (2004). Growth Strategies. Handbook of Economic Growth, Volume 1A. Amsterdam: Elsevier, pp. 967–1014.
2. Kanbur, R., & Venables, A. J. (2005). Spatial Inequality and Development. Oxford University Press, Oxford. ISBN 978-0-19-927863-3.
3. World Bank. (2016). Uzbekistan: Toward a New Economy—Country Economic Update. World Bank Group, Washington, DC.
4. United Nations Development Programme (UNDP). (2019). Human Development Report 2019: Beyond Income, Beyond Averages, Beyond Today. United Nations, New York.
5. Asian Development Bank (ADB). (2020). Uzbekistan: Quality Job Creation as a Cornerstone for Sustainable Economic Growth. Asian Development Outlook. Manila, Philippines: ADB. <https://doi.org/10.22617/TCS200167-2>
6. Storper, M. (2018). Separate Worlds? Explaining the Current Wave of Regional Economic Polarization. Journal of Economic Geography, 18(2), 247–270.

7. Acharya, A. (2012). Comparative Regionalism: A Field Whose Time Has Come? *The International Spectator*, 47(1), 3–15.
8. Байков, А. А. (2010). Регионализм и регионализация в современной мировой политике. *Международные процессы*, 8(3), 17–28.
9. Fawcett, L. (2004). Exploring Regional Domains: A Comparative History of Regionalism. *International Affairs*, 80(3), 429–446.
10. Haas, E. (1958). *The Uniting of Europe: Political, Social, and Economic Forces, 1950–1957*. Stanford University Press.
11. Hettne, B. (2005). Beyond the 'New' Regionalism. *New Political Economy*, 10(4), 543–571.
12. Katzenstein, P. J. (2005). *A World of Regions: Asia and Europe in the American Imperium*. Cornell University Press.
13. Кузнецов, Д. А. (2011). Экономическое развитие и регионализация в условиях глобализации. *Журнал международных отношений*, 6(2), 54–63.
14. Lagutina, M. (2013). *Eurasian Economic Integration: Institutions, Promises and Faultlines*. Springer.
15. Lagutina, M. (2016). *Regional Integration and Future Cooperation Initiatives in the Eurasian Economic Union*. Palgrave Macmillan.
16. Михайленко, Е. (2010). Регионализм и интеграция: теория и практика. *Вестник международных организаций*, 5(2), 76–89.
17. Mitrany, D. (1943). *A Working Peace System*. Royal Institute of International Affairs.
18. Söderbaum, F. (2003). *Theories of New Regionalism*. Palgrave Macmillan.
19. Söderbaum, F. (2015). *Rethinking Regionalism*. Palgrave Macmillan.
20. Telò, M. (2007). *European Union and New Regionalism: Regional Actors and Global Governance in a Post-Hegemonic Era*. Ashgate Publishing Limited.
21. Гранберг, А. Г. (2000). *Основы региональной экономики*. Москва: Высшая школа экономики.
22. Лавровский, Б. Л., Масаков, В. В. (2004). Региональная асимметрия: сущность, причины, методы измерения. *Региональная экономика*, (3), 22–31.
23. Лексин, В. М., Швецов, О. М. (2001). *Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития*. Москва: Эдиториал УРСС.
24. Гранберг, О. А. (2004). *Экономика и социология территориальных образований*. Москва: Наука.
25. Постникова, Е. А., Шильсин, Е. О. (2005). Дифференциация социально-экономического развития регионов России. *Региональная экономика и управление*, (1), 16–21.
26. Кибалов, Е. Б. и др. (2007). Проблемы региональных диспропорций в развитии экономики России. *Экономические науки*, (12), 5–9.

IQTISODIY RIVOJLANISHNING IKKI OMILI: YASHIL IQTISODIYOT VA MAKROIQTISODIY BARQARORLIK

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna

TDIU “Marketing” kafedrası mudiri, i.f.d., professor

Qurbonova Aziza Shavkatovna

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi

Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi magistranti

Annotatsiya

Mazkur maqolada O‘zbekistonda yashil iqtisodiyot va makroiqtisodiy barqarorlik hamda ularning uyg‘unligi keng yoritib o‘tilgan. Makroiqtisodiy barqarorlikni ta’minlashning muhim jihatlari, asosiy omillari va shartlari, barqaror rivojlanish maqsadlari har bir inson uchun farovon turmush tarzini yaratishga xizmat qiluvchi iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik ko‘rsatkichlarni o‘z ichiga oladi. Muallif tomonidan batafsil yoritilib, o‘rganilish va tadqiq etish natijasida taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: iqtisodiyot, makroiqtisodiy barqarorlik, YaIM, barqaror valyuta.

Аннотация

В данной статье автором подробно раскрыты основные факторы и условия развития экономики страны, обеспечивающие макроэкономическую стабильность в современную развивающуюся эпоху, а в результате изучения и исследования разработаны предложения и рекомендации.

Ключевые слова: экономика, макроэкономическая стабильность, ВВП, стабильная валюта.

Abstract

In this article, the author reveals in detail the main factors and conditions of the country's economic development that ensure macroeconomic stability in the modern developing era, and as a result of the study and research, suggestions and recommendations have been developed.

Keywords: economy, macroeconomic stability, GDP, stable currency.

KIRISH

Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishga ko‘p omillar ta’sir etadi. Bu omillar ko‘plab bo‘lib, ularning eng muhimlarini aniqlash va ularning shartlarini o‘rganish masalasi doimo dolzarblikni anglatadi. Ya’ni, iqtisodiyotning rivojlanishiga har bir makroiqtisodiy jarayonlar ta’sir ko‘rsatadi. Iqtisodiyotda makroiqtisodiy shartlarning hajmi oshib borishi bilan bunga parallel ravishda iqtisodiyot ham rivojlanib boradi. Bundan tashqari, turli iqtisodiy shartlar mamlakatda makroiqtisodiy barqarorlikni ta’minlashda katta ahamiyatga egadir¹. Makroiqtisodiy barqarorlikni ta’minlanishi bu mamlakatda iqtisodiyot jadal rivojlanayotganidan darak beradi².

¹ “Жаҳонда барқарор иқтисодий ривожланиш концепцияларини амалга ошириш механизми ва дастаклари” мавзусидаги республика илмий-амалий конференцияси материаллари тўплами. -: Тошкент. “Universitet” 2018.

² Вахабов А.В. Миллий иқтисодиётда барқарор иқтисодий ўсишни таъминлаш ва таркибий ўзгаришларни амалга

Davlat rahbari ham doimo o'zining rivojlanish dasturlarini belgilashda, mamlakatning strategik yo'nalishlarini o'rnatishda makroiqtisodiy barqarorlikning muhimligi, uning omillari va shartlari to'g'risida doimo ta'kidlab keladilar.

Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev 2020-yil va keyingi-yillarda iqtisodiyot sohasida amalga oshirilishi zarur bo'lgan dasturiy va maqsadli vazifalarni belgilab berishda: “Birinchidan, 2020-yilda makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash va inflyatsiyani jilovlash – iqtisodiy islohotlar jarayonidagi bosh vazifamizdir”, deya ta'kidlaganlari ham mamlakatimizda makroiqtisodiy barqarorlikning zarurligini oshiradi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Ushbu ilmiy maqola bilan bog'liq adabiyotlar o'rganilib, tahlil qilinib quyidagilarga e'tibor qaratish muhimligi taklif sifatida belgilab olindi:

- Mamlakatda yashillik darajasini yanada oshirish.
- Tabiat bilan bog'liq mavjud imkoniyatlardan samarali foydalanish.
- Makroiqtisodiy barqarorlikka erishishning optimal variantlarini tanlash.
- Makroiqtisodiy barqarorlik bilan bog'liq barcha resurslardan to'g'ri va tejamkor foydalanish.
- Yashil iqtisodiyot va makroiqtisodiy barqarorlikning xalqaro darajadagi mavqeyini ta'minlash.

METODOLOGIYA

Ushbu ilmiy maqolada yashil iqtisodiyot va makroiqtisodiy barqarorlikka oid tegishli adabiyotlar o'rganilib, tahlil qilindi. Bunda, bir tomondan yashil iqtisodiyotning afzalligi tahlil qilingan bo'lsa, ikkinchi tomondan esa makroiqtisodiy barqarorlikning ta'minlanishi, mamlakatda ishlab chiqarish salohiyatining yaxshilanishi, yangi sanoat korxonalari paydo bo'lishi amalga oshadi. Bularning natijasida aholi bandligi oshadi, ishsizlik darajasi pasayadi. Shu kabi holatlar tahlil qilinib, tegishli takliflar berib o'tiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Bizga ma'lumki, yashil iqtisodiyot va uning jamiyatdagi ta'siri nechog'li muhimdir. Dunyo mamlakatlari iqtisodiyotini tahlil qilganimizda, shu narsaning guvohi bo'lamizki, deyarli barcha mamlakatlarda yashillikka bo'lgan intilish sezilib turadi¹. Bu o'z-o'zidan ma'lumki, yashil iqtisodiyot va makroiqtisodiy barqarorlik dunyo mamlakatlari oldida turgan muhim vazifalardan biri hisoblanadi. Jumladan, bizning mamlakatimizda ham desak – mubolag'a bo'lmaydi.

Shuni eslash joizki, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 4-oktyabr PQ-4477-son “2019–2030-yillar davrida O'zbekiston Respublikasining ‘yashil’ iqtisodiyotga o'tish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida”gi Qarori² qabul qilindi. Har

ошириш муаммолари. /“Экономика и туризм: международная и национальная практика”. Республиканская научно-практическая конференция. Технический институт Ёдзу в городе Ташкент. 22 февраля 2020 года.

¹ Иминов Т.К., Вахабов А.В., Тешабоев Т.З., Бутабоев М.Т. “Зелёная экономика” как основа устойчивого развития. Монография. — Т.: “Aloqachi”, 2019.

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 4-oktyabr PQ-4477-son “2019–2030-yillar davrida O'zbekiston Respublikasining ‘yashil’ iqtisodiyotga o'tish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida”gi Qarori: <https://lex.uz/docs/-4539502>

qanday qaror va har qanday strategiyadan maqsad – mamlakatni istiqbolli rivojlantirishdir. Shunday ekan, strategiyadan ko‘zlangan maqsad quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- Yashil iqtisodiyot ta‘sirida ijtimoiy rivojlanishga erishish.
- Tabiat, iqlim va ekologiya barqarorligini ta‘minlovchi mustahkam iqtisodiy taraqqiyotga erishish.
- Mamlakatimiz iqtisodiyotining energiya samaradorligini oshirish.
- Mamlakatimizdagi mavjud potentsialdan tejamkorona va samarali foydalanish.
- Milliy va xalqaro standartlarga mos ravishda “yashil” mezonlar va o‘lchovlarni kiritish va boshqalar.

Shuni ta‘kidlash o‘rinliki, iqtisodiyotning uzoq muddat davomida yuqori sur‘atlar bilan o‘sishi – barqaror iqtisodiy o‘sinh hisoblanadi. So‘nggi yillarda mamlakatimizda yaratilgan qulay makroiqtisodiy sharoit hisobiga milliy iqtisodiyotimiz barqaror rivojlandi. Hukumat iqtisodiyotning turli tarmoqlarida investitsiyaviy muhitni yaxshilash, kichik va o‘rta biznesni qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan islohotlarni faol davom ettirmoqda. Natijada, mamlakatda ishbilarmonlik muhiti yaxshilanib, tadbirkorlik subyektlari soni va ularning faolligi oshib bormoqda. So‘zimiz isboti sifatida shuni aytish mumkinki, Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev raisligida 2024-yil 16-yanvarda makroiqtisodiy barqarorlik va iqtisodiy rivojlanishni ta‘minlash bo‘yicha ustuvor vazifalar muhokamasi yuzasidan videoselektor yig‘ilishi o‘tkazildi¹. Ushbu yig‘ilishda, o‘tgan yilgi ayrim ko‘rsatkichlar esga olindi. Jumladan, 2023-yilda mamlakatimizda iqtisodiy o‘sinh 6 foizni tashkil qildi. Jumladan, sanoat 6, xizmat ko‘rsatish 6,8, qurilish 6,4, qishloq xo‘jaligi 4,1 foiz o‘sgan. Joriy yilda esa, yalpi ichki mahsulot hajmini kamida 6 foizga ko‘paytirib, 100 milliard dollarga yetkazish maqsad qilingan. Yig‘ilishda shu boradagi vazifalar, zaruriy chora-tadbirlar muhokama qilindi.

Davlatimiz rahbari buning uchun, avvalo, eng katta islohotchi bo‘lgan iqtisodiy kompleks xodimlari juda qattiq ishlashi kerakligini ta‘kidladi. Masalan, umumiy sanoat hajmi o‘sgani bilan, ishlab chiqarishda qo‘shilgan qiymat 40 foizdan oshmayapti. Bular asosan importga qaramlik, energiya iste‘moli yuqoriligi va ortiqcha xarajatlar ko‘pligi sababli bo‘lmoqda. Shu bois iqtisodiy kompleks rahbarlari va barcha davlat korxonalari uchun “2024-yil – tannarxni qisqartirish va samaradorlik yili” bo‘lishi lozimligi ta‘kidlandi. Xaridlar va logistikani maqbullashtirish, energiya resurslarini tejash va raqamlashtirish orqali qancha xarajatni kamaytirish mumkinligi tarmoqlar kesimida ko‘rsatib o‘tildi. Joriy yilda yirik tarmoqlarda qo‘shilgan qiymatni 45 foizdan oshirish, tannarxni 15 foizga kamaytirish, jami sanoatda 7 foiz o‘sinhni ta‘minlash bo‘yicha vazifalar belgilandi.

Shu bilan birga, iqtisodiy kompleksdagi rahbarlar faoliyatini oylik, choraklik va yillik samaradorlik ko‘rsatkichlari (KPI) bilan bog‘lash, o‘rinbosarlar sonini ko‘rib chiqish taklifi ilgari surildi.

¹ www.stat.uz — O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi rasmiy sayti.

Prezidentimiz yana bir dolzarb masala – ya’ni, mamlakatimizdagi moliyaviy intizom masalasiga ham alohida to’xtalib o’tdilar¹. Jumladan, o’tgan yili ayrim davlat korxonalari tomonidan dividend va soliq to’lovlari bo’yicha byudjetga 8 trillion so’m tushum ta’minlanmagan. Sirdaryo va Jizzax viloyatlarida soliq tushumlari 20 foiz o’sgan bo’lsa, Xorazm, Buxoro va Qashqadaryoda bu ko’rsatkich 7 foizga ham yetmagan. Bunday holatlar hududiy soliq bo’limi boshliqlari va o’rinbosarlari, mahalladagi soliqchilarning ishi sustligini ko’rsatadi. Shu bois bu tizim qayta ko’rib chiqilib, yangi yo’nalishlar belgilandi. Ular quyidagilar:

Birinchi yo’nalish – 40 mingta byudjet tashkiloti bilan ishlash vazifasi tumanlardan Soliq qo’mitasida yangi tashkil qilinadigan Tumanlararo byudjet tashkilotlari inspeksiyasiga o’tkaziladi. Ushbu inspeksiya to’liq raqamlashgan bo’ladi va G’aznachilik elektron tizimiga integratsiya qilinadi.

Ikkinchi yo’nalish – Qo’mitada soliq qarzini undirish bo’yicha ham Tumanlararo inspeksiya tashkil etiladi. Unga Majburiy ijro byurosida mavjud vakolatlar beriladi. Buning hisobiga, tumanlardagi qo’shimcha 200 nafar soliqchini mahallabay ishlashga o’tkazish imkoni bo’ladi.

Uchinchi yo’nalish – Respublika soliq tushumining 50 foizini beradigan 80 ta eng yirik korxona va 35 ta tijorat banki bilan ishlaydigan alohida tizim bo’ladi. Buning uchun Yirik soliq to’lovchilar bo’yicha inspeksiya tarkibida yangi tuzilma tashkil qilinib, Iqtisodiyot va moliya vazirligi bilan bevosita ishlaydi.

Yuqoridagi yo’nalishlardan kelib chiqib, Iqtisodiyot va moliya vazirligiga soliqlar tushumini o’z vaqtida ta’minlash, korxonalar xarajati asossiz o’sishining oldini olish bo’yicha vazifalar qo’yildi. Bojxona sohasi ham tahlil qilindi va unga ko’ra, o’tgan yili import bo’lgan tovarlarga salkam 60 trillion so’mlik imtiyoz qo’llangani, lekin ularning samaradorligi bo’yicha yetarli tahlil yo’qligi qayd etildi. Shu bois imtiyoz bilan kirgan tovarlarni birma-bir o’rganib chiqishga ko’rsatma berildi. Byudjet tushumi uchun yana katta zaxiralar bu – xususiylashtirish va yerlarni auksion orqali sotishdir. Lekin xususiylashtirish dasturiga kiritilgan 484 ta davlat aktivi savdoga chiqarilmay turibdi. Masalan, savdoga qo’yilgan o’nlab don korxonalari sotilmasdan turibdi. Negaki, ularning bahosini belgilashda kamchiliklar bor. Vazirlar Mahkamasiga bu boradagi qoloqliklarni bartaraf etib, joriy yilda 20 trillion so’m tushumni ta’minlaydigan yangi xususiylashtirish dasturini tayyorlash topshirildi. O’tgan yili yerlarni auksion orqali sotishdan 1 trillion so’m tushum bo’lgan, 12 mingta yangi loyiha qo’shilgan. Bunday imkoniyatlarni kengaytirish maqsadida – yil yakuniga qadar 70 ta, kelgusi yili barcha tumanlarning master rejalarini ishlab chiqish vazifasi qo’yildi.

Bugungi kundagi eng dolzarb masala bu – yashirin iqtisodiyot. Tahlillar shuni ko’rsatmoqdaki, xizmatlar, qurilish, sanoat sohalarida katta miqdordagi aylanma “soya”da qolmoqda. Davlatimiz rahbari yashirin iqtisodiyot adolatli raqobatga, halol tadbirkorlar faoliyatiga to’siq bo’layotganini aytib, qo’shimcha choralarni ko’rsatib o’tdi. Hozirda yashirin iqtisodiyot va iqtisodiy jinoyatchilikka qarshi kurashish bilan 14 ta idora tarqoq holda shug’ullanmoqda. Bu ishlarni muvofiqlashtirish va

¹ www.stat.uz — O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi rasmiy sayti.

kuchaytirish maqsadida Bosh prokuratura huzuridagi Iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti vakolatlari kengaytiriladi. Bu departament eng zamonaviy vositalar va yetuk mutaxassislar bilan ta'minlanib, uning huzurida ilmiy-tahliliy va o'quv markazi ochiladi. Shu bilan birga, Bosh prokuraturada ham yashirin iqtisodiyot bo'yicha alohida boshqarma va uning hududiy bo'limlari tashkil qilinadi.

Mamlakatimizda byudjet xarajatlarining samaradorligi ham muhim masalalardan biri hisoblanadi. Shu o'rinda aytish joizki, o'tgan yili byudjetdan 1,2 trillion so'mlik noqonuniy xarajat hamda 200 milliard so'mlik kamomad va o'g'riliklarga yo'l qo'yilgani aniqlangan. Sog'liqni saqlash, qishloq xo'jaligi sohalaridagi dasturlarga ajratilgan mablag'lar to'liq ishlatilmagan. Shuningdek, aslida ishlamaydigan xodim yoki bajarilmagan ish uchun haq yozish, asossiz ssuda yoki mukofot pullari olish kabi holatlar ko'paygan. Bu borada Iqtisodiyot va moliya vazirligi huzuridagi Davlat moliyaviy nazorati inspeksiyasi faoliyati qoniqarsiz ekani ko'rsatib o'tildi. Shu bois mazkur inspeksiya Bosh prokuratura huzuridagi Iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamentiga o'tkazilishi belgilandi.

Joriy yilda byudjetda ko'zda tutilgan 313 trillion so'mlik xarajatni to'g'ri sarflanishini nazorat qilish vazifasi qo'yildi. Inflyatsiyani kamaytirish masalasi ham dolzarb. Ko'rilgan choralar natijasida o'tgan yili inflyatsiya 9 foizdan oshmadi. Mahsulotlar inflyatsiyasini oziq-ovqatni ko'paytirish orqali jilovlash mumkinligi ta'kidlanib, bu bo'yicha qishloq xo'jaligi vaziri va hokimlarga ko'rsatmalar berildi.

Umuman, joriy yilda ham inflyatsiyani 9 foizdan tushirish choralari muhokama qilindi. Bank tizimi barqarorligini ta'minlash, iqtisodiyotga kreditlar yo'naltirish masalalariga ham to'xtalib o'tildi. Bozor mexanizmlari asosida kredit stavkalarini kamida 2–3 foizga tushirish bo'yicha dastur ishlab chiqish vazifasi qo'yildi. Mamlakatimizda aholi bandligini ta'minlash masalasiga alohida e'tibor qaratildi. Bu bo'yicha yaqinda qabul qilingan dasturni samarali amalga oshirish muhimligi ta'kidlandi. Bandlik tizimiga kiruvchi kasbga tayyorlash muassasalari hamda tashqi mehnat migratsiyasidagi ishlar talab darajasida emasligi qayd etildi. Kambag'allikni qisqartirish va Bandlik vazirligiga bu kabi kamchiliklarni bartaraf etib, aholini kasbga o'qitish va ish o'rinlari yaratish yuzasidan qo'shimcha topshiriqlar berildi. Albatta, bu kabi masalalarning tub mohiyatida iqtisodiy rivojlanish va uni ta'minlash yotadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Berilgan ma'lumotlar va fikrlardan shunday xulosaga kelish mumkinki, mamlakatning iqtisodiy rivojlanishiga asosan ikki omil: "yashil" iqtisodiyot va makroiqtisodiy barqarorlik hamda ularning real hayotda ta'minlanishi, ushbu omillarning uzviyligining bardavomiligi chinakam natijaga yetaklaydi. Buning uchun esa, ayrim takliflar inobatga olinishi maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz:

- Iqtisodiy rivojlanishga barcha soha vakillari birdek javobgar ekanligini his qilgan holda faoliyat olib borishlari.
- Har qanday resursdan o'z vaqtida to'liq va oqilona foydalanish.
- Xodimlar malaka va tajribasini yangiliklar asosida oshirib borish, zamon bilan hamnafas tarzda mehnat qilishlari.

- Zimmasidagi vazifalarni sidqidildan bajarish va o'z kasbining fidoyi xodimlaridan bo'lishlari muhim ko'rsatkich hisoblanadi.

Yuqoridagi fikrlarga amal qilish va ularni real hayotda joriy etish, albatta, o'zining ijobiy natijasini beradi.

FOYDALANILGA ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 4-oktyabrdagi "2019–2030-yillar davrida O'zbekiston Respublikasining 'yashil' iqtisodiyotga o'tish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PQ-4477-son qarori.

2. "Jahonda barqaror iqtisodiy rivojlanish konsepsiyalarini amalga oshirish mexanizmi va dastaklari" mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari to'plami. — T.: "Universitet", 2018.

3. Vahabov A.V., Fayzullayev J.N. "Yashil" iqtisodiyotga o'tish bo'yicha xalqaro va milliy dasturlar. // "Ta'lim tizimida ijtimoiy-gumanitar fanlar" ilmiy-metodologik va ilmiy-uslubiy jurnal, 2019, № 3.

4. Иминов Т.К., Вахабов А.В., Тешабоев Т.З., Бутабоев М.Т. "Зелёная экономика" как основа устойчивого развития. Монография. — Т.: «Алоқачи», 2019.

5. Vahabov A.V. "Yashil iqtisodiyot" konsepsiyasini amalga oshirishning xorij tajribasi va undan O'zbekiston amaliyotida foydalanish imkoniyatlari. / "Yashil iqtisodiyot" rivojlanishining jahon tajribasi va undan O'zbekiston amaliyotida foydalanish imkoniyatlari. Respublika miqyosidagi ilmiy-amaliy anjuman materiallari to'plami. — T.: "Universitet", 2019.

6. Vahabov A.V. Milliy iqtisodiyotda barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash va tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirish muammolari. / "Ekonomika i turizm: mezhdunarodnaya i natsionalnaya praktika". Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi. Toshkent shahridagi Yodju texnika instituti. 2020-yil 22-fevral.

7. www.stat.uz — O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi rasmiy sayti.

SERVIS LOGISTIKASI TASNIFI VA UNI BAHOLASHGA YONDASHUVLAR

Rajabov Orzujon Mamasoliyevich

Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
Samarqand filiali dotsenti v. b., PhD

Annotatsiya

Mazkur maqolada servis logistikasining mazmuni va mohiyati, uning asosiy turlari — iste'molchi talabini qondirish servisi, ishlab chiqarish jarayoniga oid servis, sotuvdan keyingi servis, axborot servisi va moliya-kredit servisi — tizimli yoritilgan. Shuningdek, servis logistikasining mazkur turlarini baholash mezonlari, jumladan, yetkazib berish vaqti, nomenklatura va miqdor ko'rsatkichlari asosida tahlil berilgan.

Kalit so'zlar: servis logistikasi, iste'molchi ehtiyojini qondirish, sotuvdan keyingi servis, yetkazib berish muddati, "nomenklatura va miqdor" mezon, moliya-kredit servisi.

Аннотация

В статье последовательно раскрываются содержание и сущность сервисной логистики, а также её ключевые виды: обслуживание потребительских запросов, производственный сервис, послепродажное обслуживание, информационный и финансово-кредитный сервис. Особое внимание уделено критериям оценки указанных видов сервисной логистики, включая сроки поставки и критерии «номенклатура и количество».

Ключевые слова: сервисная логистика, удовлетворение потребностей клиентов, послепродажное обслуживание, сроки поставки, критерий «номенклатура и количество», финансово-кредитный сервис.

Abstract

This article consistently explores the content and essence of service logistics and highlights its main types: customer satisfaction service, production-related service, after-sales service, information service, and financial and credit service. Special attention is given to evaluation criteria for these types of service logistics, including delivery time and the "nomenclature and quantity" criterion.

Keywords: service logistics, customer satisfaction, after-sales service, delivery time, nomenclature and quantity criterion, financial and credit service.

KIRISH

Jahon bozorining yuqori talablariga javob beruvchi yuqori sifatli ilg'or mahsulotlarni ishlab chiqarish orqali firma to'liq muvaffaqiyatga erisha olmaydi. To'liq muvaffaqiyatni ta'minlash uchun esa sotishni bilish hamda servis xizmatlari ham samarali tashkil etilishi lozim. Firma mahsulotiga iste'molchi qiziqishini uyg'ota olishi esa servis xizmatlarini samarali yo'lga qo'yganligi bilan izohlanadi. Bunda yuqori darajada sotish va servis xizmat ko'rsatish muhim o'rin egallaydi.

Agar korxona bozor talabiga mos holda ishlab chiqarilgan mahsulot hamda daromadlarning boshqaruvida o'zaro munosabatga ega bo'lsa, u holda bu korxona tashkiliy-iqtisodiy mustahkam tizim hisoblanadi. Bozor talabi tovarga bo'lgan talab

bilan chegaralanmaydi. Iste'molchi u yoki bu tovarni yetkazish bo'yicha jamg'arish-sotuv jarayonida unga ko'rsatiladigan xizmatlar tarkibi va sifati miqyosida ham o'z shartlarini qo'yadi.

Xizmat o'zida naf keltiruvchi kimningdir faoliyatini aks ettiradi. Servis deb xizmat ko'rsatishdagi, ya'ni kimningdir ehtiyojlarini qondirishdagi amalga oshiriladigan ish (mehnat)ga aytiladi.

Servis yaxlit holda taqsimot bilan chambarchas bog'liq va u o'zida buyurtma, xarid, yetkazib berish va mahsulotga keyingi ko'rsatiladigan xizmatlar majmuasini aks ettiradi. Servis bahosini xarakterlovchi ko'rsatkich iste'molchi talabini qondirish servis darajasi deb ataladi. Servis obyekti moddiy oqim iste'molchilari hisoblanadi: ishlab chiqarish korxonalari, taqsimlovchi markazlar va oxirgi iste'molchilar. Servis yoki ishlab chiqaruvchi korxona o'zi tomonidan yoki bo'lmasa moddiy oqimlarga servis xizmatini ko'rsatish sohasiga ixtisoslashgan va ishlab chiqarish-sotish jarayonida ishtirok etuvchi alohida mustaqil korxonalar tomonidan amalga oshirilishi mumkin.

Shuning uchun korxona faoliyati obyekti sifatida quyidagilar ajratiladi: qiymat yoki natura o'lchovda baholanadigan, sanoat va nosanoat mazmunidagi mahsulotlar, turli korxona xizmatlari va boshqa iqtisodiy faoliyatlar (ta'mirlash ishlari, qurilish, transport, aloqa va hokazolar) yig'indisi qurilishdagi mahsulotning (yoki moddiy oqimlarining) servis xizmatini ko'rsatish.

ADABIYOTLAR SHARHI

Servis logistikasi masalasi zaxiralarni tashkil etish va boshqarish bilan bog'liqligi qator tadqiqotlarda o'rganilgan. Mahsulot yetkazib berish tizimini va zaxiralarni boshqarish masalasi Bowersox D.J., Closs D.D., Hedfeich O.K. tadqiqotlarida o'rganilgan. Ularning tadqiqotlarida zaxiralarni boshqarish muammolari, logistik zanjirning har bir bo'g'inida zaxirani tashkil etish va boshqarish masalalari tadqiq qilingan [1].

Mahsulot yetkazib berish zanjirlarida, jumladan, boshlang'ich xomashyo resurslarini ishlab chiqarish korxonalariga yetkazishda zaxiraning o'rni, zaxirani yaratish tamoyillari, zaxiralarni boshqarishda yetkazib berishlar zanjirlariga moslashish hamda logistik faoliyatni asosiy yechimlarga integratsiyalash va muvofiqlashtirish masalalari S. Djeyms, F. Donald, D. Vudlar izlanishida tadqiq qilingan [7].

Rossiyalik olim Y.M. Efimova o'zining ilmiy ishlarida servis logistikasi samaradorligini oshirish muammosini logistika auditi bilan bog'liqligi bo'yicha ilmiy qarashlarni ilgari surgan. Uning fikricha, logistika auditi unumdorlikni oshirish, imkoniyatlarni aniqlash, operatsion tizimning tarkibiy qismlarini baholash, foydalaniladigan ma'lumotlar bazasini yaratish uchun amalga oshiriladi [8].

Ushbu ilmiy tadqiqotda muallif servis logistikasi samaradorligini oshirish masalasini logistika auditi bilan bog'lagan. Logistika auditi — bu servis logistikasi uchun sarflangan xarajatlar va olingan foydani baholash bilan bog'liq bo'lgan faoliyat hisoblanadi. Lekin servis logistikasi samaradorligini baholashning aniq mezonlari Y.M. Efimova tomonidan ko'rsatib berilmagan.

METODOLOGIYA

Servis logistikasi va uning mezonlari bo'yicha yozilgan ushbu maqolada servis logistikasi turlari analiz, sintez va ma'lumotlarni tizimlashtirish, umumlashtirish metodlaridan foydalangan holda yoritilgan. Shuningdek, servis logistikasini baholash mezonlari bayonida taqqoslash, monografik kuzatuv, abstrakt-mantiqiy fikrlash, ilmiy mushohada metodlaridan foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mahsulotning servis xizmatini ko'rsatishda bozor talablariga mos holda mahsulotning yetkazib berish vaqti, joyi, narxi, miqdori, sifati va nomenklaturasi kabi ko'rsatkichlar bo'yicha axborot hamda moddiy oqimlarning har birida alohida "korxona – iste'molchi" aloqalarini ta'minlovchi korxona tizimi ostidagi barcha faoliyat turlari va funksiyalar yig'indisini aks ettiradi. Servis xizmati turlari sifatida quyidagilar ko'rsatiladi:

1. Iste'molchi talabini qondirish servisi – iste'molchiga xizmat ko'rsatish darajasining majmua tavsifini ifodalaydi va quyidagi ko'rsatkichlar bilan aniqlanadi: vaqt, chastota, tayyorlik, yetkazib berish sifati va rad etmaslik, ortish – tushirish ishlarini o'tkazish va komplektlashni ta'minlashga tayyorlik, buyurtma metodi (usuli).

2. Ishlab chiqarish mazmunidagi xizmat ko'rsatish servisi chiqarilayotgan mahsulot bo'yicha taklif qilinayotgan servis xizmatini ko'rsatish turlari yig'indisi, ya'ni xaridga bitim tuzilgan vaqtdan to mahsulotni yetkazib berishgacha bo'lgan vaqt oralig'ida iste'molchiga ko'rsatiladigan xizmatlar to'plamini qamrab oladi.

3. Sotuvdan keyin ko'rsatiladigan servis xizmati mahsulotning belgilangan butun hayotiy davri davomida amaldagi iqtisodiy shartlar asosida mahsulotni samarali ta'minlashda ko'rsalitishi zarur bo'lgan xizmatlar yig'indisini o'z ichiga oladi. Sotuvdan keyingi servis xizmati mahsulot sotuvigacha va undan keyin ham amalga oshiriladi va quyidagi asosiy tadbirlarni qamrab oladi:

- Sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatishga bo'lgan talabni uni iste'molchi bilan ishlab chiqish bosqichida aniqlash.

- Mahsulot sotuvidan keyin iste'molchiga ko'rsatiladigan xizmatlarni aniqlash.

- Mahsulotni yetkazib berishni muhokama jarayonida mahsulot sotuvidan keyingi xizmat ko'rsatish tartibini belgilash (o'rnatish).

- Ekspluatatsion va remont (ta'mirlash) ishlarini o'tkazish uchun xodimlar tarkibini tayyorlash, zarur texnik hujjatlarni tayyorlash va tasdiqlash.

- Sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish ta'minoti uchun kerakli infratuzilmani tayyorlash.

- Mahsulot turini yangilash va eski mahsulotlarni zamonaviylashtirish tizimini ishlab chiqish.

4. Axborot servisi xizmati iste'molchiga ko'rsatiladigan mahsulot va uning xizmati haqidagi axborotlar, usullar (metod) va tamoyillar, shuning bilan birga axborotni uzatish va qayta ishlash uchun qo'llaniladigan texnik vositalar yig'indisi bilan xarakterlanadi.

5. Moliya-kredit servis xizmati o'zida iste'molchiga taqdim etiladigan to'lov variantlari, arzonlashtirilgan narx va imtiyozlar tizimi yig'indisini aks ettiradi. Bu yerda kreditning turli shakllarini ko'rib chiqish zaruritini tug'diradi:

a) Mol yetkazib beruvchi qisqartirilgan qiymatiga bog'liq holda:

b) Kreditor kim bo'lishiga qarab: bank, tijorat, davlat, xalqaro, fuqarolik, ishlab chiqarish, iste'mol tuzilmasi;

c) Alohida holatlarda kreditning to'g'ri, egri, aniq, yashiringan, eski, yangi, asosiy, to'ldiruvchi, mukammal va nomukammal hamda boshqa turlarini ham e'tiborga olish lozim.

Xizmat ko'rsatish servisi keng miqyosdagi ko'rsatkichlar to'plami bilan tavsiflanadi. Bu ko'rsatkichlarni quyidagi mezonlarga asosan guruhlariga birlashtirish mumkin: nomenklatura va miqdor, sifat, vaqt, narx, servis ko'rsatishning ishonchliligi (sifat, vaqt va miqdor ko'rsatkichlari bo'yicha).

Iste'molchi talabini qondirishning servisi mezonlaridan birinchi yondashuv "Nomenklatura va miqdor" mezoni hisoblanadi va u quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- Ko'rilayotgan vaqt oralig'ida ishlab chiqarish resurslarining mavjud emasligi tufayli mahsulot nomenklaturasining Ni sotuv hajmiga asosan har bir i tur bo'yicha rad javoblar miqdori.

- Ko'rilayotgan vaqt oralig'ida mahsulot nomenklaturasining uning samarasiz bajarilishi sababli Ni sotuv hajmiga asosan har bir i tur bo'yicha rad javoblar miqdori.

"Sifat" mezoni iste'molchi talablariga mos holda har bir i turdagi mahsulotning sifatiga iste'molchi talabini qondirish imkoniyatini ko'rib chiqadi. Bu holda ishlab chiqaruvchilar taklif qilayotgan barcha mahsulotlar sifat darajasiga ko'ra shartli ravishda 4 guruhga bo'linadi:

1) Yuqori sifatli mahsulot – raqobatchilarning o'xshash mahsulotidan o'zining texnik — iqtisodiy ko'rsatkichlari bilan yuqori turadigan mahsulot. Bu holatda ishlab chiqaruvchi mahsulotning narxini ko'tarish yoki bozordagi o'z ulushini ko'paytirish hisobiga o'z daromadi miqdorini oshirishi mumkin.

2) Raqobatbardosh mahsulot – yuqori sifatli, lekin berilgan bozordagi mavjud o'xshash mahsulotlar orasida o'rtacha sifatga ega deb hisoblanishi mumkin. Ikkinchi holatda bu mahsulot reklama bo'yicha samarali marketing tadbirlari hamda sotuvni rag'batlantirish hisobiga raqobatda yutib chiqish imkoniyatiga ega.

3) Past sifatli mahsulot – asosiy raqobatchilar mahsulotiga qaraganda qator kamchiliklarga ega mahsulot. Ishlab chiqaruvchi bunday mahsulot narxini arzonlashtirish strategiyasini qo'llash hisobiga bozordagi o'rni mustahkamligini saqlab qolish imkoniyatiga ega.

4) Sifati juda past mahsulot – odatda raqobatbardosh emas va bunday mahsulotga umuman talab mavjud bo'lmaydi, shuning uchun bunday mahsulotni past narxlarda sotish mumkin. Bunday holatda ishlab chiqaruvchi yoki mahsulot sifatini yaxshilash yoki bo'lmasa yangi mahsulot ishlab chiqarishi lozim bo'ladi.

"Vaqt" mezoni yetkazib berish vaqti (mahsulotga buyurtma olish bilan tayyor mahsulotni qabul qilish oralig'idagi vaqt) bo'yicha iste'molchi talabini qondirish

imkoniyatini xarakterlaydi. Bunda mahsulotning har bir turi bo'yicha yetkazib berishning o'rtacha bozor vaqti hisobga olinadi.

Quyida mumkin bo'lgan 5 tenglik ajratiladi:

- Mahsulotning berilgan turini yetkazib berish vaqtidan t_n – o'rtacha yetkazib berish vaqti t_n 10% dan ortiq miqdorda kam ($t_n < 0,9 t_{cp}$).
- Yetkazib berish vaqti o'rtacha vaqtdan 10 % dan ortiq bo'lmagan miqdorda kam ($0,9 t_{cp} < t_n < t_{cp}$).
- Yetkazib berish vaqti yetkazib berishning o'rtacha vaqtiga teng ($t_n = t_{cp}$);
- Yetkazib berish vaqti o'rtachasidan 10 % dan kam bo'lmagan miqdorda katta ($t_{cp} < t_n < 1,1 t_{cp}$).
- Yetkazib berish vaqti o'rtachasidan 10 % dan ortiq miqdorda katta ($t_n > 1,1 t_{cp}$).

Shuni aytib o'tish kerakki, 10 %li “koridor” shartli ravishda keltirilgan va har bir muayyan holatda o'zgarishi mumkin.

Narx kriteriysi narxlarining o'rtacha bozor narxlaridan chetlashishi bilan bog'liq holda iste'molchilarning norozilik miqdorini ko'rib chiqadi.

- Keltirilgan kriteriyga o'xshash “koridor” chetlashishi beriladi.
- Ishlab chiqaruvchi va iste'molchi 5% tahlil qilinganda buning mazmuni farqlanishini ko'rish mumkin.

Bu yerda ham beshta mumkin bo'lgan munosabatlar keltiriladi:

- Berilgan mahsulot turi uchun narx S 5% dan ortiq miqdorda o'rtacha narxdan S_{sr} pastroq ($Sf < 0,95 S_{sr}$).
- Narx 5%dan ko'p bo'lmagan miqdorda o'rtacha narxdan pastroq ($0,95 S_{sr} \leq Sf < S_{sr}$).
- Narx o'rtacha narxga teng ($Sf = S_{sr}$).
- Narx 5%dan ortiq bo'lmagan miqdorda o'rtacha narxdan yuqori ($S_{sr} < Sf \leq 1,05 S_{sr}$).
- Narx 5%dan yuqori bo'lgan miqdorda o'rtacha narxdan yuqori.

Tahlil nuqtayi nazaridan qaraganda shunisi qiziqki, rad etish sababi bo'lib yo mahsulot sifati yetarli darajada bo'lmashligi (narxlar sifatni ifodalaydi), yo talab tuzilmasining o'zgarishi hisoblanadi.

“Servis xizmat ko'rsatishning ishonchliligi” mezoni miqdor, sifat va vaqt bo'yicha olingan buyurtmani bajarishni rad etmaslikning taxminiy bahosini bashoratlaydi:

- Mahsulotning talab qilingan sifatga to'g'ri kelmasligi bilan bog'liq rad etishlar ehtimoli $R(Nik)$.
- Talab qilingan hajmga yetkazib berilgan mahsulotning hajmi mos kelmasligi bilan bog'liq rad etishlar ehtimoli $R(Niv)$.
- Vaqt tavsifi bo'yicha buyurtmalarni bajarish mumkin emasligi sababli rad etishlar ehtimoli $R(Nit)$.

Ishlab chiqarish mazmunidagi xizmat ko'rsatish servisi mezoni. “Nomenklatura va miqdor” mezoni raqobatchilarning o'xshash ko'rsatkichlariga qiyoslagan holda

ishlab chiqarish mazmunidagi ko'rsatiladigan xizmatlari turi va mumkin bo'lgan ta'minlash hajmini ifodalaydi. Quyidagi variantlar farqlanadi:

- Vi hajmidagi talab mavjud bo'lgan korxonalar tomonidan ta'minlanmaydigan, lekin raqobatchilar tomonidan taklif etiladigan $i-1, n$ xizmat turlari.
- Viyn bashoratlangan hajmdagi iste'molchi talabi sifatida mavjud, ammo korxona tomonidan ta'minlanmaydigan va raqobatchilar ham taklif qilmaydigan $i-1, n$ xizmat turlari.
- Ishlab chiqarish resurslarining yo'qligi sababli ($i=1, n$) taklif qilinayotgan xizmat turlariga rad javoblari Niy ;
- Taklif qilinayotgan xizmatlarga talab yo'qligi sababli ularning sotilmagan Niy hajmi.

“Sifat” mezonni ko'rsatayotgan xizmat turining o'rtacha bozor sifat darajasi K_{pi} ga solishtirgan holda i mahsulot turiga ko'rsatilayotgan xizmat sifatini tavsiflaydi. Bu $K_i(K_{ip})$ mezonning tuzilishini tasvirlash yuqorida keltirilgan sifat darajasining 4 ta guruhi bilan bog'liq holda tashkil etiladi.

“Vaqt” mezonni ko'rsatilayotgan xizmatlarning vaqt bo'yicha tavsifini, ya'ni o'rtacha bozor vaqti t_{yep} bilan qiyoslagan holda sanoat mazmunidagi t_{ynn} xizmatlarni ko'rsatish vaqtini ko'rib chiqadi. Yuqorida keltirilgan o'xshash t_{ynn} bilan bog'liq bo'lgan variantlar quyidagilar:

- 1) $t_{ynn} < x * t_{yep}$;
- 2) $x * t_{yep} < t_{ynn} < t_{yep}$;
- 3) $t_{ynn} = t_{yep}$;
- 4) $t_{yep} < t_{ynn} \leq x * t_{yep}$;
- 5) $t_{ynn} > x * t_{yep}$;

Bu yerda,

x -xizmat ko'rsatadigan korxonaga bo'lgan munosabatning birdan o'zgarishini aniqlovchi “koridor” kattaligining ma'nosi.

“Narx” mezonni ko'rsatilayotgan xizmatlarning narx tavsifini, ya'ni o'rtacha bozor narxiga S_{usr} qiyoslagan holda sanoat mazmunidagi taklif etilayotgan xizmatlar narxini S_{upn} ko'rib chiqadi. Quyidagi o'xshash munosabatlar ko'riladi:

- 1) $S_{upn} < u * S_{usr}$;
- 2) $u * S_{usr} < \ddot{O}_o^{ii} \leq \ddot{O}_o^{nd}$;
- 3) $\ddot{O}_o^{ii} = \ddot{O}_o^{nd}$;
- 4) $\ddot{O}_o^{nd} < S_{upn} \leq u * S_{usr}$;
- 5) $\ddot{O}_o^{ii} > u * S_{usr}$.

Bu yerda,

u -xizmatdan foydalanish nuqtai nazaridan bu xizmatga bo'lgan munosabatning o'zgarishini aniqlovchi “koridor” kattaligining ma'nosi.

“Servis xizmatini ko'rsatishning ishonchliligi” vaqt va sifat bo'yicha ishlab chiqarish mazmunidagi qandaydir xizmatni bajarishni rad etmaslikning ehtimoliy bahosini berish imkoniyatiga ega:

- Talab qilingan sifatga i turdagi ko'rsatiladigan xizmatlarning sifati mos emasligi bilan bog'liq holda rad javoblar ehtimoli $P(Vik)$;

• Iste'molchi talab qilgan vaqtda i turdagi xizmatni bajarish mumkin emasligi tufayli rad javoblar ehtimoli $P(V_i)$.

Sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisi mezon. "Nomenklatura va sifat" mezon sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatishning o'tkazilishi bo'yicha buyurtmalarga rad javoblar hajmini tavsiflaydi. Sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisi quyidagi yo'nalishlarni alohida ko'rib chiqishi lozim: kafolatli ta'mirlash, butlovchi qismlar bilan ta'minlash, eskirgan asbob – uskunalarini yangi o'xshashlari bilan almashtirish, eskirgan uskunalarini yangilash. Bu holda variantlarning sinflanishi quyidagi tarzda taqdim etiladi:

1. R_{ij} -i turdagi mahsulotning j turdagi sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatishni o'tkazish bo'yicha buyurtmalarga rad javoblar miqdori ($i=1, n$);

2. R_{ik} -i turdagi mahsulotni k turdagi butlovchi qismlar bilan ta'minlash bo'yicha buyurtmalarga rad javoblar miqdori ($k=1, m$);

3. R_{iy} -i turdagi mahsulotning yangi o'xshashlariga almashtirishga rad javoblar miqdori;

4. R_{iy} -i turdagi mahsulotni takomillashtirishga rad javoblar miqdori.

"Sifat" mezon i turdagi mahsulot uchun har bir q tur bo'yicha sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish K_{qi} servisi bajarilishining sifatini tavsiflaydi. Bu mezon o'rtacha bozor sifat darajasi K_{qip} bilan qiyoslagan holda yuqorida keltirilgan 4 sifat darajasi guruhlariga mos keladi.

"Vaqt" mezon sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisining vaqt bo'yicha tavsifini ko'rib chiqadi, ya'ni servisning har bir turi vaqt ta'minoti t_{no} yuqorida ko'rib o'tilgan o'xshash o'rtacha bozor vaqti t_{nocr} bilan qiyoslagan holda quyidagi 5 variantga ajratiladi:

$$1) t_{no} < X * t_{nocr};$$

$$2) X * t_{nocr} \leq t_{no} < t_{nocr};$$

$$3) t_{no} = t_{nocr};$$

$$4) t_{nocr} < t_{no} \leq X * t_{nocr};$$

$$5) t_{no} > X * t_{nocr}.$$

"Narx" mezon sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisining har bir turini S_{posr} bilan solishtirgan holda narx tavsifini ko'rib chiqadi:

$$1) S_{po} < u * S_{posr};$$

$$2) u * S_{posr} \leq S_{po} < S_{posr};$$

$$3) S_{po} = S_{posr};$$

$$4) S_{posr} < S_{po} \leq u * S_{posr};$$

$$5) S_{po} > u * S_{posr}.$$

"Servis ko'rsatish ishonchliligi" mezon sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisining i turini bajarishni rad etmaslikning ehtimoliy bahosini berish imkoniyatini beradi:

• Talab qilingan sifatga sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisining i turi mos kelmasligi tufayli rad javoblar ehtimoli $P(V_i^k)$;

• Talab qilingan vaqtda sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisining i turini bajarish mumkin emasligi sababli rad javoblar ehtimoli $R(V_i^t)$.

Axborot xizmat ko'rsatish servisi mezoni. “Nomenklatura va sifat” mezoni ma'lumotlar va ularni chiqarish uchun ruxsatning mavjud emasligi tufayli buyurtmalarga quyidagi rad javoblar hajmini ifodalaydi: I_j - ma'lumotlar bazasida j ko'rsatkichning yo'qligi tufayli buyurtmalarni rad qilish miqdori; I_i - k axborot ko'rsatkichini chiqarish uchun ruxsat yo'qligi tufayli buyurtmalarni rad qilish miqdori.

“Sifat” mezoni berilayotgan ma'lumotlarning yig'ish nuqtai nazaridan haqiqiylikni xarakterlaydi: $Ish\%$ - ma'lumotlarning ularni yig'ish nuqtai nazaridan k axborot ko'rsatkichi bo'yicha haqiqiylik (foizda).

“Vaqt” mezoni talab qilinayotgan ma'lumotlarni shakllantirish vaqtini t_i o'rtacha bozor vaqti t_{icp} bilan qiyoslagan holda ko'rib chiqadi:

- 1) $t_i < X * t_{icp}$;
- 2) $X * t_{icp} \leq t_i < t_{icp}$;
- 3) $t_i = t_{icp}$;
- 4) $t_{icp} < t_i \leq X * t_{icp}$;
- 5) $t_i > X * t_{icp}$.

“Narx” mezoni axborot xizmatlarining narxini S_i o'rtacha bozor narxi S_{icp} bilan solishtirilgan holda tavsiflaydi:

- 1) $S_i < Y * S_{icp}$;
- 2) $Y * S_{icp} \leq S_i < S_{icp}$;
- 3) $S_i = S_{icp}$;
- 4) $S_{icp} < S_i \leq Y * S_{icp}$;
- 5) $S_i > Y * S_{icp}$.

“Servis xizmatini ko'rsatishning ishonchliligi” mezoni tatbiq etilayotgan usullar va algoritmlar uchun boshlang'ich ma'lumotlarning yetarli emasligi sababli aniq bo'lmagan ma'lumotni olish ehtimolini $P(I_k)$ baholaydi.

Moliya — kredit xizmatini ko'rsatish servisi mezoni. “Nomenklatura va sifat” mezoni qandaydir j turdagi mahsulot haqini to'lash shakli yoki variantini yo'qligi sababli buyurtmalarni rad qilish hajmini F_j ko'rib chiqadi.

To'lash shakl va variantlari sifatida taqdim etiladigan uzoq muddatli va qisqa muddatli kreditlar, chegirma va imtiyozlar tizimi, lizing, ijara va hokazo bo'lishi mumkin.

“Sifat” mezoni korxona tomonidan havola qilingan mahsulot haqini to'lash shakl va turlari miqdorining K_1 bozordagi raqobatchilarning taqdim etgan to'lash shakl va turlari miqdorini K_2 bilan munosabatini tavsiflaydi: $K = K_1 / K_2$ - iste'molchilarga taqdim etilgan to'lash shakli va turlarining to'laligi koeffitsiyentlari.

“Vaqt” mezoni o'rtacha bozor ko'rsatkichlari t_{fur} bilan qiyoslangan holda buyurtma qabul qilingandan to to'lash bitimi tuzilgunga qadar to'lash shakl va variantlarini taqdim etish vaqtini t ko'rib chiqadi:

- 1) $t_x < X * t_{fur}$;
- 2) $X * t_{fur} \leq t_x < t_{fur}$;
- 3) $t_x = t_{fur}$;
- 4) $t_{fur} < t_x \leq X * t_{fur}$;
- 5) $t_x > X * t_{fur}$.

“Narx” mezoni moliya – kredit xizmatlarini ko‘rsatish narxini $S_{\%}$ (foizda) o‘rtacha bozor $S_{\%}^{ur}$ bilan taqqoslagan holda tavsiflaydi:

- 1) $S_{\%} < x * S_{\%}^{sr}$;
- 2) $x * S_{\%} \leq S_{\%} < S_{\%}^{sr}$;
- 3) $S_{\%} = S_{\%}^{sr}$;
- 4) $S_{\%}^{sr} < S_{\%} \leq x * S_{\%}^{sr}$;
- 5) $S_{\%} > x * S_{\%}^{sr}$.

“Servis ko‘rsatishning ishonchliligi” mezoni j turdagi moliya-kredit xizmatini ko‘rsatishni rad etmaslikning ehtimoliy bahosini berish imkoniyatini beradi:

1) j turdagi moliya – kredit xizmatining mavjud emasligi tufayli rad qilish ehtimoli $R(F_j)$;

2) vaqt oralig‘ida j turdagi moliya – kredit xizmatini ko‘rsatish imkoniyati yo‘qligi sababli rad qilish ehtimoli $R(F_j^t)$;

3) narx bo‘yicha j turdagi moliya – kredit xizmatini ko‘rsatish imkoni mavjud emasligi tufayli rad qilish ehtimoli $R(F_j^{\%})$.

Servis xizmatini ko‘rsatishning majmua sinflanishi korxona faoliyatini ishlab chiqarish – moliyaviy modellashirish samaradorligini oshirish maqsadida ichki xo‘jalik va moliyaviy rezervlarni qidirishni amalga oshirish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Bowersox D.J., Hedfeich O.K. Logistical Management. 3rd ed. McMillan Publishing, 1991.
2. Babaev Nasimdjani. Current Issues of Organization and Management of Commodity Resources. International Journal of Development and Public Policy. 2021, pp. 297–300.
3. Babaev Nasimdjani. Stages of Design and Development of “Marketing Logistics” (ML) System in Enterprises. "Теория и практика современной науки", 2021.
4. Babaev Nasimdjani. Features of the Organization of Industrial Production on the Basis of Orders. European Journal of Life Safety and Stability (EJLSS), 2021, pp. 25–28.
5. Boyjigitov Sanjarbek. The Role of High-Tech Marketing in Improving the Efficiency of Marketing Services in Enterprises. European Journal of Business Startups and Open Society. 2022, pp. 120–125.
6. Boyjigitov Sanjarbek. Opportunities to Increase the Effectiveness of Marketing Activities in the Enterprise. Academic Journal of Digital Economics and Stability. 2021, pp. 168–175.
7. Джеймс С., Доналд Ф. Совершенная логистика. Москва, Санкт-Петербург–Киев, 2012. С. 615.
8. Ефимова Е.М. Теоретические и методические аспекты повышения эффективности логистических услуг (на примере Калининградской области). Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук. М., 2008. С. 10–12.

9. Oliver K., Webber M. Supply Chain Management: Logistics Catches Up with Strategy // Christohee M / Logistics. The Strategic Issues L, Chapman and Hall, 1982. pp. 63–75.
10. Kholmammatov Diyor Haqberdiyevich. Ways to Use Marketing Logistics in Sales Organization. ResearchJet Journal of Analysis and Inventions, 2021, pp. 1–8.
11. Kholmammatov Diyor Haqberdiyevich. Main Directions of Application of Marketing Logistics. Academic Journal of Digital Economics and Stability. 2021, pp. 246–251.
12. Kholmammatov Diyor Haqberdiyevich. Current Issues in the Development of Marketing Logistics in Wholesale Trade. Academic Journal of Digital Economics and Stability. 2021, pp. 13–19.
13. Kholmammatov Diyor Haqberdiyevich. Business Processes of Marketing Logistics in Wholesale Trade. Science and Innovation. 2022, pp. 697–700.
14. Langley C.J. The Evolution of the Logistics Concept // Journal of Business Logistics, 1979. №2, Vol. 7.
15. Christopher Martin, Peck Helen. Marketing Logistics. Butterworth Heinemann, Boston: 2015. 172 p.
16. Kotler Philip, Keller Kevin Lane. Marketing Management. Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, United States of America, 2012.
17. Дуглас Л. Как организовать цепочку поставок. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. 208 с.
18. Гришаева О.Ю. Логистическая координация материальных потоков в условиях промышленно-торговой интеграции: дис. канд. экон. наук: 08.00.05. Москва, 2005. 153 с.
19. Кобзев В.В., Кривченко А.С. Методы и модели управления сетью поставок промышленных предприятий. — СПб.: С.-Петербург. гос. политехн. ун-т, 2-е изд., перераб. и доп., 2009. 204 с.
20. Холмаматов Диёр Хақбердиевич. Актуальные вопросы логистического обслуживания в оптовой торговле. Инновации и инвестиции. 2019, с. 292–294.
21. Холмаматов Диёр Хақбердиевич. Роль маркетинговой логистики в развитии покупательского обслуживания в оптовой продаже. Наука сегодня: опыт, традиции, инновации. 2021, с. 12–13.

TEMIR YO‘L TRANSPORTINING IQTISODIY KO‘RSATKICHLARI: TAHLIL VA BAHOLASH

Raximov Xasan Shukurjonovich

University of Business and Science

“Menejment” kafedrası dotsenti, i.f.d., PhD

ORCID: 0009-0003-3981-4626

E-mail: hasanboyrahimov1990@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada temir yo‘l transportining iqtisodiy ko‘rsatkichlari tahlil qilinib, O‘zbekiston sharoitida transport xizmatlarining samaradorligini oshirish masalalari ko‘rib chiqilgan. Transport xizmatlarining samaradorligini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar o‘rganilgan. Maqolada xalqaro va mahalliy tajribalarning muhim jihatlari ko‘rib chiqilgan. Shuningdek, temir yo‘l transportining yuk va yo‘lovchi tashish hajmi, daromadlar o‘sishi va xarajatlarning rentabelligi bo‘yicha statistik ma’lumotlar keltirilgan. Transport infratuzilmasini modernizatsiya qilish va xizmat sifatini oshirish bo‘yicha davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlari yoritilgan. Xalqaro va mahalliy tajriba asosida iqtisodiy samaradorlikni oshirishga qaratilgan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: temir yo‘l transport tizimi, iqtisodiy samaradorlik, logistika, ekologik barqarorlik, yuk tashish hajmi, xizmat sifati, transport infratuzilmasi.

Аннотация

В данной статье анализируются экономические показатели железнодорожного транспорта и рассматриваются вопросы повышения эффективности транспортных услуг в условиях Узбекистана. Изучаются меры, направленные на повышение эффективности транспортных услуг. В статье рассматриваются важные аспекты международного и отечественного опыта. Также приводятся статистические данные по объемам грузовых и пассажирских перевозок железнодорожного транспорта, росту доходов и эффективности затрат. Выделяются приоритетные направления государственной политики по модернизации транспортной инфраструктуры и повышению качества услуг. На основе международного и отечественного опыта разрабатываются предложения и рекомендации, направленные на повышение экономической эффективности.

Ключевые слова: железнодорожная транспортная система, экономическая эффективность, логистика, экологическая устойчивость, объем грузоперевозок, качество обслуживания, транспортная инфраструктура.

Abstract

This article analyzes the economic indicators of railway transport and considers issues of increasing the efficiency of transport services in the conditions of Uzbekistan. Measures aimed at increasing the efficiency of transport services are studied. The article considers important aspects of international and local experiences. It also presents statistical data on the volume of freight and passenger transportation of railway transport, revenue growth and cost efficiency. It highlights the priority areas of state policy for the modernization of transport infrastructure and improving the

quality of services. Based on international and local experience, proposals and recommendations aimed at increasing economic efficiency are developed.

Keywords: railway transport system, economic efficiency, logistics, environmental sustainability, cargo transportation volume, service quality, transport infrastructure.

KIRISH

Temir yo‘l transporti milliy iqtisodiyotning eng muhim infratuzilma tarmoqlaridan biri hisoblanadi. U nafaqat yuk va yo‘lovchi tashish xizmatlarini taqdim etadi, balki iqtisodiy rivojlanishning drayveri sifatida ham muhim ahamiyat kasb etadi. Transport sohasining samaradorligi milliy iqtisodiyotni rivojlantirish, mintaqaviy integratsiya jarayonlarini qo‘llab-quvvatlash va ekologik barqarorlikni ta‘minlashda katta rol o‘ynaydi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabr PF-158-son “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmonida¹ keltirilganidek: “Transport tizimini rivojlantirishda asosiy e’tibor zamonaviy transport infratuzilmasini shakllantirish, xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish, transport-logistika imkoniyatlarini kengaytirishga qaratiladi. Ushbu maqsadlar transport xizmatlarining raqobatbardoshligini ta‘minlash va xalqaro transport bozorida ishonchli pozitsiyaga ega bo‘lish uchun muhimdir” [1]. Ushbu strategiya doirasida temir yo‘l transport tizimini rivojlantirish, elektrlashtirilgan yo‘llar ulushini oshirish, zamonaviy boshqaruv tizimlarini joriy etish va xizmat sifatini xalqaro standartlarga moslashtirishga qaratilgan keng ko‘lamli loyihalar amalga oshirilmoqda. Shu sababli, temir yo‘l transportining iqtisodiy ko‘rsatkichlarini tahlil qilish va ularni rivojlantirish yo‘llarini izlash dolzarb vazifa hisoblanadi.

Мазкур тадқиқотда темір yo‘l transport tizimini takomillashtirishning milliy iqtisodiyot uchun dolzarb va strategik ahamiyatini ochib beradi. Xususan, iqtisodiy samaradorlikni oshirish bo‘yicha samarali strategiyalarni ishlab chiqish davlat va jamiyat oldida turgan ustuvor vazifalarni aniqlanadi. Shu bilan birga, resurslardan oqilona foydalanish, logistika va texnologik innovatsiyalarni joriy etish orqali tizimning iqtisodiy samaradorligini sezilarli darajada oshirishga erishish mumkin.

ADABIYOTLAR SHARHI

Temir yo‘l transportining samaradorligini baholovchi iqtisodiy ko‘rsatkichlarni o‘rganishga doir ko‘plab tadqiqotlar mavjud. Temir yo‘l transporti sohasida iqtisodiy samaradorlikni oshirishga qaratilgan xalqaro tadqiqotlar transport tizimlarini optimallashtirish, yashil texnologiyalarni joriy qilish va logistika infratuzilmasini rivojlantirish kabi yo‘nalishlarda olib borilgan. Xususan, Maykl Porter “Transport infratuzilmasining raqobatbardoshlikka ta’siri” nomli tadqiqotida transport tizimlarining iqtisodiyotga bo‘lgan ijobiy ta’sirini tahlil qilgan. U transport xizmatlari sifatining yaxshilanishi va infratuzilma rivoji eksport hajmini oshirishda muhim omil ekanini ta’kidlaydi [2]. Peter Drucker “Innovatsion boshqaruv tizimlari va transport

¹ 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>

infratuzilmasi” nomli tadqiqotida logistika tizimlarida avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlarini joriy etish va iqtisodiy samaradorlikni oshirish yo‘llarini o‘rgangan. Uning fikricha, raqamli boshqaruv texnologiyalari transport jarayonlarini 20–25 % ga samaraliroq qilish imkonini beradi [3]. Marie-Christine Cormier “Logistika tarmoqlarining ekologik samaradorligi” nomli ilmiy ishida yashil transport texnologiyalarini joriy qilish orqali ekologik barqarorlik va iqtisodiy samaradorlikni uyg‘unlashtirish imkoniyatlarini tahlil qilgan. Cormier yashil logistika tizimlarining uzoq muddatda iqtisodiy foydasini asoslab bergan [4]. Xorijiy olimlarning tadqiqotlari shuni ko‘rsatadiki, transport tizimlarining raqamlashtirilishi, ekologik texnologiyalarning joriy qilinishi va xalqaro transport yo‘llarining rivoji iqtisodiy samaradorlikni oshirishda hal qiluvchi ahamiyatga ega.

MDH davlatlari orasida Rossiya, Qozog‘iston va boshqa MDH davlatlari temir yo‘l transporti tizimining iqtisodiy ko‘rsatkichlarini tahlil qilish hamda ularni baholash bo‘yicha qator tadqiqotlarni amalga oshirganlar. V.N. Grachev o‘zining “Transport xizmatlarining iqtisodiy samaradorligini oshirish: muammolar va yechimlar” nomli tadqiqotida transport xizmatlarining tannarxini kamaytirish va logistika jarayonlarini optimallashtirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirishni taklif qiladi. U avtomatlashtirishning ijobiy ta‘sirini 25–30 % darajasida baholagan [5]. T.K.Bazarbayev “Qozog‘istonning temir yo‘l transportida raqamli innovatsiyalarni joriy qilish” nomli ilmiy ishida raqamli boshqaruv tizimlari va smart-logistika texnologiyalarini tatbiq etish orqali temir yo‘l xizmatlari sifatini oshirishni o‘rgangan. U, xususan, yo‘lovchi tashish xizmatlarida mijozga yo‘naltirilgan raqamli yechimlarning ahamiyatini ta’kidlaydi [6].

Mahalliy tadqiqotchilar, masalan, temir yo‘l transportining iqtisodiy ko‘rsatkichlarini o‘rganishda qator muhim tadqiqotlar olib borgan. Masalan, Abdullayev A.B. “Transport tizimida raqamli transformatsiya va uning iqtisodiy samaradorlikka ta‘siri” nomli tadqiqotida temir yo‘l transportida raqamli texnologiyalarni keng joriy qilish orqali xizmat sifatini oshirish va tannarxni kamaytirish yo‘llarini o‘rgangan. U raqamli boshqaruv tizimlari va sun‘iy intellektdan foydalanish natijasida iqtisodiy samaradorlikning 15–20 % ga oshishini ta’kidlagan [7]. N.X. Ismoilov “Temir yo‘l transporti infratuzilmasini modernizatsiya qilishning iqtisodiy samaralari” nomli tadqiqotida transport infratuzilmasini modernizatsiya qilish va xizmat ko‘rsatish jarayonlarini avtomatlashtirish orqali samaradorlikni oshirish yo‘llarini ko‘rsatgan. U, ayniqsa, energiya samaradorligi va ekologik barqarorlik masalalariga alohida e‘tibor qaratadi [8]. Mahalliy tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekiston temir yo‘l transportining iqtisodiy ko‘rsatkichlarini oshirishda zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, xizmat sifatini yaxshilash va xalqaro transport integratsiyasini rivojlantirish asosiy yo‘nalishlardir.

Olimlarning ishlarini o‘rgangan holda o‘zimizning quyidagi fikrlar keltirib o‘tiladi:

- Temir yo‘l transport tizimining iqtisodiy samaradorligini oshirish uchun yangi texnologiyalarni keng joriy qilish va raqamli boshqaruv tizimlarini rivojlantirish zarurligi.

- Xalqaro hamkorlikni mustahkamlash orqali mintaqaviy logistika markazlarini tashkil etish va ularni samarali boshqarish lozimligi.
- Mahalliy sharoitlarga moslashgan yashil transport texnologiyalarini ishlab chiqish va joriy qilish bilan birga, ekologik barqarorlikni ta'minlash choralari ko'rilishi kerak.
- O'zbekistonda transport xarajatlarini kamaytirish va xizmat sifatini oshirish uchun logistik infratuzilmaga innovatsion yechimlarni tatbiq etish zarurligi ushbu masalalarni hal etish tadqiqotimizning oldida turgan asosiy vazifalarimiz ekanligidan dalolat beradi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Iqtisodiy samaradorlik — bu iqtisodiyotda resurslardan foydalanish samaradorligini aniqlovchi asosiy tushunchadir. Ko'rsatkichlarni tahlil qilish orqali mavjud infratuzilmaning samaradorligini oshirishga xizmat qiluvchi imkoniyatlar aniqlanadi. Bu, o'z navbatida, energiya va kapital kabi cheklangan resurslardan oqilona foydalanish imkonini beradi. Tahlil natijalari transport tizimiga zamonaviy texnologiyalarni kiritish uchun asos bo'lishi, elektrlashtirilgan yo'llar ulushini oshirish yoki raqamli boshqaruv tizimlarini joriy etish orqali samaradorlikni sezilarli darajada oshirish mumkinligini ko'rsatib beradi. Samaradorlik ko'rsatkichlarini o'rganish ekologik mezonlarni inobatga olish va yashil transport texnologiyalarini rivojlantirish uchun muhim yo'nalishlarni belgilashga xizmat qiladi. Ko'rsatkichlar asosida tizimning iqtisodiy samaradorligi oshirilganda, investorlar uchun yanada jozibador bo'lishi ta'minlanadi. Bu esa davlat va xususiy sektor hamkorligini rivojlantirishga xizmat qiladi. Ko'rsatkichlarni chuqur o'rganish temir yo'l transporti sohasida strategik rejalar va dasturlarni ishlab chiqishda mustahkam ilmiy asos bo'lib xizmat qiladi.

1-jadval

Iqtisodiy samaradorlikni aniqlashda qo'llaniladigan asosiy ko'rsatkichlar

[9]

№	Asosiy ko'rsatkichlar	Tavsifi
1.	Tashish hajmi va daromadi	Tashilgan yuklar va yo'lovchilardan olingan daromadlar natijasida foyda darajasi
2.	Energiya samaradorligi	Elektrlashtirilgan yo'llar ulushi va energiya sarfi
3.	Kapital samaradorligi	Transport infratuzilmasiga qilingan investitsiyalar va undan olingan foyda nisbati
4.	Ishlab chiqarish samaradorligi	Temir yo'l tizimida ishlovchilarning samaradorligi va jarayonning avtomatlashtirilganlik darajasi

Temir yo'l transporti tizimida iqtisodiy samaradorlik transport xizmatlari orqali yaratilgan iqtisodiy foyda va resurslardan foydalanish natijalarini o'zaro taqqoslash orqali aniqlanadi. Ushbu tushuncha o'z ichiga quyidagilarni oladi:

Iqtisodiy foyda: temir yo'l orqali yuk va yo'lovchi tashish orqali olingan sof iqtisodiy daromad.

Samaradorlik mezonlari: tashiladigan yuklar tannarxi, yo'lovchi tashish xarajatlari va xizmatlar sifati kabi omillar.

Yuqoridagi omillarni hisobga olgan holda, iqtisodiy samaradorlikni baholash ko'rsatkichlarini tizimli o'rganish mamlakatimiz temir yo'l transport tizimining samaradorligini oshirishga xizmat qiluvchi eng muhim vositalardan biri hisoblanadi.

2-jadval

O'zbekiston Respublikasidagi temir yo'l transport tizimining 2015–2023 yillar holati tahlili [10]

Asosiy ko'rsatkichlar	2015-yil	2018-yil	2021-yil	2023-yil
Yuk tashish hajmi (mln. tonna)	67,2	68,4	72,0	73,7
Yo'lovchi tashish hajmi (mln. kishi)	7,2	6,4	8,1	9,7
Transport xizmatlari daromadi (mlrd. so'm)	1200	1600	2100	2700
Tizimdagi energiya iste'moli (ming ton yoqilg'i ekvivalentida)	850	820	780	700
Texnologik uskunalar yangilanishi (%)	15	30	50	70
Logistika jarayonlarining avtomatlashtirilish darajasi (%)	10	25	45	65

2-jadvalda keltirilgan ma'lumotlardan ko'rishimiz mumkinki, 2023-yilda temir yo'l orqali 73,7 million tonna yuk tashilgan, bu 2022-yilga nisbatan 100,3 % o'sishni tashkil etadi. 2023-yilda temir yo'l transporti xizmatidan 9,7 million yo'lovchi foydalangan, bu 2022-yilga nisbatan 694,7 ming kishiga ko'pdir. 2023-yilda temir yo'l transporti xizmatlaridan 10,6 trillion so'm daromad olingan, bu 2022-yilga nisbatan 12 % o'sishni ko'rsatadi. 2023-yil yakunlariga ko'ra, temir yo'l tarmog'ining elektrlashtirilgan yo'llar ulushi 35,2 % ni tashkil etgan.

Respublika bo'yicha umumiy iqtisodiy samaradorlik 2015-yildan 2023-yilgacha davrda barqarorlikni saqlagan bo'lsa-da, ayrim yillarda o'zgarish kuzatilgan. Jumladan, 2021-yilda yuqori ko'rsatkichga (115,7) erishilgan bo'lsa, 2023-yilda bu ko'rsatkich nisbatan pasaygan (107,2). Qoraqalpog'iston Respublikasi 2015-yildan 2021-yilgacha iqtisodiy samaradorlikning yuqori o'sish sur'atlarini namoyish etgan, ammo 2023-yilda sezilarli pasayish kuzatilgan (102,9). Andijon va Namangan viloyatlari barqaror o'sish sur'atlarini saqlab qolgan, xususan, Namangan viloyatida 2023-yilda iqtisodiy samaradorlik eng yuqori ko'rsatkichga (114,3) erishgan. Toshkent shahri o'zining barqaror rivojlanishi bilan ajralib turadi. Xususan, 2023-yilda bu hududning ko'rsatkichi 116,3 ga yetgan bo'lib, bu boshqa hududlarga nisbatan yuqori ko'rsatkichdir(3-jadval).

3-jadval

O'zbekiston Respublikasidagi transport xizmatlarning 2015-2023 yillar bo'yicha o'zgarish sur'atlari (oldingi yilga nisbatan, foizda) [11]

Hududlar	2015	2018	2021	2023
O'zbekiston Respublikasi	104,3	104,5	115,7	107,2
Qoraqalpog'iston Respublikasi	116,2	117,6	130	102,9
Andijon viloyati	118,6	102,4	109,7	107,5
Buxoro viloyati	113	105,2	118,1	108
Jizzax viloyati	114,7	102,7	115,8	112,9

Hududlar	2015	2018	2021	2023
Qashqadaryo viloyati	115,3	103,5	122,3	107,6
Navoiy viloyati	117,7	104,4	122,3	103,9
Namangan viloyati	118,7	104,9	123,6	114,3
Samarqand viloyati	113,7	105,4	124,3	108,5
Surxondaryo viloyati	114,4	102	116,3	114,4
Sirdaryo viloyati	118,5	110	102,1	102,6
Toshkent viloyati	107,5	100,5	117,5	106,8
Fargʻona viloyati	115,4	103,1	123,3	110,7
Xorazm viloyati	115	102,9	116,4	104,1
Toshkent shahri	106,5	113,4	113,3	116,3

Ijobiy tendensiyalar: Toshkent shahri va Namangan viloyatida barqaror va yuqori oʻsish kuzatilgan. Buning sabablaridan biri sifatida ushbu hududlarda transport xizmatlari sifatining oshirilishi, yangi texnologiyalarning keng joriy etilishi va logistika infratuzilmasining yaxshilanishini koʻrsatish mumkin. Elektrlashtirilgan yoʻllar ulushining oshishi butun mamlakat boʻylab iqtisodiy samaradorlikni oshirishga xizmat qilgan.

Salbiy tendensiyalar: Sirdaryo va Qoraqalpogʻiston Respublikasida 2023-yilda iqtisodiy samaradorlikning sezilarli pasayishi kuzatilgan. Bu hududlarda transport infratuzilmasi va xizmatlarning yetarli darajada rivojlanmagani kuzatilgan boʻlishi mumkin.

Yuk tashish hajmining oʻsishi iqtisodiyotning transport sohasiga boʻlgan talabining ortishini aks ettiradi. Yoʻlovchi tashish hajmining oshishi transport xizmatlarining sifatini yaxshilash va yangi yoʻnalishlarning joriy etilishi bilan bogʻliq. Transport xizmatlaridan tushgan daromadlarning ortishi iqtisodiy samaradorlikning yaxshilanishiga dalolat beradi. Elektrlashtirilgan yoʻllar ulushining oshishi ekologik barqarorlikni taʼminlashga xizmat qilmoqda.

Temir yoʻl transport tizimining samaradorligi asosan texnologik yangilanishlarga bogʻliq. Ilmiy tahlillar shuni koʻrsatadiki, yuqori texnologiyali transport vositalari ekspluatatsion xarajatlarni kamaytirib, xizmat sifatini oshiradi. Masalan, Yevropada qoʻllanilayotgan avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari temir yoʻl transportining tezligini 15–20 % ga oshirishga imkon berdi.

Logistika jarayonlarining samaradorligi transport tizimining iqtisodiy rentabelligiga toʻgʻridan-toʻgʻri taʼsir koʻrsatadi. Xalqaro tajriba asosida, raqamli logistika tizimlarini joriy etish xarajatlarni oʻrtacha 10–12 % kamaytiradi va tranzit vaqtini qisqartiradi.

Temir yoʻl transportining ekologik foydasi boshqa transport turlariga nisbatan yuqori, ammo bu borada yangi ekologik standartlar va yashil texnologiyalarni qoʻllash iqtisodiy samaradorlikka ijobiy taʼsir koʻrsatmoqda. Xususan, Germaniyada “yashil energiya” asosida ishlaydigan poyezdlarning qoʻllanilishi bilan tizimning umumiy xarajatlari 8 % ga kamaydi. Demak, bizda ham ushbu tizimning qoʻllanilishi tizimidagi umumiy xarajatlar ulushini sezilarli darajada kamaytirishga asos boʻladi, deya olamiz.

Resurslarni tejash va oqilona foydalanish masalalari milliy va xalqaro tadqiqotlarda asosiy mavzu bo'lib qolmoqda. Yoqilg'i va energetika resurslarini tejash orqali transport tizimining samaradorligini oshirish mumkinligi amaliy tajribalar bilan tasdiqlangan.

Yuqoridagi natijalar O'zbekiston sharoitida temir yo'l transportining iqtisodiy samaradorligini oshirishda ilg'or tajribalarni joriy etishning ahamiyatini yana bir bor tasdiqlaydi. Shu bilan birga, mahalliy sharoitlarga moslashtirilgan strategiyalarni ishlab chiqish zarurati paydo qiladi.

O'zbekiston Respublikasining temir yo'l transport tizimi so'nggi yillarda sezilarli darajada o'sishni boshdan kechirdi. 2015–2023-yillar davomida yuk va yo'lovchi tashish hajmi, shuningdek, elektrlashtirilgan yo'llar ulushi doimiy ravishda oshib bordi. Ushbu muvaffaqiyatlar texnologik modernizatsiya, infratuzilma loyihalarini amalga oshirish va davlat siyosatining to'g'ri yo'naltirilganligining natijasidir.

Transport tizimining iqtisodiy samaradorligini oshirishda zamonaviy texnologiyalarni joriy etish va logistika jarayonlarini optimallashtirishning ahamiyati katta. Shu bilan birga, xalqaro tajriba va texnologiyalarni milliy sharoitlarga moslashtirish orqali yanada samarali boshqaruv tizimlarini yaratish mumkin. Bundan tashqari, ekologik barqarorlik va yashil transport texnologiyalarini rivojlantirish O'zbekiston temir yo'l tizimining uzoq muddatli barqarorligini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Moliyaviy resurslarning oqilona taqsimlanishi, xizmat sifati va mijozlar talablariga javob beradigan innovatsion yechimlarning tatbiq etilishi temir yo'l transport tizimini yanada raqobatbardosh qilish imkonini beradi. Xalqaro savdo hajmining oshishi va mintaqaviy integratsiya jarayonlarida temir yo'l tizimining o'zni o'rtib borayotganini hisobga olgan holda, ushbu sektorni rivojlantirish strategiyalari ustuvor bo'lishi lozim.

Bundan tashqari, 2024-yil yakunlariga oid "O'zbekiston temir yo'llari" AJ hisobotlari asosida tahlillar shuni ko'rsatadiki, infratuzilmalarni yangilash va transport tizimini modernizatsiya qilish bo'yicha amalga oshirilgan loyihalar sezilarli natijalar bergan. Xususan, yangi elektrlashtirilgan yo'llar ulushining 45,1 % ga yetgani va yuk tashish hajmining sezilarli oshishi davlat investitsiyalari va xususiy sektor ishtirokining ahamiyatini ko'rsatmoqda. Ushbu jarayonlarda resurslarni samarali taqsimlash va transport koridorlarini optimallashtirish orqali qo'shimcha iqtisodiy samaradorlikka erishilgan.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Temir yo'l transport tizimining iqtisodiy samaradorligi yuk va yo'lovchi tashish hajmi, infratuzilmaning texnologik rivojlanishi, energiya samaradorligi va investitsiyalarning oqilona taqsimlanishi kabi omillar bilan chambarchas bog'liq. MDH mamlakatlari va xorijiy davlatlarning ilg'or tajribalari temir yo'l transport tizimini modernizatsiya qilishda muhim rol o'ynaydi. Xususan, raqamli boshqaruv tizimlari va ekologik barqaror transport texnologiyalari bu borada yetakchi yo'nalish hisoblanadi.

O‘zbekiston Respublikasi temir yo‘l tizimining iqtisodiy samaradorligini oshirish maqsadida quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

Infratuzilmani modernizatsiya qilish: temir yo‘l transportida zamonaviy texnologiyalarni keng joriy qilish. Jumladan, avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari va elektron logistika platformalarini rivojlantirish. Qoraqalpog‘iston Respublikasi va Sirdaryo viloyatlarida infratuzilmani modernizatsiya qilish uchun davlat investitsiyalarini oshirish.

Yashil transport texnologiyalari: ekologik barqarorlikni oshirish uchun yashil transport texnologiyalarini joriy qilish. Bu, ayniqsa, katta miqdorda yuk tashuvchi temir yo‘l transportida qo‘llanishi mumkin.

Mintaqaviy logistika markazlari: logistika xizmatlarini takomillashtirish maqsadida mintaqaviy transport markazlarini tashkil etish. Bu xalqaro savdo hajmini oshirishda muhim rol o‘ynaydi.

Transport xizmatlari sifatini oshirish: xalqaro standartlarga mos keluvchi xizmat ko‘rsatish tizimini yaratish. Xususan, yo‘lovchi tashish xizmatlarini sifat jihatidan takomillashtirish.

Tahlillarni kuchaytirish: transport tizimining har bir bo‘g‘inida iqtisodiy samaradorlikni aniqlash va muntazam ravishda baholash uchun ilg‘or iqtisodiy model va uslublardan foydalanish.

Xususiy sektor ishtiroki: temir yo‘l transportida xususiy sektorni jalb etish uchun qulay sharoitlar yaratish va davlat-xususiy sheriklik loyihalarini rivojlantirish.

Ta‘lim va kadrlar tayyorlash: transport sohasida malakali mutaxassislarni tayyorlash uchun oliy ta‘lim tizimiga zamonaviy o‘quv dasturlarini joriy qilish.

Yuqoridagi xulosalar va takliflar amalga oshirilsa, O‘zbekiston Respublikasi temir yo‘l transport tizimining iqtisodiy samaradorligi sezilarli darajada oshishi va milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda muhim omil bo‘lishi kutilmoqda.

FOYDALANILAGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risidagi farmoni. PF–158-son, 2023-yil 11-sentabr. <https://lex.uz>

2. Michael Porter. The Competitive Advantage of Nations. Harvard Business Review, 1990. – pp. 45–62.

3. Peter Drucker. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. Harper & Row, 1974. – pp. 34–50.

4. Marie-Christine Cormier. Sustainable Logistics and Its Environmental Impact. Canadian Journal of Transport Studies, 2021. – Vol. 10, №2. – pp. 45–68.

5. Grachev V.N. «Экономическая эффективность транспортных услуг: проблемы и решения». Журнал транспортных систем России, 2019. – №5. – с. 45–60.

6. Bazarbayev T.K. «Цифровые инновации в железнодорожном транспорте Казахстана». Kazakhstan Transport Review, 2020. – №4. – с. 24–38.

7. Abdullayev A.B. “Raqamli transformatsiya sharoitida transport tizimining iqtisodiy samaradorligi”. O‘zbekiston iqtisodiy tadqiqotlar jurnali, 2021. – №3. – b. 45–58.

8. Ismoilov N.X. “Temir yo‘l transportida infratuzilmani modernizatsiya qilishning iqtisodiy samaralari”. Transport va logistika tizimlari, 2022. – №4. – b. 34–48.

9. “O‘zbekiston temir yo‘llari” AJ rasmiy sayti: <https://railway.uz>

10. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi rasmiy sayti: <https://www.stat.uz>

11. O‘zbekiston Respublikasi Transport vazirligi rasmiy sayti: <https://mintrans.uz>

12. O‘zbekiston Respublikasi Investitsiyalar va tashqi savdo vazirligi rasmiy sayti: <https://mift.uz>

RAQAMLI TRANSFORMATSIYAGA YO‘NALTIRILGAN ERP TIZIMLARINI JORIY ETISH ORQALI RAQAMLI IMKONIYATLARNI KENGAYTIRISH

Azizov Abdulla Abdisalamovich

TDIU mustaqil tadqiqotchi

Tel: +998 55 902 22 22

Annotatsiya

Ushbu maqolada ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonlariga ERP, DMS va AIS kabi axborot tizimlarini joriy etishning samarali yo‘llari tahlil qilingan. Raqamli texnologiyalarni qo‘llash natijasida korxonalarda ish jarayonlari optimallashtiriladi, xarajatlarni kamayadi hamda mahsulot sifati oshadi. Shuningdek, moliyaviy nazoratning kuchayishi va hujjat aylanishining xavfsizligini ta‘minlash imkoniyatlari ko‘rib chiqilgan. Tadqiqot davomida texnologiyalarni joriy etishning tashkiliy-iqtisodiy afzalliklari aniqlanib, ularni samarali qo‘llash bo‘yicha amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: ERP tizimi, raqamli texnologiyalar, boshqaruv, samaradorlik, ishlab chiqarish.

Аннотация

В данной статье проанализированы эффективные подходы к внедрению информационных систем ERP, DMS и AIS в процессы производства и управления. Установлено, что использование цифровых технологий способствует оптимизации рабочих процессов, снижению издержек и повышению качества продукции. Кроме того, рассмотрены возможности усиления финансового контроля и обеспечения безопасности документооборота. В ходе исследования выявлены организационно-экономические преимущества внедрения технологий, а также представлены практические рекомендации по их эффективному применению.

Ключевые слова: система ERP, цифровые технологии, управление, эффективность, производство.

Abstract

This article analyzes effective approaches to implementing ERP, DMS, and AIS information systems in production and management processes. It is established that the use of digital technologies contributes to process optimization, cost reduction, and improved product quality. Furthermore, the study examines the enhancement of financial control and the security of document flow. The research identifies the organizational and economic benefits of technology implementation and provides practical recommendations for their efficient application.

Keywords: ERP system, digital technologies, management, efficiency, production.

KIRISH

Ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish sohalarida raqamli texnologiyalarni keng qo‘llash bilan ish jarayonlarini yaxshilash, xarajatlarni kamaytirish va mahsulot sifatini

oshirish yo'llari ko'p o'rganilmoqda. Turli tizimlar yordamida korxonalarda hujjatlarni boshqarish, moliyaviy ko'rsatkichlarni nazorat qilish va ishlab chiqarishning barcha bosqichlarini birlashtirish imkoniyati yaratilmoqda.

Elektron hujjat aylanish tizimlari ishchi hujjatlarni tezkor tartibga keltiradi, qog'oz sarfini kamaytiradi va ma'lumotlarning yo'qolishini oldini oladi. Moliyaviy boshqaruv tizimlari esa mablag'lar oqimini kuzatishga, xarajatlarni aniq rejalashtirishga va resurslarni samarali taqsimlashga yordam beradi.

Raqamli yechimlar ish jarayonlarini tezlashtiradi, rahbarlarga barcha kerakli ma'lumotlarni bir vaqtda ko'rib chiqish imkoniyatini yaratadi. Shuningdek, texnologiyalar yordamida mahsulot yetkazib berish muddatlari qisqaradi, xizmat ko'rsatish sifati oshadi va korxonalar o'z faoliyatini takomillashtirishga erishadi.

Shu sababli, ishlab chiqarish va boshqaruv tizimlarida zamonaviy texnologiyalarni joriy etishning tajribaviy jihatlarini o'rganish amaliyot nuqtai nazaridan foydali bo'lib, korxonalarni samarali boshqarishga xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli transformatsiya bugungi kunda korxonalar uchun nafaqat texnologik yangilanish, balki raqobatbardoshlik va barqaror rivojlanishni ta'minlashning muhim yo'nalishiga aylangan. Shu bois, ko'plab ilmiy tadqiqotlar korxonalarda raqamli texnologiyalarni joriy etishning turli jihatlarini yoritishga bag'ishlanmoqda. Tadqiqotlarni umumiy tahlil qilish orqali raqamli transformatsiya jarayonining asosiy yo'nalishlari va muvaffaqiyat omillarini chuqur tushunish imkonini beradi.

Avvalo, Suntsova (2022) o'z ishida raqamli transformatsiyaning nazariy asoslarini yoritib, Industry 4.0 va 5.0 tushunchalarini chuqur tahlil qiladi. Muallifning fikricha, aqlli iqtisodiyot va raqamli texnologiyalarni keng qo'llash nafaqat texnologik jarayonlarni, balki tashkilotning boshqaruv modelini ham tubdan o'zgartiradi. Shu orqali korxonalar innovatsion rivojlanish yo'liga o'tib, samaradorlikni oshiradi [1].

Boshqa bir tadqiqotda Yakovenko va Shaptala (2024) raqamli transformatsiyaning yangi bosqichi – raqamli egizak (Digital Twin) texnologiyalarini tahlil qilgan. Ularning ishida DT texnologiyasi yordamida resurslardan samarali foydalanish, energiya tejash va chiqindilarni kamaytirish orqali korxonalarning barqaror rivojlanishga erishishi mumkinligi asoslab berilgan. Bu esa raqamli transformatsiya jarayonining ekologik jihatlarini ham yoritib beradi [2].

Shuningdek, korxonalarda elektron hujjat aylanish tizimlari (DMS)ning joriy etilishi ham raqamli transformatsiyaning muhim qismi sifatida ko'riladi. Jordan va hammualliflar (2022) tadqiqotida DMSning kompaniyalarda samarali ishlashga ta'siri, jarayonlarning tezlashishi, qog'oz xarajatlarini kamaytirish va ekologik barqarorlikni oshirishga xizmat qilishi alohida ta'kidlangan [3]. Bu natijalar bugungi kundagi ko'plab tashkilotlarda DMSni joriy etishga bo'lgan ehtiyojni ilmiy asoslaydi.

Moliyaviy boshqaruv sohasida esa Nurul (2025) Accounting Information Systems (AIS)ning rolini yoritib, ushbu tizimlar orqali moliyaviy nazoratni kuchaytirish, hisobot sifatini oshirish va ichki ish jarayonlarining shaffofligini ta'minlash mumkinligini ko'rsatadi. Bu esa, moliyaviy barqarorlikni ta'minlash va samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun muhim poydevor hisoblanadi [4].

Raqamli transformatsiyaning asosiy ustunliklaridan yana biri zamonaviy texnologiyalar – Blockchain, sun'iy intellekt (AI) va IoT kabi vositalarni qo'llash orqali tashkilotning umumiy samaradorligini oshirishdir. Samuel AnbuSelvan va Deepthi Nivasini (2021) o'z tadqiqotida aynan ushbu texnologiyalar yordamida ta'minot zanjiri monitoringi, ma'lumotlar xavfsizligi va jarayonlarni avtomatlashtirish samaradorligi oshirishini ilmiy jihatdan asoslab beradi [5].

Pandemiya davrida raqamli transformatsiya jarayonlari yanada tezlashgani ham ko'plab tadqiqotlarda tasdiqlangan. Masalan, Sachini (2020) Yunoniston kompaniyalari tajribasini o'rganib, ERP, CRM va kiberxavfsizlik tizimlarini joriy etish orqali kompaniyalar o'z faoliyatini barqarorlashtirganini ko'rsatgan [6]. Bu tajriba ko'plab sohalar uchun foydali namuna bo'la oladi.

Sog'liqni saqlash sohasida esa Pambala (2025) tomonidan olib borilgan tadqiqotda SAP texnologiyalarining bemor markazlashgan xizmat ko'rsatish tizimlarini rivojlantirishdagi roli yoritilgan. Tadqiqot natijalari bu texnologiyalar yordamida xizmat sifati, ma'lumotlar xavfsizligi va jarayon samaradorligi qanday oshirishini ko'rsatadi [7].

Yana bir muhim jihat shuki, Kabachenko va hammualliflar (2023) tomonidan o'rganilganidek, korxonalar anti-inqiroz boshqaruvini raqamlashtirish orqali o'z faoliyatini barqarorlashtirishga erishmoqda. Bu ishda turli o'lchamdagi kompaniyalarda texnologiyaga sarmoya kiritish samaradorligi va boshqaruv strategiyalari yoritilgan [8].

Yuqorida tahlil qilingan adabiyotlar raqamli transformatsiyaning korxonalar faoliyatida tutgan o'rni tobora ortib borayotganini yaqqol namoyon etadi. Turli tadqiqotlar asosida shuni ta'kidlash mumkinki, raqamli texnologiyalarni joriy etish nafaqat ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish va xarajatlarni kamaytirish, balki barqaror rivojlanish, ekologik xavfsizlik va strategik boshqaruvni kuchaytirishning asosiy omiliga aylanmoqda. Industry 4.0 va 5.0, raqamli egizaklar, DMS, AIS, ERP kabi tizimlar, shuningdek, AI, IoT, Blockchain texnologiyalarining integratsiyasi tashkilotlar samaradorligini tubdan oshirishga xizmat qilmoqda. Xususan, inqirozga qarshi boshqaruvda raqamli transformatsiya korxonalar barqarorligini ta'minlovchi muhim vosita sifatida o'zini namoyon qilgan. Shu bois, raqamli texnologiyalarni har tomonlama tadqiq etish va ularni amaliyotga joriy etish bo'yicha kompleks yondashuv zarurati yanada dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

METODOLOGIYA

Tadqiqotning metodologik asosini tizimli yondashuv, sifatli tahlil va statistik kuzatuvlar tashkil etadi. Avvalo, ilgari o'rganilgan adabiyotlar tahlil qilinib, raqamli transformatsiya jarayonining asosiy yo'nalishlari aniqlangan. Keyinchalik, amaliy misollar orqali ERP, DMS va AIS tizimlarining korxonalar samaradorligiga ta'siri o'rganilgan. Grafik va jadval asosida texnologiyalarni joriy etish dinamikasi kuzatilib, korxonalar uchun muhim muvaffaqiyat omillari belgilab berilgan. Shu orqali, raqamli transformatsiya jarayonining kompleks xarakteri ilmiy asoslangan holda yoritilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot davomida olib borilgan chuqur tahlillar shuni ko'rsatdiki, korxonalarda raqamli transformatsiya jarayonining samarali amalga oshirilishi ko'p bosqichli, tizimli va ilg'or texnologiyalarni kompleks joriy etishga asoslanadi. ERP tizimlari joriy etilgan kompaniyalarda ishlab chiqarish jarayonlari, moliyaviy boshqaruv, mijozlar bilan ishlash tizimlari hamda ta'minot zanjiri kabi asosiy funksiyalar bir butun tizimga integratsiya qilinib, samaradorlikning sezilarli oshishi kuzatilmoqda [1][3].

Avvalo, ERP tizimlarining asosiy afzalliklari sifatida jarayonlarning avtomatlashtirilishi, inson xatosi xavfining kamayishi va real vaqt rejimida ma'lumotlarni monitoring qilish imkoniyatining yaratilishi ko'rsatib o'tildi. Shu orqali rahbariyat ishlab chiqarish, moliyaviy ko'rsatkichlar, resurslardan foydalanish samaradorligi va mahsulot sifati bo'yicha qarorlarni tezkor va asosli tarzda qabul qilish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Masalan, ishlab chiqarish korxonalarida ERP tizimlari yordamida buyurtmalarni qayta ishlash, omborxona boshqaruvi va yetkazib berish jarayonlari o'rtasidagi aloqalar bir tizimga integratsiya qilinib, xarajatlarni kamaytirish va ishlab chiqarish muddatlarini qisqartirishga erishilgan [1][2].

Elektron hujjat aylanish tizimlari (DMS)ning joriy etilishi esa, nafaqat ichki ish jarayonlarining tezkorligini ta'minlamoqda, balki hujjatlarning ishonchligi, xavfsizligi va saqlanish muddatini uzaytirish imkonini bermiqda. Jordan va hammualliflar (2022) o'z tadqiqotlarida DMSning kompaniyalarda joriy etilishi orqali ishchi jarayonlarning takrorlanuvchi vazifalarini avtomatlashtirish, xodimlarning ortiqcha ish yukini kamaytirish va ekologik samaradorlikni oshirishda muhim ahamiyatga egaligini ta'kidlab o'tishgan [3]. Bu jarayon, ayniqsa, qog'oz xarajatlarini kamaytirish, arxivlash jarayonlarini optimallashtirish va hujjatlarning bir nechta xodim tomonidan bir vaqtning o'zida ishlatilishini tashkil etish imkoniyatlarini yaratadi.

Moliyaviy boshqaruv sohasida AIS tizimlarining joriy etilishi korxonalarga moliyaviy ko'rsatkichlarni doimiy nazorat qilish, aniq va ishonchli hisobotlarni shakllantirish va moliyaviy resurslarni optimal boshqarishga imkon bermiqda. Nurul (2025) tadqiqotida bu tizimlar orqali moliyaviy ma'lumotlarning shaffofligi oshgani, qaror qabul qilish jarayonlari tezlashgani va korxonalarda ichki nazorat kuchaygani qayd etilgan [4]. Shu bilan birga, AIS tizimlari rahbariyatga moliyaviy tavakkalchiliklarni oldindan baholash va xarajatlarni strategik boshqarish imkoniyatini ham yaratadi.

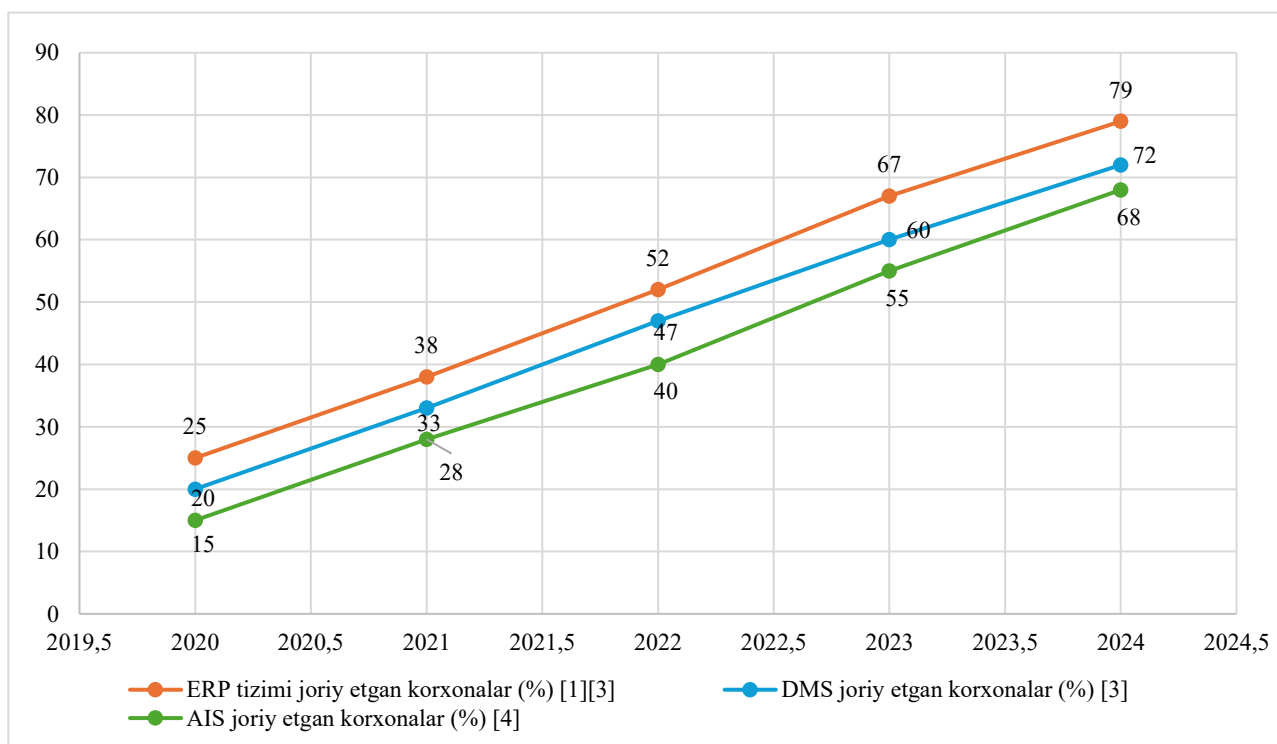
Shuningdek, tadqiqot davomida korxonalarda ilg'or texnologiyalar, jumladan, Blockchain, sun'iy intellekt (AI) va Internet of Things (IoT)ning joriy etilishi raqamli transformatsiya jarayonlarini jadallashtirib, ishlab chiqarish samaradorligini oshirayotganligi aniqlandi. Samuel AnbuSelvan va Deepthi Nivasini (2021) tomonidan olib borilgan tadqiqotda ushbu texnologiyalar orqali ta'minot zanjiri monitoringi, ma'lumotlar xavfsizligini mustahkamlash va biznes jarayonlarni avtomatlashtirish imkoniyatlari ochilgani ta'kidlanadi [5]. Shu orqali korxonalar nafaqat ichki samaradorlikni oshirmiqda, balki yangi raqobat ustunliklarini ham yaratmirqda.

Tadqiqot shuni ham ko'rsatdiki, sog'liqni saqlash sohasida SAP texnologiyalarini joriy etish orqali bemor markazlashgan xizmat ko'rsatish tizimlari yanada samarali

ishlay boshlagan. Pambala (2025) tomonidan olib borilgan ishlar natijalariga ko'ra, ushbu tizimlar orqali bemor ma'lumotlari xavfsizligi kuchaygan, tibbiy xizmat ko'rsatish sifati oshgan va elektron hujjatlar orqali ishchi jarayonlar tezlashgan [7]. Bu esa xizmat ko'rsatish jarayonida bemor ehtiyojlariga yanada moslashuvchan yondashuvni ta'minlashga xizmat qilmoqda.

Pandemiya davrida esa ko'plab korxonalar o'z faoliyatida raqamli texnologiyalarni joriy etishga urg'uni kuchaytirgani, ERP, CRM, kiberxavfsizlik tizimlarini jadallashtirilgan holda tatbiq qilgani kuzatildi. Sachini (2020) tomonidan olib borilgan tadqiqot shuni ko'rsatadiki, Yunoniston kompaniyalari o'z faoliyatida ERP, CRM va kiberxavfsizlik yechimlarini keng qo'llash orqali raqamli infratuzilmasini mustahkamlashga erishgan [6]. Shu jarayon davomida ularda texnologik tayyorgarlik, xodimlarni o'qitish va tashkiliy moslashuv asosiy omillar sifatida ajralib chiqqan.

Tahlil davomida olib borilgan statistik kuzatishlar ham raqamli transformatsiyaning korxona faoliyatiga ijobiy ta'sirini tasdiqlaydi. Jumladan, ERP, DMS va AIS tizimlarini joriy etgan korxonalar ulushi yildan yilga ortib bormoqda. Bu tendensiyaning quyidagi grafikda ko'rish mumkin (1-rasm).



1-rasm. Raqamli texnologiyalarni joriy etish trendi¹

Ushbu grafikdan ko'rinib turibdiki, 2020-yildan 2024-yilgacha bo'lgan davrda ERP tizimlarini joriy etgan korxonalar ulushi 25 foizdan 79 foizgacha oshgan. Xuddi shunday, DMS va AIS tizimlari bo'yicha ham barqaror o'sish kuzatilmoqda. Bu jarayon korxonalarning ichki jarayonlarni takomillashtirish, xarajatlarni qisqartirish, ekologik barqarorlikni ta'minlash va yangi raqobatbardosh afzalliklarni qo'lga kiritishga intilayotganining yaqqol dalilidir.

¹ Muallif ishlanmasi

Umuman olganda, tadqiqot natijalari shuni ko'rsatmoqdaki, raqamli transformatsiya korxona faoliyatining barcha sohalariga chuqur kirib bormoqda va u nafaqat texnologik jarayonlarni, balki korxonaning boshqaruv modeli, tashkiliy tuzilmasi va korporativ madaniyatini ham o'zgartirishga sabab bo'lmoqda. Shu asosda ishlab chiqilgan tavsiyalar korxonalarga raqamli transformatsiya jarayonini bosqichma-bosqich amalga oshirish, texnologik yangiliklarni izchil tatbiq qilish va umumiy iqtisodiy samaradorlikni oshirishga xizmat qilishi mumkin. Shu jihatdan, 1-rasmda ko'rsatilgan raqamli texnologiyalarni joriy etish trendi ushbu o'zgarishlarning statistik asoslangan dalili sifatida tadqiqotning empirik bazasini mustahkamlaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'tkazilgan tahlillar asosida xulosa qilish mumkinki, raqamli transformatsiya jarayoni korxonalar faoliyatining barcha jihatlariga chuqur ta'sir ko'rsatmoqda. ERP, DMS va AIS kabi tizimlarni joriy etish ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish, resurslardan foydalanishni optimallashtirish va moliyaviy boshqaruvning shaffofligini ta'minlashga xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, ilg'or texnologiyalar – sun'iy intellekt, IoT, Blockchain kabi yechimlarning integratsiyasi tashkilotlarda tezkor qaror qabul qilish imkoniyatlarini kuchaytirib, ma'lumotlar xavfsizligini oshirmoqda.

Boshqaruv tizimlarining takomillashuvi xodimlar ish yukini kamaytirib, jarayonlarni soddalashtiradi, hujjat aylanishini tezlashtiradi va kompaniya ichidagi muloqotni kuchaytiradi. Bu esa, tashkilotning ichki madaniyati, rahbariyat va xodimlar o'rtasidagi ishonchli aloqalarni rivojlantirishga ham zamin yaratadi. Raqamli transformatsiya, ayni paytda, ekologik samaradorlikni ta'minlab, qog'oz xarajatlarini qisqartirish orqali tabiiy resurslarni asrashga ham xizmat qilmoqda.

Shu asosda, korxonalarga bir nechta takliflar berish mumkin. Birinchidan, texnologik infratuzilmani modernizatsiya qilish, zamonaviy server, dasturiy ta'minot va xavfsizlik tizimlarini yangilash talab etiladi. Ikkinchidan, xodimlarning raqamli ko'nikmalarini oshirish bo'yicha muntazam o'quv dasturlarini tashkil qilish zarur. Uchinchi taklif, tashkilot ichida o'zgarishlarga tayyorgarlikni mustahkamlash, xodimlarni yangi tizimlarga moslashtirish jarayonida psixologik qo'llab-quvvatlash xizmatlarini yo'lga qo'yishdir.

To'rtinchidan, raqamli transformatsiya jarayonida rahbariyatning faol ishtiroki va strategik qarorlar qabul qilishda texnologiyalarni asosiy tayanch sifatida ko'rishi muhim. Beshinchidan, tashkilotlar faoliyatida bosqichma-bosqich joriy etish usulidan foydalanish, ya'ni kichik pilot loyihalarni sinovdan o'tkazib, muvaffaqiyatli yechimlarni keng miqyosda tatbiq etish tavsiya qilinadi.

Raqamli transformatsiya korxonalarining barqaror rivojlanishi, raqobatbardoshligini oshirishi va xizmat ko'rsatish sifatini yuqori bosqichga olib chiqishi uchun kuchli asos bo'lib xizmat qiladi. Shu sababli, ilmiy yondashuv, kompleks rejalashtirish va innovatsion texnologiyalarni izchil joriy etish raqamli transformatsiyaning muvaffaqiyatli amalga oshirilishida eng muhim shartlardan biri hisoblanadi. Shu orqali korxonalar nafaqat ichki jarayonlarni yaxshilash, balki umumiy iqtisodiy samaradorlikni oshirib, xalqaro bozorda mustahkam o'rin egallash imkoniyatiga ega bo'ladilar.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Suntsova, O. (2022). The definition of smart economy and digital transformation of business in the concepts Industry 4.0 and 5.0. *Technology Audit and Production Reserves*, 4(4), 00–00. <https://doi.org/10.15587/2706-5448.2022.265105>
2. Yakovenko, Y., & Shaptala, R. (2024). Study of digital twins as the driving force of digital transformation and achieving the goals of sustainable development. *Technology Audit and Production Reserves*, 2(4), 11–20. <https://doi.org/10.15587/2706-5448.2024.301423>
3. Jordan, S., Sternad Zabukovšek, S., & Šišovska Klančnik, I. (2022). Document Management System – A Way to Digital Transformation. *Naše Gospodarstvo / Our Economy*, 68(2), 43–54. <https://doi.org/10.2478/ngoe-2022-0010>
4. Nurul. (2025). The Role of Accounting Information Systems in Improving the Efficiency and Quality of Financial Reports. Unpublished manuscript. <https://ssrn.com/abstract=5249175>
5. Samuel AnbuSelvan, S. C. B., & Deepthi Nivasini, K. (2021). The Impact of Innovative Technology and Autonomous Agents on Digital Transformation with Special Reference to Blockchain, IoT and AI. *Sambodhi*, 44(1), 63–66. <https://ssrn.com/abstract=3890103>
6. Sachini, E. (2020). Digital Transformation of Greek Enterprises: The Impact of the COVID-19 Pandemic. National Documentation Centre. <https://metrics.ekt.gr/research-development>
7. Pambala, T. R. (2025). Integration of SAP Healthcare Solutions: Advancing Digital Healthcare Delivery and Patient-Centered Care. *International Journal of Computer Engineering & Technology*, 16(1), 220–230. https://doi.org/10.34218/IJCET_16_01_020
8. Kabachenko, D., Korolenko, O., Kutova, N., Churikanova, O., & Shchokin, R. (2023). Implementation of Digitization for Anti-crisis Management of Business Entities. *Economic Affairs*, 68(01s), 361–369. <https://doi.org/10.46852/0424-2513.1s.2023.39>

DEVELOPMENT TRENDS OF YOUTH TOURISM IN UZBEKISTAN: PROBLEMS AND PROSPECTS

Samiyev Siroj Saitovich

PhD, Teacher at the Department of Tourism,
The Silk Road International University
of Tourism and Cultural Heritage

Umurzoqova Shakhnoza Shukhrat kizi

Master's student,
The Silk Road International University
of Tourism and Cultural Heritage

Abstract

This article examines the current state and key development drivers of youth tourism in Uzbekistan. Particular attention is given to the evolving preferences of young travelers, the growing impact of digital platforms such as Airbnb, and the rising popularity of adventure tourism. The study is supported by the results of a survey conducted among 128 respondents, providing a basis for practical recommendations aimed at enhancing the youth tourism sector.

Keywords: Youth tourism, adventure tourism, digital platforms, tourism, tourism innovators.

Annotatsiya

Ushbu maqolada O'zbekistonda yoshlar turizmining hozirgi holati va rivojlanish omillari tahlil qilingan. Tadqiqot davomida yosh sayyohlarning o'zgarib borayotgan ehtiyojlari, Airbnb kabi raqamli platformalarning ta'siri hamda sarguzasht turizmining ortib borayotgan ommaviyligiga alohida e'tibor qaratilgan. 128 nafar respondent ishtirokida o'tkazilgan so'rovnoma natijalari asosida yoshlar turizmini rivojlantirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: Yoshlar turizmi, sarguzasht turizmi, raqamli platformalar, turizm, sayyohlik innovatsiyalari.

Аннотация

В статье рассматривается текущее состояние и ключевые факторы развития молодёжного туризма в Узбекистане. Особое внимание уделяется меняющимся предпочтениям молодых туристов, растущему влиянию цифровых платформ, таких как Airbnb, и популярности приключенческого туризма. На основе опроса, проведённого среди 128 респондентов, представлены практические рекомендации по дальнейшему развитию молодёжного туризма.

Ключевые слова: молодёжный туризм, приключенческий туризм, цифровые платформы, туризм, инновации туризма.

INTRODUCTION

In recent years, tourism in Uzbekistan has experienced rapid growth, with youth tourism emerging as one of the most dynamic and fast-growing segments. Globally, youth tourism is recognized as a key contributor to socio-economic development (UNWTO, 2022). This article seeks to identify the main factors influencing the

development of youth tourism in Uzbekistan, analyze current challenges, and explore future opportunities. The findings are expected to hold both scientific and practical value in establishing a stable and innovative youth tourism framework.

According to recent statistics from the World Travel & Tourism Council (WTTC, 2022), youth travelers account for more than 270 million international trips annually. This segment is characterized by a growing demand for cultural immersion, adventure experiences, and sustainable travel options. Uzbekistan, with its rich Silk Road heritage, diverse natural landscapes, and increasing digital connectivity, possesses considerable untapped potential to attract both domestic and international youth tourists.

Furthermore, the global post-COVID-19 recovery has shifted travel preferences among young people. A strong inclination toward eco-conscious travel, digital nomadism, and personalized experiences has emerged, and Uzbekistan is beginning to respond through new initiatives such as the Digital Nomad Visa, the promotion of youth hostels, and the development of regional ecotourism clusters.

In addition, the government has recognized youth tourism as a tool for enhancing youth engagement, entrepreneurship, and regional economic development. Through collaborations with international organizations such as UNDP and UNESCO, several pilot projects have been launched to support local youth-led tourism startups and promote cross-border cultural exchanges.

Building on these promising developments, Uzbekistan is well-positioned to further elevate its global presence by enhancing international branding, advancing dynamic digital marketing strategies, and expanding transport infrastructure in rural areas. Proactively addressing these aspects through innovative measures will enable youth tourism to flourish as a powerful engine of inclusive growth and a bridge for cultural diplomacy.

1. Theoretical Foundations of Youth Tourism

Youth tourism refers to travel activities carried out primarily by individuals aged 15 to 30. It is characterized by low-cost, independent, and experience-based travel. Typical forms include adventure, educational, volunteer, and environmental tourism (Kazakov, 2021). Globally, youth tourism comprises more than 20% of the total tourism market and continues to grow annually (WTTC, 2022).

Youth tourism plays a crucial role in personal development and socialization. It is not only an economic activity but also intersects with education, culture, and health (Sharipova, 2023). According to UNWTO (2022), young travelers often stay longer and visit more destinations. This demographic increasingly relies on modern technologies and digital platforms to plan their trips, leading to growing demand for mobile and internet-based services.

2. The State of Youth Tourism in Uzbekistan

In Uzbekistan, youth tourism has recently received significant public attention. Programs like the Youth Travel Program have increased participation among students, young professionals, and teachers (Ministry of Tourism, 2023). However, challenges remain in marketing, infrastructure, and international youth exchanges.

Domestic youth interest is rising, aided by presidential initiatives such as “Youth Tourism Week” and “Student Tourist” programs. These projects have facilitated educational and cultural trips to Samarkand, Bukhara, and Khiva (Bobojonov, 2022). Higher education institutions are also supporting travel startups and innovative projects, such as the Tourism Leaders initiative at the Tashkent University of Tourism.

Regionally, destinations like Fergana, Kashkadarya, Surkhandarya, and Karakalpakstan offer emerging opportunities for adventure and eco-tourism (Kadyrov, 2020).

3. Inquiry Methodology and Results

An online survey was conducted among 18–30-year-old respondents, mainly students and young professionals. Key findings include:

- 75% travel at least once a year.
- 62% prefer adventure tourism.
- 55% use platforms like Airbnb and Booking.com.

Important travel factors: price (64%), safety (58%), and adventure (47%). Many plan their trips independently, often influenced by blogs and Instagram pages. Notably, 70% of respondents described travel as a “new experiential tool” (Statays.com, 2023).

Survey questions covered areas such as:

- Travel frequency
- Most visited destinations
- Key factors in destination choice
- Use of online platforms and social media

4. Case Study: Adventure Tourism and Airbnb Services

Adventure tourism includes physical activities, exploration of natural environments, and cultural exchanges — making it popular among Uzbek youth (Tourism Economics Journal, 2022). Destinations such as Chatkal, Gissar, Zarafshan, the Aral Sea, and the Ferghana Valley are well-suited for such tourism.

Youth activities include cycling, mountain hiking, camping, rafting, and quad-biking in areas like Beldersoy, Karatanta, Nuratau, and Zaamin (Kazakov, 2021). Airbnb is also gaining popularity among youth tourists. It offers affordable, culturally immersive experiences, especially in Bukhara, Khiva, and Tashkent (Airbnb, 2023).

These services enable deeper cultural engagement and promote budget-friendly travel for both local and international youth.

5. Problems and Prospects

The development of youth tourism in Uzbekistan faces a variety of structural and systemic challenges that limit its full potential, despite a growing interest among young travelers and the government's supportive policies. The research identified several key barriers:

Financial constraints remain one of the most critical obstacles. A large portion of the youth population, especially students and early-career professionals, lacks sufficient disposable income to travel frequently. While some state-subsidized

programs exist, they are limited in scale and coverage, often not reaching youth in rural or marginalized areas.

Limited information dissemination and marketing strategies further exacerbate the problem. Tourism promotion in Uzbekistan still largely focuses on general or historical tourism, with minimal targeted content specifically designed for youth. Many youth travelers rely on social media, influencers, and peer-to-peer recommendations, yet there is a lack of coordinated digital campaigns to engage them directly (Sharipova, 2023).

Digital infrastructure, especially in rural and mountainous regions where adventure and eco-tourism are most viable, remains underdeveloped. Weak internet access and outdated booking systems limit the use of modern platforms such as mobile travel apps, virtual tours, and digital itineraries, which are especially important for tech-savvy youth travelers.

Enhancing tourism-related infrastructure and expanding public transportation networks can make many promising destinations even more accessible and attractive. For instance, improving road conditions, adding clear signage, and developing affordable, quality accommodations in remote areas rich in natural and cultural assets can significantly boost interest among both domestic and international youth travelers. Furthermore, investing in the professional development of local guides and tourism service providers—such as training in foreign languages, digital tools, and youth-focused communication—will strengthen service quality. Aligning budget-friendly hospitality offerings with global standards will also create a more appealing environment for younger tourists seeking memorable and high-quality experiences.

Cultural and environmental awareness among local youth is relatively low, especially outside urban centers. Tourism education is not systematically integrated into school or university curricula, which results in a lack of understanding of the value of tourism, sustainability, and heritage preservation (Tourism Journal, 2023).

Despite these challenges, there are considerable prospects and untapped potential for youth tourism development in Uzbekistan. Several strategic opportunities have emerged: creating specialized tourism packages tailored to the preferences of youth — including adventure travel, volunteer experiences, festival tourism, and digital detox camps — can significantly increase engagement. These packages can be offered at discounted rates in partnership with universities and youth organizations.

Developing digital platforms that aggregate youth travel options, integrate AI-powered itinerary planning, and facilitate peer reviews can attract younger demographics accustomed to self-planning and mobile-first experiences.

Expanding territories for adventure and eco-tourism, particularly in regions such as Surkhandarya, Ferghana Valley, and Karakalpakstan, would diversify the tourism map and generate local employment. Infrastructure investment in these areas would benefit not only tourism but also regional development.

Promoting tourism education among youth is essential. Introducing elective courses on travel planning, sustainable tourism, and cultural heritage into high school

and university curricula could foster long-term awareness and professional engagement.

Encouraging international exchanges, student travel forums, and youth volunteering programs would strengthen intercultural ties and global exposure. Government-backed scholarships for tourism internships abroad could also cultivate future industry leaders.

Applying digital marketing strategies, including influencer partnerships, immersive VR experiences, and interactive mobile apps, can modernize Uzbekistan's tourism image and make it more relatable to Gen Z and millennial travelers (UNWTO, 2022).

Hosting annual Youth Tourism Forums would provide a platform for idea-sharing, policy discussion, and showcasing innovative projects. This initiative can bring together stakeholders from government, academia, business, and youth networks.

Launching cultural immersion tours for international students offers dual benefits: enhancing the visibility of Uzbekistan's soft power and encouraging deeper engagement with the country's traditions, hospitality, and language (Kadyrov, 2020).

By addressing these challenges with proactive strategies and youth-inclusive policies, Uzbekistan can transform youth tourism into a driving force of sustainable development, innovation, and international cultural exchange.

CONCLUSION AND SUGGESTIONS

Youth tourism is emerging as a vital component of Uzbekistan's tourism industry. It holds not only economic, but also cultural and social importance. Findings from this research underscore that adventure tourism and digital services are key development drivers.

Proper state policy and private sector engagement can significantly expand youth tourism and transform Uzbekistan into a youth-friendly tourism destination. Youth tourism enhances internal and external tourism potential, supports economic growth, strengthens international relationships, promotes national identity, and empowers youth. Recommendations from this article may guide the improvement of tourism policies and help shape youth as active, culturally aware participants in global tourism.

REFERENCES

1. Airbnb. (2023). Official reports and insights. <https://www.airbnb.com>
2. Bobojonov, A. (2022). Ways to Develop Domestic Tourism in Uzbekistan. Tashkent: Tourism Publishing.
3. Kadyrov, B. (2020). Youth and Cultural Exchange. Samarkand: Samarkand University Press.
4. Kazakov, M. (2021). Youth and Adventure Tourism in the CIS. Moscow: Tourism Press.
5. Ministry of Tourism and Cultural Heritage of the Republic of Uzbekistan. (2023). Educational Materials on Youth Tourism. Tashkent.
6. Sharipova, G. (2023). Digital Tourism in Central Asia. Tashkent: Innovation Tourism Press.

7. Statays.com. (2023). Youth Travel Trends Report. <https://www.statays.com>
8. Tourism Economics Journal. (2022). Youth Tourism in Central Asia, 28(1), 55–70.
9. Tourism: Scientific-Methodical Journal. (2023). Youth Engagement in Local Tourism, (2), 34–40.
10. UNWTO. (2022). Youth Tourism and Its Socio-Economic Impact. Madrid: UNWTO Publications.
11. WTTC. (2022). Global Youth Travel Report. London: World Travel & Tourism Council.
12. Google Scholar. (2023). Analytical Sources on Youth Tourism. <https://scholar.google.com>

MINTAQA RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASHDA INVESTITSIYA SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI

Sapayeva Fazilat Norbayevna

Osiyo xalqaro universiteti tayanch doktoranti

E-mail: beko2300454@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada mintaqa raqobatbardoshligini ta'minlashda investitsiya samaradorligini oshirish zaruriyati, o'ziga xos va eng muhim xususiyatlari, mavjud imkoniyatlari hamda samaradorligini oshirish yo'llari yoritilgan. Ushbu samaradorlikni oshirish yuzasidan xulosa va takliflar bayon qilingan.

Kalit so'zlar: mintaqa, raqobatbardoshlik, investitsiya, samaradorlik, raqobat, mintaqa raqobatbardoshligi.

Аннотация

В статье рассматривается необходимость повышения эффективности инвестиций в обеспечение конкурентоспособности региона, их специфические и наиболее важные особенности, имеющиеся возможности и пути повышения эффективности. Представлены выводы и предложения по повышению этой эффективности.

Ключевые слова: регион, конкурентоспособность, инвестиции, эффективность, конкуренция, региональная конкурентоспособность.

Abstract

This article discusses the need to increase investment efficiency in ensuring regional competitiveness, its specific and most important features, existing opportunities and ways to increase efficiency. Conclusions and proposals are made to increase this efficiency.

Keywords: region, competitiveness, investment, efficiency, competition, regional competitiveness.

KIRISH

Mintaqa iqtisodiyotini rivojlantirishda an'anaviy yo'nalishlar bilan bir qatorda, zamonaviy sharoitda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni strategik boshqarish, investitsiya dasturlarini takomillashtirish va raqobatbardoshlikni oshirish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Xususan, mintaqalarning investitsion jozibadorligini oshirishga qaratilgan zamonaviy shakl va mexanizmlarni ishlab chiqish, ularni amaliyotga joriy etish bugungi kunning dolzarb vazifalaridandir.

Raqobat bozor iqtisodiyotini tartibga solishning asosiy vositasi bo'lib, u sanoat korxonalarining bozor muhitidagi o'rnini belgilashda muhim rol o'ynaydi. Raqobat oqibatida, bir tomondan, ishlab chiqarish va bozor munosabatlari keskinlashadi, ikkinchi tomondan esa iqtisodiy samaradorlik ortadi, ilmiy-texnik taraqqiyot jadallashadi. Shu jihatdan, mintaqaviy raqobatbardoshlikni ta'minlash — nafaqat tashqi investitsiyalarni jalb qilish, balki ichki imkoniyatlar, inson kapitali va resurslardan oqilona foydalanishni ham o'z ichiga oladi.

Mintaqa qanchalik raqobatbardosh bo'lmasin, u o'z tabiiy, demografik va iqtisodiy resurslaridan tashqariga chiqolmaydi. Shu sababli, hududiy raqobatbardoshlik darajasi malakali ishchi kuchi, investitsiyalarni samarali jalb qilish darajasi va mintaqaning mavjud resurslaridan foydalana olish salohiyati bilan belgilanadi.

Zamonaviy iqtisodiyotda raqobat innovatsiyalarni rag'batlantiradi, yangi turdagi tovar va xizmatlarni yaratishga, mavjudlarining sifatini oshirishga, narxlarni pasaytirishga va resurslardan samarali foydalanishga zamin yaratadi. Shu bois, mintaqalarda investitsiya samaradorligini oshirish orqali raqobatbardoshlikni mustahkamlash ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda ustuvor yo'nalishlardan biri bo'lib qolmoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

Mintaqa raqobatbardoshligi nazariyasiga Amerika iqtisodchisi M. Porter hissa qo'shgan. Uning fikricha, mintaqa raqobatbardoshligi mavjud resurslardan, birinchi navbatda ishchi kuchi va kapitaldan foydalanish bo'yicha boshqa hududlar bilan solishtirilgandagi samaradorligi, ularning yalpi hududiy mahsulotda hamda aholi jon boshiga to'g'ri kelgan ko'rsatkichda aks etishi va rivojlanishidir [1]. Mintaqa va mamlakat raqobatbardoshligi o'rtasida aloqa mavjud bo'lib, ular turli bosqichlarga ajratiladi. Bu borada M. Porter fikricha, mintaqa va mamlakat raqobatbardoshligi ishlab chiqarish omillari asosidagi raqobat, investitsiya asosidagi raqobat, innovatsiya asosidagi raqobat hamda mamlakat yoki mintaqa boyligi asosidagi raqobat kabi bosqichlar asosida rivojlanadi [2]. Fikrimizcha, M. Porter tadqiqotlarida mintaqa raqobatbardoshligiga omilli va natijaviy jihatlar bo'yicha yondashilgan. Shu bilan birga, natijaviy holat asosida mintaqaning yalpi hududiy mahsuloti, aholi turmush darajasi hamda samaradorlik ko'rsatkichlari qarab chiqilgan.

Bizga ma'lumki, natijaviy ko'rsatkichlar birgina omillar mavjudligi bilan emas, ya'ni ularni qo'llash texnologiyasiga ham bevosita bog'liq bo'ladi. Ya'ni, raqobatbardoshlik mintaqa darajasida talqin etilganda uning tashqi muhit bilan bog'liqligini ham ko'rish zarur. Butunjahon iqtisodiy forumi milliy raqobatbardoshlikni o'rta muddatlarda barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlovchi institutlar va mamlakat imkoniyatlari sifatida tavsiflaydi [3]. J. Kentuell fikricha, raqobatbardoshlik iqtisodiy o'sishni xalqaro darajadagi raqobat muhitida tabaqalashtirilgan mahalliy imkoniyatlarini yaratish, deyilgan [4]. V. Merkushov esa mintaqa raqobatbardoshligi — bu hududning ishlab chiqarish omillaridan samarali foydalanish hisobiga raqobatbardosh tovarlar va xizmatlar yaratishni ta'minlash, raqobatning amaldagi holatini saqlash va yangisini yaratish, xalqaro iqtisodiy standartlarga muvofiq aholi turmush darajasini saqlash imkoniyati, deya ta'rif bergan [5]. M. Kalinina va Y. Rudenko tomonidan berilgan ta'rifda mintaqa raqobatbardoshligi — resurslardan samarali foydalanish va aholi turmush darajasini oshirish maqsadida hududning investitsion faolligi va innovatsion salohiyatini oshirish uchun yaratilgan shart-sharoitlar hamda imkoniyatlar, deya tavsiflangan [6]. Boshqa bir manbada keltirilgan ta'rifga ko'ra, raqobatbardoshlik — hudud aholisiga yuqori

darajadagi turmush darajasini ta'minlash va iqtisodiy salohiyatidan foydalanish imkoniyatlaridir [7].

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda mintaqa raqobatbardoshligini ta'minlashda investitsiya samaradorligini oshirishning ilmiy asoslarini aniqlash uchun kompleks yondashuv qo'llanildi. Asosiy metod sifatida SWOT-tahlil qo'llanib, mintaqaning kuchli va zaif tomonlari, mavjud imkoniyatlar hamda xavf-xatarlar baholandi. Shuningdek, statistik tahlil yordamida Xorazm viloyatining asosiy iqtisodiy ko'rsatkichlari, investitsiya oqimlari va bandlik darajasi o'rganildi. Kontent-tahlil orqali ilmiy manbalar, hukumat hujjatlari va tahliliy hisobotlar tahlil qilindi. Mazkur metodologiya hududiy investitsiya samaradorligini oshirishga qaratilgan takliflarni ishlab chiqishga xizmat qiladi va strategik boshqaruv mexanizmlarini aniqlashga imkon beradi. Shu orqali aniq xulosalar asosida ilmiy tavsiyalar shakllantirildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Iqtisodiyotda rivojlanish darajasining moddiy asosi tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish hisobiga amalga oshadi. Bu jarayon mamlakat yoki mintaqa iqtisodiyoti bo'lishidan qat'iy nazar amal qiluvchi qonuniyat bo'lib hisoblanadi. Xorazm viloyati raqobatbardoshligini ta'minlashda investitsiya samaradorligini oshirish orqali mintaqa iqtisodiyotining rivojlanish omillari xususiyatiga qarab aniqlaymiz. Xorazm viloyati iqtisodiyotining rivojlanishini tadqiq etishda kapital va mehnat omillari hisobiga rivojlanish jarayonini aniqladik. Bunda, YaHM, sanoat, qishloq xo'jaligi, qurilish va xizmatlar sohasining o'sish sur'atlarini investitsiya va ishchi kuchi asosida erishilgan qiymatlarini hisob-kitob qildik. Tahlil jarayonida olingan natijalarni to'liq baholash uchun ikki omil hissasining qo'shimcha o'zgarishlarini aniqlaymiz. Bu esa, oxirgi vaqtda yuz bergan o'zgarishlar, omillarning ustuvor jihatlari bo'yicha ma'lumotlarni ifodalaydi. Demak, investitsiya hisobiga rivojlanish darajasi yildan-yilga o'sib bormoqda. Bu esa investitsiya strategiyasida joriy tendensiyani davom ettirish hamda samaradorlikka alohida e'tibor berishni talab qiladi.

Xorazm viloyatidagi soha va tarmoqlarning kapital hamda mehnatga asoslangan rivojlanishini tahlil qilish, mintaqaning iqtisodiy salohiyatini yanada yuksaltirish uchun katta imkoniyatlar ochadi. Avvalo, sanoat tarmog'i kapitaldan samarali foydalanib, iqtisodiy o'sishning kuchli drayveriga aylanmoqda. Bu mintaqaviy investitsiya strategiyasini shakllantirishda ijobiy zamin yaratadi. Shu bilan birga, ishchi kuchi salohiyatining yuqoriligi mehnat resurslarini samarali boshqarish orqali yangi ish o'rinlari yaratish va aholi bandligini mustahkamlash uchun katta imkoniyatlarni taqdim etmoqda. Mehnat bozoridagi siyosatni takomillashtirish hamda samarali bandlikni ta'minlash orqali mintaqa barqaror rivojlanish yo'lida sezilarli natijalarga erishishi mumkin.

Qishloq xo'jaligida mavjud ishchi kuchidan foydalanish samaradorligini oshirishda mintaqa investitsiya salohiyatini oshirishda shu sohaga maqsadli kapital kiritishni kengaytirish lozim. Bunda, ko'p tarmoqli fermer xo'jaliklari hamda klasterli yondashuv samarali bo'lib hisoblanadi. Xorazm viloyati respublika sholichilik,

baliqchilik hamda chorvachilikdagi ustuvorligini hisobga olib, ushbu yo‘nalishlarda ishlab chiqarish klasterlarini tashkil qilish zarur. Natijada, qishloq xo‘jaligida mavjud mehnat resurslari qayta taqsimlanadi va qo‘shilgan qiymat zanjirini hosil qiluvchi ishlab chiqarish sohasiga qayta taqsimlanadi. Shuningdek, qishloq xo‘jaligiga kiritilgan investitsiyalar ko‘lami ortib, moddiy-texnik bazasi rivojlanadi. Yuqoridagilar qatori qurilish sohasini ham alohida baholaymiz. Shu bilan birga, mazkur sohalardagi rivojlanish xususiyatlarida ham oxirgi yillarda ijobiy holat qayd etildi. Bu holat oxirgi yillarda investitsiya samaradorligining ijobiy o‘zgarishlari bilan bog‘laymiz. Shu bois, investitsion faoliyatda mazkur davrdagi holatga alohida e‘tibor qaratamiz.

Xorazm viloyati investitsiya salohiyatini oshirishda quyidagi tarkibiy unsurlarga alohida e‘tibor qaratish lozim:

- Hududiy investitsiya siyosati
- Hududning investitsion faoliyatini oshirish
- Hudud investitsion dasturi, maqsad va vazifalari
- Me‘yoriy-huquqiy baza.

Mintaqa raqobatbardoshligini ta‘minlashda investitsiya samaradorligini oshirish bilan bog‘liq bo‘lgan tarkibiy unsurlarni o‘z ichiga olgan holda tizimli tahlilni amalga oshiramiz. Buning uchun SWOT-tahlildan o‘tkazildi(1-jadval).

1-jadval.

Mintaqa raqobatbardoshligini ta‘minlashda investitsiya samaradorligi tarkibiy unsurlarining SWOT tahlili¹

T/r	Kuchli tomonlari (S)	Kuchsiz tomonlari (W)	Imkoniyatlar (O)	Xavf-xatarlar (T)
1	Oliy ma‘lumotlilarning yuqori ulushi	Asosiy fondlarning eskirish darajasi	Davlat byudjeti hisobidan moliyalashtirish yuqoriligi	Mahsulotlar raqobatbardoshligining pastligi
2	Bo‘sh va arzon ishchi kuchi mavjudligi	Asosiy vositalarning yangilanishi pastligi	Xorijiy investitsiyalar jalb qilinishi	Orolbo‘yi hududiga yaqinlik
3	Transport infratuzilmasining rivojlanganligi	Kredit bozoridagi farqlar	To‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalar ulushi oshishi	Texnik yangilanish pastligi
4	Qishloq xo‘jaligi mahsulotlari ustuvorligi	Investitsion boshqaruv samaradorligi pastligi	Innovatsion iqtisodiyot siyosati	Kapital bozoridagi raqobat kuchayishi
5	Logistika infratuzilmasining mavjudligi	Mikromoliyalash va lizing rivojlanmaganligi	Yengil sanoat klasterlari rivojlanishi	Resursga boy hududlar raqobati kuchayishi
6	Ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlik	Turizm infratuzilmasini rivojlantirish imkoniyati	Mashinasozlik siyosati	Markazdan uzoqlik
7	Zamonaviy huquqiy baza	Daromad tafovutlari	Turizm xizmatlarini rivojlantirish dasturi	Ekologik xavflar mavjudligi

¹ Muallif ishlanmasi

T/r	Kuchli tomonlari (S)	Kuchsiz tomonlari (W)	Imkoniyatlar (O)	Xavf-xatarlar (T)
8	Erkin iqtisodiy zonalar mavjudligi	Ishsizlik yuqoriligi	Transport infratuzilmasiga mablag' ko'payishi	Yerlarning sho'rlanishi
9	Tabiiy resurslarga boy qo'shnichilik	Innovatsion ishlab chiqarish rivojlanmaganligi	Davlat-xususiy sherikchilik imkoniyatlari	Qishloq xo'jaligi yetakchiligi
10	Turizm imkoniyatlari mavjudligi	Energiya sarfi yuqoriligi	Tadbirkorlikka aralashuv kamayishi	Tarmoqlar konsentratsiyasi
11	Oliy ta'lim va ilmiy muassasalar	Moliyaviy institutlar rivojlanmaganligi	-	Infratuzilmadagi nomutanosiblik
12	Qo'shni bozorlariga yaqinlik	Malakali mutaxassislarining chiqib ketishi	-	-
13	Investitsiya riskining pasayishi	Tabiiy resurslar cheklanganligi	-	-
14	Xorijiy donorlar qiziqishi	Innovatsion faollik pastligi	-	-

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mintaqa raqobatbardoshligini ta'minlashda investitsiya samaradorligini oshirish bilan bog'liq izlanishlarimizda samaradorlikka alohida e'tibor qaratish zarurati aniqlandi. Bunda, nafaqat investitsiya, balki mehnat samaradorligini oshirish ham viloyat iqtisodiyoti uchun muhim sanaladi. Bu esa mintaqaning investitsiyadan samarali foydalanish hisobiga mintaqani barqaror rivojlanishga olib keladi. Ushbu yo'nalishlarning har biri o'zaro bog'liq va mintaqa raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar majmuasini tashkil etadi. Mintaqa rahbariyati bu vazifalarni amalga oshirishda faol va tashabbuskor bo'lishi, mahalliy biznes hamjamiyati va aholi bilan doimiy muloqotda bo'lishi muhim ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Портер М.Е. Экономическое развитие регионов // Пространственная экономика, 2007, №1. – С. 109.
2. Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. – М.: Международные отношения, 2004. – 896 с.
3. World Economic Forum (2017). Global Competitiveness Report 2017–2018. <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf> (Дата обращения: 10.06.2019).
4. Cantwell J. (2003). "Innovation and Competitiveness" in J. Fagerberg, D.C. Mowery and R.R. Nelson (Eds.), The Oxford Handbook of Innovation, Oxford: Oxford University Press, 2005. – p. 543–567.
5. Меркушов В.В. Интегральная оценка конкурентоспособности регионов. URL: <http://sopssecretary.narod.ru>

6. Калинина М.И., Руденко Я.Ю. Анализ конкурентоспособности регионов Северо-Западного федерального округа // Петербургский экономический журнал, №1, 2017. – С. 124–130.

7. Кметь Е.Б. Методический подход к оценке конкурентоспособности приграничных территорий // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, 2017, т. 9, №1. – С. 50–67.

8. Xorazm viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlari.
<https://www.xorazmstat.uz>

AVTOMOBILSOZLIKDA MAHALLIYLASHTIRISH: YAGONA RIVOJLANISH YO‘LI

Qobilov Rustam Shuhrat o‘g‘li

“O‘zavtosanoat” AJ Mahalliyashtirish va kooperatsiya
aloqalarini rivojlantirish boshqarmasi bosh mutaxassisi,
Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti mustaqil izlanuvchisi

ORCID: 0009-0008-1532-6878

Email: r.kobilov95@gmail.com

Annotatsiya

Maqolada joriy sanoat siyosati va texnologik transformatsiyalar jarayonida O‘zbekiston avtomobilsozlik sanoatida butlovchi qismlarini mahalliyashtirishni rivojlantirishning o‘ziga xos xususiyatlari ko‘rib chiqiladi. Mahalliyashtirishni rag‘batlantirish bo‘yicha turli yondashuvlarga ega uch mamlakat — Turkiya (kooperatsiyaga asoslangan), Braziliya (davlat qo‘llab quvvatlashiga asoslangan) va Janubiy Koreya (eksport-innovatsion) tajribasining qiyosiy tahlili o‘tkazildi. Bunda davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash vositalari, mahalliy yetkazib beruvchilarni qo‘shimcha qiymat zanjiriga jalb qilish muammolari, qo‘shma korxonalarning roli va mahalliyashtirish loyihalarini moliyalashtirish masalalari ko‘rib chiqiladi. O‘zbekistonda avtomobil butlovchi qismlarini mahalliyashtirishning asosiy muammolari, jumladan, kooperatsiya imkoniyatlari cheklanganligi, ikkinchi darajali yetkazib beruvchilarning zaif rivojlanishi va yuqori texnologiyali butlovchi qismlar importiga bog‘liqligi aniqlangan. Maqolada O‘zbekistonning avtomobilsozlik sanoatini iqtisodiy va institutsional sharoitlariga moslashtirilgan xalqaro tajribaga asoslangan barqaror mahalliyashtirish modelini shakllantirish bo‘yicha tavsiyalar berilgan.

Kalit so‘zlar: mahalliyashtirish, avtomobil butlovchi qismlari, avtomobilsozlik, davlat sanoat siyosati, Turkiya, Braziliya, Janubiy Koreya.

Аннотация

В статье рассматриваются особенности развития локализации автокомпонентов в автомобильной промышленности Узбекистана в контексте современной промышленной политики и технологических преобразований. Проведен сравнительный анализ опыта трёх стран с разными подходами к содействию локализации — Турции (кооперационный), Бразилии (основанный на государственной поддержке) и Южной Кореи (экспортно-инновационный): рассматриваются инструменты государственной поддержки, проблемы привлечения местных поставщиков в цепочку создания добавленной стоимости, роль совместных предприятий и вопросы финансирования проектов локализации. Выявлены основные проблемы локализации автокомпонентов в Узбекистане, включая ограниченные возможности кооперации, слабое развитие вторичных поставщиков и зависимость от импорта высокотехнологичных комплектующих. В статье даны рекомендации по формированию устойчивой модели локализации на основе международного опыта, адаптированной к экономическим и институциональным условиям Узбекистана.

Ключевые слова: локализация, автокомпоненты, автомобильная промышленность, государственная промышленная политика, Турция, Бразилия, Южная Корея.

Abstract

The article examines the features of the development of localization of auto components in the automotive industry of Uzbekistan in the context of modern industrial policy and technological transformations. A comparative analysis of the experience of three countries with different approaches to promoting localization is carried out — Turkey (cooperative), Brazil (state-supported), and South Korea (export-innovative). The instruments of state support, problems of integrating local suppliers into the value chain, the role of joint ventures, and issues of financing localization projects are considered. The main problems of auto component localization in Uzbekistan are identified, including limited opportunities for cooperation, weak development of secondary suppliers, and dependence on imports of high-tech components. The article provides recommendations for the formation of a sustainable localization model based on international experience, adapted to the economic and institutional conditions of Uzbekistan.

Keywords: localization, auto components, automotive industry, state industrial policy, Turkey, Brazil, South Korea.

KIRISH

So‘nggi yillarda O‘zbekistonni sanoat salohiyatini oshirish va ishlab chiqarish sanoatini rivojlantirish yo‘lida faol ishlar amalga oshirilmoqda. Mazkur strategiya yirik yetakchi yo‘nalishi — iqtisodiy o‘rnatish, yangi ish o‘rinlari yaratish, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish va eksport salohiyatini rivojlantirishning muhim omili bo‘lgan avtomobilsozlik sanoatidir. Avtotransport vositalariga ichki talab ortib borayotgani, modellar assortimentini kengaytirish va xorijiy investitsiyalarni jalb etish sharoitida soha oldida strategik vazifa — butlovchi qismlarni yanada chuqur mahalliyashtirishga o‘tish vazifasi turibdi.

O‘zbekistonda avtomobilsozlik sohasida bir qancha yirik korxonalar mavjud bo‘lib, bular yillik 450,0 ming avtomobil ishlab chiqarish quvvatiga ega [1] “UzAuto Motors” AJ, faol rivojlanayotgan “ADM JIZZAKH” MChJ hamda 2024-yilda ishga tushirilgan va “gibrid modellar” ishlab chiqarishga ixtisoslashgan “BYD Uzbekistan Factory” MChJ qo‘shma korxonasidir. Shu bilan birga, avtomobil ishlab chiqarishning miqdoriy o‘rnatishiga hamda kattagina mahalliy yetkazib beruvchilar bazasi mavjudligiga qaramay, butlovchi qismlarni mahalliyashtirish darajasi umumiy holda baland emas, ayniqsa texnologik jihatdan murakkab qismlar — elektronika, xavfsizlik, tormoz va boshqaruv tizimlari importdan kelishda davom etmoqda.

Jahonda global muammolar — logistikadagi uzilishlar, import qilinadigan butlovchi qismlar narxining oshishi, geosiyosiy beqarorlik, shuningdek, O‘zbekistonning tashqi ta‘minotga qaramlikni kamaytirish va sanoat suverenitetini kuchaytirishga intilishi sharoitida yanada kuchaymoqda. Avtomobil komponentlarini mahalliyashtirishni rivojlantirish barqaror ishlab chiqarish ekotizimini shakllantirish,

mamlakat ichida qo'shimcha qiymat yaratish va milliy muhandislik maktabini mustahkamlash imkonini beradi.

Ushbu maqolaning maqsadi — O'zbekistonda avtomobil butlovchi qismlarini mahalliyashtirish jarayonining o'ziga xos xususiyatlarini tahlil qilish, tarkibiy va tashkiliy to'siqlarni aniqlash, shuningdek, avtomobil sanoatida mahalliy ishlab chiqarishni chuqurlashtirishga yordam beradigan yo'nalishlarni aniqlashdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari quyidagilardan iborat:

- Avtomobilsozlikda butlovchi qismlarni mahalliyashtirish bo'yicha yuqori natijalarga erishib kelayotgan davlatlar tajribasini tahlil qilish va O'zbekiston avtomobilsozlik siyosati bilan solishtirish.
- Avtomobil butlovchi qismlarini ishlab chiqarishni rivojlantirishga to'sqinlik qilayotgan asosiy muammolarni tahlil qilish.
- O'zbekistonda mahalliyashtirish loyihalarini amalga oshirishning o'ziga xos jihatlarini tahlil qilish.
- Milliy sanoat siyosati doirasida mahalliyashtirishni rag'batlantirish bo'yicha takliflar ishlab chiqish.

ADABIYOTLAR SHARHI

Sanoatda, xususan, avtomobilsozlikda mahalliyashtirish muammosi ham mahalliy, ham xorijiy ilmiy tadqiqotlarda o'z ifodasini topgan. Adabiyotlarda mahalliyashtirish importga qaramlikni kamaytirish, sanoat kooperatsiyasini rivojlantirish va qo'shilgan qiymatni oshirishga qaratilgan milliy sanoat siyosatining eng muhim vositasi sifatida qaraladi.

S. S. Gulyamov [2] va I. X. Alimov [3] O'zbekistonda mashinasozlikni rivojlantirishda mahalliyashtirishning strategik rolini ta'kidlaydilar. Mualliflar institutsional cheklovlar, mahalliy yetkazib beruvchilarni rag'batlantirish zarurati va texnologik modernizatsiya muhimligi masalalarini ko'taradi. Ularning tadqiqotlari O'zbekistonda so'nggi yillar ichida avtomobilsozlik sanoatining o'zgarishi tahliliga asoslangan.

Osiyo taraqqiyot banki (OTB) hisobotida [4] mahalliyashtirish rivojlanayotgan mamlakatlarda barqaror iqtisodiy o'sish strategiyasining bir qismi sifatida ko'rib chiqilib, davlat organlari, investorlar va ta'lim muassasalari o'rtasida muvofiqlashtirish zarurligi ta'kidlaydi. Hujjatda O'zbekistonning Hindiston, Turkiya va Vyetnam bilan qiyosiy tahlili keltirilgan bo'lib, ularda avtomobil butlovchi qismlarini mahalliyashtirish milliy sanoatlashtirishning drayveriga aylangan.

H. Kim va J. Park [5] maqolasida jahon avtomobil ishlab chiqaruvchilarining Markaziy Osiyoda ishlab chiqarishni joylashtirish strategiyalari tahlil qilingan. Tadqiqotda qayd etilishicha, faqatgina yig'ish yo'li bilan mahalliyashtirish yetarli emas: texnologik qayta ishlash chuqurligi va mahalliy korxonalarning yetkazib berish zanjiridagi ishtiroki muhim ahamiyatga ega.

Manbalar orasida "UzAuto Motors" AJ ning [6] yillik hisobotlari diqqatga sazovor bo'lib, ularda avtomobil modellari bo'yicha mahalliyashtirilgan qismlar, shuningdek, ishlab chiqarish quvvatlari va import o'rnini bosish rejalari to'g'risidagi

ma'lumotlar mavjud. Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi [7] materiallarida sanoat o'sishining asosiy ko'rsatkichlari, shu jumladan avtomobilsozlik sohasi va avtomobil butlovchi qismlarini ishlab chiqarish hajmi bo'yicha ma'lumotlar e'lon qilinadi.

Bir qator nazariy va amaliy tadqiqotlarning mavjudligiga qaramay, iqtisodiy model va kooperatsiya mexanizmlari nuqtai nazaridan butlovchi qismlarni mahalliyashtirish mavzusi yetarlicha ishlab chiqilmaganligini ta'kidlash joiz.

Shunday qilib, mavjud adabiyotlarni umumlashtirganda, O'zbekistonning zamonaviy sanoat siyosati sharoitida avtomobil butlovchi qismlarini mahalliyashtirishni chuqur tahlil qilish dolzarbligi va zarurligi ma'lum bo'ladi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot metodologiyasi tizimli tahlil, qiyosiy yondashuv, shuningdek, statistik va tartibga soluvchi manbalar, soha hisobotlari hamda ekspert baholaridan foydalanish tamoyillariga asoslanadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Avvalambor, mahalliyashtirish bo'yicha yuqori natijalarga erishgan davlatlar avtomobilsozligini tahlil qilib chiqsak. Ushbu tahlil uchun Janubiy Koreya, Braziliya va Turkiya avtomobil sanoati tanlab olindi.

Janubiy Koreyada [8–10] avtomobilsozlik YAIMning 3,5–4 foizini tashkil qilib, uning mamlakat eksportidagi ulushi 13–15 foiz atrofida. 300,0 mingdan ortiq aholi to'g'ridan-to'g'ri avtomobil zavodlarida, 1,7 million nafargacha butlovchi qism va xizmatlar yetkazib beruvchi korxonalarda faoliyat yuritadi. Janubiy Koreya avtomobil ishlab chiqarish bo'yicha dunyoda top-5 likka kiradi.

Koreya avtomobilsozligi boshlanishi tarixi asosan o'tgan asrning 60–70-yillariga to'g'ri keladi. Bu davrda mahalliy kompaniyalar (Hyundai, KIA, Daewoo) xorijiy litsenziyalar asosida avtomobil yig'ishni boshlagan bo'lsa, 1990-yillarga kelib to'liq ishlab chiqarish sikliga o'tgan. Bunda, avtomobilda mahalliy butlovchi qismlar ulushi yuqori darajaga ko'tarilgan. Hozirgi kunda, ommaviy ishlab chiqariladigan modellarda mahalliyashtirish darajasi 95–98 foizgacha yetgan. Mamlakatda yetkazib beruvchilarning keng qamrovli tuzilmasi shakllangan: Tier 1 (Hyundai Mobis, Mando) — birinchi darajali yetkazib beruvchilardan (avtomobil zavodiga to'g'ridan-to'g'ri sotuvchi) tortib, Tier 2 va Tier 3 korxonalari tomonidan transmissiya qismlaridan boshlab, elektronika va dasturiy ta'minotgacha bo'lgan qismlarni qamrab olingan.

Braziliyada [11–13] avtomobilsozlik sanoati YAIMning 2,0–2,5 foizini, eksportda esa 3,0 foizini tashkil qiladi. To'g'ridan-to'g'ri avtomobil zavodlarida 120,0–130,0 ming kishi, butlovchi qism yetkazib beruvchilari bilan hisoblaganda 1,0 milliondan ortiq aholi avtomobilsozlikda faoliyat yuritadi.

Braziliyada mahalliyashtirish ichki bozorni himoya qilish vositasi sifatida foydalanilgan. Braziliyaning avtomobilsozlik sanoati XX asr boshlaridan rivojlanishni boshlab, 1990-yillargacha tayyor avtomobil importi uchun deyarli yopiq bo'lgan. 2000-yillarga kelib ommaviy modellarda (Volkswagen, Fiat, GM) mahalliyashtirish darajasi 60–80 foizga yetkazilgan. Asosiy yirik uzellar va qismlar: kuzov, dvigatel,

transmissiya, shassi qismlari, plastik detallar mahalliyashtirilgan, ammo yuqori texnologiyali modullar va elektronika importligicha qolgan.

Turkiyada avtomobilsozlik sanoati YAIMning 2,5–3,0 foizini, eksportda esa 13–16 foizini (eksport sohasida 1-o‘rinda) tashkil qiladi. 500,0 mingdan ortiq aholi to‘g‘ridan-to‘g‘ri va yondosh sohalarda faoliyat yuritadi [14–17].

Turkiyada butlovchi qismlarni mahalliyashtirish asosan eksportga va Yevropa Ittifoqi (YI) bilan kooperatsiyaga asoslanib rivojlangan. Mahalliy avtomobilsozlik Turkiyada o‘tgan asrning 60-yillaridan asosan xorijiy avtomobil konsernlari bilan ochilgan qo‘shma korxonalar (Ford Otosan, Oyak Renault, Tofash-Fiat) orqali faol o‘rishni boshladi. 1996-yildan YI Bojxona ittifoqiga a‘zo bo‘lishi Turkiya ishlab chiqaruvchilari uchun Yevropa bozorini ochdi, ammo shu bilan birga, mahsulot sifati uchun juda baland talablar qo‘yilishiga sabab bo‘ldi. O‘rtacha mahalliyashtirish darajasi ommaviy modellarda 55–65 foizni tashkil qiladi. Mamlakat avtomobil butlovchi qismlarini ishlab chiqarishni rivojlantirishning “klaster” zonalarini tashkil qilish yo‘lidan borgan. Masalan, Bursa va Ko‘jaeli (Kocaeli) shaharlarida maxsus iqtisodiy zonalar tashkil qilingan va Tier 1 ishlab chiqaruvchilarning katta bazasi yaratilgan. 2023-yilda milliy elektromobil ishlab chiqaruvchi “TOGG” zavodi o‘z faoliyatini boshladi.

1-jadval

Janubiy Koreya, Braziliya hamda Turkiya avtomobilsozligi mahalliyashtirishi bo‘yicha qiyosiy tahlili¹

Davlat	Mahalliyashtirish darajasi	Kuchli taraflar	Kuchsiz taraflari	Davlat siyosati
Janubiy Koreya	95–98%	To‘liq sikldagi ishlab chiqarish, eksport, ilmiy-tadqiqot (R&D)	O‘z brendlariga qaramligi	1. Avtomobillar importi cheklanishi (1960-1980-yillar); 2. Majburiy litsenziyalash tartibi va butlovchi qismlarni mahalliy korxonalardan sotib olish majburiyati; 3. Kuchli xoldinglarning yaratilishi (Hyundai, Daewoo); 4. R&D va texnologiyalarning davlat tomonidan moliyalashtirilishi; 5. Soliqlarga imtiyozlar va arzon kreditlar uchun imkoniyatlar yaratilishi; 6. Eksportni qo‘llab-quvvatlash.
Braziliya	60–80%	Asosiy uzellarni ishlab chiqarish imkoniyati	Eksportga majburiyat kam, elektronik modullar importiga qaramligi	1. Import cheklanishi (1950-1990-yillar); 2. Majburiy mahalliyashtirish programmalari (Inovar-Auto); 3. Ishchilarni o‘qitish va mahalliy dastgohlar xaridi uchun subsidiyalar; 4. Davlat xizmatlari uchun mahalliy avtomobillarni sotib olish majburiyati;
Turkiya	55–65%	Klasterlar	Elektronik modullar importiga qaramligi	1. Global brendlar bilan qo‘shma korxonalar (1960-yillarda); 2. Avtomobil butlovchi qismlar uchun klaster – erkin-iqtisodiy zonalar; 3. Birinchi va ikkinchi darajali yetkazib beruvchilar uchun davlat grantlari va kreditlari; 4. YI bilan bojxona ittifoqi (1996-yildan); 5. TOGG — “milliy avtomobili” davlat dasturi.

¹ Muallif ishlanmasi

Demak, umumlashtirgan holda tahlil qilsak:

- Janubiy Koreya — oʻz brendlari, ilmiy-tadqiqot ishlari va eksportga yoʻnalishini rivojlantirish orqali chuqur mahalliyashtirishning yaqqol misoli;
- Braziliya — barqaror texnologik rivojlanishsiz, maʼmuriy bosim orqali mahalliyashtirishga misol boʻladi;
- Turkiya — mahalliyashtirishning kooperatsiya va eksportga asoslangan “gibrid” modeli.

Endi, Oʻzbekiston avtomobilsozlik sanoatiga yuzlansak [18–21].

Soʻnggi manbalarga koʻra, bugungi kunda avtomobilsozlik sanoati Oʻzbekiston YAIMning 2,5–3,0 foizini beradi. Sohada toʻgʻridan-toʻgʻri 30,0 ming nafardan ortiq, turdosh yoʻnalishlarda esa 200,0 mingga yaqin odam faoliyat yuritmoqda. “Osiyo Taraqqiyot Banki” maʼlumotlariga koʻra, “avtomobil sanoati Oʻzbekistonning barcha sanoat mahsulotlarining taxminan 10 foizini tashkil etadi” va uning eksporti 2023-yilda 0,455 milliard dollarga yetgan.

Agar yuqorida keltirilgan davlatlar bilan solishtirilsa, XX asr 90-yillarigacha umuman avtomobilsozlik sanoatiga ega boʻlmagan mamlakat uchun uning rivojlanish tarixi “standart” yoʻldan olib oʻtilgan. Yaʼni, avvalambor mahalliy ishlab chiqaruvchini qoʻllash, undan soʻng logistika boʻgʻinida xarajatlarni oshiruvchi va tayyor mahsulot tannarxiga salbiy taʼsir qiluvchi butlovchi qismlar — katta turdagi plastik (“UzKoram” MChJ) va shtamplangan detallar, avtomobil oʻrindiqlari (“OʻzTongHong” MChJ QK), interyer qismlari (“UzDongYang” MChJ QK), xavfsiz oynalar (“Avtooyina” MChJ) va boshqalarni ishlab chiqarish boʻyicha korxonalar tashkil qilingan. Bunda koʻpgina butlovchi qismlar ishlab chiqaruvchi birinchi darajali yetkazib beruvchilar (Tier 1) qoʻshma korxonalar sifatida xorijiy hamkorlar bilan barpo qilingani eʼtiborga molik. Bundan tashqari, ikkinchi darajali yetkazib beruvchilar (Tier 2) tarmogʻi shakllangan.

Avtomobil butlovchi qismlarini mahalliyashtirishda hozirgi kunda tarmoq oldida turgan bir necha muammoli masalalar mavjud:

Birinchi masala. Oʻzbekiston ishlab chiqaruvchi korxonalari oʻz brendiga ega emas va xorijiy brendlar litsenziyasi asosida avtomobil ishlab chiqaradi. Buning natijasida, butlovchi qismlarni mahalliyashtirish jarayonida mazkur xorijiy kompaniyalardan texnologik qaramlik mavjud. Yaʼni, chizmalar, muhandislik koʻmagi va boshqa xizmatlar “import” qilinadi.

Ikkinchi masala. Soʻnggi yillarda aholi turmush darajasi hamda xarid qobiliyati yaxshilanishi hisobiga avtomobil savdosi hajmi bir necha bor ortishiga qaramasdan, mahalliy ishlab chiqaruvchilar uchun yangi butlovchi qismlarni loyihalashtirish maqsadida ilmiy-tadqiqot boʻlimlarini moliyaviy jihatdan taʼminlash va ularning ishiga xorijiy ekspertlarni jalb qilish norentabel hisoblanadi. Oʻzbekistonning yillik yangi avtomobilga ichki talabi 400,0–450,0 ming donani tashkil qiladi. Bu bir necha segmentdagi modellar boʻlib, bir dona model uchun eng koʻpi bilan 100,0–150,0 ming dona talab borligini bildiradi. Ushbu modellar Janubiy Koreyada boʻlgani kabi har 3–4 yilda yangilanmasligini hisobga olsak, butlovchi qismlarni yangidan loyihalashtirish uchun talab pastligi maʼlum boʻladi. Natijada, yangi butlovchi qismlarni

loyihalashtirish uchun ilmiy-tadqiqot bo'limlari va laboratoriyalarini tashkil qilish, kadrlarni davomiy rivojlantirib borishni moliyalashtirish darajasi kamligicha qolmoqda.

Uchinchi masala. Avtomobilsozlik turdosh sohalarga va sanoatning bazaviy tarmoqlariga bog'liq soha hisoblanadi. Metallurgiya sanoatida po'lat prokatini, alyuminiy va magniy qotishmalarini, neft-kimyo sohasida moylarni, polimer mahsulotlarini, qurilish sohasida oyna va qoraytirilgan yassi oynalarni, charm sanoatida charm va sun'iy charm mahsulotlarini, yengil sanoatda o'rindiqlik va interyer qismi matolari, elektrotexnika sanoatida elektromotorlar, sensorlar va radiotexnika mahsulotlarini ishlab chiqarishni o'zlashtirmasdan avtomobil butlovchi qismlarini mahalliyashtirishni chuqurlashtirishning iloji yo'q. Misol uchun, kuzovni ishlab chiqarishda — 450–500 kg (metall va chiqindisi), shassi qismlari, o'rindiqlar va boshqa butlovchi qismlar konstruksiyalarini ishlab chiqarishda — 100–150 kg, 1 dona avtomobilga o'rtacha umumiy — 550–650 kg po'lat listlari ishlatilishi hisobga olinsa, yillik 400,0 ming dona avtomobil uchun umumiy metall prokatiga talab 220,0–260,0 ming tonnani tashkil qilishi ma'lum bo'ladi. 1 tonna qora metall narxi 1200 dollar bo'lsa, yillik po'lat prokati importi 264,0–312,0 mln. dollarga yetmoqda. Ushbu misol avtomobilsozlikda mahalliyashtirish darajasini oshirishning sanoatning bazaviy tarmoqlariga qanchalik qaramligini ko'rsatib beradi.

To'rtinchi masala. O'zbekistonning murakkab geografik joylashuvi, uning katta dengiz portlaridan uzoqligi uni dunyodagi arzon xomashyo bazasiga to'g'ridan-to'g'ri chiqish imkoniyatidan mahrum qiladi va transport-logistika xarajatlarining baland bo'lishiga olib keladi. Bu ayniqsa, xomashyo qismi mamlakatda mavjud bo'lmagan butlovchi qismlarni mahalliyashtirish jarayonida loyihalar moliyaviy jihatdan o'zini oqlashiga salbiy ta'sir qiladi. Masalan, biror-bir alyuminiy xomashyosidan ishlab chiqariladigan butlovchi qismlarni mahalliyashtirganda, alyuminiy qotishmasi importligicha qolaveradi. Og'ir bo'lganligi, bundan tashqari yomon ob-havo sharoiti, qo'shni davlatlardagi siyosiy keskinliklar ta'sirida importdan olib kelingan xomashyoning logistika xarajatlari bir necha bor oshib ketishi natijasida, mahalliyashtirish loyihasi boshlangan paytdagi rejalashtirilgan moliyaviy ko'rsatkichlarga erishish imkoniyati cheklanadi va ishlab chiqarish zararga kirishni boshlaydi.

Beshinchi masala. Ko'p yillar davomida avtomobil ishlab chiqaruvchilari va ularga to'g'ridan-to'g'ri mahsulot yetkazib beruvchilar (Tier 1) texnologik rivojlanish yo'lidan borgan. Natijada, to'g'ridan-to'g'ri yetkazib beruvchi korxonaning ikkilamchi importi balandligicha qolgan. Ikkinchi va uchinchi darajali yetkazib beruvchilar soni ko'pligiga qaramasdan (300 dan ortiq), bugungi kunda ular texnologik tarafdin keyingi bosqichga chiqishda qiyinchiliklarga uchramoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Aniqlangan muammolar avtomobilsozlikda qayta ishlash sanoati, mashinasozlik, shu jumladan avtomobilsozlikka davlat tomonidan berilayotgan alohida e'tibor natijasida mahalliy bozorga yangi avtomobil ishlab chiqaruvchilari, butlovchi qismlarni mahalliyashtirish maqsadida xorijiy investitsiyalar kirib kelmoqda.

Bundan tashqari, “O‘zavtosanoat” AJ tomonidan “shatakka olish” mexanizmi yordamida yangi mahalliyashtirish loyihalarini mahalliy tadbirkorlar amalga oshirishlari uchun har tomonlama yordam berilmoqda. Ayniqsa, “O‘zavtosanoat” AJ tashkil qilgan “Mahalliyashtirishga ko‘maklashish markazi” ishlab chiqilayotgan mahalliyashtirish loyihalarining sifatini yanada yaxshilash, mahsulot qo‘shimcha qiymatini oshirish maqsadida kooperatsiya hisobiga loyiha boshidan chuqur mahalliyashtirish konsepsiyasini joriy qilish, mahalliy va xorijiy tadbirkorlarga avtomobil ishlab chiqaruvchisi talablarini tushuntirish va loyiha har bir bosqichida ko‘maklashish bo‘yicha olib borilayotgan ishlari o‘z natijasini bermoqda.

Shu bilan birga, avtomobilsozlik sanoati shakllanishi tarix yo‘li O‘zbekistonnikiga yaqin bo‘lgan (Turkiya, Braziliya) davlatlarning ijobiy va salbiy tajribasidan kelib chiqib, avtomobilsozlikda mahalliyashtirish bo‘yicha yagona rivojlanish yo‘lini ishlab chiqish maqsadga muvofiq.

Bunda, birinchidan, xorijiy va mahalliy tadbirkorlarni mahalliyashtirish loyihalariga kengroq jalb qilishni nazarda tutuvchi maxsus moliyaviy instrumentlar yaratish maqsadida “Mahalliyashtirish fondi”ni tashkil qilish taklif qilinadi. “Mahalliyashtirish fondi”ni moliyalashtirish uchun avtomobil ishlab chiqaruvchi korxonalar sof foydasining bir qismini yo‘naltirish maqsadga muvofiq. Chunki, butlovchi qismlarni mahalliyashtirish, avvalambor, avtomobil ishlab chiqaruvchilarga foyda keltiradi. Mazkur fondan moliyalashtirish jalb qilish uchun loyihada butlovchi qismlarning mahalliyashtirish darajasi yuqoriligi, qo‘shilgan qiymat balandligi, kooperatsiya imkoniyatlaridan to‘liq foydalanilayotganligi va avtomatizatsiya darajasi yuqoriligi kabi kriteriyalar ishlab chiqish lozim.

Ikkinchidan, butlovchi qismlarni loyihalashtirish maqsadida ilmiy-tadqiqot markazlari (R&D) va laboratoriyalarni tashkil qilib, unga investitsiya kiritayotgan mahalliy korxonalarga qo‘shimcha imtiyozli moliyalashtirish jalb qilishga yordam berilishi kerak. Ilmiy-tadqiqot markazlari uzoq muddatda natija berishini hisobga olgan holda, ko‘p mahalliy korxonalar unga investitsiya kiritishni istamaydi. Qo‘shimcha imtiyozli moliyalashtirish ularni ilmiy-tadqiqot ishlarini rivojlantirishga undashi mumkin.

Uchinchidan, ikkinchi va uchinchi darajali (Tier 1, Tier 2) yetkazib beruvchilarni to‘g‘ridan-to‘g‘ri yetkazib beruvchiga aylantirish, ishlab chiqarish hajmiga ko‘ra kichik korxonalarni o‘rtamiyona korxonalarga, o‘rtamiyona korxonalarni katta korxonalarga aylantirish bo‘yicha kompleks ish tashkil qilish taklif etiladi. Bunda “shatakka olish” mexanizmlaridan keng foydalanish maqsadga muvofiq.

To‘rtinchidan, sanoatning bazaviy tarmoqlarini avtomobilsozlik uchun xomashyo yetkazib berishga bo‘lgan imkoniyatlarini kengaytirish maqsadida, ular tomonidan amalga oshirilayotgan yangi loyihalarda avtomobilsozlik ehtiyojlarini hisobga olish kerak. Ya‘ni, mahalliy avtomobilsozlikning bazaviy xomashyoga bo‘lgan talabi alohida investitsion loyiha uchun o‘zini moliyaviy oqlamasligi mumkin, ammo yangi ishlab chiqarish loyihasidagi umumiy portfeliyoda boshqa sohalar talabi bilan qo‘shib hisoblaganda ijobiy ko‘rsatkichga erishilishi mumkin.

Masalan, Qoraqalpog‘iston Respublikasida joylashgan “Uz-Kor Gas” MChJ qo‘shma korxonasi bazaviy polipropilen ishlab chiqaradigan zavodining yillik quvvati 83,0 ming tonna bo‘lsa, avtomobilsozlikda plastik qismlarni ishlab chiqarish uchun polimer kompaundlar yetkazib beruvchi korxonalar yillik 10,0–12,0 ming tonna bazaviy xomashyo sotib oladi. Ko‘rinib turibdiki, avtomobilsozlik uchun alohida bazaviy propilen zavodini tashkil qilish uchun investitsiya o‘zini oqlamas edi. Ammo boshqa sohalaridagi talab bilan qo‘shib hisoblaganda, bazaviy xomashyo ishlab chiqarishning imkoniyati yaratilgan.

Yuqoridagilarni inobatga olgan holda hamda xorijiy ilg‘or davlatlar tajribasidan kelib chiqib, avtomobilsozlikda mahalliyashtirish bo‘yicha yagona rivojlanish yo‘lini ishlab chiqish, avtomobil ishlab chiqarishdagi qo‘shimcha qiymat yaratish zanjirini egallashda va yanada ko‘proq mahalliyashtirish loyihalarini amalga oshirish imkoniyatini yaratishda muhim ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. <https://uzautomotors.com/companies>
2. S. S. Gulyamov. O‘zbekiston avtomobil sanoati: modernizatsiya va taraqqiyot. — Toshkent: “O‘zbekiston” nashriyoti, 2021. — 184 b.
3. I. X. Alimov. O‘zbekistonda industrial taraqqiyot va mahalliyashtirish siyosati // Iqtisodiyot va innovatsiya. — 2022. — 4-son. — B. 44–52.
4. Asian Development Bank. Uzbekistan Industry Outlook 2023. – ADB Publications, 2023. – 56 b.
5. Kim H., Park J. Localization Strategy in Emerging Markets: Case of Automotive Sector in Central Asia // Journal of Emerging Economies. – 2021. – Vol. 6(2). – P. 112–126.
6. UzAuto Motors. 2023-yil uchun yillik hisobot [elektron resurs]. — <https://uzautomotors.com>
7. O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va Moliya vazirligi. 2023-yil uchun sanoat va investitsiya ko‘rsatkichlari [elektron resurs]. — <https://mift.uz>
8. Lee, J. H. Industrial Policy and Development of the Automotive Industry in South Korea // Korean Journal of Industrial Studies. – 2020. – Vol. 38(2). – P. 101–116.
9. Hyundai Motor Group. Annual Sustainability Report 2023 [elektron resurs]. — <https://www.hyundai.com>
10. Korea Trade-Investment Promotion Agency (KOTRA). Auto Parts Industry in Korea: Structure and Investment Trends. – Seoul: KOTRA, 2022. – 48 p. — <https://www.kotra.or.kr>
11. Chaminade, C., De Fuentes, C. The Role of Local Innovation Capabilities in the Development of the Automotive Industry in Brazil // Science and Public Policy. – 2020. – Vol. 47(1). – P. 109–121.

12. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC). Programa Inovar-Auto: Avaliação e Resultados [elektron resurs]. – Brasília, 2019. – <https://www.gov.br/mdic/>
13. IADB (Inter-American Development Bank). The Automotive Sector in Brazil: From Protectionism to Competitiveness. – IADB Technical Note, 2021. – <https://www.iadb.org>
14. Tiryakioğlu, M., Aydın, B. Localization Strategies in Turkish Automotive Industry: A Case Study on Supplier Networks // Journal of Industrial Economics and Management. – 2022. – Vol. 9(4). – P. 87–102.
15. Turkish Automotive Manufacturers Association (OSD). Annual Report 2023 [elektron resurs]. – <https://osd.org.tr>
16. European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). Automotive Industry in Turkey: Competitiveness and Export Performance. – EBRD Sector Review, 2022. – <https://www.ebrd.com>
17. TOGG. Resmi internet sayfası. – <https://www.togg.com.tr>
18. O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va Moliya vazirligi. Promyshlennoe razvitie v 2023 godu: analiticheskiy obzor. – Toshkent, 2024. – <https://mift.uz>
19. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston Respublikasi sanoat ishlab chiqarishining tarmoq ko‘rsatkichlari, yanvar–dekabr 2023-yil. – Toshkent, 2024. – <https://stat.uz>
20. UzAuto Motors. 2023-yil uchun yillik hisobot. – Toshkent: UzAuto Motors, 2024. – 52 b. – <https://uzautomotors.com>
21. Asian Development Bank (ADB). Uzbekistan Industrial Sector Outlook 2023. – Manila: ADB Publications, 2023. – 46 p. – <https://www.adb.org/publications>
22. Asian Development Bank (ADB). Uzbekistan Plans to Increase Automotive Industry Exports. – Manila: ADB Publications, 2024. – <https://news.cn/2024/>

MADANIYAT SOHASI MUASSASALARINI BUXGALTERIYA HISOBINING O'ZIGA XOS JIHATLARI

Annayev Abdurasul Abdurashidovich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Boshqa tarmoqlarda buxgalteriya hisobi

va audit kafedrası assistenti

E-mail: 00_bek94@mail.ru

Annotatsiya

Ushbu maqolada madaniyat sohasi muassasalarining buxgalteriya hisobi va ularni auditdan o'tkazishning o'ziga xos jihatlari tahlil qilingan. Xususan, davlat kino muassasalari misolida moliyaviy hisobot yuritish, intellektual mulk obyektlarini hisobga olish, loyihaviy smetalar asosida xarajatlarni rejalashtirish kabi jihatlari o'rganildi. Tadqiqot natijalari madaniyat muassasalarida auditorlik faoliyatini amalga oshirishda differensial va tizimli yondashuv zarurligini ko'rsatdi. Maqolada buxgalteriya hisobini yuritishning amaliy muammolari, shuningdek, ularni hal etish bo'yicha taklif va tavsiyalar ham bayon etilgan. Ushbu yondashuv madaniy tashkilotlarda moliyaviy shaffoflikni ta'minlash, byudjet mablag'laridan samarali foydalanishni kuchaytirish hamda buxgalteriya va auditorlik ishlarining sifatini oshirishga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: madaniyat muassasalari, buxgalteriya hisobi, davlat kino muassasalari, auditorlik faoliyati, moliyaviy nazorat, smeta, intellektual mulk, shaffoflik, differensial yondashuv, tizimli audit.

Аннотация

В статье анализируются особенности учета и аудита учреждений культуры. В частности, на примере государственных учреждений кинематографии были изучены такие аспекты, как финансовая отчетность, учет объектов интеллектуальной собственности, планирование расходов на основе проектных смет. Результаты исследования показали необходимость дифференцированного и системного подхода к аудиторской деятельности учреждений культуры. В статье также излагаются практические проблемы учета, а также предложения и рекомендации по их решению. Такой подход служит обеспечению финансовой прозрачности в организациях культуры, повышению эффективности использования бюджетных средств, улучшению качества учетно-ревизионной работы.

Ключевые слова: учреждения культуры, бухгалтерский учет, государственные учреждения кинематографии, аудиторская деятельность, финансовый контроль, сметы, интеллектуальная собственность, прозрачность, дифференцированный подход, системный аудит.

Abstract

This article analyzes the specific aspects of accounting and auditing of cultural institutions. In particular, on the example of state cinema institutions, such aspects as financial reporting, accounting for intellectual property objects, and planning expenses

based on project estimates were studied. The results of the study showed the need for a differential and systematic approach to auditing activities in cultural institutions. The article also describes practical problems of accounting, as well as proposals and recommendations for their solution. This approach serves to ensure financial transparency in cultural organizations, enhance the effective use of budget funds, and improve the quality of accounting and auditing work.

Keywords: cultural institutions, accounting, state cinema institutions, auditing activities, financial control, estimates, intellectual property, transparency, differential approach, systematic audit.

KIRISH

Madaniyat sohasi muassasalarining buxgalteriya hisobi umumiy byudjet tashkilotlari hisobidan farqli jihatlariga ega bo'lib, bu ularning notijorat, ijtimoiy-ma'naviy yo'nalishda faoliyat yuritishi, moliyalashtirish manbalarining turli xilligi va asosiy faoliyat natijalarining pul ko'rinishida emas, balki ijtimoiy samaradorlik asosida baholanishi bilan bog'liq.

Madaniyat muassasalari – teatr, muzey, kutubxona, san'at maktabi va boshqa shu kabi tashkilotlar – odatda davlat byudjeti, grantlar, homiylik mablag'lari hamda o'z faoliyatidan tushadigan daromadlar (chipta savdosi, ko'rgazma to'lovlari) hisobiga moliyalashtiriladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Madaniyat sohasi muassasalarida buxgalteriya hisobining umumiy xususiyatlari, o'ziga xos jihatlari va imkoniyatlari haqida ko'plab olimlar o'zlarining ishlarida bayon etganlar. Jumladan, V.V.Semenixin o'zining tadqiqotlarida madaniyat sohasida buxgalteriya hisobining o'ziga xos jihatlari, madaniyat muassasalarida kelgusidagi xarajatlarining hisob faoliyati masalalariga e'tibor qaratgan. Madaniyat muassasalari o'z faoliyatini amalga oshirishda nafaqat joriy hisobot davriga, balki quyidagi xarajatlarga ham tegishli bo'lgan xarajatlarni amalga oshirishi mumkin. Bunday xarajatlar kelgusi davrlarning xarajatlari hisoblanadi. Hozirgi vaqtda madaniyat muassasalarining aksariyati tijorat kompaniyalari tomonidan taqdim etilgan, shuning uchun keling, tijorat madaniyat tashkilotining buxgalteriya hisobida kelgusi davrlarning xarajatlarini aks ettirish tartibi juda muhimdir [1].

Mahalliy olimlarimizdan L.V.Davidyan ham izlanishlarida bozor sharoitida madaniyat muassasalari faoliyatining xususiyatlari va ularning samaradorligini tahlil qilish masalalari to'g'risidagi fikrlarni ilgari suradi [2]. Moliyaviy axborotning ishonchliligini tasdiqlash uchun auditor xizmatlar sohasi buxgalteriya hisobining o'ziga xos operatsiyalarini tartibga soluvchi qonunchilik bo'yicha maxsus bilimlarga ega bo'lishi lozimligi haqida aytadilar.

Xo'jalik operatsiyalarini va buxgalteriya hisobi chetlari saldosi tekshirish uchun obyektlar bo'yicha (audit segmentlari buxgalteriya hisobi obyektlari bilan mos keladi) va siklik (audit segmenti xo'jalik operatsiyalarini amalga oshirishda yuzaga keladigan hisob obyektlari o'rtasidagi o'zaro aloqalar, ya'ni xo'jalik operatsiyalari sikli) yondashuvlarni qo'llashi mumkin.

METODOLOGIYA

Tadqiqot metodologiyasi obyektivlik, izchillik, tizimlilik, tahliliy fikrlash va dalillarga asoslangan yondashuv tamoyillariga tayangan holda olib boriladi. Shu asosda tadqiqot natijalari amaliyotda qo'llanishi mumkin bo'lgan foydali tavsiyalarni shakllantirishga xizmat qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Davlat kino muassasalari o'z faoliyatini bir nechta moliyaviy manbalar hisobiga yuritadi: davlat byudjeti, homiylik mablag'lari, grantlar, chiptalardan tushgan daromadlar, onlayn platformalardan yoki telekanallarga film sotish orqali olingan mablag'lar. Har bir manba buxgalteriya hisobida alohida ko'rsatiladi va maxsus tartibda nazorat qilinadi. Har bir kino loyihasi (film, serial, reklama roligi va hokazolar) uchun alohida xarajat smetasi tuziladi. Ushbu smetalar ishlab chiqarishning har bir bosqichini qamrab oladi: ssenariy yozish, aktyorlar tanlash, suratga olish, montaj, reklama va tarqatish ishlari.

Kino muassasalarida mavjud aktivlar tarkibi boshqa tashkilotlarga qaraganda farq qiladi: suratga olish texnikalari, rekvizitlar, montaj stansiyalari, videoyozuvlar arxivi, dekoratsiyalar va boshqa jihozlar alohida asosiy vosita sifatida yuritiladi. Ularning eskirish me'yori, amortizatsiyasi va real qiymati buxgalteriya hisobida aniq aks ettiriladi. Kino muassasalari tomonidan ishlab chiqarilgan filmlardan tushgan daromadlar (chipta sotuvi, litsenziyalash, televideniye, internet) alohida maxsus daromadlar hisobida yuritiladi. Bu mablag'lar keyinchalik boshqa loyihalarni moliyalashtirishda foydalanilishi mumkin.

Bu xususiyatlar kino sohasida buxgalteriya hisobi yuritilishini nafaqat texnik moliyaviy jarayon, balki ijodiy mahsulotni iqtisodiy jihatdan asoslash, qonunchilik talablariga muvofiqligini ta'minlash va davlat mablag'laridan maqsadli foydalanishni nazorat qilish vositasi sifatida ko'rsatadi.

Ularning buxgalteriya hisobi esa quyidagi asosiy o'ziga xosliklarga ega:

Xarajatlarning smeta asosida yuritilishi. Moliyaviy faoliyat oldindan tasdiqlangan xarajatlar smetasi asosida amalga oshiriladi. Har bir xarajat yo'nalishi belgilangan limitlar doirasida ruxsat etiladi.

Ixtisoslashgan aktivlar hisobini yuritish. Madaniyat muassasalarida mavjud bo'lgan san'at asarlari, tarixiy eksponatlar, noyob kutubxona fondlari kabi aktivlar odatiy asosiy vositalardan farqli ravishda alohida tartibda hisobga olinadi.

Ijodiy loyihalarning vaqtinchalik xarajatlari. Spektakl, konsert, ko'rgazma kabi ijodiy tadbirlar uchun vaqtincha ajratilgan mablag'lar va xarajatlar alohida hisobga olinadi va loyiha yakunida yakuniy hisob-kitob qilinadi.

Moliyalashtirish manbalarining turiligi. Davlat byudjeti, grantlar, xalqaro moliyaviy ko'mak, xayriya yordamlari – bularning har biri alohida moliyaviy hisobotda ajratilgan tartibda yuritiladi.

Notijorat faoliyatni hisobga olish. Ko'plab madaniyat muassasalari foyda olishni ko'zlamagan holda ishlaydi. Bu ularning buxgalteriya hisobotida daromad va foyda ko'rsatkichlaridan ko'ra, mablag'lar harakati va ularning maqsadga muvofiqligi ko'proq ahamiyatga ega ekanligini anglatadi.

Moliyaviy hisobotlarning davlat organlariga topshirilishi. Madaniyat muassasalari o'z moliyaviy faoliyatini hisobot shaklida tegishli vazirlik yoki mahalliy hokimiyat organlariga belgilangan muddatlarda taqdim etadi. Bu hisobotlar smeta ijrosi, daromadlar va xarajatlar, mablag'lar manbai bo'yicha taqsimotni o'z ichiga oladi.

Hisob-kitobda mualliflik va litsenzion huquqlarning inobatga olinishi. IJT (intellektual mulk) obyektlari bilan ishlashda mualliflik haqlari, ijro huquqlari, litsenziya to'lovlari aniq hisobga olinadi va tegishli huquqiy asosda rasmiylashtiriladi.

Umuman olganda, madaniyat sohasidagi buxgalteriya hisobini takomillashtirish va audit nafaqat moliyaviy tartibni ta'minlashga, balki jamoatchilik oldidagi mas'uliyatni oshirishga, shuningdek, ushbu muassasalarning strategik rivojlanishini ta'minlovchi moliyaviy boshqaruv tizimini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Davlat teatrlari va konsert-tomosha muassasalari har yili xarajatlar smetasini tuzish va ro'yxatga olish jarayonida daromadlar va xarajatlar prognozini shakllantiradilar.

1-jadval

Davlat kino muassasalarining buxgalteriya hisobini yuritishning xususiyatlari¹

Hisob yuritish yo'nalishi	Xususiyati	Izoh
Moliyalashtirish manbalari	Davlat byudjeti, grantlar, homiylik, kinofilm daromadlari	Har bir manba alohida buxgalteriya hisobida aks ettiriladi
Xarajatlar smetasi	Loyihaviy (film asosidagi) xarajatlar rejalashtiriladi	Har bir kino mahsuloti uchun alohida smeta tuziladi
Intellektual mulk huquqlari	Mualliflik va litsenziyaviy to'lovlar aniq hisobga olinadi	Ssenariy, musiqalar, tasvirlar huquqiy jihatdan mustahkamlanadi
Asosiy vositalar va aktivlar hisoboti	Kino texnikalari, montaj uskunolari, videomateriallar – maxsus tartibda	Ular eskirish me'yoriga ko'ra va texnik ko'rsatkichlari asosida hisobga olinadi
Film ishlab chiqarish bosqichlari	Har bosqichda (ssenariy, suratga olish, montaj, reklama) xarajatlar bo'linadi	Buxgalteriyada xarajatlar ishlab chiqarish sikli bo'yicha guruhlanadi
Vaqtinchalik ishchilar va ijodiy guruh	Shartnomaviy asosda ishlovchilar uchun alohida hisob yuritiladi	Operatorlar, aktyorlar, ssenaristlar – mehnat shartnomalari yoki xizmat ko'rsatish asosida
Kino mahsulotidan tushgan daromadlar	Chipta sotuvi, telekanallarga sotish, onlayn platformalardan tushumlar	Ular maxsus daromadlar sifatida hisobga olinadi
Davlat organlariga hisobot topshirish	Har chorakda smeta ijrosi, daromadlar va xarajatlar bo'yicha hisobotlar	Moliyaviy nazorat va shaffoflikni ta'minlash uchun zarur

Davlat kino muassasalarining buxgalteriya hisobini yuritish o'ziga xos murakkab va ko'p bosqichli jarayondir. Ushbu muassasalarda hisob-kitob ishlari, odatdagi

¹ Muallif ishlanmasi

byudjet tashkilotlariga nisbatan, ijodiy mahsulot ishlab chiqarish jarayonining bosqichlari, mualliflik huquqlari, vaqtinchalik ijodiy guruhlar bilan shartnomalar tuzilishi, shuningdek daromad manbalarining xilma-xilligi kabi omillar bilan farqlanadi.

Xarajatlar har bir film yoki loyiha bo'yicha alohida smeta asosida rejalashtiriladi va bosqichma-bosqich amalga oshiriladi. Kino mahsuloti bilan bog'liq aktivlar – texnika, asbob-uskunalar, videoyozuvlar – maxsus tartibda hisobga olinadi. Daromadlar esa chiptalar sotuvi, litsenziyalash, onlayn platformalar orqali tushgan tushumlar asosida shakllanadi va buxgalteriyada alohida aks ettiriladi.

Shu bilan birga, barcha moliyaviy operatsiyalar qonunchilik asosida yuritilishi, moliyalashtirish manbalarining to'g'ri aks ettirilishi va davlat organlariga o'z vaqtida hisobot taqdim etilishi zarur hisoblanadi. Bu esa davlat kino muassasalarida hisob yuritishda aniqlik, shaffoflik va javobgarlikni talab qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, madaniyat muassasalarida buxgalteriya hisobi odatiy byudjet hisobidan ancha murakkab va ko'p yo'nalishli bo'lib, u nafaqat moliyaviy intizomni, balki ijodiy faoliyatni moliyaviy jihatdan asoslashni ham ta'minlashi kerak. Bu sohada hisobot yuritish nafaqat texnik, balki kasbiy yondashuvni, qonunchilikka qat'iy rioya qilishni va ijodiy xususiyatlarni chuqur tushunishni talab qiladi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, madaniyat muassasalarini auditdan o'tkazishda differensial va tizimli yondashuv muhim ahamiyat kasb etadi. Auditorlar nafaqat moliyaviy ko'rsatkichlarni, balki buxgalteriya hisobining o'ziga xos jihatlari — ya'ni ijodiy faoliyat bilan bog'liq xarajatlarning shakllanishi, intellektual mulk obyektlarining hisobga olinishi va loyihaviy asosda yuritiladigan smetalarni ham chuqur tahlil qilishlari lozim. Bu yondashuv auditorlik tekshiruvlarining chuqurligini oshiradi hamda buxgalteriya hisobining haqqoniyligini ta'minlaydi.

Natijada, moliyaviy intizom mustahkamlanib, davlat mablag'laridan foydalanishning shaffofligi ortadi, bu esa madaniy soha samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Shu bois, madaniyat muassasalarida audit faoliyatini takomillashtirish bilan bir qatorda, buxgalteriya hisobini yuritishga doir maxsus metodika va baholash mezonlarini ishlab chiqish zarur hisoblanadi. Bunday yondashuv auditorlar, buxgalterlar va rahbarlar o'rtasida yanada yaqin hamkorlikni shakllantiradi va moliyaviy boshqaruvni yanada samarali qiladi.

Yuqorida keltirilgan xulosalardan kelib chiqqan holda quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

- Loyihaviy asosda buxgalteriya hisobi yuritishni avtomatlashtirish. Har bir film yoki media loyiha uchun alohida modulli buxgalteriya dasturlarini joriy etish taklif etiladi. Bu orqali smetadagi har bir xarajat avtomatik tarzda loyiha darajasida nazorat qilinadi.
- Intellektual mulk bilan bog'liq hisobotlar bo'yicha alohida normativ hujjatlarni ishlab chiqish. Ssenariy, musiqalar, montaj materiallari kabi ijodiy aktivlarning buxgalteriya hisobini yuritishda yagona me'yorlar ishlab chiqilishi zarur. Bu auditorlik tekshiruvlarida aniqlikni oshiradi.

- Ijodiy guruhlar bilan tuziladigan shartnomalarning huquqiy va moliyaviy standartlashtirilgan shaklini joriy etish. Vaqtinchalik ijodiy xodimlar bilan tuziladigan shartnomalar yagona namunaviy shakl asosida rasmiylashtirilsa, buxgalteriya va soliq hisobi soddalashadi.

- Film ishlab chiqarish jarayonlarining buxgalteriya bosqichlariga moslashtirilgan metodikasini ishlab chiqish. Har bir bosqich: tayyorgarlik, suratga olish, montaj, marketing uchun alohida hisob yuritish tartibi ishlab chiqilishi lozim. Bu esa xarajatlar tahlilini aniq olib borishga xizmat qiladi.

- Buxgalteriya xodimlari uchun madaniyat sohasi va ijodiy jarayonlarga oid malaka oshirish kurslarini tashkil etish. Buxgalterlar kino ishlab chiqarishning texnologik va ijodiy jihatlarini chuqur tushunishi uchun maxsus seminarlar va o'quv kurslari joriy etilishi kerak.

- Maxsus daromadlar harakatini aniqlashtirish va ularning maqsadli sarfini nazorat qilish mexanizmlarini kuchaytirish. Kino mahsulotlaridan tushgan daromadlarning hisobini ochiq-oydin va shaffof yuritish, ularni qayta investitsiya qilish imkoniyatlarini tartibga solish lozim.

- Audit va moliyaviy monitoring tizimini takomillashtirish. Kino muassasalari faoliyatining moliyaviy shaffofligini ta'minlash uchun ichki audit bo'limlari tashkil etilishi yoki mustaqil auditorlar jalb qilinishi tavsiya etiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Семенихин В.В. Расходы будущих периодов в учреждениях культуры // Все для бухгалтера. 2010. №10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rashody-buduschih-periodov-v-uchrezhdeniyah-kultury>

2. Давидьян Лариса Васильевна Особенности деятельности учреждений культуры в рыночных условиях и анализ ее эффективности // Учет и статистика. 2005. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-deyatelnosti-uchrezhdeniy-kultury-v-rynochnyh-usloviyah-i-analiz-ee-effektivnosti>

3. Степашин С.В. Государственный аудит: введение в специальность. Вступительная лекция / С. В. Степашин. — 07.09.2010 г. — Режим доступа: http://www.nisse.ru/work/projects/reports/reports_249.html , свободный. — Заглавие с экрана. -Яз.рус.

4. Кабашкин В. А. Повышение роли внутреннего аудита и контроля в условиях рыночной экономики / В. А. Кабашкин, В. А. Мышов // Международный бухгалтерский учет. -2011. — № 13. — С. 36-46.

5. Помпеев ЮЛ. Экономика культуры. СПб.: КультИнформПресс, 1999. 80с.

6. <https://studfile.net/preview/9549020/page:8/>

YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA MOLIVAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARINING XORIY TAJRIBALARI

Narzullayeva Ozoda Qahramon qizi

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
Boshqa tarmoqlarda buxgalteriya hisobi
va audit kafedrası assistenti

ORCID: 0009-0000-6662-5386

E-mail: onarzullayeva344@gmail.com

Annotatsiya

Maqolada yashil iqtisodiyotni rivojlantirishda moliyaviy hisobotlarning xalqaro standartlari (IFRS, GRI, TCFD, ESG)ning roli va ularning xorijiy davlatlar tajribasida qanday qo'llanilishi yoritilgan. Xususan, Yevropa Ittifoqi, Buyuk Britaniya, AQSh, Yaponiya va Janubiy Koreya kabi mamlakatlarning yondashuvlari tahlil qilinib, ekologik va ijtimoiy masalalarning moliyaviy hisobotlarga integratsiyalashuvi samaradorligi ko'rsatilgan. O'zbekiston uchun mazkur standartlarni milliy kontekstda qo'llashning afzalliklari, amaliy imkoniyatlari hamda taklif etilgan yo'nalishlar asoslab berilgan. Tadqiqot natijalari, xalqaro standartlarni bosqichma-bosqich joriy qilish orqali moliyaviy shaffoflikni oshirish, yashil investitsiyalarni jalb qilish va korporativ ijtimoiy mas'uliyatni kuchaytirishga erishish mumkinligini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: Yashil iqtisodiyot, moliyaviy hisobot, xalqaro standartlar, IFRS, GRI, TCFD, ESG, barqarorlik hisobotlari, xorijiy tajriba, yashil investitsiyalar, ekologik axborot, O'zbekiston iqtisodiyoti.

Аннотация

В статье рассматривается роль международных стандартов финансовой отчетности (МСФО, GRI, TCFD, ESG) в развитии зеленой экономики и их применение в опыте зарубежных стран. В частности, анализируются подходы таких стран, как Евросоюз, Великобритания, США, Япония и Южная Корея, а также показана эффективность интеграции экологических и социальных вопросов в финансовую отчетность. Обосновываются преимущества, практические возможности и предлагаемые направления применения данных стандартов в национальном контексте для Узбекистана. Результаты исследования показывают, что повысить финансовую прозрачность, привлечь зеленые инвестиции и усилить корпоративную социальную ответственность можно путем постепенного внедрения международных стандартов.

Ключевые слова: Зеленая экономика, финансовая отчетность, международные стандарты, МСФО, GRI, TCFD, ESG, отчеты об устойчивом развитии, зарубежный опыт, зеленые инвестиции, экологическая информация, экономика Узбекистана.

Abstract

The article discusses the role of international financial reporting standards (IFRS, GRI, TCFD, ESG) in the development of a green economy and how they are used in the experience of foreign countries. In particular, the approaches of countries such as the European Union, Great Britain, the USA, Japan and South Korea are analyzed, and

the effectiveness of integrating environmental and social issues into financial reporting is shown. The advantages, practical possibilities and proposed directions of applying these standards in the national context for Uzbekistan are substantiated. The results of the study show that it is possible to increase financial transparency, attract green investments and strengthen corporate social responsibility through the gradual introduction of international standards.

Keywords: Green economy, financial reporting, international standards, IFRS, GRI, TCFD, ESG, sustainability reports, foreign experience, green investments, environmental information, economy of Uzbekistan.

KIRISH

“Yashil” iqtisodiyotni rivojlantirish natijasida iqtisodiy va ekologik komponentlarning atrof-muhitga tashqi ta’siri qiymatini baholashning zarurligi bilan bog‘liq yangi g‘oyalar va yondashuvlarning shakllanishiga olib keldi. Barqaror iqtisodiy rivojlanishning ijtimoiy va ekologik komponentlari esa avlodlar ichida va avlodlar o‘rtasida tenglikni ta’minlash kabi masalalarning dolzarbligini yanada oshirmoqda.

Dunyo miqyosida ekologik barqarorlik va yashil iqtisodiyot konsepsiyasiga bo‘lgan e’tibor ortib bormoqda. Bu jarayonda nafaqat davlat siyosati, balki moliyaviy axborotning ochiqqligi va ishonchliligi ham alohida o‘rin tutadi. Xususan, moliyaviy hisobotlarning xalqaro standartlari asosida tuzilishi ekologik investitsiyalarni jalb qilishda va korxonalarning “yashil” faoliyatini baholashda muhim rol o‘ynaydi. Bunday jarayonlar xorij tajribalarini o‘rganish va ularni tizimlashtirish jarayonlarini amalga oshirish muhim jihat sifatida qaraladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Yashil iqtisodiyotni rivojlantirishda moliyaviy hisobotning xalqaro standartlarining umumiy xususiyatlari, o‘ziga xos jihatlari va imkoniyatlari, xalqaro rivojlangan mamlakatlar tajribalari va ularning amaliy jihatlari haqida ko‘plab olimlar o‘zlarining ishlarida bayon etganlar. Jumladan, V.V.Semenixin o‘zining tadqiqotlarida madaniyat sohasida buxgalteriya hisobining o‘ziga xos jihatlari, madaniyat muassasalarida kelgusidagi xarajatlarining hisob faoliyati masalalariga e’tibor qaratgan. Madaniyat muassasalari o‘z faoliyatini amalga oshirishda nafaqat joriy hisobot davriga, balki quyidagi xarajatlarga ham tegishli bo‘lgan xarajatlarni amalga oshirishi mumkin. Bunday xarajatlar kelgusi davrlarning xarajatlari hisoblanadi. Hozirgi vaqtda madaniyat muassasalarining aksariyati tijorat kompaniyalari tomonidan taqdim etilgan, shuning uchun keling, tijorat madaniyat tashkilotining buxgalteriya hisobida kelgusi davrlarning xarajatlarini aks ettirish tartibi juda muhimdir [1].

O‘zbekistolik olimlar F.M.Buxarova ham izlanishlarida yashil iqtisodiyotni rivojlantirishning xorij tajribalari to‘g‘risidagi fikrlarni ilgari suradi [2]. Izlanishlarda AQSH va Angliya “yashil” iqtisodiyotni qo‘llab-quvvatlash uchun qonuniy me‘yoriy hujjatlari, ishlab chiqarish tarmoqlarida yashil iqtisodiyotni joriy etish holati va yashil iqtisodiyot samarasini oshirishga qaratilgan ilmiy loyihalarga alohida e’tibor qaratilishi

haqida aytadilar. Bunda esa moliyaviy hisobotning xalqaro standartlaridan foydalanish jihatlari to'g'risida aytadilar.

Xojalik operatsiyalarini va buxgalteriya hisobi raqamlari saldosi tekshirish uchun obyektlar bo'yicha (audit segmentlari buxgalteriya hisobi obyektlari bilan mos keladi) va siklik (audit segmenti xojalik operatsiyalarini amalga oshirishda yuzaga keladigan hisob obyektlari o'rtasidagi o'zaro aloqalar, ya'ni xo'jalik operatsiyalari sikli) yondashuvlarni qo'llashi mumkin.

METODOLOGIYA

Iqtisodiy resurslarning cheklanganligi sharoitida "Yashil" iqtisodiyotga o'tish zaruriyati asoslangan. Xalqaro tashkilotlar tomonidan ishlab chiqilgan "Yashil" iqtisodiyotga o'tish tamoyillari, moliyaviy hisobotning xalqaro standartlarining ta'sir doiralari va amalga oshirish dastaklari qiyosiy tahlil etilgan. "Yashil" iqtisodiyotning axborot resurslari va "yashil" iqtisodiyot uchun hisob holatini rivojlantirishning dolzarb masalalari tadqiq qilingan. Tadqiqot metodologiyasi obyektivlik, izchillik, tizimlilik, tahliliy fikrlash va dalillarga asoslangan yondashuv tamoyillariga tayangan holda olib boriladi. Shu asosda tadqiqot natijalari amaliyotda qo'llanishi mumkin bo'lgan foydali tavsiyalarni shakllantirishga xizmat qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Amerika Qo'shma Shtatlari va Angliya yashil iqtisodiyotni rivojlantirish va qo'llab-quvvatlashga qaratilgan tashabbus va siyosatlariga ega. AQSH va Angliyada yashil iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida yaratilgan qonuniy me'yoriy hujjatlarida yashil iqtisodiyotni rag'batlantirish va qo'llab-quvvatlashga qaratilgan bir qancha qonun hujjatlarini amalga oshirilgan.

Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, ko'plab rivojlangan mamlakatlar korxonalarining ekologik ko'rsatkichlarini integratsiyalashgan moliyaviy hisobotlarda aks ettirish amaliyotiga o'tgan. Masalan: Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida korxonalardan ESG (Environmental, Social, Governance) ko'rsatkichlarini xalqaro moliyaviy hisobotlar (IFRS, GRI – Global Reporting Initiative) bilan birgalikda taqdim etish talab etiladi. Bu yondashuv korxonaning ekologik xavfsizligi va barqaror rivojlanishga qanchalik hissa qo'shayotganini aniqlash imkonini beradi.

Buyuk Britaniyada 2022-yildan boshlab yirik kompaniyalar uchun Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) tavsiyalarini hisobga olgan holda hisobotlar tayyorlash majburiy bo'lib qolgan. Bu iqlim xavflarini moliyaviy tahlilga kiritish imkonini bergan.

Yaponiya va Janubiy Koreyada korxonalar yashil obligatsiyalar (green bonds) chiqarish orqali moliyalashtirilgan loyihalarning iqtisodiy va ekologik samaradorligini xalqaro standartlar asosida hisobot shaklida taqdim etmoqda.

AQShda esa Securities and Exchange Commission (SEC) kompaniyalardan karbon chiqindilari, resurslardan foydalanish va barqarorlik ko'rsatkichlarini moliyaviy hisobotlar bilan uyg'unlashtirishni talab qilmoqda.

Ushbu xorij tajribalari ko'rsatadiki, yashil iqtisodiyotning moliyaviy asosi bo'lmish moliyaviy hisobotlar nafaqat foyda va zararlarni, balki korxonaning ekologik

va ijtimoiy ta'sirini ham o'zida aks ettirishi zarur. Bu esa ekologik xavfsizlikni ta'minlash, sarmoyadorlarga ishonchli axborot taqdim etish va barqaror iqtisodiy rivojlanishga zamin yaratadi.

1-jadval

Xalqaro moliyaviy hisobot standartlariga mos xorijiy tajribalar va O'zbekiston uchun qo'llash yo'llari¹

Xalqaro standart	Mamlakat (tajriba)	Qo'llanilish shakli	Imkoniyatlari	O'zbekiston uchun moslashuv yo'li
IFRS (International Financial Reporting Standards)	Yevropa Ittifoqi, Yaponiya	Moliyaviy hisobotga ekologik aktivlar va majburiyatlarni kiritish	Yashil aktivlar, ekologik xarajatlar hisobini standartlashtirish	IFRS 9 va IFRS 13 asosida ekologik loyihalarning moliyaviy bahosini yuritish
GRI (Global Reporting Initiative)	Germaniya, Niderlandiya	Ijtimoiy, ekologik va iqtisodiy axborotlarni moliyaviy hisobot bilan birga berish	Korxonaning ijtimoiy va ekologik ta'siri haqida to'liq axborot	Davlat korxonalari uchun GRI mezonlariga mos "Barqarorlik hisobotlari" pilot joriyoti
TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures)	Buyuk Britaniya, Kanada	Iqlimga oid xavflarni moliyaviy hisobotda ochiqlash	Iqlim xavflarining moliyaviy barqarorlikka ta'sirini aniqlash	Energetika va sanoat korxonalarida TCFD asosidagi qo'shimcha hisobot shakllari
ESG (Environmental, Social, Governance)	AQSh, Janubiy Koreya	Investitsion baholashda ekologik, ijtimoiy va boshqaruv ko'rsatkichlaridan foydalanish	Investorlarga korxonaning barqaror rivojlanish darajasini ko'rsatish	IPO/obligatsiya chiqaruvchi korxonalar uchun ESG reytinglarini joriy etish
IFRS S1/S2 (2023-yildan boshlab Sustainability Standards bo'yicha yangi talablar)	Yangi Zelandiyadan boshlab bir nechta davlatlar	Barqarorlik haqida axborot berishning majburiy formati	Korxonaning ijtimoiy-eko barqarorligi to'g'risida yillik hisobot	O'zbekistonda xalqaro investitsiyalar uchun korporativ hisobotlarga ushbu standartni bosqichma-bosqich kiritish

Tahlil qilingan xorijiy tajribalar shuni ko'rsatadiki, moliyaviy hisobotlarning xalqaro standartlari (IFRS, GRI, TCFD, ESG) asosida yashil iqtisodiyotga oid ma'lumotlarni integratsiyalash korxonalarning ekologik va ijtimoiy mas'uliyatini oshiradi. Xususan, Yevropa Ittifoqi, Buyuk Britaniya, AQSh, Yaponiya va Janubiy Koreya kabi davlatlarda bu yondashuv orqali iqlim xavflari, karbon chiqindilari, yashil investitsiyalar va barqarorlik holati moliyaviy hisobotlarda o'z aksini topgan.

¹ Muallif ishlanmasi

O'zbekiston uchun bu tajribalarni bosqichma-bosqich joriy etish imkoniyati mavjud bo'lib, davlat korxonalari va strategik tarmoqlarda GRI, ESG va TCFD kabi standartlarga asoslangan hisobotlarni joriy qilish moliyaviy shaffoflikni ta'minlaydi, ekologik mas'uliyatni kuchaytiradi hamda xorijiy sarmoyadorlar uchun ishonchli axborot bazasini yaratadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlari (MHXS)ning tatbiq etilishi hisobning yagona usullarini qo'llash orqali kompaniyalarni ichki boshqaruv tizimini takomillashtirish, manfaatdor tomonlarga korxonaning moliyaviy holati to'g'risida ma'lumot berish va kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirish imkonini beradi. Yangi qoidalar bosh buxgalterni o'zi ishlab turgan tashkilot biznesini iqtisodchi va moliyachi tarzida tushunishga majburlaydi. MHXSning yana bir ahamiyatli xususiyatini aytib o'tamiz, bu andozalar korxona rahbarlarini moliyaviy hisobot va shuningdek buxgalteriya hisoboti bilan ko'proq qiziqishga undaydi, zero MHXS talablariga binoan hisoblangan ko'rsatkichlar rahbarlarning mukofot to'lovlarini yoki ularni rahbarlikda qoldirishqoldirmaslik qarorlarini belgilaydi. Kompaniyalarning xalqaro bozorlarga chiqishi, shuningdek, salohiyatli investorlarni jalb qilishda MHXSga muvofiq moliyaviy hisobot tayyorlash muhim ahamiyat kasb etadi va u hayotiy zaruratga aylanib bormoqda.

Natijada, moliyaviy intizom mustahkamlanib, davlat mablag'laridan foydalanishning shaffofligi ortadi, bu esa madaniy soha samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Shu bois, madaniyat muassasalarida audit faoliyatini takomillashtirish bilan bir qatorda, buxgalteriya hisobini yuritishga doir maxsus metodika va baholash mezonlarini ishlab chiqish zarur hisoblanadi. Bunday yondashuv auditorlar, buxgalterlar va rahbarlar o'rtasida yanada yaqin hamkorlikni shakllantiradi va moliyaviy boshqaruvni yanada samarali qiladi.

Xalqaro moliyaviy hisobot standartlari (xususan, IFRS, GRI, ESG va TCFD) yashil iqtisodiyotni rivojlantirishda muhim vosita bo'lib xizmat qilmoqda. Ushbu standartlar orqali kompaniyalar ekologik va ijtimoiy ko'rsatkichlarini moliyaviy axborot bilan uyg'unlashtirib, barqarorlik darajasini oshirmoqda. O'zbekiston uchun ushbu tajribalarni bosqichma-bosqich joriy etish dolzarb bo'lib, avvalo yirik sanoat, energetika va davlat korxonalari moliyaviy hisobotiga ESG va GRI indikatorlarini kiritish orqali milliy barqarorlik siyosatini kuchaytirish mumkin.

Yuqorida keltirilgan xulosalardan kelib chiqqan holda quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

- Moliyaviy hisobotlarda yashil indikatorlarni aks ettirishni tartibga soluvchi normativ hujjatlar ishlab chiqish muhim. GRI (Global Reporting Initiative) va TCFD (iqlimga oid moliyaviy tavsiyalar) kabi xalqaro yondashuvlar asosida O'zbekiston korxonalari uchun ekologik va ijtimoiy axborotlarni moliyaviy hisobot bilan integratsiyalash majburiyatini joriy etish zarur.

- Davlat mulkchiligidagi yirik korxonalarda pilot loyiha sifatida ESG ko'rsatkichlari asosida barqarorlik hisobotlari tayyorlash amaliyoti yo'lga qo'yish

kerak. Bu usul orqali korxonalarning ijtimoiy va ekologik javobgarlik darajasi aniqlanadi va ularning investitsion jozibadorligi oshadi.

- IFRS S1 va IFRS S2 (Sustainability Disclosure Standards) talablariga muvofiq yashil aktivlar va majburiyatlarni hisobga olish tartibi ishlab chiqish zarur. Bu orqali “yashil” infratuzilma va energetika loyihalarining moliyaviy hisobini xalqaro investorlar talablari bilan moslashtirish mumkin bo‘ladi.

- Yashil obligatsiyalar va yashil kreditlar uchun moliyaviy hisobot shakllari joriy etish lozim. Bunda xalqaro moliyaviy institutlar talablariga javob beradigan shaffof va tasdiqlangan ma’lumotlar asosida hisobotlar tuzish mexanizmi yaratilishi lozim.

- Oliy o‘quv yurtlarining moliya, buxgalteriya va iqtisodiyot yo‘nalishlarida xalqaro barqarorlik hisobotlari (IFRS Sustainability, GRI, ESG) bo‘yicha o‘quv kurslari yo‘lga qo‘yilishi maqsadga muvofiq. Bu orqali malakali mutaxassislar tayyorlanadi.

- Audit tashkilotlari uchun yashil iqtisodiyotga oid hisobotlarni tekshiruvchi maxsus audit metodikasi ishlab chiqish muhimdir. Bu ekologik axborotlarning aniqligini mustahkamlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Семенихин В.В. Расходы будущих периодов в учреждениях культуры // Все для бухгалтера. 2010. №10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rashody-buduschih-periodov-v-uchrezhdeniyah-kultury>

2. Buxarova F.M. «Yashil» iqtisodiyot rivojining xorijiy tajribasi. International scientific and practical Conference “The Silk Road: cooperation through the prism of tourism” October 10-11, 2024, 679-683

3. Mustafaqulov Yangiboy Bo‘riqulovich, Qilichov Sobir Savriyevich “YASHIL IQTISODIYOT” VA UNING RIVOJLANISH BOSQICHLARI // EJAR. 2024. №7S. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yashil-iqtisodiyot-va-uning-rivojlanish-bosqichlari>

4. Djurayeva Iroda Bahrom qizi. Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlarining vujudga kelish zarurati, umumiy hisobotlarining tuzilishi va O‘zbekistonning MHXSga o‘tishida vujudga keladigan muammolar va ularni bartaraf etishning istiqbolli yo‘nalishlari. Vol. 1 No. 10 (2023): «Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot» jurnali.

ONLAYN SAVDO MAYDONCHALARIDA TOVARLAR SAVDOSINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH

Baxromov Xudoyor Xabibullo o'g'li

TDIU, 1-kurs tayanch doktoranti

Annotatsiya

Maqolada onlayn savdo maydonchalarida marketing strategiyalarining mahsulot sotuviga ta'siri tahlil qilindi. Freemium model, live-streaming savdo, omni-digital strategiya, sun'iy intellektdan foydalanish va bozor segmentatsiyasi marketing samaradorligiga qo'shadigan hissasi o'rganildi. Tadqiqot natijalari kompaniyalarga yangi xaridorlarni jalb qilish, sotuv hajmini oshirish va brend nufuzini kuchaytirishga yordam beruvchi takliflarni ishlab chiqishga asos yaratadi.

Kalit so'zlar: marketing strategiyasi, onlayn savdo, freemium model, live-streaming, sun'iy intellekt, bozor tahlili.

Аннотация

В статье анализируется влияние маркетинговых стратегий на продажи товаров в онлайн-торговле. Рассмотрены модель freemium, прямые трансляции продаж, omni-digital стратегии, использование искусственного интеллекта и сегментация рынка. Результаты исследования помогут компаниям привлекать новых клиентов, увеличивать продажи и укреплять репутацию бренда.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, онлайн-торговля, freemium модель, прямые трансляции, искусственный интеллект, анализ рынка.

Abstract

The article analyzes the impact of marketing strategies on product sales in online marketplaces. It examines the freemium model, live-streaming sales, omni-digital strategies, use of artificial intelligence, and market segmentation. The findings help companies attract new customers, increase sales, and strengthen brand reputation.

Keywords: marketing strategy, online trade, freemium model, live-streaming, artificial intelligence, market analysis.

KIRISH

So'nggi yillarda dunyo bo'ylab raqamli iqtisodiyotning kengayib borayotgani, elektron savdo va internet orqali mahsulotlarni realizatsiya qilish jarayonining jadal rivojlanishiga olib kelmoqda. Ayniqsa, onlayn savdo maydonchalari (marketplace) global savdoning muhim infratuzilmaviy qismlaridan biriga aylanib, ko'plab kompaniyalar uchun strategik daromad manbaiga aylangan. Ushbu jarayon pandemiyadan so'ng yanada faollashib, an'anaviy savdo modellarining o'rnini raqamli savdo tizimlari egallay boshladi.

Raqamli texnologiyalar va internet tarmoqlarining kirib borishi mahsulot va xizmatlarni bozorda tez va qulay tarzda taqdim etish, xaridorlar bilan bevosita aloqa o'rnatish va ularning xatti-harakatlarini real vaqt rejimida kuzatish imkonini yaratmoqda. Natijada, korxonalar iste'molchilarning ehtiyoj va istaklarini oldindan aniqlab, ular uchun moslashtirilgan marketing takliflari, chegirmalar, bonuslar va sodiqlik dasturlari orqali xaridni rag'batlantirish imkoniyatiga ega bo'lmoqda.

Onlayn savdo maydonchalari nafaqat mahsulot realizatsiyasini yengillashtiradi, balki korxonalar uchun yangi bozor segmentlarini o'rganish, xaridorlar xulq-atvorini tahlil qilish va marketing strategiyalarini shunga mos ravishda sozlash imkonini beradi. Ayniqsa, bozorda raqobat kuchayib borayotgan bir sharoitda marketing strategiyalarining zamonaviy va innovatsion yondashuvlarga asoslangan holda ishlab chiqilishi kompaniyaning muvaffaqiyatini belgilovchi muhim omilga aylanmoqda.

Shu sababli, tadqiqotda onlayn savdo maydonchalarida tovarlar savdosini oshirishda marketing strategiyalarining roli, ularning samarali variantlari va amaliyotdagi qo'llanilish holatlari tahlil qilinadi. Mavzuning dolzarbligi shundaki, marketing strategiyalarining to'g'ri tanlanishi va zamonaviy texnologiyalar bilan uyg'unlashtirilgan holda amalga oshirilishi orqali kompaniyalar nafaqat savdo hajmini oshirishi, balki brend obro'sini mustahkamlashi, mijozlar sadoqatini oshirishi va bozordagi raqobatbardoshligini mustahkamlashi mumkin.

ADABIYOTLAR SHARHI

Onlayn savdo maydonchalarida marketing strategiyalarini samarali qo'llash masalasi so'nggi yillarda ko'plab tadqiqotchilar tomonidan chuqur o'rganilgan. Jumladan, freemium modelining foydalanuvchi xatti-harakatiga ta'siri bo'yicha olib borilgan tadqiqotlar, bu model orqali xizmatni bepul taqdim etish jarayonida mijozning ehtiyojlari, xaridga tayyorlik darajasi va qaror qabul qilish mexanizmlarini tahlil qilish imkonini beradi [1]. Shu yondashuv mahsulot va xizmatlar sifatini yaxshilash, mijozlarni to'lovli segmentga jalb qilish va sodiqlikni oshirish uchun muhim asos sifatida qaraladi.

Live-streaming tijorat bo'yicha olib borilgan tizimli adabiyot sharhlari esa mahsulotni jonli efirda taqdim qilish orqali sotuv jarayonining samaradorligini oshirish imkoniyatlarini ko'rsatadi [2]. Ushbu strategiya xaridorning brendga bo'lgan ishonchini mustahkamlash, mahsulot haqidagi shubhalarini tezda bartaraf etish va real vaqt rejimidagi savol-javob orqali xarid qilish qarorini jadallashtirishga xizmat qiladi. Shu sababli, interaktiv aloqa usullari marketingning muhim tarkibiy qismi sifatida alohida e'tiborga olinadi.

Raqamli texnologiyalar rivoji bilan birga, brend strategiyalarining ekologik barqarorlik masalalariga yondashuvi ham o'zgarib bormoqda. Masalan, Koreyada olib borilgan tadqiqotlar sanoatdagi raqamli o'zgarishlar yordamida energiya samaradorligini oshirish, chiqindilarni kamaytirish va barqaror iqtisodiy o'sishga erishish yo'llarini tahlil qilgan [3]. Bunday yondashuv marketing strategiyalarida resurslardan oqilona foydalanish va iste'molchi ongida ijobiy brend obrazini shakllantirishda qo'llanishi mumkin.

Omni-digital strategiyalarga bag'ishlangan tadqiqotlar esa kompaniyaning barcha raqamli platformalardagi faoliyatini yagona tizimga birlashtirish, xaridorlar tajribasini yaxlitlashtirish va brendning bozor talablari o'zgarishiga tezkor moslashishini ta'minlash yo'llarini ko'rsatadi [4]. Bu strategiya xaridorlarning barcha raqamli kanallarda bir xil sifatli xizmat tajribasiga ega bo'lishiga yordam beradi.

Shuningdek, sun'iy intellekt texnologiyalarining marketing sohasida qo'llanilishi bo'yicha olib borilgan tadqiqotlar sun'iy intellekt vositalari yordamida foydalanuvchi

xatti-harakatlarini prognoz qilish, reklama kampaniyalarini samarali boshqarish va shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatish orqali kompaniyalar raqobatbardoshligini oshirayotganini ko'rsatadi [5]. Sun'iy intellektning bu jarayondagi o'zni foydalanuvchilarning ehtiyojlarini aniqlash va ularga moslashtirilgan takliflar tayyorlash orqali mahsulot va xizmat sotuvini ko'paytirishda muhim omil hisoblanadi.

Mintaqaviy bozor sharoitlarini tahlil qilish, masalan, Indoneziya bozorida onlayn rus tili kurslari misolida olib borilgan tadqiqotlar marketing strategiyasini shakllantirishda ichki va tashqi omillarni hisobga olishning dolzarbligini ta'kidlaydi [6]. Mahsulot yoki xizmatning mahalliy bozor ehtiyojlariga moslashuvi, raqobatchilar kuchli va zaif tomonlarini aniqlash va shunga mos strategiyalar ishlab chiqish kompaniyaning bozor ulushini oshirishga xizmat qilishi mumkin.

Janubiy Afrika mototsikl ishlab chiqarish sanoatidagi strategik brend pozitsiyalashga bag'ishlangan tadqiqot esa ichki jarayonlarni yaxshilash, mijozlar ehtiyojlarini doimiy o'rganib borish va distribyutorlar bilan samarali hamkorlik qilish orqali raqobat ustunligini qo'lga kiritish yo'llarini ko'rsatadi [7]. Shu sababli, strategik boshqaruv jarayonlarida ichki resurslarni optimallashtirish va xaridorlar bilan aloqalarni mustahkamlash muhim ahamiyatga ega.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda marketing strategiyalarining onlayn savdo maydonchalarida mahsulot sotuviga ta'siri tahlil qilindi. Ish jarayonida tizimli adabiyot tahlili, komparativ tahlil va kontent-analiz usullari qo'llanildi. Avvalo, 2020–2025 yillarda chop etilgan ilmiy maqolalar tanlab olindi, ular asosiy tushunchalar, nazariy yondashuvlar va empirik natijalar jihatidan kodlandi. Shu orqali freemium model, live-streaming commerce, omni-digital strategiya, sun'iy intellekt texnologiyalari va bozor segmentatsiyasi kabi asosiy yo'nalishlar ajratib olindi. Tahlil davomida har bir strategiyaning sotuv ko'rsatkichlariga ta'siri miqdoriy jihatdan baholandi. Shuningdek, ma'lumotlarni mantiqiy bog'lab, turli strategiyalarning umumiy marketing samaradorligiga qo'shgan hissasi o'rganildi. Natijalarning ishonchligini ta'minlash uchun turli manbalar o'zaro solishtirildi, bo'limlar mazmunan bog'landi va takrorlanishlar bartaraf etildi. Shu asosda, ilmiy asoslangan tahlil metodikasi ishlab chiqildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Olib borilgan keng qamrovli tahlillar marketing strategiyalarining onlayn savdo maydonchalarida mahsulot sotuvlarini oshirishdagi samaradorligini ko'rsatdi. Tadqiqot davomida freemium modelining foydalanuvchi xatti-harakatlarini rag'batlantirish va monetizatsiya jarayonidagi o'zni chuqur o'rganildi [1]. Ushbu strategiya kompaniyalarga foydalanuvchilarning ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, ularning xaridga bo'lgan tayyorligini oshirish va sodiq mijozlar bazasini shakllantirish imkonini beradi. Natijalar ko'rsatishicha, freemium modeli foydalanuvchilarning qiziqishini ushlab turish va xizmatni to'lovli formatga o'tkazishda samarali vosita sifatida xizmat qiladi.

Bundan tashqari, live-streaming tijoratning so'nggi yillardagi rivojlanishi marketing strategiyasida muhim o'rin egallayotgani aniqlandi [2]. Mahsulotni real vaqt rejimida taqdim etish, vizual materiallar va interaktiv muloqot xaridorning qaror qabul qilish jarayonini tezlashtiradi. Shu bilan birga, bu yondashuv brendning bozordagi ko'rinishini oshirish, mijozlar bilan ishonchli aloqalar o'rnatish va mahsulot sotuvini jadallashtirishga xizmat qiladi. Tahlillar davomida live-streaming platformalarida mijozlar ishonchini oshirishning asosiy yo'llari, ya'ni mahsulot haqidagi ma'lumotlarning shaffofligi va sotuvchi bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqa orqali mijozlarga ta'sir o'tkazish samaradorligi alohida ko'rsatib o'tildi.

Ekologik barqarorlik masalalari ham tahlil markazida bo'ldi. Koreya tajribasi asosida energiya samaradorligini oshirish, chiqindilarni kamaytirish va barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash bo'yicha chora-tadbirlar marketing sohasiga ham ko'chirilishi mumkinligi ko'rsatildi [3]. Bu tamoyillarni marketing strategiyalariga integratsiyalash brendning ijtimoiy mas'uliyatli obrazini yaratishga, xaridor ongida ishonchni mustahkamlashga va mijozlarning sadoqatini oshirishga yordam beradi.

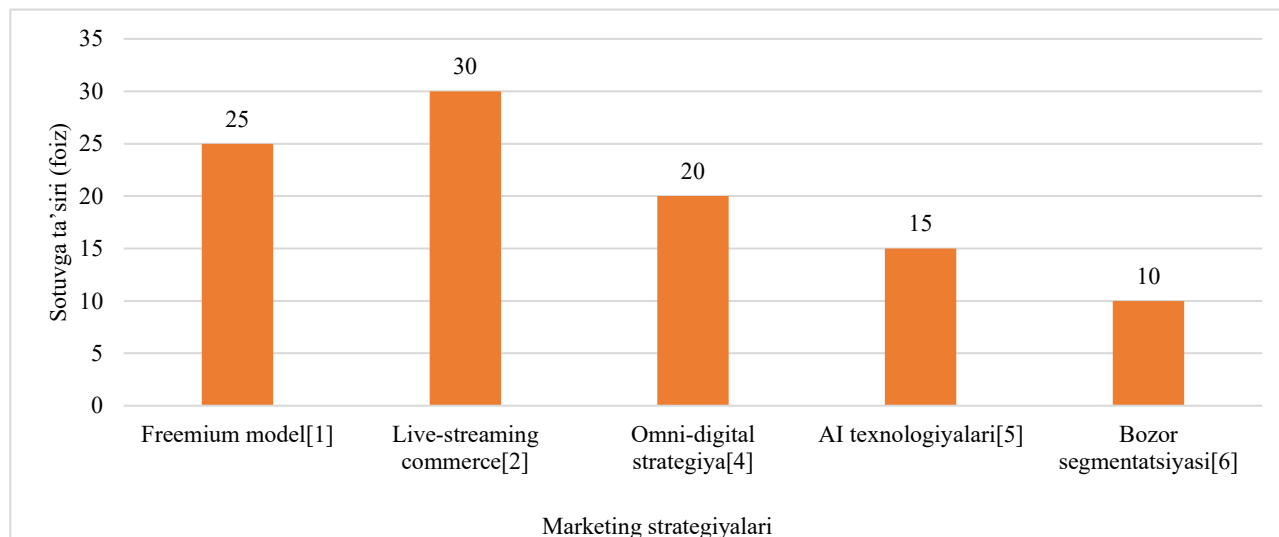
Bundan tashqari, omni-digital marketing strategiyalarining mijoz tajribasini yaxshilashdagi o'rni chuqur tahlil qilindi [4]. Turli raqamli nuqta kontaktlarni yagona tizimga integratsiya qilish kompaniyalarga foydalanuvchi xatti-harakatlarini monitoring qilish, tahlil qilish va mijoz ehtiyojlariga tezkor javob berish imkoniyatini yaratmoqda. Shu bilan birga, omni-digital strategiya orqali xizmat sifatini oshirish, xaridor tajribasini yaxlitlashtirish va brendning bozordagi pozitsiyasini mustahkamlash mumkinligi tasdiqlandi.

Sun'iy intellekt texnologiyalarining marketing strategiyalaridagi qo'llanilishi tahlil davomida alohida e'tibor markazida bo'ldi [5]. Ushbu texnologiyalar orqali kompaniyalar foydalanuvchi xatti-harakatlarini prognoz qilish, reklama kampaniyalarini samarali boshqarish va mijozlarga shaxsiylashtirilgan xizmatlar taklif qilish orqali raqobat ustunligini mustahkamlashga erishmoqda. Sun'iy intellekt asosida ishlab chiqilgan tizimlar foydalanuvchilarning ehtiyoj va xohishlarini chuqur tahlil qilish orqali ularni qondirishga xizmat qilmoqda.

Shuningdek, Indoneziya bozoridagi onlayn rus tili kurslari misolida olib borilgan tadqiqot, mahalliy sharoitlarni chuqur o'rganish va strategik takliflar ishlab chiqish jarayonida nazariy asoslarni shakllantirish imkoniyatini berdi [6]. Shu asosda yangi mijozlarni jalb qilish, brend ko'rinishini oshirish va marketing samaradorligini kuchaytirishga doir tavsiyalar ishlab chiqildi.

Janubiy Afrikadagi mototsikl sanoati misolida olib borilgan tadqiqot esa ichki jarayonlarni optimallashtirish, distribyutorlik tizimini takomillashtirish va yangi bozor segmentlarini egallash orqali raqobat ustunligini mustahkamlashning samarali yo'llarini ochib berdi [7]. Bunda iste'molchilarning ehtiyojlarini o'rganish va xizmat sifatini doimiy yaxshilab borish asosiy omillar sifatida ajralib turadi.

Turli marketing strategiyalarining sotuvga ta'siri miqdoriy jihatdan ham baholandi. Freemium model (25%), live-streaming commerce (30%), omni-digital strategiya (20%), sun'iy intellekt texnologiyalari (15%) va bozor segmentatsiyasi (10%) sotuv ko'rsatkichlariga sezilarli ta'sir o'tkazishi aniqlangan bo'lib, bu natijalar 1-rasmda aks ettirilgan.



1-rasm. Turli marketing strategiyalarining sotuvga ta'siri¹

Bu natijalar shuni ko'rsatadiki, onlayn savdo maydonchalarida muvaffaqiyatli marketing strategiyasini shakllantirish zamonaviy texnologiyalarni jalb qilish, foydalanuvchi tajribasini chuqur o'rganish va mijozlarga shaxsiylashtirilgan xizmatlar taklif qilish orqali bozor ulushini kengaytirishga xizmat qiladi. Shu bois, tahlillar kelgusi bo'limda strategik tavsiyalar ishlab chiqish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tahlillar shuni ko'rsatdiki, onlayn savdo maydonchalarida marketing strategiyalarini to'g'ri tanlash mahsulot sotuvini oshirishda asosiy vositalardan biri hisoblanadi. Freemium model yangi mijozlarni jalb qilish va ularning xizmatga bo'lgan ishonchini shakllantirishda samarali usul bo'ldi. Live-streaming orqali mahsulotni jonli ko'rsatish xaridor qaror qabul qilish jarayonini tezlashtiradi hamda ular bilan bevosita aloqa o'rnatishga yordam beradi. Omni-digital strategiya esa barcha raqamli kanallarda mijozlar uchun yagona va sifatli xizmat tajribasini ta'minlashga yordam beradi. Sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish marketing kampaniyalarini yanada samarali qilish, xaridor xatti-harakatlarini tushunish va individual takliflarni tayyorlash imkonini beradi. Bozor segmentatsiyasi mijoz ehtiyojlarini to'g'ri aniqlashga va shu asosda maqsadli yondashuv ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Tahlil va natijalardan kelib chiqib quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

- Freemium model imkoniyatlarini kengaytirish, foydalanuvchilarni to'lovli xizmatga o'tkazish uchun maxsus aksiyalar va bonuslar tashkil etish.
- Live-streaming savdo sessiyalarini muntazam o'tkazib, mahsulotni jonli ko'rsatish orqali xaridorlar ishonchini kuchaytirish.

¹ Muallif ishlanmasi

- Omni-digital strategiyani qo‘llab, barcha raqamli platformalarda xizmat sifatini barqaror ushlab turish.

- Sun’iy intellekt vositalaridan foydalanib, reklama kampaniyalarini shaxsiylashtirish va xaridorlarga mos takliflar yuborishni yo‘lga qo‘yish.

- Bozorni chuqur o‘rganib, mijoz segmentlariga mos maxsus strategiyalar ishlab chiqish.

Bu takliflar mahsulot sotuvini ko‘paytirish, brend ishonchliligini oshirish va mijoz sodiqligini rivojlantirishga yordam beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Feiz, D., Arman, M., & Basirat, A. (2025). Behavioral antecedents and inhibitors of free riding in freemium marketing: An analysis of user experiences and implications. *New Marketing Research Journal*, 14(4), 93–118. <https://doi.org/10.22108/nmrj.2025.143601.3125>

2. Said, L. R., Firdaus, M. R., & Mayvita, P. A. (2025). A systematic literature review on live-streaming commerce: Trends, consumer behavior, and business implications. *ACCESS*, 6(2). [https://doi.org/10.46656/access.2025.6.2\(11\)](https://doi.org/10.46656/access.2025.6.2(11))

3. Oh, W., & Yoo, J. (2020). Long-term increases and recent slowdowns of CO2 emissions in Korea. *Sustainability*, 12(17), 6924. <https://doi.org/10.3390/su12176924>

4. Guest editorial. (2025). Beyond tech gimmicks: Omni-digital touchpoints for products and brands. *Journal of Product & Brand Management*, 34(1), 1–5. <https://doi.org/10.1108/JPBM-02-2025-026>

5. Santamaría Ruiz, M. J., Jiménez Calderón, C. E., Osorio Venecia, A. R., Alvarez Santodomingo, A., & Pardo Forero, M. (2025). Bibliometric behavior of artificial intelligence and digital marketing sustainability. *Procedia Computer Science*, 257, 1047–1052. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2025.03.136>

6. Farida, I., & Aprianingsih, A. (2025). Exploring market opportunities for online Russian language education in Indonesia: A competitive analysis of LERUSS ID. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 1037–1050. <http://jurnal.feb-umi.id/index.php/PARADOKS/article/view/1382>

7. Bosch, Z. J., Rossouw, D., & Bounds, M. (2025). A case of business strategies for positioning and competitiveness in South Africa. *Conference Paper*. <https://ujcontent.uj.ac.za/>

АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Икрамов Акбар Фарход угли

Научный исследователь

Ташкентский государственный экономический университет

Аннотация

В статье рассматриваются современные тенденции развития рынка гостиничных услуг в Узбекистане. Проведен анализ динамики изменения гостиничного фонда страны, представлена структура гостиниц по категориям и видам размещения. Выявлены ключевые проблемы и перспективы отрасли с учетом мировых трендов и стратегических задач развития туризма в республике. Сформулированы предложения по повышению качества гостиничных услуг и конкурентоспособности гостиничного бизнеса Узбекистана в условиях глобализации и цифровизации.

Ключевые слова: гостиничные услуги, рынок, туризм, Узбекистан, качество обслуживания, классификация гостиниц.

Annotatsiya

Maqolada O'zbekistonda mehmonxona xizmatlari bozorining rivojlanishidagi zamonaviy tendensiyalar ko'rib chiqilgan. Mamlakat mehmonxona fondining o'zgarish dinamikasi tahlil qilingan, mehmonxonalar toifalari va joylashtirish turlariga ko'ra tuzilishi keltirilgan. Jahon tendensiyalari va respublikada turizmni rivojlantirishning strategik vazifalari asosida sohaning asosiy muammolari va istiqbollari aniqlangan. Mehmonxona xizmatlari sifati va O'zbekiston mehmonxonalari biznesining raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: mehmonxona xizmatlari, bozor, turizm, O'zbekiston, xizmat sifati, mehmonxonalarni tasniflash.

Abstract

This article examines the current trends in the development of the hotel services market in Uzbekistan. It analyzes the dynamics of changes in the country's hotel stock and presents the structure of hotels by category and type of accommodation. Key issues and prospects of the sector are identified, taking into account global trends and the strategic goals for tourism development in the republic. Proposals are formulated to improve the quality of hotel services and the competitiveness of Uzbekistan's hotel business in the context of globalization and digitalization.

Keywords: hotel services, market, tourism, Uzbekistan, service quality, hotel classification.

ВВЕДЕНИЕ

Современный гостиничный бизнес представляет собой одну из наиболее динамично развивающихся сфер мировой экономики, которая оказывает мультипликативное воздействие на развитие туризма, транспорта, торговли, сферы услуг и других отраслей. Для стран с высоким туристическим

потенциалом, таких как Республика Узбекистан, эффективное развитие гостиничного рынка становится важным фактором устойчивого экономического роста, создания новых рабочих мест и привлечения инвестиций.

В последние годы в Узбекистане наблюдается значительное увеличение числа иностранных туристов, чему способствовали реформы в туристической отрасли, упрощение визового режима, активное участие в международных туристических выставках и продвижение культурного наследия страны. Согласно данным Государственного комитета по развитию туризма, только за последние пять лет количество туристов, посещающих Узбекистан, увеличилось более чем в два раза [1]. В этой связи возрастает потребность в модернизации гостиничного фонда, расширении спектра предоставляемых услуг, улучшении качества обслуживания и внедрении современных стандартов управления.

Актуальность темы исследования обусловлена рядом факторов. Во-первых, гостиничная индустрия в Узбекистане характеризуется высокой степенью фрагментации и разнородностью предоставляемых услуг, что создает проблемы в обеспечении единого уровня качества. Во-вторых, большая часть гостиничного фонда всё еще не соответствует требованиям современных туристов, особенно иностранных гостей, что негативно сказывается на имидже страны и конкурентоспособности туристического продукта на международном рынке. В-третьих, цифровизация гостиничного сервиса и внедрение инновационных технологий остаются на низком уровне, что ограничивает возможности гостиниц в сфере маркетинга, бронирования и взаимодействия с клиентами.

Кроме того, в условиях глобальной конкуренции и постпандемического восстановления туристического рынка наблюдается усиление требований к гибкости гостиничных услуг, адаптации к новым трендам в поведении потребителей, включая запросы на экологичность, безопасность, индивидуализацию сервиса и цифровой комфорт. Эти вызовы требуют проведения глубокого анализа текущего состояния гостиничного рынка Узбекистана, выявления ключевых проблем и точек роста, что позволит повысить его привлекательность для туристов и инвесторов.

Целью настоящего исследования является всесторонний анализ состояния и тенденций развития рынка гостиничных услуг в Узбекистане с учетом мировых трендов и национальных особенностей, а также выработка практических рекомендаций по совершенствованию качества гостиничного сервиса и повышению конкурентоспособности отечественных гостиниц.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Среди наиболее часто называемых в зарубежной научной литературе авторов, раскрывающих различные аспекты туристских услуг: Браймер Р., Быстров С.А., Волков Ю.Ф., Дорошенко Т.Т., Дурович, А.П., Кабушкин Н.И., Косолапов А.П., Котлер Ф., Кусков А.С., Мейкенз Дж., Папирян Г.А., Рендер Г., Сорокина А.В., Уокер Дж., Филипповский Е.Е., Хаксевер К., Черникова Л.И., Чудновский А.Д. и др., рассмотревшие аспекты маркетинга и менеджмента в гостиничном бизнесе, особенности технологии гостиничных услуг, макро- и

микро-экономические и теоретические организационные аспекты, а также ряд методических проблем прогнозирования, изучения спроса на гостиничные услуги и т.д [2].

Изучению этих проблем посвящены научные труды ученых нашей страны, в частности М.К. Пардаева, И.С. Тухлиева, М.М. Мухаммедова, Б.Н. Навруззода, А.М. Абдувахидова, Д.Х. Аслановой, М.Т.Алиевой, О.Х.Хамидова, А.А.Эштаева, Б.Ш.Сафарова, М.Т.Алимовой, Р.С.Амриддиновой, А.Н.Холикулова и других [3].

МЕТОДОЛОГИЯ

В настоящем исследовании для анализа текущего состояния и перспектив развития гостиничного рынка Узбекистана применен комплексный подход, включающий как количественные, так и качественные методы. В качестве теоретической базы использованы труды отечественных и зарубежных ученых в области гостиничного менеджмента, маркетинга услуг, развития туризма и стратегического управления в индустрии гостеприимства.

Эмпирическую основу составили официальные статистические данные Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма, Государственного комитета по статистике, материалы Министерства культуры и туризма Узбекистана, а также отчеты международных организаций, таких как Всемирная туристская организация (UNWTO) и Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) [4]. Для систематизации информации применялись методы аналитической и статистической группировки, сравнительного анализа и динамических рядов. Данные были проанализированы с использованием табличного и графического представления для наглядного отображения изменений в структуре гостиничного фонда и динамике туристических показателей. Кроме того, в исследовании использовались методы экспертной оценки для выявления актуальных проблем и перспектив развития гостиничного бизнеса в Узбекистане [5]. Были изучены публикации, посвященные мировым трендам в гостиничной индустрии, что позволило сопоставить их с национальными особенностями развития отрасли. Такой подход обеспечил комплексное понимание состояния гостиничного рынка, выявление его сильных и слабых сторон, а также формирование практических рекомендаций по повышению качества гостиничного сервиса и конкурентоспособности гостиничного бизнеса в стране.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

В результате новых реформ, реализуемых в нашей стране, туристическая отрасль выводится в статус стратегической отрасли государства, закладывается основа для строительства и ввода в эксплуатацию объектов размещения, соответствующих большинству мировых стандартов, открытия новых туристических направлений. По данным BusinesStat, в 2019-2023 гг объем туристического рынка Узбекистана вырос на 8,4%: с 29,9 до 32,4 млн поездок.

Падение числа туристических поездок в 2020 г на фоне пандемии было полностью компенсировано ростом рынка в 2021-2023 гг. Восстановлению и росту рынка туризма в Узбекистане выше доковидных показателей способствовали активное увеличение численности внутренних туристических поездок по Узбекистану в 2021 г и 2023 г и возобновление въездных и выездных поездок с целью посещения родственников в 2022 г [6].

В 2021 г в условиях ограничений на международные поездки была усилена работа по развитию внутреннего туризма в Узбекистане: были сформированы специальные предложения, разработаны новые туристские продукты и маршруты, организована рекламная кампания, предоставлялись скидки на внутренние путешествия. В 2023 г стимулом к росту числа внутренних поездок стала запущенная программа кешбэка на путешествия граждан Узбекистана внутри страны [7].

В 2022 г основной прирост числа туристических поездок был обеспечен возобновлением международных поездок. В соседних с Узбекистаном странах (Таджикистане, Киргизии и Казахстане) проживают большие узбекские диаспоры, что создает благоприятные условия для трансграничного туризма с целью посещения родственников. После снятия ковидных ограничений число таких поездок увеличилось в 2,7 раза к уровню 2021 г.

Одновременно с ростом туристских потоков поступательно рос и развивался рынок гостиничных услуг, который справедливо считают основным компонентом туристской инфраструктуры. По оценкам BusinessStat, за 2022-2023 гг объем рынка гостиничных услуг в Узбекистане вырос почти в 2 раза: с 2,6 до 4,8 млн ночевок. Рост рынка обеспечивается возросшим спросом на средства размещения у иностранных гостей. Страна привлекает туристов своей уникальной культурой, историческими памятниками и достопримечательностями, относительно низким уровнем цен [8].

В 2023 г доля постояльцев из стран СНГ и дальнего зарубежья в гостиницах Узбекистана достигла 47% от всех размещенных лиц. Среди них стремительно росло число российских туристов. Столкнувшись с трудностями при организации международных путешествий в европейском направлении, россияне устремились в азиатские страны, в том числе Узбекистан. За 2022-2023 гг количество граждан России, посетивших страну, выросло в 3,7 раза.

Господдержка отрасли, направленная на строительство и модернизацию современной гостиничной инфраструктуры, поддержку туроператоров, стимулирование въездного и внутреннего туризма также способствует развитию рынка гостиничных услуг в Узбекистане.

Со временем конкуренция между гостиничными предприятиями обострялась, что заставляло гостиницы повышать эффективность работы, внедрять новые технологии и методы инноваций, улучшать уровень обслуживания посетителей, повышать квалификацию сотрудников предприятия, в том числе и за счет диверсификации [9].

Средства размещения делятся на категории по целевому назначению, местоположению и расположению, времени работы, уровню оснащенности техническими средствами, состоянию материальной базы и номерному фонду, вместимости, уровню сервиса и качеству предоставляемых услуг, категории посетителей.

По функциональному назначению средства размещения делятся на транзитные и целевые. Транзитные средства размещения предназначены для обслуживания посетителей в условиях кратковременной остановки в пути. Под целевыми средствами размещения можно понимать специализированные по определенным направлениям средства размещения. Например, можно назвать фешенебельные, звездные средства размещения в столице, крупных или туристических городах или санаторно-курортные средства размещения в предгорных и прибрежных районах, а также небольшие семейные гостевые дома, которые можно встретить во всех регионах. При этом средства размещения делятся на такие типы, как городские, пригородные, сельские, горные, лесные, прибрежные.

В туризме, естественно, понимать определенный сезон. Поэтому по времени работы средства размещения можно разделить на следующие: работающие круглый год; сезонные; работающие по выходным; работающие в определенное время (работающие круглосуточно, круглосуточно или ограниченно). Важнейшим фактором в гостиничном хозяйстве является, конечно же, номерной фонд. Номерной фонд средств размещения можно разделить на следующие типы: большие (более 200 номеров); средние (от 51 до 200 номеров); малые (от 16 до 50 номеров); мини (до 15 номеров). В Республике Узбекистан категории средств размещения обозначаются звездой (звездами) и классифицируются на пять категорий.

Высшая категория — пять звезд, низшая — одна звезда. Почему не только гостиницы, но и категории средств размещения обозначаются звездами, потому что категория звезд предусмотрена для средств размещения в рамках требований Национального стандарта Узбекистана «Услуги в сфере туризма. Средства размещения. Система балльной классификации». Государственный стандарт UzMSt 125:2024. Согласно этому стандарту, звездность могут получить не только гостиницы, но и санатории и другие средства размещения. В таблице 1 ниже мы

видим, что на сегодняшний день в нашей стране функционирует 6153 средств размещения туристов [10].

Таблица 1

**Показатели развития рынка гостиничных услуг в Узбекистане
(по состоянию на 01.01.2025 г.)¹**

Показатели	Количество средств размещения, единиц	Количество номеров, единиц	Количество мест, единиц
Гостиницы и аналогичные средства размещения	6153	70 522	161 398
Гостиница	1 098	35 341	68 990
Хостелы	918	10 606	31 539
Пансионат (гостиничного типа)	81	5 024	10 324
Гостевой дом	3 752	12 729	33 496
Другие виды индивидуальных средств размещения	304	6 822	17 049

Конечно, в наших крупных городах мы можем видеть большое количество гостиничных услуг звездного класса. Сегодня спрос на средства размещения, предоставляющие услуги звездного класса, растет среди иностранных и отечественных туристов. С ежегодным ростом числа туристов, приезжающих в нашу страну, увеличивается доля пользователей гостиниц звездного класса и известных и престижных гостиничных брендов в мире. В таблице 2 ниже мы можем увидеть динамику развития рынка гостиничных услуг в Узбекистане.

На деятельность гостиниц в первую очередь влияет уровень их загрузки, а это важнейший показатель работы гостиницы, определяющий ее рентабельность. В настоящее время наблюдается снижение этого коэффициента. Такая ситуация свидетельствует о том, что предложение гостиничных услуг в целом значительно превышает спрос на них из-за быстрого строительства новых гостиниц.

Таблица 2

Динамика развития рынка гостиничных услуг в Узбекистане²

Показатели		2016	2019	2019/2015 %	2024	2019/2024 %
Гостиницы и аналогичные средства размещения	Количество средств размещения, единиц	615	2 163	351,7	6 153	284,5
	Количество номеров, единиц	16 445	33 388	203,0	70 522	211,2
	Количество мест, единиц	31 950	71 979	225,2	161 398	224,2

¹ Разработана автором.

² Разработана автором

Средняя загрузки гостиницы составляет около 60%, что является практически пределом рентабельности. Естественно, уровень загрузки варьируется: выше в сезон, ниже в межсезонье; по субботам и воскресеньям меньше, чем в будни, по праздникам больше, чем в обычные дни, и так далее. Мы считаем, что каждая гостиница имеет разные сезонные изменения коэффициента загрузки и руководство гостиницы должно разработать соответствующие меры, чтобы сбалансировать эти изменения коэффициента.

Если рассматривать цели поездки лиц, проживающих в гостиницах и аналогичных средствах размещения, то наибольшая доля приходится на деловые и профессиональные цели -41,3%, с целью отдыха, оздоровления и лечебных процедур -39,7%, посещение друзей и родственников, другие личные цели - 14,1%, с целью обучения и профессиональной подготовки, транзита и посещения магазинов только -2,3%, с целью непосредственно паломничества 2,6%.

Подтверждением уровня качества гостиничных услуг, показателем класса и уровня сервиса гостиницы является присвоенная категория. В настоящее время отсутствует механизм обязательной классификации гостиниц, который необходимо ввести. В этой связи, в Узбекистане по категориям гостиницы распределены следующим образом: 5 звёздочные – 6 единиц или 1%; 4 звёздочные – 19 единиц или 2 %; 3 звёздочных – 85 единиц или 9%; 2– 40 единиц или 4%; 1 звёздочных 238 единиц или 24%; без категорий – 576 или 59%.

Система классификации гостиниц и иных средств размещения способствует:

- соблюдению современных стандартов обслуживания и повышению качества услуг, предоставляемых в гостиницах и иных средствах размещения;
- согласование требований российской и зарубежной практик гостиничного бизнеса;
- дифференциация гостиниц и отелей позволяет определиться туристу с ассортиментом и качеством предоставляемых услуг.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Введение обязательной системы классификации средств размещения станет важным шагом на пути улучшения качества обслуживания гостиничного сервиса. Говоря об основных направлениях развития гостиничного сектора, следует отметить, что мировой опыт свидетельствует об эффективности инвестиций в гостиничные цепи, а не в отдельные гостиничные хозяйства. В мировой практике существуют два основных вида гостиничных цепей: интегрированные цепи, которые созданы из однородных единиц, и гостиничный консорциум, который объединяет независимые отели. Привлечение на региональный рынок интегрированных и франчайзинговых гостиничных цепей позволит повысить уровень развития гостиничного сектора. Причем, на наш взгляд, целесообразно развивать одно, двух, и трехзвёздочные гостиничные цепи – тем более что такой опыт достаточно распространен и эффективен в мировой

практике (например, во Франции система франчайзинга развивается в одно- и двухзвездном гостиничном секторе).

Современные тренды в развитии гостиничных услуг в мире, которые являются значимыми факторами в развитии рынка гостиничных услуг в Узбекистане:

1. Цифровизация. Тенденция к цифровым и бесконтактным услугам набрала новый импульс в 2020 году. Услуги, ориентированные на клиентов, подвергаются реформированию на основе новых технических возможностей: мобильная регистрация, бесконтактные платежи, голосовое управление, биометрия.

2. Персонализация, ориентация на определённый тип гостей. Потребители, открывающие свои смартфоны и ноутбуки с помощью распознавания лиц и отпечатков пальцев, ожидают такого же удобства при доступе к своим гостиничным номерам. Персонализированные номера со смарт-технологиями: «умными» коврами, говорящими зеркалами, кроватями, шлемы виртуальной реальности и др – это их потребности к современным гостиничным услугам.

3. Одиночные путешественники. Сегодня стало характерным для путешествующих желание проводить время в одиночестве. С целью повышения комфорта одиноких гостей в отелях стараются уменьшать барьеры между персоналом отеля и гостями созданием неформальной обстановки, выбором дизайна интерьера приближённым к домашнему уюту.

4. Виртуальная реальность. Если ограниченные во времени путешественники могут избегать общения, то другие будут только приветствовать его даже в виртуальной форме. Люди, привыкшие к цифровым ассистентам и чат-ботам, заинтересованы в виртуальных товарищах, которые могут развлекать, обучать и дружить (смарт-зеркала). Сегодня цифровые ассистенты в отелях могут оказывать поддержку check-in, предоставлять полезную информацию о досуге и связывать гостей с родными и близкими в пару кликов.

5. Автоматизация и технологии техника позволяет: вход в номер без ключа, телевизор-зеркало, смарт-зеркала, консьерж по SMS, умные термостаты, потоковое видео и аудио, умное освещение, док-станции, высокоскоростной интернет, светочувствительные сенсоры, роботы -ресепшионисты, консьержи, дворецкие, посыльные, пылесосы и др.

Таким образом, создание современной индустрии туризма невозможно без предприятий гостиничного хозяйства, которые занимают важное место в этой сфере деятельности.

Современные тенденции гостиничной индустрии предполагает индивидуализацию оказываемых услуг, предугадывание желаний потребителя с предоставлением комфорта, как уединения в природу, одиночества, медитации, создания приятных сновидений, так и шумных фестивалей, конференций, праздников, виртуальных познаний, условий общения с исключением забот о платежах, о транспорте, еде и т.п., так как всё желательно должно быть предусмотрено и уготовано организаторами услуг на основе современных умных

технологий. Учитывающие современные тенденции развития на рынке гостиничных услуг обеспечат жизнеспособность своей гостиницы в жёсткой конкурентной среде.

В ближайшее время в Узбекистане самыми востребованными будут отели классов стандарт и комфорт, рассчитанные на постояльцев со средним уровнем дохода, а также следующие типы средств размещения: отели-пансионаты; отели с медицинскими услугами; гостиницы с конференц-залами; апарт-отели; хостелы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство. – М.: Март, 2025. –346 с.
2. Анализ рынка гостиничных услуг Узбекистана в 2019-2023 гг., прогноз на 2024-2028 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://businessstat.ru>.
3. Бодров А.В. Повышение эффективности системы управления инвестициями в гостиничном и туристском комплексе Москвы // Российское предпринимательство. –2012. –№7, вып.1(114). –С.155-159.
4. Гаврильчак И.Н., Шарафанова Е.Е., Терентьева Ю.Г. Некоторые проблемы развития гостиничного хозяйства Санкт-Петербурга // Российское предпринимательство. –2011. –№12 (84). –С.97-100.
5. Абдувоҳидов А.М., Баходиров М. Туризм ривожланишининг таҳлили ва прогнози. /Жаҳон иқтисодиёти глобализацияси шароитида туризм индустрияси ривожланишининг устувор йўналишлари. Халқаро илмий амалий анжуман мақолалар тўплами. – Тошкент, ТДИУ, 2021. – 286-290 б.
6. Қишлоқ хўжалиги тўрмоғини замонавий ахборот технологиялари орқали рақамлаштириш ва инновацияларни жадаллаштириш истиқболлари. /Қўқон университети хабарномаси илмий-электрон журнали. – Қўқон. Қўқон университети, 2023. – 26-30 б.
7. Федоров Р.Г., Кошелева Е.А. О развитии гостиничных услуг в регионах с низкой туристской привлекательностью // Российское предпринимательство. – 2013. –№6 (228). –С.127-132.
8. Забержинский Б.Э., Карева Н.В. Внедрение Гостиничная индустрия: ее роль в развитии экономики, основные проблемы и пути их решения // Экономика, предпринимательство и право. —2016. —6(1). —с. 99-110. — doi: 10.18334/epp.6.1.352429.
9. Non-equity modes of international production and development [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unctad-docs.org/files/UNCTAD-WIR2012-Chapter-IVen.pdf>.
10. Onofre Cunill The Growth Strategies of Hotel Chains: Best Business Practices by Leading Companies [Электронный ресурс] / OnofreMartorell Cunill. –Режим доступа:

TIJORAT BANKLARIDA REBRANDING VOSITASIDA MARKETING INNOVATSIYALARINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYALARI

Mirzajonova Maftunaxon Jaxongir qizi

Toshkent xalqaro moliyaviy boshqaruv va
texnologiyalar universiteti
katta o'qituvchisi

E-mail: m.mirzajonova@tift.uz

Annotatsiya

Maqolada tijorat banklarida rebrending jarayonining marketing innovatsiyalarini tatbiq etishdagi o'rni tahlil qilingan. Rebrendingning bank xizmatlari sifatini oshirish, mijoz ishonchini kuchaytirish, ichki boshqaruv tizimini rivojlantirish hamda raqobatbardoshlikni mustahkamlashdagi ahamiyati ko'rsatilgan. Tahlillar asosida rebrendingning samarali amalga oshirilishi bankning umumiy rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatishi haqida xulosalar berilgan. Takliflar orqali bank faoliyatini yanada yaxshilash yo'llari tavsiya etilgan.

Kalit so'zlar: rebrending, tijorat banklari, marketing innovatsiyasi, xizmat sifati, raqobatbardoshlik.

Аннотация

В статье рассмотрена роль процесса ребрендинга в коммерческих банках в реализации маркетинговых инноваций. Показано значение ребрендинга для повышения качества банковских услуг, укрепления доверия клиентов, развития внутренней системы управления и повышения конкурентоспособности. На основе анализа сделаны выводы о положительном влиянии эффективного ребрендинга на развитие банка. Предложены пути улучшения деятельности банков.

Ключевые слова: ребрендинг, коммерческие банки, маркетинговая инновация, качество услуг, конкурентоспособность.

Abstract

The article analyzes the role of rebranding in commercial banks in implementing marketing innovations. The importance of rebranding for improving service quality, strengthening customer trust, developing internal management systems, and enhancing competitiveness is highlighted. The analysis concludes that effective rebranding positively affects the overall development of banks. Recommendations for improving banking activities are provided.

Keywords: rebranding, commercial banks, marketing innovation, service quality, competitiveness.

KIRISH

Bank sektori kundan-kunga o'zgarib borayotgan bozor talablariga moslashishda yangi strategiyalarni talab qiladi. Mijozlar ehtiyojlarining o'sishi, raqamli texnologiyalarning rivojlanishi va xizmat ko'rsatish sifatiga bo'lgan talabning ortishi banklar oldida marketing yondashuvlarini takomillashtirish vazifasini qo'yadi. Shu nuqtai nazardan, tijorat banklarida rebrending jarayonini amalga oshirish bank faoliyatining samaradorligini oshirish, raqobatbardoshlikni mustahkamlash va mijozlar ishonchini orttirishning muhim omillaridan biri sifatida qaraladi.

Rebrending jarayoni marketing innovatsiyalarini joriy qilish, xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash, brend qiymatini oshirish hamda ichki boshqaruv tizimini takomillashtirish imkonini beradi. Bu jarayon orqali banklar xizmatlarni rivojlantirib, mijozlar ehtiyojlariga mos yechimlar yaratish, bozor sharoitlarida o'z mavqeini kuchaytirish hamda brendga bo'lgan ishonchni oshirishga erishadi. Shu sababli, rebrendingning ilmiy asoslangan tahlili va amaliyotga tatbiq etish yo'llarini o'rganish bank sektorida dolzarb vazifa hisoblanadi.

Mazkur tadqiqotning ahamiyati shundaki, rebrending jarayonining bankning ichki va tashqi faoliyatiga ta'siri chuqur o'rganilib, marketing innovatsiyalarini samarali joriy etish orqali xizmat sifatini oshirish, mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash hamda bankning umumiy rivojlanishini ta'minlashning ilmiy asoslari ishlab chiqiladi. Shu jihatdan, rebrending banklarning barqaror o'sishi va raqobatbardoshligini ta'minlashga xizmat qiluvchi asosiy strategik vositalardan biri sifatida qaraladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Tijorat banklarida rebrending jarayonining marketing innovatsiyalarini tatbiq etishdagi o'rni bo'yicha ko'plab ilmiy izlanishlar olib borilgan. Ushbu bo'limda o'rganilgan manbalar tahlil qilinib, ularning asosiy natijalari mazmunan umumlashtiriladi. Shu orqali rebrendingning bank xizmatlarini rivojlantirish, mijozlar xatti-harakatiga ta'siri, xizmat sifatini oshirish va bozor talablariga moslashishda qanday o'rin tutishi aniqlashtiriladi.

Birinchidan, rebrendingning brend qiymatini oshirishdagi o'rni ilmiy jihatdan asoslab berilgan. Masalan, Hashem (2023) tadqiqotida rebrendingning kompaniya qadriyatlarini yangilash, iste'molchilar ongida brendga bo'lgan ishonchni mustahkamlash orqali uning qiymatini oshirishga xizmat qilishi ko'rsatilgan [1]. Shu bilan birga, Bamfo va hamkorlari (2018) ishida rebrendingning mijoz sadoqatiga ta'siri o'rganilgan bo'lib, yangi brend elementlari mijozlarning bank xizmatlariga bo'lgan qiziqishini kuchaytirishi hamda ularning qarorlarini ijobiy tomonga o'zgartirishi aniqlangan [2]. Bu ikki tadqiqot natijalari, rebrendingning bank marketing strategiyasidagi rolini chuqur anglash uchun muhim nazariy asos bo'lib xizmat qiladi.

Ikkinchidan, rebrendingning ichki boshqaruv tizimini takomillashtirish va xizmat sifatini oshirishga qo'shgan hissasi Hamidi va boshqalar (2025) tadqiqotida yoritilgan [3]. Ularning ishlab chiqqan modeli, rebrending jarayonining faqat tashqi ko'rinishni emas, balki ichki boshqaruv tizimi va xodimlar salohiyatini rivojlantirish orqali raqobatbardoshlikni mustahkamlashga qaratilganligini ko'rsatadi. Bu jihat Dang (2024) tomonidan olib borilgan tadqiqot bilan hamohang bo'lib, u yerda samarali

rebranding jarayoni mijozlarning xarid qarorlariga sezilarli ta'sir ko'rsatishi, bank xizmatlarini tanlash jarayonida ularning e'tiborini tortishini ko'rsatadi [4].

Uchinchidan, Awan (2025) xalqaro marketing strategiyasida rebrandingning rolini o'rganib, kompaniya ichki resurslarini boshqarish, tashqi kommunikatsiya strategiyasini yangilash va marketing innovatsiyalarini amalga oshirish orqali raqobat ustunligini ta'minlash imkoniyatlarini tahlil qilgan [5]. Bu yondashuv Mudanganyi (2017) tadqiqoti bilan uyg'unlashib, unda brendning iste'molchilar ongida mukammal o'rin egallashi xizmat sifatiga bo'lgan talabni kuchaytirishi va mijozlar qoniqishini oshirishga olib kelishi ta'kidlangan [6].

Shuningdek, Kiss (2019) ishida rebranding jarayonining bank boshqaruv tizimiga, marketing strategiyasiga va xodimlar faoliyatiga qanday ta'sir qilishi chuqur o'rganilgan [7]. Bu tadqiqotda rebrandingning ichki jarayonlar bilan bog'liq jihatlari, uni amalga oshirish bosqichlari va natijalari mukammal tahlil qilingan. Tenai va Kwasira (2020) esa rebrandingning onlayn xizmatlar sifati va mijoz mamnuniyatiga ta'sirini ko'rsatib, raqamli marketing vositalarining rebranding jarayonidagi rolini yoritib bergan [8].

Umuman olganda, adabiyotlar sharhi rebrandingning bank faoliyatining barcha asosiy jihatlariga ta'sir qilayotganini ko'rsatadi. Bu jarayon orqali banklar bozor talablariga moslashish, xizmat sifatini yaxshilash, ichki boshqaruv tizimini kuchaytirish va mijozlar bilan samarali aloqalarni rivojlantirish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Shu sababli, mavjud ilmiy manbalar tahlili asosida rebrandingning bank sohasida marketing innovatsiyalarini amalga oshirishning asosiy vositalaridan biri ekanligi ilmiy jihatdan asoslanadi.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda tijorat banklarida rebranding jarayonining marketing innovatsiyalariga ta'sirini chuqur tahlil qilish uchun sifatli kontent-tahlil yondashuvi qo'llanildi. Ilmiy manbalar, so'nggi yillarda chop etilgan maqolalar va amaliy tadqiqotlar sistematik ravishda o'rganilib, rebrandingning mijozlar xatti-harakatiga, xizmat sifati, ichki boshqaruv tizimi va bankning raqobatbardoshligiga ta'siri aniqlandi. Shu jarayonda, nazariy manbalar va empirik tadqiqot natijalari o'zaro solishtirilib, rebrandingning bank marketing strategiyasidagi o'rni hamda innovatsion yondashuvlar bilan qanday uyg'unlashgani tushuntirildi.

Tahlil jarayonida rebrandingning asosiy yo'nalishlari, ularning marketing innovatsiyalariga qo'shgan hissi va bank faoliyatiga ta'siri tematik jihatdan guruhlanib, umumiy xulosalar chiqarildi. Bunda mijoz sadoqati, xizmat sifati, ichki tizim samaradorligi va raqamli marketing strategiyalarining rebranding jarayoni bilan o'zaro bog'liqligi alohida e'tiborda bo'ldi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot davomida o'rganilgan manbalar asosida tijorat banklarida rebranding jarayonining marketing innovatsiyalarini amalga oshirishdagi o'rni keng qamrovli va har tomonlama tahlil qilindi. Ushbu bo'limda olingan natijalar asosida rebrandingning bank faoliyatidagi ichki va tashqi jihatlarni qanday o'zgartirishi, mijozlar ongidagi

brend obrazini shakllantirish, marketing strategiyalarini rivojlantirish, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, raqobatbardoshlikni mustahkamlash kabi yo'nalishlarda qanday ta'sir ko'rsatishi batafsil yoritiladi. Shu o'rinda, rebrendingning faqat tashqi ko'rinishni emas, balki bankning ichki boshqaruv tizimi va strategik qaror qabul qilish jarayonlarini ham tubdan o'zgartirish imkoniyatiga ega ekani ta'kidlanadi.

Hashem (2023) tadqiqotida rebrending jarayonining kompaniya brend qiymatini oshirishdagi roli chuqur tahlil qilingan bo'lib, bu jarayon kompaniya ichki qadriyatlarini qayta baholab, iste'molchilar ongida brendga bo'lgan ishonchni mustahkamlashga yordam berishini ko'rsatadi [1]. Bu holat bank sektorida ham o'z tasdig'ini topadi, chunki bank xizmatlari bozorida mijozlar qarorlari ko'p hollarda brendning qadriyatlari va obro'si bilan bog'liq bo'ladi. Moliyaviy xizmatlar xususiyatidan kelib chiqqan holda, mijozlarning qarorlari ko'pincha hissiy asosda shakllanadi, shu bois rebrending jarayoni brendning tashqi obrazini yangilashdan tashqari ichki mazmunini ham kuchaytirishi zarur.

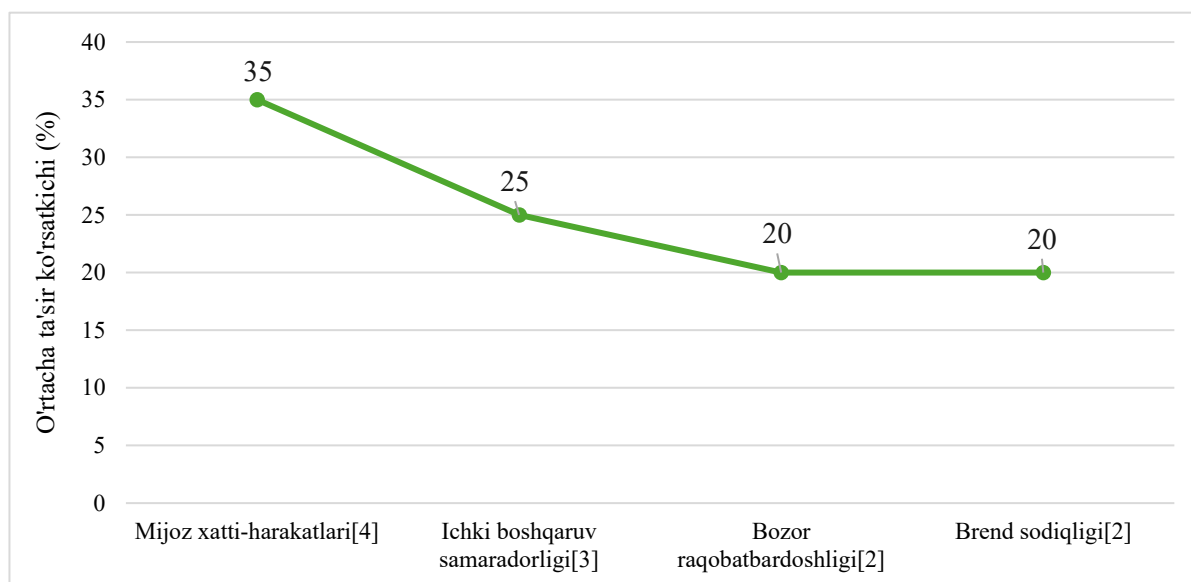
Bamfo va hamkorlari (2018) tomonidan o'tkazilgan tadqiqotda rebrendingning mijozlar sadoqatiga ta'siri empirik jihatdan o'rganilgan. Ularning natijalari samarali rebrending jarayoni orqali bank xizmatlarini tanlovchi mijozlarda yangilangan brend obraziga nisbatan ishonch ortishini, shu orqali ularning bank xizmatlarini muntazam tanlashga intilishlari kuchayishini ko'rsatadi [2]. Bu jihat bank marketing innovatsiyalarini amalga oshirishda rebrendingning o'rnini yanada muhimlashtiradi. Ularning xulosalari shuni ko'rsatadiki, mijozlar ongidagi yangilangan brend elementlari, ularning bankka bo'lgan ishonchi va qaror qabul qilish jarayonlariga kuchli ta'sir ko'rsatadi.

Hamidi va boshqalar (2025) tomonidan ishlab chiqilgan rebrending modeli bankning tashqi marketing strategiyalari bilan bir qatorda ichki boshqaruv tizimini ham tubdan o'zgartirish orqali raqobat ustunligini ta'minlashga qaratilgan. Ularning yondashuviga ko'ra, rebrending jarayoni faqat tashqi ko'rinishni o'zgartirish bilan cheklanmasdan, xodimlar malakasini oshirish, xizmat ko'rsatish jarayonlarini takomillashtirish, ichki kommunikatsiya tizimini kuchaytirish va mijozlar bilan samarali muloqotni rivojlantirish kabi jarayonlarni ham o'z ichiga olishi zarur [3]. Bu jihat bugungi bank sektorida xizmat sifatini oshirish, raqamli transformatsiya jarayonlarini boshqarish va xizmatlarni diversifikatsiya qilish zarurati bilan chambarchas bog'liqdir.

Dang (2024) tomonidan olib borilgan tadqiqotda esa rebrendingning mijozlarning xarid qilish qarorlariga ko'rsatgan ta'siri tahlil qilingan. Unda, samarali rebrending jarayoni mijozlarning bank xizmatlariga bo'lgan qiziqishini oshirishi, ularning bankka bo'lgan ishonchini mustahkamlashi va natijada mijozlarning bank xizmatlarini tanlash qarorlarini sezilarli darajada ijobiy tomonga o'zgartirishi aniqlangan [4]. Awan (2025) tomonidan o'tkazilgan tadqiqotda esa rebrendingning xalqaro marketing kontekstida o'rni tahlil qilinib, kompaniya ichki resurslarini samarali boshqarish, marketing innovatsiyalarini joriy etish, tashqi bozor talablariga tezkor moslashish muvaffaqiyatning asosiy omili sifatida ko'rsatilgan [5].

Mudanganyi (2017) ishida esa iste'molchi ongida brendning qadr-qimmatini oshirishning xizmat sifati va mijozlar qoniqishiga ko'rsatgan ta'siri alohida o'rganilgan [6]. Tadqiqot natijalari brendning iste'molchilar ongida kuchli o'rin egallashi bank xizmatlariga bo'lgan talabni oshirishini, shuningdek, xizmat sifatining yaxshilanishiga olib kelishini ko'rsatadi. Bu jihat rebrending jarayonini tashkil qilishda ilmiy asoslangan strategiya ishlab chiqish zarurligini ta'kidlaydi.

Kiss (2019) tadqiqotida esa rebrendingning bank faoliyatidagi ichki boshqaruv tizimi, marketing strategiyasi va tashqi faoliyat bilan bog'liqligi keng tahlil qilingan [7]. Ularning xulosalariga ko'ra, rebrending jarayoni orqali bankning boshqaruv samaradorligini oshirish, xodimlar salohiyatini rivojlantirish, xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash va mijozlar ehtiyojlariga moslashish imkoniyatlarini yaratish mumkin. Shu bilan birga, Tenai va Kwasira (2020) tadqiqotida onlayn xizmatlar rebrendingining xizmat sifati va mijoz mamnuniyatiga ko'rsatgan ta'siri chuqur yoritilgan bo'lib, ularning natijalari zamonaviy bank xizmatlarida raqamli marketing vositalarining rebrending jarayonidagi o'rni kuchayib borayotganini ko'rsatadi [8].



1-rasm. Rebrending yo'nalishlari bo'yicha ta'sir ko'rsatkichlari¹

Yuqoridagi ilmiy natijalarni umumlashtirib, 1-rasmga murojaat qilish o'rinli. Unda rebrendingning asosiy yo'nalishlari bo'yicha ta'sir ko'rsatkichlari ko'rsatilgan. 1-rasm ma'lumotlariga ko'ra, "Mijoz xatti-harakatlari" yo'nalishi 35% ko'rsatkich bilan yetakchilik qilmoqda. Bu jarayon mijozlarning bank xizmatlarini tanlash qarorlariga rebrendingning qanday ta'sir ko'rsatishini ifodalaydi [4]. Shuningdek, "Ichki boshqaruv samaradorligi" yo'nalishi 25% ko'rsatkich bilan ajralib turib, rebrending jarayonida bankning ichki tizimini mustahkamlash va boshqaruv jarayonlarini optimallashtirishdagi o'rnini ko'rsatadi [3]. "Bozor raqobatbardoshligi" va "Brend sodiqligi" yo'nalishlari 20% dan ko'rsatkichga ega bo'lib, bu rebrending

¹ Muallif ishlanmasi

jarayonining raqobatni kuchaytirish va mijozlar sadoqatini oshirishdagi muhimligini tasdiqlaydi [2].

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, rebrending bank faoliyatining barcha jabhalariga, jumladan marketing strategiyasi, ichki boshqaruv jarayonlari, xizmat sifati, mijozlar xatti-harakatlari, raqamli transformatsiya jarayonlari va xizmatlarning innovatsion rivojlanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shu bois zamonaviy banklar xizmat sifatini oshirish, bozor talablariga moslashish va mijoz ehtiyojlarini qondirish uchun rebrending jarayonini nafaqat tashqi ko'rinishning yangilanishi, balki ichki strategik boshqaruv jarayonlarini chuqur takomillashtirish vositasi sifatida qarashlari lozim. Bunday yondashuv bankning raqobatbardoshligini kuchaytirish, xizmat ko'rsatish tizimini rivojlantirish va barqaror o'sish strategiyalarini amalga oshirish uchun ilmiy asoslangan yechim bo'lib xizmat qiladi. Shu tarzda rebrending marketing innovatsiyalarini amalga oshirishning samarali vositasi sifatida bank faoliyatida muhim strategik o'rin egallaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'tkazilgan tadqiqot natijalari tijorat banklarida rebrending jarayoni marketing innovatsiyalarini joriy etishda samarali vosita ekanini ko'rsatdi. Rebrending jarayoni bankning tashqi ko'rinishini yangilashdan tashqari, ichki boshqaruv tizimini kuchaytirish, xizmat sifatini oshirish va mijozlar bilan munosabatlarni yaxshilashga imkon yaratadi. Shuningdek, rebrending bankning raqobatbardoshligini oshiradi va bozor talablariga tezkor moslashishga yordam beradi. Tadqiqot davomida aniqlandi: rebrending mijoz xatti-harakatlariga ijobiy ta'sir ko'rsatib, ularning xizmatlardan foydalanishga bo'lgan ishonchini mustahkamlaydi.

Shu asosda quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. Ichki jarayonlarni mustahkamlash: Banklar rebrendingni amalga oshirayotganda ichki boshqaruv tizimlarini takomillashtirish, xodimlar malakasini oshirish va xizmat ko'rsatish sifatini yuqori darajaga ko'tarishga e'tibor berishlari zarur.

2. Innovatsion texnologiyalarni joriy etish: Bank faoliyatida raqamli texnologiyalarni kengaytirib, marketing jarayonlarini avtomatlashtirish va mijozlarga qulay xizmat ko'rsatish tizimini rivojlantirish kerak.

3. Mijoz ehtiyojlarini o'rganish: Rebrending jarayonida mijozlarning ehtiyoj va kutgan natijalarini doimiy ravishda tahlil qilib, xizmatlarni takomillashtirishga yo'naltirilgan strategiyalar ishlab chiqish muhim.

4. Kommunikatsiya tizimini kuchaytirish: Bank ichki va tashqi kommunikatsiya kanallarini mustahkamlab, rebrending jarayonidagi o'zgarishlar haqida mijozlarga o'z vaqtida va tushunarli axborot yetkazishni yo'lga qo'yish lozim.

5. Jarayonni monitoring qilish: Rebrending natijalarini baholab borish, aniqlangan kamchiliklarni bartaraf qilish va jarayonni doimiy takomillashtirish tizimini yaratish tavsiya etiladi.

Mazkur takliflarni amalga oshirish bankning barqaror rivojlanishiga, xizmat sifatining doimiy oshishiga va mijozlar ehtiyojlarini to'liq qondirishga xizmat qiladi.

Shu orqali banklar raqobatda yetakchi o'rinni egallash va mijozlar ishonchini mustahkamlash imkoniyatiga ega bo'ladilar.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Hashem, T. N. (2023). The influence of rebranding on brand value within cosmetic industry sector: Mediating role of value engineering. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(11), 1–25. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i11.1701>
2. Bamfo, B. A., Dogbe, C. S. K., & Osei-Wusu, C. (2018). The effects of corporate rebranding on customer satisfaction and loyalty: Empirical evidence from the Ghanaian banking industry. *Cogent Business & Management*, 5(1), 1413970. <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1413970>
3. Hamidi, H., Mahmodzadeh Vashan, M., Hakimpour, H., & Mohammadi, M. (2025). Designing a brand revitalization model for Refah Bank. *Business, Marketing, and Finance Open*, 2(2), 112–124. <https://www.bmfopen.com/index.php/bmfopen/article/view/172>
4. Dang, T. T. T. (2024). The impact of brand repositioning on customer behavior: Current situation and recommendations for Vietnamese commercial banks. *Hoa Binh University Journal of Science and Technology*, 12, 27–29. <https://hvn.edu.vn/baochi/anhhuong-cua-tai-dinh-vi-thuong-hieu-den-hanh-vi-khach-hang>
5. Awan, I. A. (2025). Investigating the impact of rebranding on consumer perception and behaviour as an international marketing strategy [Master's thesis, Tampere University of Applied Sciences]. <https://www.theseus.fi/handle/10024/893570>
6. Mudanganyi, M. (2017). The influence of consumer based brand equity on customer satisfaction and brand loyalty in mobile cellular services [Master's dissertation, Vaal University of Technology]. https://www.academia.edu/download/57131823/Mudanganyi_M_final.pdf
7. Kiss, M. (2019). Rebranding and its impact on banking activities – Case study. *ACTA MARISIENSIS, SERIA OECONOMICA*, 1(1), 57–65. <https://doi.org/10.2478/amso-2019-0007>
8. Tenai, S. C., & Kwasira, J. (2020). Influence of online services rebranding on customer service delivery in the banking sector in Eldoret Town. *IOSR Journal of Business and Management*, 22(10), 32–40. <https://www.academia.edu/download/64968409/C2211033240.pdf>

ИННОВАЦИОННЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРОВ: ИНТЕГРАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ГЛОБАЛЬНУЮ ИННОВАЦИОННУЮ СЕТЬ

Усманова Нозимахон Икрам кизи

Самостоятельный соискатель

Кафедра «Экономики и сервиса»

Ферганский государственный университет

E-mail: nurillaevanazima@gmail.com

Аннотация

В статье рассматривается роль кластерных инновационных экосистем как инструмента интеграции промышленных предприятий в глобальную инновационную сеть. Особое внимание уделяется механизмам, посредством которых кластеры способствуют ускоренному обмену знаниями, развитию совместных исследований, сетевому взаимодействию и расширению доступа к международным рынкам. Анализируются преимущества кластеризации для повышения конкурентоспособности, а также обозначаются основные вызовы, связанные с координацией, конкуренцией и необходимостью государственной поддержки. Приведены примеры успешных кластерных моделей из международной практики, демонстрирующие потенциал кластеров в трансформации промышленной политики и инновационного развития.

Ключевые слова: кластер, инновационная экосистема, промышленное предприятие, глобальная инновационная сеть, технологическое развитие, сетевое взаимодействие, транснациональные корпорации, государственная поддержка, научно-техническое сотрудничество, международная интеграция.

Annotatsiya

Ushbu maqolada klasterga asoslangan innovatsion ekotizimlarning sanoat korxonalarini global innovatsion tarmoqqa integratsiyalashuvdagi o'rni yoritib berilgan. Klasterlar bilim almashinuvi, qo'shma tadqiqot va ishlanmalarni rivojlantirish, xalqaro bozorga chiqish imkoniyatlarini kengaytirish orqali innovatsiyalarni jadallashtirish mexanizmi sifatida ko'rib chiqiladi. Klasterlash korxonalar raqobatbardoshligini oshirishdagi afzalliklari bilan birga, ishtirokchilar o'rtasidagi muvofiqlashtirish, ichki raqobat va davlat qo'lloviga bog'liqlik kabi muammolar ham tahlil qilinadi. Silikon vodiysi (AQSh) va Germaniyadagi avtomobil klasteri kabi xalqaro tajribalar sanoat innovatsiyalarini rivojlantirish va global integratsiyani ta'minlashda klasterlarning kuchli salohiyatini namoyon etadi.

Kalit so'zlar: klaster, innovatsion ekotizim, sanoat korxonasi, global innovatsion tarmoq, texnologik rivojlanish, bilim almashinuvi, transmilliy korporatsiyalar, davlat qo'llovi, xalqaro hamkorlik, integratsiya.

Abstract

The article explores the role of cluster-based innovation ecosystems as a mechanism for integrating industrial enterprises into the global innovation network. It focuses on the key processes through which clusters accelerate knowledge exchange, foster joint research and development, and enable access to international markets. The

paper highlights the advantages of clustering for enhancing competitiveness and innovation capacity, while also identifying challenges related to coordination, intra-cluster competition, and reliance on government support. International case studies, such as Silicon Valley and the German automotive cluster, illustrate the transformative potential of clusters in fostering industrial innovation and global integration.

Keywords: cluster, innovation ecosystem, industrial enterprise, global innovation network, technological development, knowledge exchange, multinational corporations, government support, international cooperation, integration.

ВВЕДЕНИЕ

Современные условия глобальной конкуренции требуют от промышленных предприятий быстрой адаптации к технологическим изменениям. Одним из эффективных инструментов достижения инновационной устойчивости является создание кластерных экосистем. Интеграция в глобальные инновационные сети позволяет предприятиям не только осваивать передовые технологии, но и участвовать в транснациональных проектах, привлекать инвестиции и квалифицированные кадры. Однако, несмотря на потенциал кластеризации, в ряде стран (в т.ч. постсоветского пространства) сохраняется низкий уровень кооперации между наукой, бизнесом и государством. Настоящее исследование направлено на выявление механизмов и условий эффективной интеграции предприятий в глобальную инновационную сеть посредством кластерных структур.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

В последние десятилетия возрос интерес к исследованию инновационных экосистем, кластеризации промышленности и глобальных инновационных сетей. Современная научная литература концентрируется на взаимодействии науки, бизнеса и государства в рамках кластерных моделей, а также на роли цифровых технологий и транснационального сотрудничества в развитии инноваций. Понятие кластера, предложенное М. Портером, трактуется как географически сконцентрированная группа взаимосвязанных компаний, поставщиков, научных организаций и институтов, конкурирующих и сотрудничающих одновременно [1]. Кластеры способствуют инновациям через: усиление конкуренции; обмен знаниями; создание условий для совместных НИОКР. М.Портер подчеркивает, что кластеры стимулируют производительность и инновационную активность, а также способствуют международной конкурентоспособности регионов. Х.Чесбро развил концепцию открытых инноваций, где подчеркивается необходимость внешних источников знаний и технологий. Он утверждает, что компании не могут опираться только на внутренние ресурсы для создания конкурентных продуктов и должны быть частью более широкой инновационной сети [2]. Согласно отчету OECD, транснациональные инновационные сети (Global Innovation Networks) становятся основным механизмом глобализации НИОКР. Промышленные предприятия интегрируются в международные цепочки создания знаний и

технологий, что требует высокой степени открытости и гибкости [3]. В работах Brynjolfsson & McAfee акцент делается на цифровых платформах как инфраструктурной основе новых кластерных моделей [4]. Такие платформы обеспечивают:

- Онлайн-координацию между участниками кластера.
- Ускоренный обмен данными.
- Прозрачность и интеллектуальную защиту.

Цифровизация, включая big data, ИИ и IoT, становится необходимым компонентом «умных кластеров» (*smart clusters*), которые способны адаптироваться к быстро меняющемуся рынку.

Анализ научных источников позволяет утверждать, что: кластерная модель способствует ускорению инноваций; эффективные экосистемы требуют цифровизации и международной интеграции; роль государства и институтов развития остаётся критически важной; формирование транснациональных кластеров и платформенных структур - важный тренд.

МЕТОДОЛОГИЯ

Методологической основой исследования послужил системный и институциональный подход. Использовались следующие методы: анализ вторичных источников (научная литература, отчеты OECD, Европейской комиссии, UNIDO), сравнительный анализ международного опыта (Германия, Южная Корея, Китай), кейсы конкретных промышленных кластеров (автомобильный кластер и т.д.).

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

В последние десятилетия глобальная экономика сталкивается с рядом новых вызовов, среди которых ключевыми являются ускоренное развитие технологий, глобализация рынков и высокая конкуренция в инновационной сфере. Для успешной адаптации к этим условиям промышленным предприятиям необходимо использовать новые подходы к развитию своей инновационной стратегии. Одним из наиболее эффективных инструментов, который способствует ускоренному внедрению инноваций, является кластеризация [1].

Кластеры — это географически сконцентрированные группы взаимосвязанных предприятий, научных организаций, поставщиков и других участников, которые взаимодействуют с целью повышения общей конкурентоспособности и стимулирования инновационного развития [1], [5]. В данном контексте инновационные экосистемы, построенные на базе кластеров, становятся важным механизмом интеграции промышленных предприятий в глобальную инновационную сеть [6].

Инновационные экосистемы, в отличие от традиционных моделей инновационного развития, основываются на активном взаимодействии всех участников - от малого бизнеса до крупных корпораций, от научных организаций до государственных институтов. Кластеры создают плотную сеть контактов между различными факторами и стимулируют обмен знаниями, технологиями и

ресурсами. Это позволяет ускорить разработку и внедрение новых продуктов, а также улучшить общую инновационную активность на уровне региона или страны. Исходя из проделанных научных исследований можно будет сформулировать основные проблемы в сфере инноваций отечественных предприятий (рис.1).



Рис. 1. Основные проблемы инновационного развития предприятий в Узбекистане¹

Процесс интеграции промышленных предприятий в глобальную инновационную сеть через кластеры строится на нескольких ключевых механизмах:

- **Обмен знаниями.** В рамках кластера участники активно обмениваются знаниями, что способствует созданию новых идей и технологий.
- **Совместные исследования и разработки.** На основе кластерных инициатив часто создаются научно-исследовательские центры, где участники могут работать над общими проектами, что снижает риски и увеличивает скорость внедрения инноваций.
- **Сетевое взаимодействие.** Благодаря плотной сети контактов между предприятиями и научными учреждениями, участники кластера получают доступ к международным рынкам и знаниям, что позволяет интегрироваться в глобальные инновационные процессы.

Кластеры не только способствуют ускоренному обмену знаниями, но и играют важную роль в интеграции промышленных предприятий в глобальную сеть инноваций. Они обеспечивают ряд значительных преимуществ:

¹ Разработана автором.

- Экономия на масштабе и синергия. Объединение предприятий в кластеры позволяет эффективно использовать ресурсы и инфраструктуру, что снижает издержки и повышает эффективность инновационных процессов.

- Доступ к специализированным навыкам и талантам. В кластерных экосистемах создаются условия для привлечения высококвалифицированных специалистов, что способствует развитию инновационной деятельности на всех уровнях.

- Доступ к внешним финансам и инвестициям. Компании в рамках кластеров могут получить доступ к венчурным инвестициям, а также привлечь внимание крупных корпораций и международных организаций, что способствует расширению горизонтов для развития и внедрения инноваций.

Кроме того, участники кластеров могут воспользоваться преимуществами экономии на совместной инфраструктуре, общей маркетинговой платформе и создании партнерств с зарубежными компаниями и научными учреждениями.

На сегодняшний день предприятия, находящиеся в кластерах, имеют доступ не только к локальным рынкам, но и к международным инновационным сетям. Это особенно важно в условиях глобализации, когда инновации на одном континенте быстро распространяются на другие [4], [5].

Глобальная интеграция через кластеры осуществляется посредством:

- Партнерства с международными научными и образовательными учреждениями. Многие кластеры активно сотрудничают с зарубежными университетами и исследовательскими центрами, что позволяет обмениваться опытом и внедрять передовые технологии.

- Взаимодействие с транснациональными корпорациями. Кластеры предоставляют предприятиям доступ к международным компаниям, которые могут быть как поставщиками, так и потенциальными покупателями новых технологий.

- Участие в международных выставках и форумах. Это дает предприятиям возможность презентовать свои инновации на международных рынках, налаживать деловые контакты и привлекать инвестиции.

Одним из наглядных примеров может служить технологический кластер в Силиконовой долине (США), который успешно объединил промышленные предприятия в рамках глобальной инновационной сети. [1] Этот кластер включает ведущие IT-компании, стартапы и научные учреждения, обеспечивая эффективный обмен инновационными идеями и способствуя ускоренному внедрению новых технологий на рынок.

Другим примером является Автокластер в Германии, где ведущие автомобильные компании, такие как Volkswagen, BMW и Daimler, совместно с научными институтами и стартапами работают над инновациями в области автономных автомобилей и электрических двигателей. [8] Это сотрудничество позволяет Германии оставаться одним из мировых лидеров в автомобильной индустрии, создавая инновационные решения, которые активно используются в глобальных масштабах.

Несмотря на значительные преимущества, внедрение кластерных инновационных экосистем сталкивается с рядом проблем:

- Недостаток координации между участниками может привести к неоптимальному использованию ресурсов и снижению эффективности инновационной деятельности.
- Конкуренция между участниками кластера может осложнить создание атмосферы доверия и сотрудничества.
- Зависимость от государственного регулирования и поддержки. Без активной государственной политики развитие кластеров может быть замедлено [7].

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Кластерные инновационные экосистемы играют ключевую роль в интеграции промышленных предприятий в глобальную инновационную сеть. Необходима координированная политика, направленная на развитие цифровой инфраструктуры, трансфер знаний и международное сотрудничество. Перспективным направлением является создание транснациональных кластеров с участием университетов, НИИ и компаний из разных стран.

Благодаря таким экосистемам предприятия получают доступ к международному рынку знаний, технологий и ресурсов, что способствует ускоренному внедрению инноваций. Тем не менее, для успешной реализации этого подхода важно учитывать возможные вызовы и проблемы, связанные с координацией и конкуренцией внутри кластеров, а также с необходимостью государственной поддержки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Porter, M. E. (1998). Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, 76(6), 77–90.
2. Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation*. Harvard Business School Press.
3. OECD (2022). *Global Innovation Networks and Clusters*.
4. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *Machine, Platform, Crowd*. Norton.
5. Maskell, P., & Malmberg, A. (1999). The Competitiveness of Firms and Regions: "Uptake" of Externalities. *Geoforum*, 30(4), 317-338.
6. Ponomareva, E. (2020). Кластерные инновационные экосистемы: теория и практика создания. Москва: Наука.
7. Kogut, B., & Zander, U. (1992). Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and the Replication of Technology. *Organization Science*, 3(3), 383-397.
8. European Commission. (2011). *Smart Specialisation and Regional Innovation*. Brussels: European Union.

NAMANGAN VILOYATIDA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI RIVOJLANISHI YO‘LLARI

Alimatova Shoxsanam Abdumalik qizi

Namangan davlat texnika universiteti
“Marketing” kafedresi, tayanch doktoranti

Annotatsiya

Maqolada kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiyotda tutgan o‘rni, mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish bo‘yicha amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar o‘rganilgan. Namangan viloyatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda band aholi hamda viloyatda iqtisodiy faoliyat turi bo‘yicha tadbirkorlik subyektlari tahlil etilgan. Namangan viloyatida tadbirkorlikni yanada rivojlantirish bo‘yicha taklif va tavsiyalar ishlar chiqilgan.

Kalit so‘zlar: Kichik biznes, xususiy tadbirkorlik, kredit, tadbirkorlik, YaIM, eksport, import, savdo, sanoat zonasi, xususiy sektor.

Аннотация

В статье рассматривается роль малого бизнеса и частного предпринимательства в экономике, реализуемые в нашей стране меры по развитию малого бизнеса и частного предпринимательства. Проанализировано население, занимающееся малым бизнесом и частным предпринимательством в Наманганской области, а также субъекты предпринимательства региона по видам экономической деятельности. Были сделаны предложения и рекомендации по дальнейшему развитию предпринимательства в Наманганской области.

Ключевые слова: Малый бизнес, частное предпринимательство, кредит, предпринимательство, ВВП, экспорт, импорт, торговля, промышленная зона, частный сектор.

Abstract

The article studies the role of small business and private entrepreneurship in the economy, measures being taken to develop small business and private entrepreneurship in our country. The population employed in small business and private entrepreneurship in Namangan region and business entities by type of economic activity in the region are analyzed. Proposals and recommendations are made for the further development of entrepreneurship in Namangan region.

Keywords: Small business, private entrepreneurship, credit, entrepreneurship, GDP, export, import, trade, industrial zone, private sector.

KIRISH

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan islohotlar iqtisodiyotning barcha sohalarini, shu jumladan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda, ularni davlat va nodavlat tuzilmalari tomonidan qo‘llab-quvvatlash tizimini takomillashtirish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasini mamlakatimiz ichki imkoniyatlaridan kelib chiqib, rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirilmoqda. O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasida

tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish asosiy strategik yoʻnalishlari koʻrsatib oʻtilgan. Bular quyidagilar: tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish va doimiy daromad manbalarini shakllantirish uchun sharoitlar yaratish, xususiyl sektorning YaIMdagi ulushini 80 foizga va eksportdagi ulushini 60 foizga yetkazish; hududlarda 200 ta yangi sanoat zonalarini tashkil etish va biznes-inkubatorlar tizimini rivojlantirish; sharoiti ogʻir boʻlgan tumanlarda tadbirkorlikni rivojlantirish uchun yanada qulay shart-sharoitlar yaratish; 2026 yilga borib tadbirkorlik subyektlariga soliq yuklamasini yalpi ichki mahsulotning 27,5 foizidan 25 foizi darajasiga kamaytirish; iqtisodiyotda davlat ishtirokini qisqartirish va xususiyl sektorga keng yoʻl ochish va iqtisodiy munosabatlarda erkin bozor tamoyillarini joriy etishni kengaytirish.

Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 7- sentyabrda “Kichik biznesni uzluksiz qoʻllab-quvvatlash” kompleks dasturini takomillashtirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida PQ-312-sonli qarori qabul qilindi. Kichik biznesni moliyaviy qoʻllab-quvvatlashning uzluksizligi va barqarorligini taʼminlash, bank va mikromoliyalashtirish xizmatlaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish, tadbirkorlik subyektlariga ajratiladigan kreditlar muddatlarini uzaytirish hamda 2030-yilgacha tadbirkorlikning turli yoʻnalishlarini rivojlantirish [1] boʻyicha ustuvor vazifalar belgilangan.

ADABIYOTLAR SHARHI

Kichik biznes va tadbirkorlik tushunchalarni birinchi boʻlib XVII asr oxiri va XVIII asr boshlarida ingliz iqtisodchisi Richard Kantilon tomonidan qoʻllangan. Richard Kantilon tadbirkorni tavakkalchilik sharoitida faoliyat koʻrsatuvchi kishi sifatida taʼriflaydi va u yer hamda mehnat omilini iqtisodiy farovonlikni belgilab beruvchi boylik manbai deb tushuntirgan. 1767-1832 yillar davomida faoliyat olib borgan mashhur fransuz iqtisodchisi J.B.Sey oʻzining «Siyosiy iqtisod risolasi» kitobida (1803y.) tadbirkorlik faoliyatini ishlab chiqarishning uch mumtoz omillari – yer, kapital, mehnatning yaxlitligi deb taʼriflagan edi. Kichik biznesni davlat tomonidan tartibga solish va qoʻllab-quvvatlash tizimining shakllanish bosqichlari rossiyalik iqtisodchisi V.N.Bykova tadqiqot ishlarida oʻrganilgan, shuningdek rossiyalik olimlardan O.V.Gleba va V.S. Shpekalar kichik va oʻrta korxonalarni davlat tomonidan qoʻllab quvvatlashning muammoli jihatlarini oʻrgangan. Jon Lester oʻzining “Kichik biznesni qoʻllab-quvvatlovchi siyosat aralashuvi: asoslar, natijalar va tavsiyalar” nomli maqolasida Kichik biznes va tadbirkorlikni qoʻllab-quvvatlash boʻyicha federal tashabbuslarni uchta keng guruhga boʻlish mumkinligini taʼkidlab oʻtgan. Bular moliyalashtirish dasturlari, ilmiy-tadqiqotlarni qoʻllab-quvvatlash va tadbirkorlar uchun ayniqsa foydali boʻlgan soliq choralaridir” deya taʼkidlagan [2]. Xalqlar boyliklarining mohiyati va sabablarini tadqiq etish” asarida A.Smit tadbirkor taʼrifiga alohida eʼtibor bergan edi. A.Smit fikricha, tadbirkor-kapital egasi. U muayyan tijorat gʻoyasini amalga oshirib, daromad olish uchun tavakkalchilik bilan ish boshlaydi, chunki kapitalni biror-bir ishga sarflash doimo tavakkalchilik bilan bogʻliqdir.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida band bo‘lgan aholi, Namangan viloyatida iqtisodiy faoliyat turi bo‘yicha tadbirkorlik subyektlari soni va boshqa ko‘rsatkichlari bo‘yicha rasmiy statistika ma’lumotlaridan foydalanilgan. Iqtisodchi olimlarning fikrlari hamda qonunchilikdagi me’yoriy hujjatlarga asoslanib, analiz, sintez, induksiya va deduksiya usullarini qo‘llagan holda mavzu bo‘yicha tadqiqot olib borilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

So‘nggi yillarda mamlakatimiz va uning barcha hududlarida tadbirkorlikni rivojlantirish, aholini tadbirkorlikka keng jalb qilishga qaratilgan chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Ma’lumki, xususiy tadbirkorlikning kichik va o‘rta biznes shakli bugungi rivojlangan davlatlar tajribasida o‘zining yuksak va muvaffaqiyatli natijalari bilan mustahkam o‘rin egallagan bo‘lib, ayrim davlatlarda uning Yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 60-70 foizni tashkil etadi. Rivojlangan mamlakatlarda kichik biznes yalpi ichki mahsulotning 50 foiz ga yaqinini tashkil qiladi. Masalan, “Germaniyada kichik va o‘rta korxonalarning YaIMdagi ulushi 53 foiz, Shvetsiyada 58 foiz, Italiyada 68 foiz. Kichik biznes aholi bandligining 50 foizdan ortig‘ini ta’minlamoqda”. [3] Keyingi yillarda mamlakatimizda tadbirkorlik subyektlari faoliyatini rivojlantirish, aholini tadbirkorlikka jalb qilish va bandligini ta’minlash uchun ko‘plab chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.

1-jadval

Namangan viloyatida iqtisodiy faoliyat turi bo‘yicha faol tadbirkorlik subyektlari [4]

Faoliyat turi	2020 y	2021 y	2022 y	2023 y	2024 y
Qishloq, o‘rmon va baliq xo‘jaligi	1 796	2 507	2 700	3 098	1 899
Sanoat	5 453	6 525	7 098	7 838	4 880
Qurilish	1 922	2 261	2 384	2 441	1 642
Savdo	6 905	9 034	10 281	11 686	9 023
Tashish va saqlash	960	1 053	1 100	1 211	960
Yashash va ovqatlanish bo‘yicha xizmatlar	1 119	1 355	1 513	1 681	1 318
Axborot va aloqa	349	427	474	499	380
Sog‘liqni saqlash va ijtimoiy xizmatlar	444	534	590	657	634
boshqa turlari	2 513	2 835	2 809	3 194	2 400
Jami	21 461	26 531	28 949	32 305	23 136

2020-2024-yillarda Namangan viloyatida faol tadbirkorlik subyektlari umumiy soni yildan yilga oshib borganini ko‘rishimiz mumkin. Namangan viloyatida dehqonchilik, chorvachilik bilan shug‘ullanuvchi tadbirkorlik subyektlari ko‘p bo‘lib, viloyat agrar iqtisodiyotining rivojlanishiga xizmat qilmoqda. 2021-2023 yillarda viloyatda qishloq, o‘rmon va baliq xo‘jaligida tadbirkorlik subyektlari soni so‘ngi besh yilda deyarli 1,5 barobarga o‘sganligini ko‘rishimiz mumkin. Viloyatda ishlab

chiqarish korxonalari, qurilish materiallari ishlab chiqarish hamda yengil sanoat sohasi yaxshi rivojlangan bo‘lib, sanoatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari 2020-2023 yillarda 1500 ga yaqin yangi tadbirkorlik subyektlari faoliyat olib borgan bo‘lsada, 2024 yilga kelib sezilarli darajada pasayish kuzatilgan. Namangan viloyatida 2024-yilda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari eng ko‘pi savdo sohasida faoliyat olib borganini ko‘rishimiz mumkin. Sog‘liqni saqlash va ijtimoiy xizmatlar sohasida tahlil etilayotgan davr oralig‘ida 200 yaqin yangi tadbirkorlik subyektlari qo‘shilganini ko‘rishimiz mumkin.

Kichik-biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiyot tarmoqlaridagi ulushi o‘sd. Sanoat tarmog‘ida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ulushi 2020 yilda 5586,1 mlrd.so‘mni tashkil etgan bo‘lsa 2024-yilga kelib ushbu ko‘rsatkich 2,8 barobarga o‘sganligini, savdo sohasi bo‘yicha 2,1 barobarga o‘sganligi, xizmatlar sohasi esa 2024 yilda 35 217,3 mlrd.so‘mni tashkil etgan holda deyarli 6 barobarga o‘sganligini ko‘rishimiz mumkin. Bundan tashqari 2020-2024-yillarda yo‘lovchi tashish, Yuk tashish, qurilish, qishloq, o‘rmon va baliq xo‘jaligi va boshqa ko‘plab sohalarda rivojlanish ko‘rsatkichlarini tahlil qilishimiz mumkin.

2-jadval

Namangan viloyati kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiyot tarmoqlaridagi asosiy ko‘rsatkichlari hajmi [4]

Sohalar	2020 y	2021 y	2022 y	2023 y	2024 y
Sanoat (mlrd.so‘m)	5586,1	7 174,3	8 112,6	10 133,7	15970,3
Qurilish (mlrd.so‘m)	4260,7	5 247,9	6 069,8	6 722,4	11754,1
Eksport (ming.AQSH.dol)	197767,0	245235,1	262633,8	258859,2	294196,8
Import (ming.AQSH.dol)	376390,9	467735,3	501 460,8	585 068,9	503836,5
Savdo (mlrd.so‘m)	11 031,4	14 216,3	16 395,4	19 495,7	23 266,9
Qishloq, o‘rmon va baliq xo‘jaligi (mlrd.so‘m)	19 065,2	22 671,5	26 208,5	30 915,6	33 336,5
Xizmatlar (mlrd.so‘m)	5 925,0	7 990,1	9 742,4	11 839,2	35 217,3
Yuk tashish (mln.tonna)	24,4	27,3	29,0	30,8	35,2
Yuk aylanmasi (mln.tonna-km)	539,7	583,3	728,8	1 261,1	1 367,8
Yo‘lovchi tashish (mln.yo‘lovchi)	404,0	423,7	437,6	446,9	455,4
Yo‘lovchi aylanmasi (mln.pass.km)	7 594,2	7 979,0	8 415,1	8 981,1	9 522,0

Namangan viloyatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik mehnat bozorining muhim qismini tashkil etadi. 2024 yil holatiga ko‘ra viloyatdagi jami band aholining 60 % dan ortig‘i kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida ishlaydi. Kichik biznesda band bo‘lganlarning asosiy qismi sanoat, qishloq xo‘jaligi, savdo va xizmatlar sohasida faoliyat olib bormoqda. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanishi natijasida viloyatda mehnat resurslarining katta qismi ushbu sohada band bo‘lmoqda.

3-jadval

Namangan viloyatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining eksport va import ko'rsatkichlari tahlili [4]

ming.AQSH. Dollar

№	Ko'rsatkichlar nomi	2020 y	2021 y	2022 y	2023 y	2024 y
1	Eksport	197 767	245 235,10	262633,80	258859,20	294 196,80
2	Import	376390,90	467 735,30	501460,80	585068,90	503 836,50

Jadval ma'lumotlariga ko'ra tahlil qilinayotgan davr oralig'ida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari eksport salohiyati sezilarli darajada o'sganligini ko'rishimiz mumkin. Mazkur davr oralig'ida 1,5 barobarga o'sganligini, import ham shunga mos ravishda 1,3 barobarga o'sganligini ko'rishimiz mumkin. Mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlar natijasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning hududlar eksportida ulushi o'sib bormoqda.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanib borishi natijasida, aholining mehnatda bandlar soni oshishiga, ijtimoiy hayotning yaxshilanishiga, turmush sharoitiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Shu bois kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bugungi kunda jamiyatimizdagi ijtimoiy va siyosiy barqarorlikning kafolati va tayanchiga, yurtimizning taraqqiyot yo'lidan faol harakatlantiradigan kuchga aylanib bormoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan islohotlar har bir sohada o'z natijasini ko'rsatmoqda. Xususan Namangan viloyatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yildan yilga rivojlanib viloyatni rivojlantirishda asosiy drayver sohaga aylanganligini ko'rishimiz mumkin. Namangan viloyati o'zining tabiiy sharoiti, aholi mehnat bilan bandligi, hududning o'z qadriyatlari jihatidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay hudud hisoblanib, kelgusi yillarda yanada rivojlantirish uchun quyidagilar tavsiya etiladi.

Namanganda kichik biznesni rivojlantirishda quyidagi yo'llardan foydalanish ijobiy natijalar beradi deb hisoblaymiz:

- Viloyatda yangi tashkil etilayotgan va barqaror faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlariga har tomonlama qulay sharoit va muhitlar yaratish.
- Davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash (kichik biznes markazlarini tashkil etish, kompensatsiya va istiqbolli loyihalarda ishtirok etish.
- Kadrlarni o'qitish va rivojlantirish.
- Istiqbolli loyihalarni moliyalashtirish.

Mazkur chora-tadbirlar kichik biznes subyektlarining o'sishini rag'batlantirish va ularning viloyat iqtisodiyotida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun shart-sharoit yaratishga imkoniyat yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 07-sentyabrda PQ-312-son "Kichik biznesni uzluksiz qo'llab-quvvatlash" kompleks dasturini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida Qarori <https://lex.uz/ru/docs/-7093832>
2. Shahzoda Hatamova. "Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida kichik biznesni boshqarish tashkiliy mexanizmini takomillashtirish". [https://zenodo.org/record/6333622#](https://zenodo.org/record/6333622#.Y8PoXZByUk6John). Y 8PoXZByUk6John
3. Elar.urfu.ru
4. Namangan viloyat statistika qo'mitasi ma'lumotlari. Namstat.uz
5. Xalmirzayev Axmadjon Axunovich "O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirish istiqbollari" Young Scientist Research Journal of Karakalpakstan. June vol .
6. Olimjonovich, M. T. (2024). Raqamli iqtisodiyotda Sanoat 4.0 ni rivojlanishini oziga xos jihatlari. Science and innovation, 3(Special Issue 24), 1061-1063.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Алимова Шахноза Октямовна

Докторант, Научно-исследовательский
институт развития туризма

ORCID: 0000-0002-6396-956X

Email: shakinoza.27@gmail.com

Аннотация

В статье рассматривается текущее состояние и тенденции развития предприятий, предоставляющих оздоровительные услуги в Узбекистане. Проведен анализ динамики гостиничного и санаторного фонда, охарактеризованы особенности инфраструктуры и спектр предлагаемых оздоровительных услуг. Выявлены ключевые проблемы и перспективы развития велнес-туризма в республике с учетом мировых трендов и национальных особенностей. Предложены меры по повышению качества и конкурентоспособности оздоровительных услуг в Узбекистане.

Ключевые слова: велнес-услуги, туризм, гостиницы, санатории, Узбекистан, инфраструктура.

Annotatsiya

Maqolada O'zbekistonda sog'lomlashtirish xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalar rivojlanishining holati va tendensiyalari ko'rib chiqilgan. Mehmonxona va sanatoriy fondi dinamikasi tahlil qilingan, mavjud infratuzilma va taklif etilayotgan sog'lomlashtirish xizmatlari assortimenti yoritilgan. Jahon tendensiyalari va milliy xususiyatlar asosida Respublika wellness-turizmi rivojlanishining asosiy muammolari va istiqbollari aniqlangan. O'zbekistonda sog'lomlashtirish xizmatlari sifatini va raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: wellness-xizmatlar, turizm, mehmonxonalar, sanatoriyalar, O'zbekiston, infratuzilma.

Abstract

This article examines the current state and development trends of enterprises providing wellness services in Uzbekistan. It analyzes the dynamics of the hotel and sanatorium stock, describes the specifics of the infrastructure and the range of wellness services offered. Key issues and prospects for the development of wellness tourism in the republic are identified, taking into account global trends and national characteristics. Measures are proposed to improve the quality and competitiveness of wellness services in Uzbekistan.

Keywords: wellness services, tourism, hotels, sanatoriums, Uzbekistan, infrastructure.

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы здоровье и благополучие населения становятся одними из ключевых приоритетов социально-экономического развития большинства стран мира, включая Республику Узбекистан. В условиях постпандемического

восстановления интерес к услугам оздоровления и велнес-туризму значительно вырос, что отражается на глобальной динамике развития данного сегмента. Согласно данным Global Wellness Institute, мировой рынок велнес-услуг в 2022 году превысил 5 трлн долларов США и демонстрирует устойчивый рост с ежегодным приростом более 5%. Это свидетельствует о возрастающем внимании туристов к не только культурным, но и оздоровительным программам.

Для Узбекистана, обладающего богатым природным, климатическим и культурно-историческим потенциалом, развитие предприятий, предоставляющих оздоровительные услуги, имеет стратегическое значение. Оздоровительный туризм способен не только повысить туристическую привлекательность страны, но и содействовать улучшению здоровья населения, созданию новых рабочих мест, стимулированию инвестиций в региональную инфраструктуру.

После вызовов, вызванных COVID-19, новые виды медицинского туризма, особенно велнесс-туризм, станут более предпочтительным выбором. Пандемия COVID-19, без сомнения, вызвала множество глобальных потрясений, особенно в индустрии гостеприимства, и её негативное влияние трудно измерить. Тем не менее, любые изменения дают новые возможности и шанс переосмыслить, как выйти из кризиса более сильными и устойчивыми. В этом отношении медицинский туризм является наилучшим решением, и можно наблюдать, как число путешественников, выбирающих велнесс-туризм, растет с каждым днем. Велнес-туризм предполагает краткосрочные поездки, низкие затраты, поддержку физического и психологического восстановления, избавление от стресса, достижение гармоничного состояния разума и тела, а также общее улучшение благополучия, удовлетворяя потребности в укреплении здоровья и душевного равновесия.

Актуальность исследования обусловлена несколькими ключевыми факторами. Во-первых, в Узбекистане наблюдается значительный рост интереса к услугам велнеса и санаторного лечения как среди иностранных туристов, так и среди местного населения, что требует качественного обновления инфраструктуры и стандартов обслуживания. Во-вторых, несмотря на позитивные тенденции, отрасль сталкивается с рядом проблем, включая недостаточное развитие сервисов мирового уровня, устаревание материально-технической базы отдельных санаториев, низкий уровень цифровизации процессов бронирования и маркетинга. В-третьих, усиливающаяся конкуренция со стороны зарубежных направлений — таких как Казахстан, Турция или Грузия — требует поиска эффективных стратегий для повышения конкурентоспособности отечественного рынка оздоровительных услуг.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Развитие оздоровительного (велнесс) туризма глобально приобретает всё большее значение, что находит отражение в ряде ключевых исследовательских работ.

Исследование Global Wellness Institute (GWI) за 2021–2024 годы показывает, что глобальная экономика велнеса выросла и достигла \$5,6 трлн в 2022 г. при средней годовой динамике 12 % с 2019 по 2022 гг., а сегмент оздоровительного туризма — \$830 млрд в 2023 г. Важно, что GWI подчёркивает значимость интегрированных стратегий, включающих цифровизацию, устойчивые инвестиции и публичную политику для стимулирования сектора [1].

В аспекте региона ключевым является работа М.Кудратова, в которой указано, что уникальное сочетание природных ресурсов и культурного наследия создаёт перспективные условия для развития оздоровительного туризма в Узбекистане, но требует решения инфраструктурных и организационных препятствий. Также подчёркиваются барьеры — например, дефицит инфраструктуры, низкая международная узнаваемость и чрезмерно регламентированная локальная система. Исследователи отмечают, что существуют явные преимущества — метаполитика, климат, растущее число зарубежных туристов — но требуются политики стимулирования и цифровое присутствие, включая программы Р2Р и партнёрства государственно-частного сектора [2].

Более широкую картину развития туризма в Узбекистане предлагает Э.Экиз, где с опорой на SWOT-анализ подтверждается, что оздоровительный туризм — одна из ключевых ниш, но выделяется как недостаточно развитая из-за слабых логистики и маркетинга. В частности, отмечается резкий рост медицинского туризма — на 84 % за первые 8 месяцев 2024 г. (74700 иностранных туристов), что свидетельствует о высоком потенциале сектора.

Таким образом, существует научная потребность в комплексных исследованиях, направленных на адаптацию международных практик, развитие инфраструктуры, цифровых стратегий и государственных инициатив для формирования конкурентоспособного оздоровительного туризма в Узбекистане.

МЕТОДОЛОГИЯ

Методологической основой исследования является комплексный подход, сочетающий количественные и качественные методы анализа, что позволило всесторонне оценить состояние и перспективы развития предприятий, предоставляющих оздоровительные услуги в Узбекистане. В рамках исследования использованы следующие методы: сравнительный анализ, контент-анализ и др. Эмпирическую базу исследования составили актуальные данные за 2018–2024 годы, что обеспечило возможность проследить изменения в развитии отрасли в динамике, включая влияние пандемии COVID-19 на структуру спроса и приоритеты туристов.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

По мере того как люди во всем мире всё больше сосредотачиваются на здоровье и благополучии, досуговый и велнесс-туризм становятся важной темой в индустрии гостиничного сервиса.

Для развития велнесс-туризма в Узбекистане первоочередным этапом является состояние инфраструктуры и её соответствие необходимым условиям. Инфраструктура велнесс-туризма — это совокупность объектов (гостиницы с оздоровительными услугами, санатории, частные клиники, велнес-центры, места с природными ресурсами) и учреждений, составляющих материальную и организационную базу для его развития [3]. Она включает в себя основные сервисы, дорожную систему, транспорт, размещение, гастрономию, культурно-развлекательные услуги, торговую сеть, туристическую безопасность и другое (таблица 1).

Таблица 1.

Уровень предоставления велнес-услуг туристам

Состояние	Расположение	Оценка
Обеспечены отличной инфраструктурой и квалифицированными специалистами	Современные отели	5
Хорошая инфраструктура, частично обеспечены специалистами	Санатории	4.5
Хорошая инфраструктура, частично обеспечены специалистами	Частные клиники	4
Недостаточная инфраструктура и нехватка специалистов	Велнес-центры	3
Неудовлетворительное состояние, отсутствие специалистов и инфраструктуры	Велнес-зоны, состоящие из природных ресурсов (термальные источники, пресные бассейны, горячие пески)	2

Источник: Сформировано автором на основе наблюдений и статистических данных.

На основе наблюдений и статистических данных их состояние можно оценить следующим образом:

1. Уровень предоставления велнес-услуг современными (3–4–5 звездочными) отелями, инфраструктура которых способна удовлетворить потребности туристов [4];
2. Санатории в Узбекистане — предоставляют оздоровительные услуги, включая массаж, йогу, термальные источники, ароматерапию, соляные комнаты и т.д.;
3. Частные клиники — оказывают некоторые велнес-услуги;
4. Велнес-центры — к сожалению, в настоящее время ориентированы на местное население, необходимо пересмотреть их состояние и инфраструктуру в соответствии с мировыми стандартами;
5. Термальные источники, бассейны с пресной водой, горячие пески и другие природные ресурсы — используются в основном местным населением, но не имеют развитой инфраструктуры.

Сегодня многие отели предлагают велнес-услуги через спа-салоны, что является типичным элементом велнес-туризма [5]. Для предоставления таких услуг большинство гостиниц оснащены тренажёрными залами, залами для занятий йогой, специальными ресторанами здорового питания, банями и

саунами, массажными кабинетами, а также дополнительными помещениями для гидротерапии с использованием солёной и минеральной воды [6].

В частности, телеканал CNN (Cable News Network) недавно сообщил, что релаксация, ориентированная на сон становится популярной в отелях и курортах по всему миру. Спрос на эту услугу значительно вырос после пандемии: ряд престижных отелей, таких как Park Hyatt и Rosewood, входящие в известные гостиничные сети, сосредоточили внимание на проблеме недостатка сна у своих гостей (рисунок 2).

В Узбекистане большинство отелей регистрируются на сайте booking.com для начала своей деятельности. Учитывая это, мы рассмотрим анализ престижных гостиниц, действующих в Узбекистане, которые внедрили дополнительные услуги, включая велнес-направление [7].

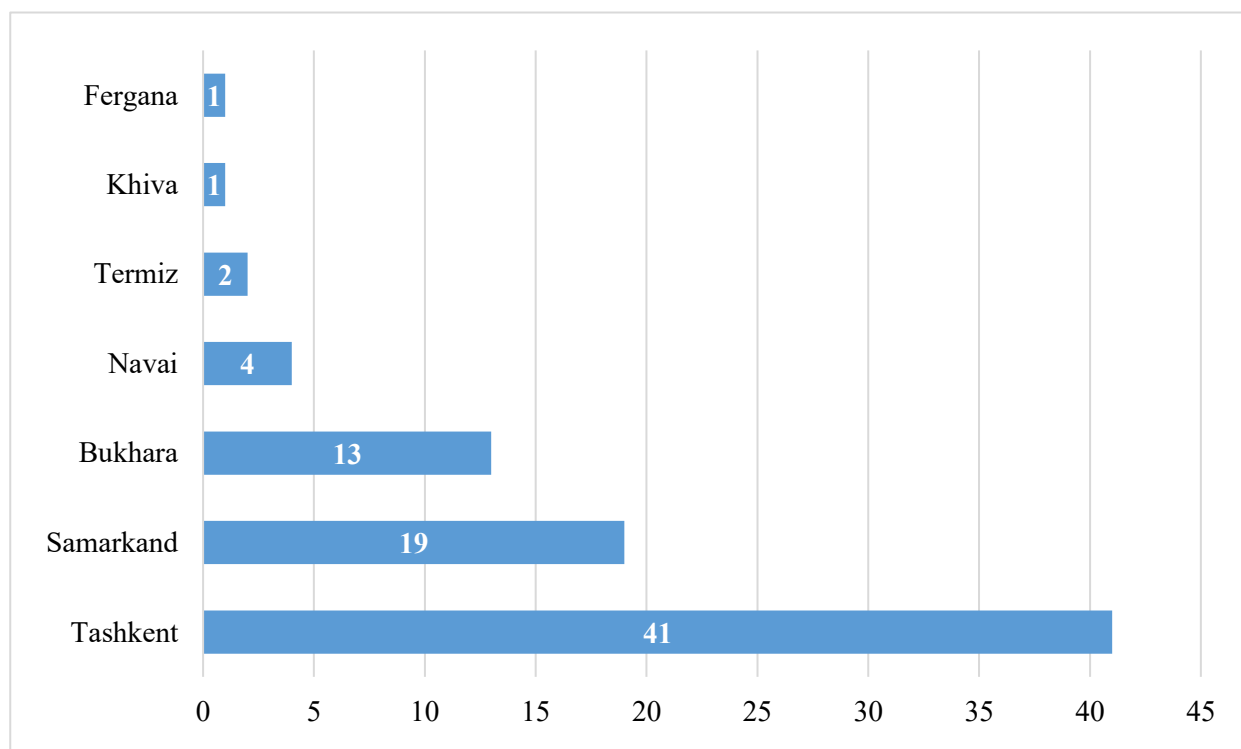


Рис. 1. Количество гостиниц в Республике Узбекистан, предоставляющих велнес-услуги¹

Большинство отелей с велнес-услугами в нашей стране расположены в таких городах, как Ташкент (41), Самарканд (13), Бухара (9) — которые входят в традиционные туристические маршруты. Эти услуги в основном используются туристами в свободное от экскурсий время, и поэтому во многих гостиницах они включены в стоимость проживания как дополнительный сервис [8].

В качестве примера были изучены отели с велнес-услугами, расположенные в Бухарской области.

На основе проведённого анализа можно сказать, что прямо предоставляемые велнес-услуги оплачиваются дополнительно, а косвенно

¹ Разработана автором.

предоставляемые велнес-услуги включаются в стоимость проживания в гостинице. При этом в основном учитывается труд работников, задействованных в оказании этих услуг.

Санаторий — это, по сути, особый тип лечебного учреждения, как правило, расположенного в пригороде. Он рассматривается как место, где люди могут получить лечение и отдохнуть, особенно клиенты, восстанавливающиеся после продолжительных заболеваний [8].

Таблица 3.

Анализ гостиниц с велнес-услугами в Бухаре

№	Название отеля	Звёзды отеля	Средняя цена за ночь/сутки (в сумах)	Номерной фонд	Велнес-услуги
1.	Hotel Malika Bukhara	3	653.511	37	Фитнес-центр, спа, турецкая баня, массаж
2.	Turon City Plaza	4	897.345	105	Фитнес-центр, спа, сауна, джакузи, массаж, летние/зимние бассейны, турецкая баня, занятия фитнесом и йогой
3.	Zargaron Plaza	3	679.019	66	Фитнес-центр, спа, турецкая баня, массаж
4.	Mercure Bukhara Old Town	4	1.032.680	57	Фитнес-центр, спа, сауна, крытый бассейн, турецкая баня
5.	Sahid Zarafshon	4	926.132	150	Фитнес-центр, спа, сауна, джакузи, массаж, летние/зимние бассейны, турецкая баня
6.	Wyndham Bukhara	4	1.023.620	212	Фитнес-центр, спа, сауна, джакузи, массаж, летние/зимние бассейны, турецкая баня
7.	Garden Bukhara Plaza	3	719.458	72	Фитнес-центр, спа, сауна, крытый бассейн, турецкая баня
8.	Hotel Turon Plaza	3	961.998	50	Фитнес-центр, летние/зимние бассейны
9.	Grand Bukhara Hotel	3	656.737	149	Фитнес-центр, спа- и велнес-центр

Источник: Сформировано автором на основе информации с сайта booking.com от 02.09.2023 [9]

В условиях текущих глобальных изменений, которые сильно влияют на здоровье человека, в том числе на психическое состояние, люди всё чаще выбирают отдых в санаториях. Высокий спрос на велнес-услуги отражается и в статистике [9].

Согласно данным Государственного комитета по статистике Республики Узбекистан, можно увидеть, что в 2020 году, во время пандемии, количество санаториев в стране увеличилось по сравнению с предыдущими годами. Ниже представлены основные показатели деятельности санаториев за 2016–2021 годы.

Согласно данным Государственного комитета по статистике Республики Узбекистан, можно увидеть, что в 2020 году, во время пандемии, количество санаториев в стране увеличилось по сравнению с предыдущими годами. Ниже представлены основные показатели деятельности санаториев за 2016–2021 годы.

Таблица 5.

Основные показатели санаториев в Узбекистане за 2016–2021 годы

Показатели	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Количество санаторно-курортных учреждений, единиц	74	105	114	114	119	117
Общее число обслуженных лиц	43172	116614	130331	217969	66829	167611
в том числе:						
Граждане Узбекистана	40790	111911	122637	204306	64465	160702
Граждане стран СНГ	2 339	4 459	7 335	13 421	2 302	6 869
Граждане дальнего зарубежья	43	244	339	242	62	40

Источник: Статистический сборник Государственного комитета по статистике Республики Узбекистан «Туризм в Узбекистане», Ташкент, 2020–2022 гг. [4.5]

На основе этой информации можно сделать вывод, что с целью оздоровления и лечения жители Узбекистана в основном пользуются услугами санаториев. Помимо традиционных методов лечения, санатории предлагают также широкий спектр велнес-услуг, таких как: сауна, фитнес, соляные комнаты, йога, массаж, ароматерапия, джакузи, паровые комнаты, гидротерапия [10].

Ниже представлена информация о целях посещения санаториев в 2016–2019 годах.

Таблица 6.

Цели посещения санаториев в 2016–2019 годах

Показатели	2016	2017	2018	2019
в том числе по целям:				
Всего	334 791	355 671	426 571	528 308
Отдых и досуг	13 133	6 731	24 338	22 704
Служебные и профессиональные цели	1 629	62	598	335
Лечение и профилактика	314 785	347 258	395 216	491 361
Другие	5 244	1 620	6 419	13 908

Источник: Статистический сборник Государственного комитета по статистике Республики Узбекистан «Туризм в Узбекистане», Ташкент, 2020 г.

Таким образом, по целям поездки клиенты, приезжающие в санатории для отдыха и релаксации (велнес-целей), занимают второе место после посетителей, прибывающих с целью лечения и профилактики.

Для более детального подтверждения этих данных рассмотрим анализ основных показателей деятельности санаторно-курортных учреждений по

регионам Узбекистана за 2019 год. Согласно информации, можно определить, в каком регионе расположено наибольшее количество санаториев, сколько было посещений клиентами, а также число мест на одного человека в санаториях.

Таблица 7.

Основные показатели санаториев по регионам Узбекистана в 2019 году

Регионы	Количество санаторно-курортных учреждений, ед.	Количество мест, ед. Количество мест, ед.	Общее количество обслуженных лиц	в том числе		
				в том числе граждане:	Количество санаторно-курортных учреждений, ед.	Количество мест, ед.
Республика Узбекистан	211	28 073	528 308	503 803	24 177	328
Республика Каракалпакстан	7	566	6 833	6 675	158	-
По регионам:						
Андижан	12	835	9797	9442	352	3
Бухара	4	620	9320	9132	188	-
Жиззах	11	1 268	24435	24148	286	1
Кашкадарья	17	2 305	13219	13114	79	26
Навай	7	745	12673	12673	-	-
Наманган	18	2 915	70919	66242	4670	7
Самарканд	29	2 837	22846	22814	32	-
Сурхандарья	12	1 293	14345	14074	232	39
Сырдарья	2	264	900	900	-	-
Ташкент	36	6250	133972	128789	5045	138
Фергана	36	4183	152668	142620	10048	-
Хорезм	5	616	5515	5510	5	-
Город Ташкент	15	3376	50866	47670	3082	114

Источник: Статистический сборник Государственного комитета по статистике Республики Узбекистан «Туризм в Узбекистане», Ташкент, 2020 г.

Согласно отчётам UNWTO и WTTC (2022–2023), основными направлениями мирового велнес-туризма остаются страны Европы и Юго-Восточной Азии, где активно развиваются спа-курорты, а качество оздоровительных услуг соответствует международным стандартам. В Узбекистане пока сохраняется разрыв в уровне сервиса, что требует улучшения материально-технической базы и подготовки квалифицированных кадров.

Экспертные интервью с представителями гостиничного и санаторного бизнеса выявили следующие проблемы:

- ограниченный выбор программ комплексного оздоровления и профилактики;
- низкий уровень цифровизации бронирования и клиентского сервиса;
- устаревшее оборудование и инфраструктура в части санаториев;
- слабая система продвижения оздоровительных услуг на зарубежных рынках.

В то же время опросы туристов и данные статистики показывают высокий интерес к программам детокс-туризма, спа-услугам, физиотерапевтическим и бальнеологическим процедурам, особенно в регионах с богатой природной базой — Ташкентской, Навоийской, Кашкадарьинской и Самаркандской областях.

На основе собранных данных был проведён SWOT-анализ, результаты которого позволили выделить следующие ключевые возможности:

- развитие туров, сочетающих культурное и оздоровительное направления;
- использование минеральных источников и природных курортов для расширения спектра услуг;
- привлечение инвестиций в строительство современных wellness-комплексов;
- активное продвижение Узбекистана на международных туристических выставках как центра восточного велнеса.

Анализ показал, что при условии модернизации инфраструктуры и стандартизации услуг Узбекистан способен существенно увеличить долю въездного туризма с целью оздоровления и повысить конкурентоспособность на региональном рынке.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Результаты проведенного исследования показали, что рынок оздоровительных услуг в Узбекистане обладает значительным потенциалом, однако развитие отрасли сдерживается рядом проблем, связанных с недостаточной инфраструктурой, низким уровнем сервиса, устаревшей материально-технической базой и ограниченным продвижением на международных рынках.

Среди ключевых выводов можно отметить:

- наблюдается положительная динамика в увеличении количества гостиниц и санаториев, однако качественный рост услуг в сфере wellness пока отстает от количественного;
- существует высокий интерес со стороны как иностранных, так и внутренних туристов к оздоровительным программам, в том числе детокс- и спа-туризму;
- отрасли необходимы системные меры для стандартизации качества оздоровительных услуг и подготовки квалифицированных кадров;
- текущая структура гостиничного фонда не соответствует международным стандартам для полноценного развития велнес-туризма: преобладание гостиниц среднего уровня ограничивает приток туристов, ориентированных на премиальный сервис.

На основе анализа предложены следующие меры по развитию предприятий, предоставляющих оздоровительные услуги в Узбекистане:

- активизировать инвестиционные программы по строительству и модернизации санаторно-курортных и wellness-объектов с привлечением частного капитала и государственных льгот;

- разработать и внедрить национальные стандарты качества для услуг в сфере оздоровления и велнеса с учётом международного опыта;
- создать специальные образовательные программы и курсы по подготовке специалистов в области велнес-услуг, менеджмента оздоровительных комплексов и спа-бизнеса;
- развивать цифровую инфраструктуру бронирования и онлайн-продвижения оздоровительных туров через собственные сайты, агрегаторы и социальные сети;
- реализовать комплексную программу продвижения Узбекистана на международных туристических выставках как перспективного направления восточного велнес-туризма.

Реализация данных предложений позволит существенно повысить качество и конкурентоспособность оздоровительных услуг в Узбекистане, что будет способствовать росту туристического потока, развитию регионов и улучшению социально-экономического положения страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Eva Csirmaz, Karoly Peto, University of Debrecen, Faculty of Economics and Business Administration, Hungary, "International trends in recreational and wellness tourism", *Procedia Economics and Finance* 32 (2015) 755 – 762
2. Mauro Dini and Tonino Pencarelli, Department of Economics, Social and Political Studies, University of Urbino Carlo Bo, Urbino, Italy, Wellness tourism and the components of its offer system: a holistic perspective, *Tourism Review* 77(2), 394-412pp 2022, DOI 10.1108/TR-08-2020-0373
3. Siripan Deesilatham and Sameer Hosany, School of Management Royal Holloway, University of London, Wellness Tourism and Quality of life: Motivations, Constraints, Lifestyles and Satisfaction, *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally* (12), 2016
4. Statistical summary of the State Statistical Committee of the Republic of Uzbekistan "Tourism in Uzbekistan", Tashkent 2020
5. Statistical summary of the State Statistical Committee of the Republic of Uzbekistan "Tourism in Uzbekistan", Tashkent 2022
6. <https://globalwellnessinstitute.org/> Global Wellness Institute
7. <https://www.researchandmarkets.com/reports/5669159/wellness-tourism-global-market-report-2022> Wellness Tourism research market report 2022
8. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/wellness-tourism-market> Grand view research
9. <https://www.booking.com/index.ru.html?label=gen> Booking.com
10. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/sanatorium> Cambridge dictionary

HUDUDLARNING TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA XORIJIY TAJRIBALARDAN FOYDALANISH

Maksumov Azizxon Nodir o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya

Ushbu maqola hududlarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha xorijiy tajribani tahlil qilishga bag'ishlangan bo'lib, turizmning mintaqaviy iqtisodiyot, ijtimoiy-madaniy muhit va ekologik barqarorlikka ta'siri, xorijiy davlatlarning (Ispaniya, Italiya, Malayziya va Janubiy Koreya) muvaffaqiyatli tajribalari va ularni O'zbekiston, xususan, Farg'ona vodiysi sharoitida qo'llash imkoniyatlari ko'rib chiqildi. Nazariy asoslar jahon va mahalliy olimlarning tadqiqotlariga asoslandi, shuningdek, mintaqaviy turizmni rivojlantirishning asosiy omillari tahlil qilindi. Maqolada O'zbekistonda xorijiy tajribani joriy qilishdagi muammolar, ularning yechimlari, ilmiy xulosalar va amaliy takliflar taqdim etilgan.

Kalit so'zlar: mintaqaviy iqtisodiyot, barqaror turizm, hududiy differensiatsiya, mintaqaviy brend, turizm xizmatlari eksporti.

Аннотация

Данная статья посвящена анализу зарубежного опыта развития туризма в регионах, с акцентом на влияние туризма на региональную экономику, социально-культурную среду и экологическую устойчивость. Рассмотрены успешные практики зарубежных стран (Испания, Италия, Малайзия и Южная Корея) и возможности их применения в условиях Узбекистана, особенно в Ферганской долине. Теоретической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых, проведён анализ ключевых факторов регионального развития туризма. В статье представлены проблемы внедрения зарубежного опыта в Узбекистане, пути их решения, научные выводы и практические рекомендации.

Ключевые слова: региональная экономика, устойчивый туризм, территориальная дифференциация, региональный бренд, экспорт туристических услуг.

Abstract

This article focuses on analyzing international practices in regional tourism development, highlighting tourism's impact on regional economies, socio-cultural environments, and ecological sustainability. It examines successful experiences from foreign countries (Spain, Italy, Malaysia, and South Korea) and their potential adaptation in Uzbekistan, particularly in the Fergana Valley context. The theoretical framework is based on global and local scholarly studies, with an analysis of key factors driving regional tourism growth. The paper also discusses challenges in

implementing international practices in Uzbekistan, their possible solutions, scientific conclusions, and practical recommendations.

Keywords: regional economy, sustainable tourism, territorial differentiation, regional branding, tourism service exports.

KIRISH

Turizm jahon iqtisodiyotida yetakchi sohalardan biri bo'lib, mintaqaviy taraqqiyot, yangi ish o'rinlari yaratish, madaniy merosni asrab-avaylash hamda ekologik barqarorlikni ta'minlashda muhim o'rin tutadi. Xorijiy davlatlarning muvaffaqiyatli tajribalari O'zbekiston kabi turizm sohasi jadal rivojlanayotgan mamlakatlar uchun foydali yo'nalish va samarali strategiyalarni belgilashda muhim ko'rsatkich bo'lib xizmat qiladi. So'nggi yillarda O'zbekistonda turizm sohasida barqaror o'sish kuzatilmoqda. Masalan, 2024 yilda xorijiy turistlar soni 10,2 million nafarga yetib, 2023 yilga nisbatan 55,2 foizga oshdi. Shu bilan birga, mintaqaviy tafovutlar va infratuzilma, marketing yo'nalishlaridagi ba'zi kamchiliklar mamlakatning turizm salohiyatini yanada to'liq amalga oshirish uchun yangi imkoniyatlarni ochib bermoqda. Farg'ona vodiysi O'zbekistonning iqtisodiy va madaniy salohiyati yuqori hududlaridan biri bo'lib, boy tarixiy meros va tabiiy resurslarga ega. Shu sababli, maqola doirasida xorijiy tajribani chuqur o'rganish va Farg'ona vodiysida turizmni yanada rivojlantirish uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqish asosiy maqsad qilib belgilangan. Turizm mintaqaviy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, ish o'rinlari yaratish va mahalliy aholining farovonligini oshirishga katta hissa qo'shadigan muhim omil sifatida alohida e'tibor talab qiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Mashhur olim Kolin Maykl Xoll tadqiqotlarida turizm mintaqaviy nomutanosiblikni kamaytirish vositasi sifatida qaraladi. Uning ta'kidlashicha, "turizm hududiy taqsimotdagi nomutanosiblikni bartaraf etish uchun madaniy va tabiiy resurslarni samarali boshqarishga asoslanadi"¹. Bu yondashuv mintaqaviy turizmni rivojlantirishda mahalliy resurslarning ahamiyatini alohida ta'kidlaydi.

Shuningdek, Stiven Smit turizmning iqtisodiy multiplikator effektini tahlil qilib, uni mintaqqa iqtisodiyotiga ta'sirini baholash uchun empirik usullarni taklif etadi. Uning fikricha, "turizm xizmatlari eksporti mintaqqa iqtisodiyotining o'sishiga xizmat qiladi, lekin bu jarayon infratuzilma va marketing faoliyatiga bog'liq"². Ushbu nazariy yondashuv turizmning iqtisodiy samaradorligini oshirishda zamonaviy texnologiyalar va marketing strategiyalarining muhimligini ko'rsatadi.

Devid Uiver va Laura Louton lap barqaror turizm konsepsiyasini tahlil qilib, uni iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik jihatlarining muvofiqlashuvi sifatida ta'riflaydi. Ularning ta'kidlashicha, "barqaror turizm mintaqaviy differentsiatsiyani kamaytirishda

¹ Hall C. M. Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility. Pearson Education, 2005. p 45.

² Smith S. L. J. Practical Tourism Research. CABI. 2010. p 112.

muhim vosita bo'lishi mumkin, lekin bu mahalliy jamoalarning faol ishtiroki va davlat siyosatiga bog'liq"¹. Bu konsepsiya O'zbekistonda turizmni barqaror rivojlantirish uchun muhim asos bo'la oladi.

Shu o'rinda hududiy differentsiatsiya va turizmning nazariy asoslariga to'xtalib o'tamiz. Hududiy differentsiatsiya mintaqa ichidagi iqtisodiy, ijtimoiy va infratuzilma ko'rsatkichlarining nomutanosib rivojlanishini anglatadi. Mashhur olim Devid Xarvi bu jarayonni kapital va resurslarning nomutanosib taqsimlanishi bilan izohlaydi. Uning fikricha, "mintaqaviy nomutanosiblik iqtisodiyotning muqarrar xususiyati bo'lib, turizm kabi sohalarda bu jarayon yanada ko'proq namoyon bo'ladi"². Turizmda hududiy differentsiatsiya sayyohlar oqimi, infratuzilma va marketing faoliyatining hududlar bo'yicha farqli darajasida ko'rinadi.

Richard Batler esa turizmning rivojlanish bosqichlarini tahlil qilib, mintaqalar orasidagi farqlarni mahalliy resurslar, infratuzilma va siyosat bilan bog'laydi. Uning ta'kidlashicha, "turizmning rivojlanishi mintaqa ichidagi infratuzilma va tabiiy-madaniy resurslarga bog'liq bo'lib, bu nomutanosib rivojlanishga olib keladi"³. Bu nazariya Farg'ona vodiysidagi viloyatlari turizm rivojlanishidagi farqlarni tushuntirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

So'nggi yillarda turizm sohasini rivojlantirishda barqaror turizm konsepsiyasi muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bunga jahon miqyosidagi ekologik va ijtimoiy-siyosiy jarayonlar sabab bo'lmoqda. Ushbu masalada ilmiy izlanishlar olib borgan olim Richard Sharpli barqaror turizmni madaniy merosni muhofaza qilish, ekologik barqarorlik va mahalliy aholining iqtisodiy manfaatlarini ta'minlash orqali amalga oshiriladigan jarayon sifatida ta'riflaydi. Uning ta'kidlashicha, "barqaror turizm mintaqaviy iqtisodiyotni rivojlantirishda muhim vosita bo'lib, mahalliy aholining faol ishtirokiga tayanadi"⁴.

O'zbekiston olimlaridan Sh.M. Mustafoyev Farg'ona vodiysida barqaror turizmni rivojlantirish uchun madaniy-tarixiy obyektlarni muhofaza qilish va mahalliy aholining iqtisodiy faolligini oshirish zarurligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, "turizmning barqaror rivojlanishi mahalliy jamoalarning turizm faoliyatiga jalb qilinishiga bog'liq"⁵.

Umuman olganda, adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, turizm mintaqaviy nomutanosibliklarni kamaytirish, iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash va hududlararo tafovutlarni yumshatishda samarali vosita sifatida e'tirof etilmoqda. Bunda mahalliy

¹ Weaver D., & Lawton L. Sustainable Tourism: Theory and Practice. Elsevier. 2006. p. 23

² Harvey, D. Spaces of Global Capitalism: Towards a Theory of Uneven Geographical Development. Verso. 2006. p. 34

³ Butler R. W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution. Canadian Geographer, 24(1), 5-12. 1980.
<https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>

⁴ Sharpley R. Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability? Earthscan. 2009. p. 67

⁵ Mustafoyev, Sh.M. Madaniy meros va turizm: O'zbekiston tajribasi. Samarqand: SamDU. 2023. Samarqand davlat universiteti kutubxonasi (<https://samdu.uz>).

resurslardan oqilona foydalanish, davlat siyosati, jamoa ishtiroki hamda infratuzilma va marketing strategiyalarining uyg'unlashuvi hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda tahliliy, taqqoslash va statistik usullardan foydalanildi. Dastlab xorijiy davlatlarning (Ispaniya, Italiya, Malayziya, Janubiy Koreya) turizm sohasidagi tajribalari o'rganildi, ularning muvaffaqiyat omillari ajratib ko'rsatildi. Keyin esa O'zbekiston, xususan Farg'ona vodiysi sharoitida ularni joriy etish imkoniyatlari baholandi. Ma'lumotlar ilmiy adabiyotlar, rasmiy hisobotlar, milliy statistika va xalqaro tashkilotlarning ochiq manbalaridan olindi. Shuningdek, mintaqaviy turizmning iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik ko'rsatkichlari solishtirildi, chuqur tahlil qilindi hamda takliflar ishlab chiqildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Hududlarning turizm salohiyatini oshirish bo'yicha xalqaro amaliy misollarni tahlil qilib, uning Farg'ona vodiysi uchun foydali jihatlarini olish dolzarb masala hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan, quyida bir qator mamlakatlar tajribasi ko'rib chiqiladi.

1. Ispaniya jahon turizm bozorida yetakchi davlatlardan biri bo'lib, Kataloniya mintaqasi ushbu sohada muvaffaqiyatli misoldir. Kataloniya Barselona kabi yirik shaharlar bilan birga Kosta-Brava va Pireney tog'lari kabi tabiiy manzaralarga ega. 2023-yilda Kataloniya 18 mln. nafar xorijiy sayyohni qabul qildi, bu Ispaniyaning umumiy turistlar oqimining 21% ni tashkil etdi. Kataloniyada turizm iqtisodiyotning asosiy tarmoqlaridan biri bo'lib, mintaqa YAIMning 12% ni ta'minlaydi¹.

Muvaffaqiyat omillari:

- *Mintaqaviy brending*: Kataloniya "madaniy va tabiiy boylik markazi" sifatida xorijiy bozorlarda targ'ib qilinadi. Masalan, Gaudi arxitekturasini va Barselonaning tarixiy markazi xorijiy sayyohlar uchun asosiy diqqat sazovor maskanlardir.

- *Infratuzilma*: Barselonaning El-Prat aeroporti yiliga 50 mln. yo'lovchiga xizmat ko'rsatadi, yuqori sur'atli AVE temir yo'l tarmog'i esa mintaqani Madrid va boshqa shaharlar bilan osongina bog'lash imkonini beradi.

- *Mahalliy jamoalarning ishtiroki*: Kataloniyada agroturizm va qishloq turizmi rivojlangan. Masalan, Priorat mintaqasidagi vinochilik fermer xo'jaliklari sayyohlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi.

- *Raqamli texnologiyalar*: Kataloniyada raqamli gidlar va mobil ilovalar (masalan, "Visit Barcelona" ilovasi) sayyohlarga qulaylik yaratadi.

Kataloniya tajribasi Farg'ona vodiysi uchun mintaqaviy brending va infratuzilmani rivojlantirish bo'yicha muhim saboq bo'la oladi. Masalan, Farg'ona viloyatidagi Marg'ilon ipak fabrikasi va Rishton kulolchiligini xorijiy bozorlarda

¹ Turespaña 2023. Catalonia Tourism Report. <https://www.tourspain.es/en/reports>

targ'ib qilish Kataloniyaning brending strategiyasiga o'xshash usulda amalga oshirilishi mumkin.

2. Italiyaning Toskana mintaqasi madaniy-tarixiy va agroturizmning muvaffaqiyatli misoli hisoblanadi. Florensiya, Piza va Siyena kabi shaharlar bilan birga, Toskana qishloqlarida vinochilik, gastronomik turizm va tarixiy qasrlar turistlarni jalb qiladi. 2023-yilda Toskana 14 mln. sayyohni qabul qildi, bu Italiyaning umumiy sayyohlar oqimining 15% ni tashkil etdi. Toskana mintaqa YAIMning 10% ni turizm orqali ta'minlaydi¹.

Muvaffaqiyat omillari:

- *Madaniy merosni saqlash:* Toskanada YUNESKO merosi obyektlari, masalan, Florensiyaning tarixiy markazi va San-Jiminyano muhofaza qilinadi va targ'ib qilinadi. Bu obyektlar xorijiy turistlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi.

- *Qishloq turizmi:* Toskanada agroturizm fermer xo'jaliklari va vino zavodlari orqali rivojlantirilgan. Masalan, Kyanti mintaqasidagi vino turizmi yiliga 2 mln. sayyohni jalb qila oladi.

- *Marketing:* Toskana xorijiy bozorlarda "madaniy va gastronomik jannat" sifatida targ'ib qilinadi. Italiyaning "Tuscany Official Tourism" portali raqamli marketingning muhim vositasi hisoblanadi.

- *Infratuzilma:* Toskanadagi temir yo'l va avtomobil yo'llari mintaq ichidagi shaharlar va qishloqlarni mutanosib ravishda bog'lash imkoniyatiga ega.

Toskana tajribasi Farg'ona vodiysida qishloq turizmini rivojlantirish uchun muhim saboq bo'la oladi. Masalan, Namangan va Andijon viloyatlaridagi bog'dorchilik va fermer xo'jaliklari agroturizmni rivojlantirish uchun asos bo'la oladi.

3. Malayziyaning Penang shtati madaniy, gastronomik va ekologik turizmning muvaffaqiyatli misoli hisoblanadi. Jorjtaun shahri YUNESKO merosi ro'yxatiga kiritilgan bo'lib, ko'cha taomlari va madaniy yodgorliklar bilan mashhur. 2023 yilda Penang 7 mln xorijiy sayyohni qabul qildi, bu Malayziya umumiy turistlar oqimining 10% ni tashkil etdi².

Muvaffaqiyat omillari:

- *Raqamli infratuzilma:* Penangda Wi-Fi nuqtalari va raqamli gidlar keng tarqalgan. "Penang Global Tourism" portali va mobil ilovalar turistlarga qo'shimcha qulayliklar yaratadi.

- *Mahalliy tadbirkorlik:* Penangning ko'cha taomlari va mahalliy hunarmandchilik xorijiy sayyohlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi. Masalan, Jorjtaunning ko'cha taomlari festivali yiliga 500 ming turistni jalb qiladi.

- *Ekologik turizm:* Penang milliy bog'i va tropik o'rmonlar ekologik turizm uchun muhim maskan hisoblanadi.

¹ UNWTO, 2024.

² UNWTO, 2024.

- *Innovatsiyalar*: Penang raqamli marketing va onlayn bron qilish tizimlarini faol qo'llash orqali ko'plab turistlarni jalb qiladi.

Penangning raqamli infratuzilma va mahalliy tadbirkorlikka asoslangan tajribasi Farg'ona vodiysida, xususan, Namangan viloyatida raqamli gidlar va mahalliy hunarmandchilikni targ'ib qilish uchun qo'llanishi mumkin.

4. Janubiy Koreyaning Jeju oroli tabiiy turizm va madaniy yodgorliklarning mukammal kombinatsiyasidir. Jeju YUNESKOning Jahon merosi ro'yxatiga kiritilgan landshaftlari va madaniy festivallari bilan mashhur. 2023 yilda Jeju 15 mln. turistni qabul qildi, bu Janubiy Koreyaning umumiy sayyohlar oqimining 20% ni tashkil etdi¹.

Muvaffaqiyat omillari:

- *Ekologik turizm*: Jeju orolidagi tabiiy manzaralar (Xallasan vulqoni, lavalig'orlar) ekologik turizmning asosiy manbalaridir.
- *Festivallar va madaniy tadbirlar*: Jejudagi madaniy festivallar (masalan, Jeju olov festivali) yiliga millionlab turistlarni jalb qiladi.
- *Innovatsion marketing*: Janubiy Koreya "Visit Jeju" raqamli platformasi orqali xorijiy bozorlarda Jeju orolini faol targ'ib qiladi.
- *Infratuzilma*: Jeju xalqaro aeroporti yiliga 30 mln. yo'lovchiga xizmat ko'rsata oladi.

Jeju orolining ekologik turizm va madaniy festivallarga asoslangan tajribasi Farg'ona vodiysidagi tabiiy manzaralar (masalan, tog'lari) va madaniy tadbirlarni targ'ib qilish uchun muhim namuna bo'lib xizmat qila oladi.

Xorijiy tajribaning muvaffaqiyatli omillarini tahlil qilish Farg'ona vodiysida turizmni rivojlantirish uchun muhim asos bo'lib xizmat qiladi. Tahlillar asosida quyidagi omillarni keltirib o'tish mumkin:

Mintaqaviy brending va marketing:

Xorijiy davlatlar (Ispaniya, Italiya, Malayziya, Janubiy Koreya) mintaqaviy brending orqali o'z mintaqalarini xorijiy bozorlarda mustahkam targ'ib qiladi. Masalan, Kataloniyaning "Gaudi merosi" yoki Toskananing "vino va madaniyat" brendi xorijiy turistlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi.

Farg'ona vodiysida bunday brending yetarli emas. Masalan, Marg'ilon ipakchilik va Rishton kulolligi xorijiy bozorlarda yetarlicha targ'ib qilinmaydi.

Infratuzilma va raqamli texnologiyalar:

Xorijiy misollarda (Penang, Jeju) raqamli infratuzilma (Wi-Fi nuqtalari, mobil ilovalar) va zamonaviy transport tizimlari muhim rol o'ynaydi. Masalan, Jeju orolidagi raqamli gidlar turistlarga real vaqtda axborot taqdim etadi.

Farg'ona vodiysida Namangan viloyatida Wi-Fi nuqtalarining soni ortib borayotgani ijobiy holat bo'lib, kelgusida ularning hududiy qamrovini yanada kengaytirish uchun zamin yaratilmoqda.

¹ UNWTO, 2024.

Mahalliy jamoalarning ishtiroki:

Kataloniya va Toskanada mahalliy jamoalar agroturizm va mahalliy mahsulotlarni targ'ib qilish orqali turizmga faol jalb qilingan. Bu mintaqa iqtisodiyotini diversifikatsiya qilishga xizmat qiladi.

Farg'ona vodiysida mahalliy jamoalarning turizm jarayonlariga jalb qilinish salohiyati yuqori bo'lib, bu sohada yanada keng qamrovli ishtirokni rag'batlantirish uchun qulay sharoit va imkoniyatlar mavjud. Masalan, Andijon va Namanganda fermer xo'jaliklari va hunarmandlarni turizmga jalb qilish, ularning turizm orqali barqaror daromad manbalarini yaratish bo'yicha istiqbolli yo'nalishlar belgilangan va bu borada amaliy choralar ko'rilmogda.

Ekologik va barqaror turizm:

Jeju oroli va Penang ekologik turizmni rivojlantirishda muvaffaqiyatga erishgan. Bu mintaqalarda tabiiy resurslar muhofaza qilinadi va sayyohlar uchun ekologik turlar tashkil etiladi.

Farg'ona vodiysida ekologik turizmni rivojlantirish bo'yicha katta imkoniyatlar mavjud bo'lib, bu sohada amalga oshirilayotgan tashabbuslar yangi istiqbolli yo'nalishlarni belgilab beradi.

Farg'ona vodiysi O'zbekistonning turizm salohiyati yuqori mintaqasi bo'lib, tarixiy-madaniy resurslar (Rishton kulolligi, Marg'ilon ipakchilik, Xudoyorxon saroyi) va tabiiy manzaralarga (Shohimardon) ega. Mavjud imkoniyatlardan kelib chiqqan holda, xorijiy tajribani ushbu mintaqa sharoitida qo'llashning bir qator yo'nalishlarini keltirish mumkin:

Mintaqaviy brending (Ispaniya tajribasi):

Farg'ona vodiysini "Ipak yo'li madaniyati" yoki "tarixiy hunarmandchilik markazi" sifatida xorijiy bozorlarda targ'ib qilish mumkin. Masalan, Marg'ilon ipak fabrikasi va Rishton kulolligini xorijiy sayyohlar uchun brend sifatida ko'tarish zarur. Kataloniyadagi kabi raqamli marketing platformalari (masalan, "Visit Fergana Valley" portali) yaratilishi mumkin.

Qishloq turizmi (Italiya tajribasi):

Namangan va Andijon viloyatlarida agroturizmni rivojlantirish uchun mahalliy fermer xo'jaliklari va bog'dorchilik bilan shug'ullanuvchi jamoalarga grantlar taqdim etish lozim. Masalan, Toskanadagi vinochilik fermer xo'jaliklariga o'xshash, Namangandagi uzumzorlar va Andijondagi meva bog'lari agroturizm uchun asos bo'lishi mumkin.

Raqamli infratuzilma (Malayziya tajribasi):

Namangan viloyatida Wi-Fi nuqtalari soni yuqori (341 nuqta, 2024), lekin ularning qishloq joylarda taqsimlanishini yaxshilash va Penang kabi raqamli gidlarni joriy qilish zarur. Masalan, Farg'ona vodiysi uchun mobil ilova yaratilib, tarixiy obyektlar, yo'l ko'rsatkichlar va xizmatlar haqida real vaqtda ma'lumot taqdim etilishi mumkin.

Ekologik turizm va festivallar (Janubiy Koreya tajribasi):

Fargʻona vodiysidagi tabiiy manzaralar ekologik turizmni rivojlantirish uchun muhim salohiyatga ega. Jeju orolidagi kabi madaniy festivallar (masalan, “Ipak va kulollik festivali”) tashkil qilinishi mumkin. Bu turistlar oqimini oshirishga xizmat qiladi.

Xorijiy tajriba (Ispaniya, Italiya, Malayziya, Janubiy Koreya) tahlili mintaqaviy turizmni rivojlantirishda bir qator muhim xulosalarni chiqarish imkonini beradi:

- *Mintaqaviy brending* mintaqani xorijiy bozorlarda faol targʻib qilishda asosiy rol oʻynaydi. Kataloniya va Toskana tajribasi Fargʻona vodiysida ipakchilik va kulollik kabi madaniy merosni brend sifatida targʻib qilish imkoniyatlarini koʻrsatadi.

- *Infratuzilma va raqamli texnologiyalar* turistlar uchun qulaylik yaratishda muhim ahamiyatga ega. Penang va Jeju tajribasi raqamli gidlar va Wi-Fi nuqtalarining ahamiyatini koʻrsatib beradi.

- *Mahalliy jamoalarning ishtiroki* mintaqqa iqtisodiyotini diversifikatsiya qilish va ijtimoiy-iqtisodiy ahvolni yaxshilashda muhim omildir. Toskanadagi agroturizm tajribasi Namangan va Andijonda qishloq turizmini rivojlantirish uchun muhim oʻrnak boʻla oladi.

- *Ekologik turizm* tabiiy resurslarni muhofaza qilish va barqaror rivojlanishni taʼminlashda muhim rol oʻynaydi. Jeju oroli tajribasi Fargʻona vodiysidagi tabiiy manzaralarni targʻib qilish imkoniyatlarini koʻrsatadi.

Fargʻona vodiysida xorijiy tajribani joriy qilish jarayoni infratuzilma, marketing va kadrlar tayyorlash borasidagi imkoniyatlarni yanada kengaytirishga asoslangan.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Olib borilgan tahlillar hamda oʻrganilgan adabiyotlar asosida quyidagi taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi:

Fargʻona vodiysini “Ipak yoʻli madaniyati va hunarmandchilik markazi” sifatida xorijiy bozorlarda targʻib qilish uchun raqamli marketing platformasi (masalan, “Visit Fergana Valley”) yaratish.

Namangan va Andijonda agroturizmni rivojlantirish uchun mahalliy fermer xoʻjaliklari va bogʻdorchilik bilan shugʻullanuvchi jamoalarga grantlar ajratish va ular uchun treninglar tashkil etish. Toskanadagi vinochilik tajribasi asosida uzumzorlar va meva bogʻlarini targʻib qilish.

Penang va Jeju tajribasiga asoslanib, Fargʻona vodiysida Wi-Fi nuqtalarini qishloq joylarda kengaytirish va raqamli gidlar (mobil ilovalar) joriy qilish.

Fargʻona vodiysida ekologik turlar tashkil qilish, shuningdek, “Ipak va kulolchilik festivali” kabi madaniy tadbirlarni joriy qilish.

Italiya va Malayziya tajribasiga asoslanib, turizm sohasida professional gidlar va xizmat koʻrsatuvchilar tayyorlash uchun xorijiy ekspertlar jalb qilingan oʻquv dasturlarini joriy qilish.

Turizm xizmatlari eksporti va turistlar oqimi bo'yicha aniq statistik ma'lumotlar to'plash tizimini yaxshilash va boshqalar.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Hall C. M. Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility. Pearson Education, 2005.
2. Smith S. L. J. Practical Tourism Research. CABI. 2010.
3. Harvey D. Spaces of Global Capitalism: Towards a Theory of Uneven Geographical Development. Verso. 2006.
4. Butler R. W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution. Canadian Geographer, 24(1), 5-12. 1980. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
5. Weaver D., & Lawton L. Sustainable Tourism: Theory and Practice. Elsevier. 2006.
6. Sharpley R. Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability? Earthscan. 2009.
7. Xudoyqulov X.X. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning iqtisodiy asoslari. Toshkent: Iqtisodiyot va moliya. 2022. O'zbekiston Milliy kutubxonasi (<https://www.natlib.uz>).
8. Mustafoyev Sh.M. Madaniy meros va turizm: O'zbekiston tajribasi. Samarqand: SamDU. 2023. Samarqand davlat universiteti kutubxonasi (<https://samdu.uz>).
9. World Tourism Organization (2024). *UNWTO Tourism Highlights*. Madrid: UNWTO. <https://www.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2024>
10. Turespaña 2023. Catalonia Tourism Report. <https://www.tourspain.es/en/reports>
11. Tosun C. Limits to Community Participation in the Tourism Development Process. Tourism Management, 2000. 21(6), 613-633. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1)

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНТЕКСТ

Захарова Ирина Борисовна

к.ф.н., доцент ТГЭУ

Непейвода Андрей Николаевич

к.и.н., доцент ТГЭУ

Аннотация

В статье рассматриваются поведенческие особенности финансового поведения населения Узбекистана на основе результатов эмпирического исследования. Выявлены ключевые факторы, влияющие на финансовые решения домохозяйств, включая уровень финансовой грамотности, доверие к финансовым институтам, культурные и поведенческие установки. Сравнительный анализ с международными данными позволил определить как универсальные, так и специфические черты финансового поведения в Узбекистане. Предложены рекомендации по улучшению финансового просвещения и формированию устойчивых моделей поведения.

Ключевые слова: финансовое поведение, население, Узбекистан, финансовая грамотность, доверие, эмпирический анализ

Annotatsiya

Maqolada O'zbekiston aholisi moliyaviy xulq-atvorining xususiyatlari empirik tadqiqotlar asosida tahlil qilingan. Uy xo'jaliklarining moliyaviy qarorlariga ta'sir qiluvchi asosiy omillar aniqlangan: moliyaviy savodxonlik darajasi, moliyaviy institutlarga bo'lgan ishonch, madaniy va xulqiy omillar. Xalqaro tajriba bilan taqqoslash orqali O'zbekistonga xos va umumiy tendensiyalar aniqlangan. Aholining moliyaviy ongini oshirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: moliyaviy xulq-atvor, aholi, O'zbekiston, moliyaviy savodxonlik, ishonch, empirik tahlil

Abstract

This article examines the behavioral aspects of financial behavior among the population of Uzbekistan based on empirical research. Key factors influencing household financial decisions are identified, including financial literacy levels, trust in financial institutions, and cultural-behavioral attitudes. A comparative analysis with international data reveals both universal and Uzbekistan-specific behavioral patterns. The study offers practical recommendations for improving financial education and promoting sustainable financial behaviors.

Keywords: financial behavior, population, Uzbekistan, financial literacy, trust, empirical analysis

ВВЕДЕНИЕ

Поведенческие аспекты финансового поведения стали объектом пристального внимания учёных в последние десятилетия. Традиционные экономические модели, предполагающие рациональность агентов и полную информированность, не всегда корректно описывают реальные решения людей в области накопления, потребления, инвестирования и кредитования [1]. В рамках поведенческих финансов анализируется влияние психологических факторов, социальных норм, когнитивных искажений на принятие финансовых решений.

В контексте Узбекистана интерес к поведенческим аспектам финансового поведения населения усиливается вследствие масштабных экономических и институциональных преобразований, проходящих в стране с 2017 года [2]. Либерализация валютного рынка, совершенствование банковской системы и активизация частного сектора способствуют росту доступности финансовых инструментов и повышению вовлечённости населения в сферу финансов [3]. Однако, несмотря на позитивную динамику, сохраняются проблемы, связанные с недоверием к финансовым институтам, низким уровнем финансовой грамотности отдельных групп населения и распространённостью неформальных финансовых практик.

Цель настоящего исследования — выявить основные поведенческие аспекты, влияющие на финансовое поведение населения Узбекистана, а также проанализировать эмпирические данные, позволяющие оценить степень рациональности и осознанности принимаемых финансовых решений. В рамках работы ставятся следующие задачи:

- Определить основные факторы (психологические, социокультурные, институциональные), влияющие на финансовое поведение жителей Узбекистана.
- Оценить роль когнитивных искажений (эффект привязанности, эффект чрезмерной уверенности, якорный эффект и др.) в формировании финансовых привычек и предпочтений.
- Сопоставить результаты исследования с данными международных работ в области поведенческих финансов и финансовой грамотности.
- Разработать рекомендации, направленные на повышение эффективности экономической политики, ориентированной на формирование рационального и ответственного финансового поведения.

Научная новизна работы состоит в комплексном эмпирическом анализе поведенческих факторов среди населения Узбекистана, где подобные исследования пока не получили широкого распространения. Практическая значимость заключается в формировании рекомендаций для государственных органов, коммерческих банков и образовательных учреждений по совершенствованию программ финансового просвещения и укреплению доверия к финансовым институтам.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Международные исследования в области поведенческих финансов подчеркивают, что финансовое поведение индивидов часто отклоняется от рациональных моделей. Ключевые поведенческие искажения, такие как избыточная уверенность, избегание потерь, предвзятость ретроспективной оценки и представительность, оказывают значительное влияние на финансовые решения. Например, исследование, проведенное в ОАЭ, выявило, что предвзятость ретроспективной оценки и представительности положительно коррелируют с уровнем финансовой грамотности, в то время как избыточная уверенность не имеет статистически значимого влияния [4].

Теория запланированного поведения (Theory of Planned Behavior) также широко применяется для объяснения финансового поведения, включая инвестиционные решения, управление долгами и сбережениями. Она подчеркивает роль намерений, субъективных норм и воспринимаемого контроля над поведением в формировании финансовых действий [5].

В контексте Узбекистана поведенческие аспекты финансового поведения начинают получать внимание исследователей [6]. Например, исследование, посвященное выбору паевых инвестиционных фондов, предложило модель на основе теории перспектив, выявив влияние факторов, таких как доверие к финансовым институтам и уровень финансовой грамотности, на инвестиционные решения. Другой пример — анализ поведения экономических агентов на страховом рынке Узбекистана [7]. Исследование показало, что низкий уровень доверия к страховым компаниям, сложность страховых продуктов и низкая финансовая грамотность населения являются основными препятствиями для развития страхового сектора.

Кроме того, исследование, проведенное Международной финансовой корпорацией (IFC), подчеркивает необходимость повышения финансовой грамотности и включения населения в формальные финансовые системы [8]. Оно отмечает, что финансовая способность включает не только знания, но и навыки, установки и поведение потребителей в отношении финансовых услуг.

МЕТОДОЛОГИЯ

Теоретической базой исследования выступает направление поведенческих финансов, опирающееся на труды Канеман, Тверски, Талер, Санштейн и других учёных, акцентирующих внимание на когнитивных искажениях в процессе принятия решений. Поведенческая модель предполагает, что люди часто отклоняются от строго рационального выбора, поддаваясь эмоциональным и социальным факторам [9]. Применительно к Узбекистану особо интересен культурный и социальный контекст, учитывающий роль семейных связей, традиционных установок и исторически сложившихся неформальных финансовых практик.

Для анализа используется обобщённая концептуальная схема, включающая: когнитивные искажения (эффект статус-кво, эффект чрезмерной

самоуверенности, эвристика доступности и пр.), социальные факторы (уровень доверия к банкам и государственным институтам, влияние семьи и ближнего круга), институциональная среда (регулирование финансового рынка, наличие программ по повышению финансовой грамотности, налоговое и правовое поле) [10].

Источниками данных являются данные Национального комитета Республики Узбекистан по статистике — о доходах населения, уровне занятости, банковских вкладах, кредитной нагрузке; информация Центрального банка Узбекистана (CBU) — о динамике ставок, количестве открытых счетов и карточных продуктов. Особую роль, как источник данных, играют международные базы и отчёты, таких, как: Европейский Банк реконструкции и развития, предоставляющий независимые показатели банковского сектора и уровень финансового проникновения по разным странам, в том числе в Узбекистане; Всемирный банк, дающий сравнительный анализ международных данных по финансовой вовлечённости (Global Findex); Международный валютный фонд и др [11].

Методы анализа включают: статистический анализ: сводные таблицы по частотам ответов, корреляционный анализ между демографическими переменными (возраст, доход, место проживания) и показателями финансового поведения (способ сбережений, уровень закредитованности), факторный анализ: выделение латентных факторов, отражающих ключевые когнитивные и поведенческие черты, влияющие на принятие финансовых решений, контент-анализ экспертных интервью для выявления общих тенденций и мнений об основных барьерах и стимулах рационального финансового поведения, сравнительный анализ (benchmarking) с результатами международных исследований, включая работы по финансовой грамотности в развивающихся странах.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Недавние исследования показывают, что уровень финансовой грамотности в Узбекистане остается низким, что влияет на финансовое поведение населения. Это проявляется в ограниченном использовании финансовых услуг и недостаточном планировании личных финансов. Факторы, такие как возраст, уровень образования и доход, оказывают значительное влияние на финансовую грамотность и поведение.

Исследование, проведенное в Узбекистане, выявило, что при выборе паевых инвестиционных фондов население руководствуется не только экономическими, но и поведенческими факторами. К таким факторам относятся доверие к финансовым институтам, уровень финансовой грамотности и склонность к избеганию потерь. Это подтверждает применимость теории перспектив в контексте финансового поведения узбекского населения [12].

По результатам опроса (n=800) можно выделить следующие тенденции:

Высокая доля наличных сбережений: около 58% респондентов предпочитают хранить накопления в виде наличных денег дома или в сейфах.

Ограниченное использование инвестиционных инструментов: только 12% опрошенных когда-либо покупали облигации или акции, а 5% участвовали в программах добровольного пенсионного страхования.

Рост безналичных операций: в сравнении с 2018 г. доля активных пользователей банковских карт возросла с 25% до 56% респондентов (Центральный Банк Республики Узбекистан, 2024), что совпадает с курсом государства на цифровизацию и облегчение платёжных процедур.

Среди респондентов возрастом до 35 лет отмечается более активное использование электронных кошельков и мобильных приложений для переводов, тогда как возрастная группа 50+ по-прежнему предпочитает наличные операции.

В ходе исследования были выделены ряд когнитивных и поведенческих искажений.

1. Эффект статус-кво и «домашние» сбережения.

Анализ анкетных данных показывает, что многие респонденты сохраняют привычку хранить деньги дома, даже осознавая, что банковские вклады защищены государственной страховой системой (до определённой суммы) и приносят процентный доход. На вопрос «Почему вы не храните сбережения на депозите?» около 42% респондентов указали на привычку и недоверие к банковской системе. Это является типичным примером эффекта статус-кво, когда индивиды не хотят менять устоявшуюся схему действий.

2. Эвристика доступности при выборе кредитов

Многие респонденты (около 37%) при выборе кредитной организации в первую очередь опираются на ближайшее расположение отделения банка или рекомендации знакомых, а не на сравнение процентных ставок и условий. Данный факт указывает на эвристику доступности, при которой решения принимаются на основе наиболее «доступной» в памяти информации, а не путём систематического анализа вариантов.

3. Роль финансовой грамотности и социокультурных факторов

Уровень финансовой грамотности в Узбекистане растёт, но остаётся низким по сравнению с европейскими странами. Около 65% респондентов затруднились объяснить принципы сложного процента и механизм инфляции. Одновременно эксперты отметили положительный вклад государственных и частных образовательных программ, нацеленных на повышение финансовой грамотности молодёжи и предпринимателей.

Сильное влияние оказывает социокультурный контекст. Так, 54% участников опроса указали, что в случае финансовых трудностей они в первую очередь рассчитывают на помощь родственников и близких, а не на страховые или кредитные инструменты. Традиционно высокая роль семьи и сообщества может затруднять распространение «западных» форм финансового планирования, когда человек полагается преимущественно на собственные сбережения и рынок страхования.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Полученные результаты демонстрируют, что поведенческие аспекты финансового поведения населения Узбекистана во многом определяются сочетанием традиций, недостаточного уровня финансовой грамотности и ограниченного доверия к банковским институтам. Несмотря на активные реформы банковского сектора и развитие цифровых технологий, многие жители продолжают полагаться на «наличные» стратегии сбережения [13].

Данная тенденция отражает эффект статус-кво и эвристику доступности: люди не хотят менять привычные паттерны поведения и принимают решения, опираясь на наиболее близкую и понятную им информацию. С другой стороны, в возрастной группе до 35 лет заметны более современные финансовые практики, что говорит об эволюции финансовой культуры и возможности ускоренного перехода к «безналичному» и более рациональному поведению [14].

Международные исследования подтверждают, что улучшение финансовой грамотности и укрепление доверия к финансовым учреждениям способны снизить влияние иррациональных факторов и повысить эффективность принятия решений. Кроме того, опыт ряда стран Восточной Европы и Азии показывает, что целенаправленные государственные программы (финансовое образование в школах и вузах, популяризация страховых и инвестиционных продуктов) способствуют ускоренному формированию культуры сбережений и долгосрочного финансового планирования.

Однако только повышением грамотности проблему не решить: важны институциональные изменения, повышающие прозрачность банков, защищающие права вкладчиков и заёмщиков, а также стимулирующие конкуренцию на рынке финансовых услуг. Одним из ключевых вызовов является сохранение баланса между активным государственным вмешательством в финсектор и формированием рыночных механизмов, способствующих доступности и надёжности банковских продуктов.

Проведённое исследование выявило ряд поведенческих факторов, существенно влияющих на финансовое поведение населения Узбекистана:

- Эффект статус-кво и недоверие к банкам приводят к высокому уровню хранения наличных сбережений.
- Эвристика доступности и социальное влияние формируют выбор кредитных и сберегательных инструментов чаще по принципу «что ближе и привычнее», нежели по критерию выгоды.
- Низкая финансовая грамотность и традиционная ориентированность на помощь семьи затрудняют распространение долгосрочного финансового планирования и современных инвестиционных продуктов.

В то же время тенденции к цифровизации, росту доступа к банковским картам и мобильным приложениям, а также молодое поколение с более открытыми взглядами на финансы дают основание полагать, что в перспективе

финансовое поведение населения Узбекистана будет более рациональным и диверсифицированным.

Рекомендации для укрепления рациональных поведенческих практик:

- Масштабирование образовательных программ по финансовой грамотности: обязательные курсы в школах, целевые модули в вузах, программы повышения квалификации для взрослых.
- Повышение прозрачности и доверия к финансовым институтам: расширение гарантирования вкладов, улучшение качества обслуживания, внедрение международных стандартов корпоративного управления.
- Стимулирование разнообразия финансовых продуктов: упрощение доступа к страхованию, негосударственным пенсионным планам, облигационным займам, краудфандинговым платформам.
- Развитие семейного и персонального финансового консультирования, учитывающего локальные ценности и традиции.

Таким образом, поведенческие аспекты занимают центральное место в объяснении финансового поведения населения Узбекистана. Их учёт в государственной и банковской политике позволит повысить эффективность мер, направленных на стимулирование сбережений, развитие рынка капитала и укрепление финансовой устойчивости домохозяйств.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ahunov, M., & Yusupov, T. (2019). Assessment of investment climate in Uzbekistan: institutional perspective. *Central Asian Survey*, 38(4), 515–531.
2. Центральный Банк Республики Узбекистан. (2024). Annual Report. <https://cbu.uz/ru/>
3. Dickerson, A. (2022). The conceptual framework of financial shock perception: bridging financial literacy and behavioral biases. *Journal of Behavioral Finance*, 23(3), 214–230.
4. EBRD. (2022). Transition Report 2022-23. European Bank for Reconstruction and Development. <https://www.ebrd.com/>
5. Forman, J., & Damschroder, L. (2007). Qualitative Content Analysis. *Empirical Methods for Bioethics: A Primer*, 11, 39–62.
6. Национальный комитет Республики Узбекистан по статистике. (2022). Статистический ежегодник Республики Узбекистан. Tashkent: Goskomstat. www.stat.uz
7. IMF. (2023). Republic of Uzbekistan – Country Report. International Monetary Fund. <https://www.imf.org/en/Home>
8. Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. (1991). Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias. *Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 193–206.

9. Loewenstein, G. (2000). Emotions in economic theory and economic behavior. *The American Economic Review*, 90(2), 426–432.
10. Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
11. OECD. (2020). OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy. OECD Publishing.
12. S&P Global FinLit Survey. (2015). Financial literacy around the world.
13. Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press.
14. Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124–1131.
15. World Bank. (2020). The Global Findex Database 2020. Washington, DC. <https://www.worldbank.org/en/country/uzbekistan>

MOYLI EKLAR YETISHTIRUVCHI FERMER XO‘JALIKLARIDA MARKETING TADQIQOTLARIDAN FOYDALANISHNING USLUBIY JIHATLARI

Valiyeva Aziza Anvar qizi

TDIU, “Marketing” kafedrası katta o‘qituvchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada moyli eklar yetishtiruvchi fermer xo‘jaliklarida marketing tadqiqotlarining o‘rni, ahamiyati va ularni amalga oshirishning metodologik jihatlari yoritilgan. So‘nggi yillarda bozorda yuz berayotgan o‘zgarishlar, onlayn savdo imkoniyatlari kengayishi, iste‘molchilarning talab va istaklaridagi yangilanishlar fermer xo‘jaliklari marketing faoliyatiga zamonaviy yondashuvni talab qilmoqda. Marketing tadqiqotlari orqali mahsulot assortimenti, sifatini yaxshilash, xaridorlar ehtiyojini o‘rganish va raqobatbardoshlikni oshirish yo‘llari ilmiy asoslangan holda tahlil qilingan. Shu asosda xulosalar va tavsiyalar berilgan.

Kalit so‘zlar: Moyli eklar, fermer xo‘jaliklar, iste‘molchilar, ASRR (customer acquisition, customer service, customer retention and customer return), marketing strategiyalari

Аннотация

В статье раскрыты методологические аспекты проведения маркетинговых исследований в фермерских хозяйствах, выращивающих масличные культуры. Отмечены изменения в спросе потребителей, рост онлайн-рынка, усиление конкуренции, что требует новых подходов к маркетинговой деятельности. Рассмотрены основные методы маркетинговых исследований, включая изучение потребителей, сегментацию рынка и внедрение инноваций для повышения конкурентоспособности. Научно обоснованы пути улучшения ассортимента продукции и расширения доли рынка.

Ключевые слова: Масличные культуры, фермы, потребители, АСРР (привлечение клиентов, обслуживание клиентов, удержание клиентов и возврат клиентов), маркетинговые стратегии.

Abstract

This article examines the methodological aspects of marketing research in oilseed-growing farms. It highlights changes in consumer demand, the growth of the online market, and increased competition, which require modern approaches to marketing activities. The paper discusses main marketing research methods, including consumer studies, market segmentation, and innovation strategies to improve competitiveness. Scientific recommendations are provided for enhancing product assortment and expanding market share.

Keywords: Oilseeds, Farms, Consumers, ASRR (Customer Acquisition, Customer Service, Customer Retention and Customer Return), Marketing Strategies.

KIRISH

Moyli eklar yetishtiruvchi fermer xo‘jaliklarida marketing va uni boshqarish korxona mahsulotini sotish hajmini oshirish jarayonini tashkil etishning eng muhim

tarkibiy qismidir. So‘nggi yillarda iste‘molchilarning xohish-istaklari o‘zgardi va o‘simlik moyi sanoatida, ayniqsa, onlayn bozorga yo‘naltirilganlik, bozor segmentatsiyasi va boshqalar kabi marketing faoliyatida ko‘plab o‘zgarishlar sodir bo‘ldi. Bu esa, moyli ekinlar yetishtiruvchi korxonalarda marketing muammolarini o‘rganishni talab etadi.

Moyli ekinlar yetishtiruvchi xo‘jaliklarning marketing faoliyati boshqa sohalardan keskin farq qiladi, chunki o‘simlik moyi aholi hayotini ta‘minlovchi asosiy resurslardan biri hisoblanadi. Bundan tashqari, ularning aksariyatini tez yetkazib berish, tegishli qadoqlashni talab etadi.

Moyli ekinlar yetishtiruvchi fermer xo‘jaliklari marketingida innovatsiya ham yangi turdagi mahsulotni, ham marketing sohasidagi zamonaviy g‘oyalarni, mahsulotni sotishning zamonaviy usullaridan foydalanishni va hokazolarni o‘z ichiga oladi.

Moyli ekinlar yetishtiruvchi fermer xo‘jaliklarida innovatsiyalarni rejalashtirishda bozordagi mavjud bo‘sh joy, bu erda “infiltratsiya” mumkin bo‘lgan joy, ekologiya va sanitariya-gigiyena me‘yorlarini ta‘minlash masalalari ham hisobga olinishi juda muhimdir.

“Bozorni rivojlantirishda siz avval mavjud savdo maydonchalariga kirishingiz kerak, ya‘ni: korxona allaqachon ushbu bozorda ishlaydi, obro‘ga ega, mahsulotga sodiq bo‘lgan o‘z mijozlariga ega, bu erda barcha marketing va reklama kampaniyalari mavjud mijozlarga qaratilgan. Shu bilan birga, korxona bozordagi ulushini oshiradi, kengaytiradi va yangi mijozlarni jalb qiladi. Strategiyadan keyin mahsulotni ishlab chiqarishni aniqlashda foydalanish mumkin, bu esa mavjud bozorga innovatsiyalar bilan kirib borish va mijozlarni jalb qilishni anglatadi.

Moyi mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar tashqi bozorda transport vositalari, hamkorlar, distribyutorlik tarmoqlari yo‘qligi sababli samarali ishlab chiqarishni tashkil eta olmayotganlarida muammolar yuzaga kelmoqda.

Respublikamizdagi moyli ekinlar yetishtiruvchi korxonalar o‘rtasida mavjud bo‘lgan marketing muammolarini umumlashtirib, biz mamlakatimizdagi ishlab chiqaruvchilarning imkoniyatlari va qo‘llaniladigan siyosati ularga global o‘zgarishlarga javob berishga, asosan moliyaviy investitsiyalar bilan bog‘liq massalarni hal qilishga imkon bermaydi, degan xulosaga kelishimiz mumkin.

Xorijda ijtimoiy tarmoqlardan keng foydalangan holda respublikamiz ishlab chiqaruvchilari savdo hajmini oshirish uchun foydalanishlari mumkin. Ular mavjud muammolarni hal etish yoki jiddiyligini kamaytirishni ta‘minlaydi hamda o‘simlik moyi mahsulotlari importini kamaytirish va eksportini ko‘paytirishga hissa qo‘shadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Bir qator tadqiqotlarda Boshqa korxonalar kabi moyli ekinlar yetishtiruvchi xo‘jaliklar iqtisodiy faoliyatining asosiy maqsadi maksimal foyda olishdir, buning uchun u mahsulotning raqobatbardoshligini, assortimentini o‘zgartirish va diversifikatsiya qilish imkoniyatini ta‘minlashi kerak, bu esa korxona faoliyatiga fan va texnika yutuqlarini joriy etish orqali uning samarali, diversifikatsiyalangan va intensiv rivojlanishiga imkon beradi. (Ye.B.Gafforova 2017) [1].

Bozor munosabatlari sharoitida korxona faoliyatini strategik rejalashtirishda asosiy e'tibor sohaga joriy etilayotgan yangi ishlanmalar va ularni rivojlantirish istiqbollari qaratiladi, bularning barchasi marketing siyosatini ilgari surish bilan bir qatorda kapital qo'yilmalarni ham talab qiladi, chunki ishlab chiqarilgan mahsulot bozorning mavjud ehtiyojlarini qondirishi kerak. Shu bilan birga, bugungi kunda xarajatlarni kamaytirish va rentabellikni oshirish yo'nalishi bo'yicha siyosat olib borilmoqda, uni amalga oshirish uchun korxonada mavjud muammolar va rivojlanishga to'sqinlik qiluvchi omillar aniqlanishi kerak. Savdo hajmining o'sishi va rentabellikning oshishi iste'molchilarning sodiqligi, ushbu turdagi mahsulotni sotib olish muddati va raqobatbardoshligi bilan bog'liqdir (N.V.Pokrashinskaya 2017) [2].

Marketingning ishlab chiqarish-iqtisodiy ahamiyati mahsulot sotish, ishlab chiqarishning moslashuvchanligi va innovatsiyalari bilan bog'liq sharoitlarni hisobga olgan holda, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, sotilmagan tovarlar hajmini kamaytirish bilan birga ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishdan iborat (I.S.Minko 2005) [2].

Buning yorqin misoli moyli ekinlar mahsulotlari ishlab chiqarishni olish mumkin.

An'anaga ko'ra, Amerika modelida biznes tayanishi kerak bo'lgan 4R kombinatsiyasini ta'kidlash odatiy holdir. 4P konsepsiya (marketing mix, marketing kompleksi) - marketingni rejalashtirishning to'rtta asosiy "koordinatasiga" asoslangan marketing nazariyasidir, bular:

- Mahsulot (product) - mahsulot yoki xizmat, assortiment, sifati, mahsulot xususiyatlari, dizayni va ergonomikasi;
- Narx (price) - narx, qo'shimchalar, chegirmalar;
- Joy (place) - tarqatish, chiqish joylari, tarqatish kanallari, sotuvchi xodimlari
- Reklama, rag'batlantirish (promotion) - rag'batlantirish, reklama, sotishni rag'batlantirish (Kerin, Hartley and Rudelius Marketing, The Core) [3].

METODOLOGIYA

Iqtisodchi olimlarning marketing tadqiqotlari tushunchasiga bergan ta'rif va talqinlarini e'tiborga molikligini e'tirof etgan holda tahlil nuqtai nazaridan kelib chiqib quyidagi mualliflik yondashuvi shakllantirildi: "Marketing tadqiqotlari - bu bozor kon'yunkturasi: narxlar, raqobatchilar, foydalanuvchilar va boshqalar haqidagi ma'lumotlarni to'plash, tasniflash va tahlil qilish. Marketing tadqiqotlari - bu bozor, mahsulot haqidagi ma'lumotlarni yig'ish, tahlil qilish va sharhlash uchun vositalar to'plamidir".

Mazkur mualliflik yondashuvining boshqa ta'rif va talqinlardan farqli jihati shundaki, "marketing tadqiqotlari" tushunchasining iqtisodiy mazmuni bozor ishtirokchilarining (ishlab chiqaruvchi, iste'molchi, vositachi) talab va ehtiyojlarini aniqlash, mahsulotlar va xizmatlarning raqobatbardoshligi, bozor sig'imi va tendensiyalarini baholash, marketing qarorlari va strategiyalarini ishlab chiqish uchun zarur bo'lgan ishonchli, obyektiv hamda tizimli ravishda yig'ilgan ma'lumotlarni tahlil qilish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirishga qaratilgan nazariy-amaliy tadbirlar majmuasi nuqtai nazaridan yondashilganligi va takomillashtirilganligidir.

TAHLIL VA NATIJALAR

“Marketing tadqiqotlari - bu biznes tadqiqotlari shakli va amaliy sotsiologiyaning bo‘limi bo‘lib, u bozor tomonidan belgilab qo‘yilgan iqtisodiyotdagi iste‘molchilar, raqobatchilar va bozorlarning xatti-harakatlari, istaklari va afzalliklarini, shuningdek, korxonaning bozordagi o‘rnini tushunishga qaratilgan”.

“Marketing tadqiqotlari - bu bozor ma‘lumotlarini qidirish va tahlil qilish va ulardan biznes maqsadlariga erishish uchun foydalanish. Marketing tadqiqotlarini o‘tkazish orqali kompaniya ma‘lumotlarni to‘playdi, ularni sharhlaydi va qarorlar qabul qilish uchun axborot va tahliliy asosni yaratadi”

Marketing tadqiqotlari ichki mutaxassislar yoki autsorsing kompaniyalari tomonidan amalga oshirilishi mumkin. Bularning barchasi kompaniyaning kattaligiga va qanchalik tez-tez tadqiqotga muhtojligiga bog‘liq. Kichik kompaniyalarda marketing tadqiqotlarini o‘tkazish uchun to‘liq vaqtli marketolog mas‘uldir. U kompaniyani, uning bozordagi o‘rnini, raqobatchilarni va mahsulot assortimentini tahlil qiladi. Ammo, bunday marketolog faqat kompaniya tomonidan to‘plangan ma‘lumotlarga, shuningdek, ommaviy ma‘lumotlarga kirish huquqiga ega. Shuning uchun uning imkoniyatlari cheklangan - u faqat yuzaki tadqiqotlar olib borishi mumkin. Bu respublika bozorining muammosi - ko‘plab kompaniyalar “behuda” ishlaydi va o‘z ma‘lumotlarini baham ko‘rmaydi. Shuning uchun, to‘liq vaqtli marketolog, masalan, bozordagi o‘rtacha savdo darajasini aniqlay olmaydi.

Yirik kompaniyalar marketing tadqiqotlari bilan shug‘ullanadigan mutaxassislar tarkibiga ega bo‘lishlari lozim. Bunday biznesda ma‘lumotlar bilan ishlash odatda yaxshi yo‘lga qo‘yilgan - kompaniya mijozlar haqida juda ko‘p ma‘lumot to‘playdi, shuning uchun u yaxshiroq tadqiqot o‘tkazishi mumkin bo‘ladi. Yirik kompaniyalar odatda yopiq ma‘lumotlar bazalariga, masalan, bojxona ma‘lumotlar bazalariga kirish huquqiga ega. Shuning uchun ularning tadqiqotlari sifati yuqoriroqdir. Yaxshi tadqiqot har doim qimmat bo‘ladi.

Marketing tadqiqotining o‘nlab usullari mavjud. Korxonalar ularni maqsadlari va mavjud resurslariga qarab tanlaydilar. Marketolog turli tadqiqot maqsadlarida ularni to‘g‘ri tanlash uchun asosiy usullar bilan tanish bo‘lishi kerak. Mazkur usullarning ayrimlari bilan tanishib o‘tamiz (1.6-jadval).

“So‘rovlar. Uyima-uy, ko‘cha, telefon orqali va onlayn bo‘lishi mumkin. Ulardan maqsadli auditoriya motivlarini tushunish uchun ham, miqdoriy ma‘lumotlarni olish uchun ham foydalanish mumkin - masalan, har kuni qancha odam qahva ichadi.

Fokus guruhleri. Bu sifat tadqiqoti - guruh suhbatlari bo‘lib, unga muhim parametrlar bo‘yicha tanlangan odamlar jalb qilinadi. Masalan, bir xil yoshdagi yoki bir xil kasbdagi odamlar. Tadqiqotchi ularga savollar beradi va ularning reaksiyalari va javoblarini baholaydi.

CustDev. Bu bitta usul emas, balki ko‘plab usullarni o‘z ichiga olgan tushunchadir. *CustDev* mijozlarni rivojlantirish - mijozlar bilan munosabatlarni rivojlantirishni anglatadi. *CustDev* yosh kompaniyalar o‘z mahsulotlarini tezda bozorga olib chiqishlari uchun yaratilgan, shuning uchun ham konsepsiya startaplar orasida mashhurdir. *CustDev* so‘rovlar, A/B testlari, chuqurlashtirilgan intervyular va

boshqa vositalardan foydalanadi. Konsepsiya qanday ishlashini tushunish uchun *CustDev* haqida maqolalarni o‘qish lozim.

1 -jadval

Marketing tadqiqotlari usullari tizimi¹

Marketing tadqiqoti usullari	Mazmuni
So‘rovlar	“Uyma-uy, ko‘cha, telefon orqali va onlayn bo‘lishi mumkin. Ulardan maqsadli auditoriya motivlarini tushunish uchun ham, miqdoriy ma’lumotlarni olish uchun ham foydalanish mumkin - masalan, har kuni qancha odam qahva ichadi
Fokus guruhlar	Bu sifat tadqiqoti - guruh suhbat bo‘lib, unga muhim parametrlar bo‘yicha tanlangan odamlar jalb qilinadi. Masalan, bir xil yoshdagi yoki bir xil kasbdagi odamlar. Tadqiqotchi ularga savollar beradi va ularning reaksiyalari va javoblarini baholaydi
CustDev	Bu bitta usul emas, balki ko‘plab usullarni o‘z ichiga olgan tushunchadir. CustDev mijozlarni rivojlantirish - mijozlar bilan munosabatlarni rivojlantirishni anglatadi. CustDev yosh kompaniyalar o‘z mahsulotlarini tezda bozorga olib chiqishlari uchun yaratilgan, shuning uchun ham konsepsiya startaplar orasida mashhurdir. CustDev so‘rovlar, A/B testlari, chuqurlashtirilgan intervyular va boshqa vositalardan foydalanadi
Chuqur intervyular	Chuqur suhbat - bu bir kishi bilan suhbat bo‘lib, uning asl niyatlari, ehtiyojlari va qo‘rquvlari ochib beriladi
Jobs to be done	Usul nomi “bajarilishi kerak bo‘lgan ish” deb tarjima qilinadi. Usulning maqsadi mahsulot xaridor uchun qanday ishni bajarishi kerakligini tushunishdir. Ba’zilar gullarni xotinini rozi qilish uchun sotib olishsa, boshqalari ofisini bezash uchun sotib olishadi. Iste’molchilarning ushbu ikki guruhi mahsulot va xizmatdan turli xil kutishlarga ega bo‘ladi
Sirli xaridor.	Usul shunday ishlaydi: mijoz sifatida niqoblangan odam xarid qiladi va xodimlarning ish sifatini baholaydi. Bu sizga mijozlarga xizmat ko‘rsatishni tekshirish va kamchiliklarni topish imkonini beradi.
R&D (Research and Development)	tadqiqot va ishlanmalar. Usul kompaniya mahsulot yaratish va rivojlantirish uchun ilmiy-tadqiqot va ishlanmalardan foydalanishini nazarda tutadi. Kompaniya tendensiyalarni o‘rganadi, mumkin bo‘lgan tahdidlarni qidiradi va kelajakdagi muammolarga javoblarni tayyorlaydi.
SWOT tahlili	Kompaniyaga ta’sir qiluvchi omillarning to‘rtta guruhini tahlil qilish: kuchli tomonlar, zaif tomonlar, imkoniyatlar va tahdidlar.
PEST tahlili.	Kompaniyaning tashqi muhitini to‘rtta guruh omillari bo‘yicha o‘rganish: siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik.
Porterning beshta kuchi	Tashqi muhitni tahlil qilishning klassik usuli. U biznes istiqbollari baholash uchun ishlatiladi.
Boston Consulting Group (BCG) matritsasi	Biznes yo‘nalishlarini tahlil qilish: qaysi biri asosiy foyda beradi, qaysilari kelajakda uni ta’minlaydi va qaysilari faqat zarar keltiradi
CJM (Customer journey map)	(ingliz tilidan mijozlar sayohati xaritasi sifatida tarjima qilingan) mijozlarning xatti-harakatlarini o‘rganish usulidir

¹ Muallif ishlanmasi

Chuqur intervyular. Chuqur suhbat - bu bir kishi bilan suhbat bo‘lib, uning asl niyatlari, ehtiyojlari va qo‘rquvlari ochib beriladi. Skillbox Mediada chuqur intervyular haqida maqola bor, shularni o‘qish kerak.

Jobs to be done. Usul nomi “bajarilishi kerak bo‘lgan ish” deb tarjima qilinadi. Usulning maqsadi mahsulot xaridor uchun qanday ishni bajarishi kerakligini tushunishdir. Ba’zilar gullarni xotinini rozi qilish uchun sotib olishsa, boshqalari ofisini bezash uchun sotib olishadi. Iste’molchilarning ushbu ikki guruhi mahsulot va xizmatdan turli xil kutishlarga ega bo‘ladi. Ishlar qanday bajarilishi haqida ko‘proq bilish uchun ushbu kartalarni o‘qing.

Sirli xaridor. Usul shunday ishlaydi: mijoz sifatida niqoblangan odam xarid qiladi va xodimlarning ish sifatini baholaydi. Bu sizga mijozlarga xizmat ko‘rsatishni tekshirish va kamchiliklarni topish imkonini beradi.

R&D. Research and Development - tadqiqot va ishlanmalar. Usul kompaniya mahsulot yaratish va rivojlantirish uchun ilmiy-tadqiqot va ishlanmalardan foydalanishini nazarda tutadi. Kompaniya tendensiyalarni o‘rganadi, mumkin bo‘lgan tahdidlarni qidiradi va kelajakdagi muammolarga javoblarni tayyorlaydi. Natijada, masalan, yangi avtomobil modellari yoki smartfonlardagi sun‘iy yo‘ldosh xabarlarini.

SWOT tahlili. Kompaniyaga ta’sir qiluvchi omillarning to‘rtta guruhini tahlil qilish: kuchli tomonlar, zaif tomonlar, imkoniyatlar va tahdidlar. Usulni yaxshiroq tushunish uchun *SWOT* tahlili haqidagi maqolani amaliy misollar bilan o‘qing.

PEST tahlili. Kompaniyaning tashqi muhitini to‘rtta guruh omillari bo‘yicha o‘rganish: siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik. Bu *SWOT* tahlilining bir qismi hisoblanadi.

Portnering beshta kuchi. Tashqi muhitni tahlil qilishning klassik usuli. U biznes istiqbollarini baholash uchun ishlatiladi. Tadqiqot kompaniyaga ta’sir ko‘rsatadigan beshta "tomon" ni ko‘rib chiqadi: mijozlar, yetkazib beruvchilar, o‘rinbosar mahsulotlar, yangi raqobatchilar va mavjud raqobatchilar. Portnering beshta kuchi haqidagi materialdagi tahlil haqida ko‘proq bilib olishingiz mumkin.

Boston Consulting Group (BCG) matritsasi. Biznes yo‘nalishlarini tahlil qilish: qaysi biri asosiy foyda beradi, qaysilari kelajakda uni ta’minlaydi va qaysilari faqat zarar keltiradi. Bizning maqolamizda misollar bilan BCG matritsasi haqida ko‘proq o‘qing.

CJM. Customer journey map (ingliz tilidan mijozlar sayohati xaritasi sifatida tarjima qilingan) mijozlarning xatti-harakatlarini o‘rganish usulidir. Bu foydalanuvchining xarid qilish uchun butun sayohatini aks ettiruvchi jadval yoki infografika. Unda foydalanuvchi kompaniya bilan qaysi kanallarda aloqada bo‘lishi va qanday harakatlarni amalga oshirishi ko‘rsatiladi. Misol uchun, men saytga qidiruv orqali tashrif buyurdim elektron pochta xabarini qoldirdim qabul qilingan xatlar xatlardan biridagi havolaga amal qildim xarid qildim.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ma’lumotlarni tahlil qilish bosqichida, yig‘ilgan ma’lumotlar qayta ishlanadi. Qayta ishlash quyidagilarni o‘z ichiga oladi: olingan ma’lumotlarni tekshirish;

tahrirlash-noto'g'ri javoblar bundan mustasno; javoblar tasnifi; jadvallar va maxsus xizmatlarga ma'lumotlarni uzatish; ma'lumotlarni tozalash va tuzatish; ma'lumotlarni tahlil qilish. Shundan so'ng xulosalar va tavsiyalar shakllantiriladi. Misol uchun, agar tadqiqotning maqsadi foydalanuvchilarning savdo jarayonining qaysi bosqichida qiyinchiliklarga duch kelayotganini tushunish bo'lsa, tavsiyalar ushbu bosqichni qanday yaxshilashni ko'rsatishi mumkin.

Hisobot tayyorlash bosqichida, olingan natijalar bo'yicha hisobot tadqiqot mijoziga, ya'ni menejer, marketolog, biznes egasiga taqdim etiladi. Hisobotda tadqiqotning maqsadlari, uning usullari, olingan ma'lumotlar va tavsiyalar bilan xulosalar ko'rsatiladi.

Qaror qabul qilish bosqichi, eng muhim bosqich bo'lib, qarorlar ma'lumotlar, xulosalar va tavsiyalar asosida qabul qilinadi.

Bosqichlar har xil vaqtni olishi mumkin. A/B testi kabi oddiy usullardan foydalanganda, tadqiqot uchun bir necha kun yetarli bo'ladi. Marketolog birinchi ekrandagi rasm sahifani konvertatsiya qilishga qanday ta'sir qilishini sinab ko'rishga qaror qiladi test o'tkazadi sahifalar konvertatsiyasini eski va yangi rasm bilan taqqoslaydi va eng yaxshi natijalarni ko'rsatgan sahifani tark etish kabi ishlarni bajaradi.

Murakkab tadqiqotlar haftalar yoki hatto oylar davom etishi mumkin. Odatda, qancha ko'p ma'lumotlarni olish, qayta ishlash va tahlil qilish kerak bo'lsa, shunchalik ko'p vaqt va resurslar talab qilinadi.

Xulosa qilib aytganda, marketing tadqiqotlari - axborotni yig'ish, qayta ishlash va tahlil qilishni o'z ichiga oladi. Korxonalar bozorni, raqobatchilarni, iste'molchilarni va boshqalarni, o'rganmoqchi bo'lgan narsaga qarab tadqiqot o'tkaziladi. Marketing tadqiqotlari to'liq vaqtli marketolog, jamoa yoki pudratchi tomonidan amalga oshirilishi maqsadga muvofiq bo'ladi. Ichki marketolog, odatda xususiy ma'lumotlarga kirish imkoniga ega emas, shuning uchun pudratchining jalb etilishi yanada sifatli tadqiqotlar o'tkazish imkonini beradi.

Marketing tadqiqotlarda ko'plab tadqiqot usullari mavjud: chuqurlashtirilgan intervyular, so'rovlar, fokus-guruhlar, SWOT tahlillari, BCG matritsasi va boshqalar. Marketing tadqiqotlari o'tkazishda, ularni maqsadlar va mavjud resurslar asosida tanlash kerak bo'ladi.

Marketing tadqiqotlarini o'tkazishda quyidagi oltita asosiy bosqich va uning ketma-ket amalga oshirilishiga e'tibor qaratish zarur: muammoni bayon qilish, reja tuzish, ma'lumot to'plash, ma'lumotlarni tahlil qilish, hisobot tayyorlash va qaror qabul qilish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Менеджмент в пищевой промышленности [Электронный ресурс] / Е.Б.Гаффорова [и др.] // Издательство «Академия естествознания». -2011. -Режим доступа: <https://www.monographiyes.ru/ru/book/viyew?id=128>. - Data dostupa: 10.12.2017.

2. Особенности формирования стратегий развития предприятий пищевой промышленности [Электронный ресурс] / Н.В.Покрашинская // Научный журнал. НИУ ИТМО. Сер. «Экономика и экологический менеджмент», 2014, № 2. – Режим доступа: <http://economics.ihbt.ifmo.ru/file/article/11095.pdf>. - Data dostupa: 10.12.2017.
3. Principles of marketing / F.Kotler [et al.] 4-th European ed. – Pearson Education Limited, 2005. – 954 p.
4. Principles of marketing / F. Kotler [et al.] 4-th European ed. – Pearson Education Limited, 2005. – 954 p.
5. I.S.Minko. Marketing v piщevoy promyshlennosti: ucheb. posobie / I.S.Minko. – SPb.: SPb GUNiPT, 2005. - 111 s.
6. .С.Минко. Маркетинг в пищевой промышленности: учеб. пособие / И.С.Минко. – СПб.: СПб ГУНиПТ, 2005. - 111 с.
7. Kerin, Hartley and Rudelius Marketing, The Core, Wayback Machine 4th Edition, McGraw Hill Publishing, - 2001.
8. Потребитель в маркетинговых исследованиях. <https://www.ovtr.ru/stati/4s-system-v-marketinge>
9. N.N.Zyuzina. segmentatsiya potrebiteley / N.N.Zyuzina // Ekonomika i sotsium. – 2016. – № 12 (31). – Ch. 1. – 1683 s.
10. PR Club Business Daily, Tendensii marketinga predpriyatiy piщevoy promyshlennosti v 2017 godu / [Elektronnyy resurs]. – Rejim dostupa: <http://prclub.spb.ru/2017/08/30/foodtrends/>. – Data dostupa: 10.12.2017.
11. Principles of marketing / F. Kotler [et al.] 4-th European ed. – Pearson Education Limited, 2005. – 954 p.
12. А.Г.Туралина. Инновационный аутсорсинг как фактор повышения конкурентоспособности компании в условиях глобализации мировой экономики / А.Г.Туралина // Конкурентоспособность национальных экономик и регионов в контексте глобальных вызовов мировой экономики: монография / Южный федеральный университет; под ред. Т.В.Ворониной. - Ростов-на-Дону: изд-во Южного фед. ун-та, 2016. - 346 с.
13. Маркетинговые исследования: что это такое и как их проводят. <https://skillbox.ru/media/marketing/marketingove-issledovaniya-chto-eto-takoye-i-kak-ikh-provodyat/>.
14. О.Калиева, О.Михайлова, В.Ковалевский. Маркетинговые исследования. - Литрес, 2022-05-15. - 258 с. - ИСБН 978-5-04-004673-7. Архивировано 19 ноября 2023 года.
15. Маркетинговые исследования: как их проводят и зачем они нужны бизнесу. <https://практисум.яндекс.ру/блог/маркетингове-исследования/>.
16. Маркетинговые исследования: что это такое и как их проводят. <https://скиллбох.ру/медиа/маркетинг/маркетингове-исследования-что-это-такое-и-как-их-проводят/>.

MINTAQALARDA SANOAT TARMOG'Í SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Mirzayeva Intizor Ergashevna

InFinBank AJ Bosh ofisi,
Yakuniy nazorat inspektori
(Xorazm viloyati filiali),
Abu Rayhon Beruniy nomidagi
Urganch Davlat Universiteti
mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya

Maqolada samaradorlik va sanoat tarmoqlarining iqtisodiy samaradorligining hududiy xususiyatlari bo'yicha olimlarning qarashlari umumlashtirilgan va mualliflik yondashuvi ishlab chiqilgan. Xorazm viloyati sanoati rivojlanishi va uning iqtisodiy samaradorligi mezonlari iqtisodiy-statistik usullar yordamida tadqiq qilingan. Olingan natijalarga asosan viloyat va uning hududlarida sanoat iqtisodiy samaradorligini oshirish bo'yicha takliflar berilgan.

Kalit so'zlar: sanoat; samaradorlik; mintaq; mehnat samaradorligi; kapital qaytimi; korrelyatsiya; regressiya; statistik tahlil.

Аннотация

В статье обобщены взгляды ученых эффективности и экономической эффективности промышленности на территориальные особенности и разработан авторский подход. С помощью экономико-статистических методов изучены критерии развития промышленности Хорезмской области и ее экономическая эффективность. На основе полученных результатов сформулированы предложения по повышению экономической эффективности промышленности области и их региона.

Ключевые слова: промышленность; эффективность; регион; производительность труда; капиталододача; корреляция; регрессия; статистический анализ.

Abstract

The article summarizes the views of scientists on the efficiency and economic efficiency of industry on territorial features and develops the author's approach. With the help of economic and statistical methods, the criteria for the development of industry in the Khorezm region and its economic efficiency are studied. Based on the results obtained, proposals are formulated to improve the economic efficiency of industry in the region and their region.

Keywords: industry; efficiency; region; labor productivity; capital productivity; correlation; regression; statistical analysis.

KIRISH

Mamlakat va mintaq iqtisodiyotini barqaror rivojlantirish iqtisodiyotning fundamental masalasi hisoblanadi. Shunday ekan, mazkur masalalar soha va tarmoqlarning o'sishiga, yaratilgan mahsulotlarning ijobiy o'zgarishiga, eksport

ko‘lamining ortishiga, bir so‘z bilan aytilganda, iqtisodiy rivojlanishga asoslanadi. Ushbu jarayonni amalga oshirishda ikki jihatga, ya‘ni resurs va natijaga e‘tibor qaratishimiz zarur. Ya‘ni, ishlab chiqarishning uzluksizligi, tarmoqlar faoliyatining ijobiy o‘lishi resurslarning soni va sifatiga bog‘liq. Shuningdek, natijaviylikda esa yuqoridagi omillarning samaradorligi muhim sanaladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Ko‘plab rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotiga xos bo‘lgan xususiyatlardan biri — ularning o‘zlarida resurslar yetarli bo‘lmasada, innovatsiyalar, ilg‘or texnologiyalar hisobiga samaradorlikni yuqori darajasini ta‘minlab kelishmoqda. Shu bois, samaradorlik masalasini o‘rganish, tahlil qilish, unga mos usullar asosida joriy holatni baholash asosida tegishli mezonlarni istiqbolda oshirish imkoniyati yaratiladi. Dastlab, samaradorlik, uning sanoatga xos xususiyatlarini qarab o‘tamiz. Chunki, sanoat qolgan tarmoqlarga nisbatan yuqori samaradorlikka ega hisoblanadi. Ya‘ni, sanoat tarmog‘i, barcha mamlakatlarning siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy manfaatlarini birlashishiga, ya‘ni iqtisodiy integratsiya sifatida o‘z ifodasini topmoqda[1].

B.Baxtiyorov fikriga ko‘ra, samara tushunchasi lotincha “Effectus” so‘zidan olingan bo‘lib, har qanday xatti-harakatning yakuniy natijasini ifodalaydi. Samaradorlik tushunchasi esa iqtisodiy kategoriya sifatida ko‘zlangan maqsadlarga erishishning nisbiy ko‘rsatkichlarini tavsiflaydi. Aksariyat holatlarda korxonalar boshqaruvi amaliyotida uning samaradorligi ko‘rsatkichini baholashda erishilgan natija va xarajatlar o‘rtasidagi nisbatga asoslanadi. Shuningdek, ushbu ko‘rsatkichni baholashning tizimli yondashuvida esa kutilayotgan va erishilgan natijalar o‘zaro qiyosiy taqqoslangan holda amalga oshiriladi. Muallif fikricha, yuqorida keltirilgan samaradorlik ko‘rsatkichini baholash uslubiyotlari turli ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarning samaradorligini baholashda qo‘llaniladi. Shuningdek, ular foydalanish uchun osonligi bilan ajralib turadi[2].

Yuqoridagilar qatori, aynan sanoat samaradorligini, uning hududiy xususiyatlarini tadqiq qilgan ishlarga ham to‘xtalib o‘tamiz. Ya‘ni D.V.Trostyanskiy tadqiqotlarida hududning sanoat tarmog‘ida resurs salohiyatidan samarali foydalanishini ta‘minlash mintaqada yuritilayotgan sanoat siyosatiga bog‘liq, deya tavsiflagan. Shu bilan birga, sanoat samaradorligini innovatsiyalar bilan bog‘laydi[3].

L.D.Badriyeva fikricha, hududiy resurs salohiyatidan sanoatda samarali foydalanish bu resurslarni jalb etish va ulardan foydalanish asosidagi natijalardir. Jumladan, hududiy resurslardan foydalanish samaradorligi uch bosqichda olib boriladi. Bunda hududlarning sanoat uchun resurs salohiyati belgilanadi, ularni ishlab chiqarishga jalb etiladi va resurslardan foydalanish jarayoni baholanadi[4].

Sh.Doniyorova esa sanoat samaradorligini omillar kesimida, xususan mehnat resurslari misolida ko‘rib o‘tgan. Jumladan, sanoat korxonalarida mehnat resurslaridan samarali foydalanish ular o‘rtasida o‘zaro munosabatlarni ta‘minlash, yaxlit tizim ichida maxsus tamoyillar asosida funksiyalarni birlashtirish va integratsiyalash hamda muvofiqlashtirishga yo‘naltirilgandir”, deya sanoatdagi mehnat omili samaradorligiga tavsif bergan[5].

Demak, yuqoridagilar asosida xulosa qilsak, samaradorlik natijaviy kattalik boʻlib, uni tavsiflashda olingan faoliyat natijasini unga erishish uchun sarflangan resursga nisbati orqali ifodalaymiz. Shuningdek, uning hududiy sanoat boʻyicha talqin qilganimizda mavjud resurs salohiyatiga alohida eʼtibor qaratishimiz zarur. Chunki, hududning resurs salohiyati sanoat ishlab chiqarish yoʻnalishini, uning samaradorligini belgilashda muhim manba sanaladi.

METODOLOGIYA

Sanoat samaradorligini baholashda mavjud usullarni tahlil qilishimiz maqsadga muvofiq. Mualliflar sanoat sohasining rivojlanishini, uning resurslardan samarali foydalanish jihatlarini baholashda diskontlash usullaridan foydalanganlar[6]. Shu bilan birga, samaradorlikni, sanoat samaradorligini hududiy xususiyatlari boʻyicha baholashda ekspert usullaridan foydalanish ilgari surilgan. Shuningdek, mualliflar mazkur usul orqali mintaqa hududlaridagi sanoat rivojlanishi va unda resurs salohiyatidan foydalanishni tadqiq qilishgan[7]. Hududiy sanoat tarmoqlari rivojlanishi, ularda mavjud resurslardan foydalanish samaradorligini baholashda, omillar taʼsirini oʻrganishda ekspert va ekonometrik usullar ilgari solingan[8].

Yuqoridagi tadqiqotlar, izlanishlarda ilgari surilgan usullarni umumlashirish hamda Xorazm viloyati sanoatining oʻziga xos xususiyatlarini hisobga olib statistik kuzatish, analiz va sintez, omillar tahlili, korrelyatsiya va regressiya, qiyosiy tahlili, solishtirma baholash kabi usullardan foydalanamiz. Mazkur usullar asosida Xorazm viloyati sanoatiga tegishli iqtisodiy-ijtimoiy koʻrsatkichlarni tadqiq qilamiz.

TAHLIL VA NATIJALAR

Xorazm viloyati sanoati mintaqa iqtisodiyotining asosiy tarmogʻi hisoblanadi. Viloyatda yaratilgan yalpi hududiy mahsulotning asosiy qismini sanoat tarmogʻi tomonidan yaratiladi. Shunday boʻlsada, 2010-2024-yillar davomida viloyat sanoatining aholi jon boshiga toʻgʻri kelgan hajmining ijobiy oʻzgarishlari qatori 2016-yilda salbiy holat ham kuzatilgan (1-jadval). Bunga sabab mazkur davrda mintaqada ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarga boʻlgan xorijiy talabdagi oʻzgarishlar hisoblanadi.

Shunday boʻlsada, tadqiqot davri davomida Xorazm viloyatida yaratilgan sanoat mahsulotining aholi jon boshiga toʻgʻri kelgan hajmi oʻrtacha 108,9 foizga oʻsgan. Bu esa, 2010-2024-yillar davomida Xorazm viloyatida sanoat mahsulotlarining aholi jon boshiga toʻgʻri kelgan hajmi 2 barobarga ortgan¹. Oʻzbekiston Respublikasida ushbu koʻrsatkichning oʻrtacha miqdori 0,8-martga oʻsgan. Demak, Xorazm viloyati sanoat tarmogʻining miqdoriy oʻzgarishlari oʻzida ijobiy oʻzgarishlarni ifodalamoqda. Lekin, ularning rivojlanish darajasini iqtisodiy-statistik usullar orqali tadqiq qilamiz.

Buning uchun respublika mintaqalarining sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining aholi jon boshiga toʻgʻri kelgan koʻrsatkichlarini guruhlaymiz. Mazkur

¹ Muallif hisob-kitobi.

tadqiqotni amalga oshirishda respublika mintaqalarini 5 ta guruhga ajratib olamiz¹. Bunda Sterjes usulidan foydalandik[9].

Shuningdek, guruhlar soniga muvofiq respublika viloyatlarining sanoat tarmog'ini rivojlanish holatini iqtisodiy-statistik tadqiqotini amalga oshirdik (2-jadval).

1-jadval

O'zbekiston Respublikasi va uning mintaqalarida aholi jon boshiga sanoat mahsulotlari hajmining o'sish sur'ati²
(o'tgan yilga nisbatan, foizda)

Mintaqalar nomi	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	O'rtacha (2010-2024-yillar)
O'zbekiston Respublikasi	103	101,6	104,2	105,8	102,8	103,5	103,6	103,4	108,9	103	98,9	106,6	103,2	104,1	104,4	103,8
Qoraqalpog'iston Respublikasi	103,4	106,1	101,4	105,1	106,6	119,6	162	106,7	102,7	103,5	101,1	106	99,1	97,5	104,8	108,4
Andijon viloyati	104	102,8	105	111	103,6	85,4	71,6	121,4	128,4	112,6	104,3	96,8	120,2	105,1	105,1	105,2
Buxoro viloyati	104,6	103	101	104,8	106,5	107	103,1	95,6	100,4	108,8	100,1	98,7	104,3	104,6	104,7	103,1
Jizzax viloyati	109,7	108,7	105,8	106,9	107,5	114,8	118,8	109,2	106,8	101,3	115,9	108,1	105,8	105,2	103,2	108,5
Qashqadaryo viloyati	92,2	97,2	94,4	98,9	101,3	100,4	99,9	103	102,2	92,1	101	113,2	107,8	105,1	105,2	100,9
Navoiy viloyati	96,5	100,3	100,4	99,8	101,5	99,4	99,6	96	99,6	102,5	107,3	105	104	105,1	106,3	101,6
Namangan viloyati	114,5	110,1	106,6	106,3	110,8	109,7	109,8	109,7	108,8	108,2	112,9	115,8	106,7	105,3	105,8	109,4
Samarqand viloyati	110,9	101,7	114,3	106,6	111,7	108,4	106,5	100,1	110,1	103,4	103,4	108,9	106,3	103,5	105	106,7
Surxondaryo viloyati	106,6	101,6	104,1	102,7	108,7	105,2	104,2	95,9	103,8	104,7	104,5	107,4	101,9	103,8	104,1	103,9
Sirdaryo viloyati	104	107,1	105,5	98,8	102,8	103,7	110	90,3	102,5	101,3	99,1	116,3	106,9	105,1	105	103,9
Toshkent viloyati	103,6	99,4	100,2	108,4	103,9	104,3	104,3	101,5	113,4	105,8	104,8	114,2	103,8	103,4	104,4	105,0

¹ Guruhlashda quyidagi formuladan foydalanib, hisob-kitob qildik va uning sonini 5 ga tengligini aniqladik ($n=1+3,322 \cdot \lg N$, bunda: n – mintaq hududlarini raqobatbardoshlik ko'rsatkichi bo'yicha guruhlar soni; N – kuzatishlar soni).

² O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

Mintaqalar nomi	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	O'rtacha (2010-2024-yillar)
Farg'ona viloyati	91,4	98,8	99,2	104	107,1	102,2	99,9	93,4	104,6	100,8	102,3	106,5	102,4	103,8	102,2	101,2
Xorazm viloyati	104,1	111,5	104,7	109,7	119,3	123,9	90,4	116,3	106,2	105,7	104,4	115,5	113	104,5	105	108,9
Toshkent shahri	110,6	108,5	111,2	111,5	114,8	111,1	110,3	110,2	108,3	103,3	96,4	108,8	103,1	102,6	105,6	107,8
O'rtacha (mintaqalar bo'yicha)	104,0	104,1	103,8	105,3	107,6	106,8	106,5	103,5	107,0	103,9	104,1	108,7	106,1	103,9	104,7	105,3

Natijada respublikaning 5 ta mintaqasida sanoatning aholi jon boshiga to'g'ri kelgan hajmining o'sishi bo'yicha holati yuqori, "a'lo" mezoniga tegishli bo'ldi. Jumladan, mazkur guruhga Qoraqalpog'iston Respublikasi, Jizzax viloyati, Namangan viloyati, Xorazm viloyati, Toshkent shahri to'g'ri kelgan. Shuningdek, eng yuqori oraliqqa tegishli mintaqalar respublika viloyatlarining 35,71 foizini tashkil qilgan. Ushbu oraliqda Xorazm viloyati ham joy olgan.

Shunday bo'lsada, ushbu holatning uzoq muddatli barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun innovatsiyalarga, yangi texnologiyalarni joriy qilishga hamda zamonaviy boshqaruv usullarini ishlab chiqarishga keng tatbiq qilishga to'g'ri keladi. Bunda birinchi navbatda ishlab chiqarish omillaridan, xususan mehnat va kapital samaradorligini baholaymiz.

2.-jadval

O'zbekiston Respublikasi va uning mintaqalarida aholi jon boshiga sanoat ishlab chiqarish rivojlanishining iqtisodiy-statistik tahlil natijalari¹

Respublika mintaqalarida aholi jon boshiga sanoat o'sish sur'atining statistik tavsifi		Respublika mintaqalarida aholi jon boshiga sanoat o'sish sur'atining sifat mezonlari	Respublika mintaqalarida aholi jon boshiga sanoat o'sish sur'atining oraliq ko'rsatkichlari		Respublika mintaqalarida aholi jon boshiga sanoat o'sish sur'atining oraliqlari bo'yicha hududlar soni va ulushi		Respublika mintaqalarida aholi jon boshiga sanoat o'sish sur'atining oraliqlari bo'yicha nomi
			≥	<	soni	ulushi	
O'rtacha qiymatlar	105,3281	A'lo	109,4	107,7	5	35,71	Qoraqalpog'iston Respublikasi, Jizzax viloyati, Namangan viloyati, Xorazm viloyati, Toshkent shahri
Standart xatolik	0,798672						
Mediana	105,09	Yaxshi	107,7	106,0	1	7,14	Samarqand viloyati
Standart chetlanish	2,988358						

¹ O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif hisob-kitoblari.

Respublika mintaqalarida aholi jon boshiga sanoat o'sish sur'atining statistik tavsifi		Respublika mintaqalarida aholi jon boshiga sanoat o'sish sur'atining sifat mezonlari	Respublika mintaqalarida aholi jon boshiga sanoat o'sish sur'atining oraliq ko'rsatkichlari		Respublika mintaqalarida aholi jon boshiga sanoat o'sish sur'atining oraliqlari bo'yicha hududlar soni va ulushi		Respublika mintaqalarida aholi jon boshiga sanoat o'sish sur'atining oraliqlari bo'yicha nomi
			≥	<	soni	ulushi	
Ko'rsatkichlar dispersiyasi	8,930285	O'rta	106,0	104,3	2	14,29	Andijon viloyati, Toshkent viloyati
Ekssess	-1,44428						
Asimmetriklik	-0,10413	Qoniqarli	104,3	102,6	3	21,43	Buxoro viloyati, Surxondaryo viloyati, Sirdaryo viloyati
Interval	8,473333						
Ko'rsatkichlar minimumi	100,9267	Qoniqarsiz	102,6	100,9	3	21,43	Qashqadaryo viloyati, Navoiy viloyati, Farg'ona viloyati
Ko'rsatkichlar maksimumi	109,4						
Ko'rsatkichlar jami summasi	1474,593						
Kuzatishlar soni	14						
Umumiy taqsimot qiymatlari					14	100	

Xorazm viloyatida sanoatning mehnat samaradorligi ko'rsatkichi 2010-2023-yillarda ijobiy darajada o'sib borgan (3-jadval). Shunday bo'lsada, viloyat va uning hududlarida notekis o'zgarishlar aks etmoqda. Jumladan, yuqori ko'rsatkich Tuproqqal'a tumaniga (2023-yilda 529,5 mln.so'm) to'g'ri kelgan. Shunday bo'lsada, undan keyingi o'rinda Urganch shahri to'g'ri kelgan bo'lib, Tuproqqal'a tumaniga nisbatan 15,8-marta past. Bu esa, mehnat samaradorligini innovatsiya-investitsiya omiliga yuqori bog'liqlikni ifodalamoqda. Chunki, yuqori ko'rsatkichga ega bo'lgan Tuproqqal'a tumanida avtomobilsozlik sanoati va unga ehtiyot qismlar ishlab chiqaruvchi korxonalar joylashgan. Ularning ishlab chiqarish texnologiyasi esa mintaqadagi qolgan sanoat tarmoqlariga nisbatan yuqori kapital intensivlikka ega hisoblanadi. Shu bois, viloyatning sanoat tarmog'i samaradorligini to'liq baholash uchun investitsiyalar samaradorligini, xususan kapital qaytimini tadqiq qilamiz.

3-jadval

Xorazm viloyati sanoat tarmog'ining mehnat samaradorligi holati

Hududlarning nomi	2010	2015	2020	2021	2022	2023
Xorazm viloyati	1,0	3,8	13,4	18,8	19,9	22,1
Urganch sh.	4,0	8,0	22,5	25,5	30,5	33,6
Xiva sh.			4,1	4,0	4,6	5,0
tumanlar:						
Bog'ot	0,9	2,0	4,9	6,8	7,2	8,1
Gurlan	0,6	1,8	7,8	7,7	8,9	9,5
Qo'shko'pir	0,5	1,8	4,5	5,9	5,8	6,1
Urganch	0,6	2,0	4,6	10,8	10,1	11,6
Hazorasp	1,1	13,4	4,4	5,4	4,9	0,4
Tuproqqal'a			174,4	287,9	406,1	529,5
Xonqa	1,0	2,9	7,3	8,7	9,4	10,4

Hududlarning nomi	2010	2015	2020	2021	2022	2023
Xiva	0,3	1,5	5,1	4,9	5,5	6,1
Shovot	0,6	2,7	4,8	5,4	5,0	4,6
Yangiariq	0,6	2,1	6,3	6,5	7,0	7,3
Yangibozor	0,7	2,0	8,4	13,8	13,4	15,3
O'rtacha (hududlar bo'yicha)	1,0	3,6	19,9	30,3	39,9	49,8

Xorazm viloyatida sanoatning kapital samaradorligi shahar va tumanlar kesimida notekis o'zgarishga ega bo'lgan (4-jadval). Jumladan, ushbu ko'rsatkichning 2010-2023-yillardagi o'rtacha ko'rsatkichi viloyatda 1,7 birlikka teng bo'lgan. Viloyatga nisbatan yuqori ko'rsatkichlar Urganch shahri (1,8), Xazorasp (3,9), Tuproqqal'a (18,3), Xonqa (1,8) tumanlariga to'g'ri kelmoqda. Ushbu ko'rsatkichlardan ko'rinib turibdiki, mintaqa shahar va tumanlarida kapital qaytimi investitsiyalarning tarkibiy tuzilishiga ham yuqori bog'liqlikka ega bo'lgan. Jumladan, yuqori ko'rsatkichlarga ega bo'lgan hududlarda yalpi investitsiyalardagi xorijiy investitsiyalarning ulushi yuqori ko'rsatkichlarga ega hisoblanadi. Demak, mintaqada sanoat samaradorligini oshirish, tarmoqdagi resurslardan oqilona va maqbul foydalanishda xorijiy investitsiyalarga, innovatsion texnologiyalarga e'tibor qaratishni talab etadi.

Shunday ekan, mintaqa sanoati rivojlanishining investitsiya omilini korrelyatsion-regression tahlilini amalga oshiramiz. Bu esa, investitsiya omilini sanoat samaradorligiga, uning o'zgarishiga ta'sirini to'liq baholash imkonini beradi. Olib borilgan ekonometrik tadqiqotlar natijasida ushbu ikki kattalik o'rtasidagi 2010-2024-yillardagi korrelyatsion bog'liqlik ijobiy ko'rsatkichga ega ekanligini aniqladik (0,688).

4-jadval
Xorazm viloyati sanoat tarmog'ining kapital samaradorligi holati

Hududlarning nomi	2010	2015	2020	2021	2022	2023	<i>O'rtacha (2010-2023-yillar)</i>
Xorazm viloyati	2,0	1,7	1,8	1,6	1,6	1,6	1,7
Urganch sh.	4,7	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1,8
Xiva sh.			0,7	0,3	0,3	0,3	0,7
tumanlar:							
Bog'ot	1,4	1,4	0,7	1,1	0,8	0,8	1,4
Gurlan	1,5	1,3	1,4	1,0	1,1	1,0	1,5
Qo'shko'pir	1,3	1,5	0,9	0,9	0,8	0,8	1,1
Urganch	0,9	1,0	0,8	1,6	1,3	1,4	0,9
Hazorasp	2,2	6,0	1,0	0,5	0,7	0,1	3,9
Tuproqqal'a			20,7	18,3	17,4	16,9	18,3
Xonqa	2,2	1,8	0,9	1,2	1,0	1,0	1,8
Xiva	0,9	1,1	1,3	0,6	0,7	0,7	0,9
Shovot	1,2	1,3	1,0	0,9	0,9	0,8	1,2
Yangiariq	1,3	1,2	0,9	0,3	0,3	0,3	1,2
Yangibozor	1,5	1,1	1,0	1,3	1,1	1,1	1,1
O'rtacha (hududlar bo'yicha)	1,8	1,7	2,5	2,2	2,1	2,0	2,8

Shuningdek, regression tahlillarimiz natijasida ham ijobiy, yuqori ta'sirchanlik investitsiyalarga tegishlilikini ochib berdik. Jumladan, regression tahlilda chiziqli tenglamani tuzib oldik.

$$San_t = f(Inv_t, \varepsilon_t) \quad (1)$$

Bunda: San_t – Xorazm viloyati sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi; Inv_t – Xorazm viloyatiga kiritilgan investitsiyalar hajmi.

Mazkur ko'rsatkichlar ostida Xorazm viloyatida ishlab chiqarilgan sanoat mahsulotlari va iqtisodiyotga kiritilgan investitsiyalarning regression bog'liqligini ko'rib o'tamiz. Shu bois, (1) formulani logarifmlab olamiz. Natijada quyidagi tenglik hosil qilindi.

$$\log(San_t) = a * \log(Inv_t) + \varepsilon_t \quad (2)$$

Ushbu tenglikni statistik ma'lumotlar asosida hisob-kitob qilish natijasida quyidagi ekonometrik bog'liqlikni o'z ichiga olgan tenglikni hosil qildik:

$$\log(San_t) = 1,24 * \log(Inv_t) - 0,73 \quad (3)$$

$$(R^2=0,687806, F_{Fisher}=9,875909, P_{qiymati}=0,009365)$$

Regressiya tahlillarimiz natijasini ifodalashicha, investitsiyalarning bir foizga o'zgarishi sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishni 1,24 foizga mos yo'nalishda o'zgarishlarga olib kelmoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqorida olib borilgan tadqiqotlarimiz asosida xulosa qilsak, Xorazm viloyatida sanoat ishlab chiqarishning kelgusi yillarda samaradorligini oshirish uchun ishlab chiqarish omillarining miqdor jihatlariga hamda ularning tarkibiy tuzilishiga e'tibor qaratishimiz zarur. Jumladan quyidagilarni taklif qilamiz:

- Asosiy va inson kapitaliga yo'naltirilgan investitsiyalar ko'lamini oshirish.
- Investitsiyalar tarkibidagi xorijiy, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar ko'lamini kengaytirish.
- Sanoatning ishchi-xodimlari tarkibini sifat jihatidan o'zgartirish, ularning malaka-ko'nikmalarini muntazam oshirish.

Mazkur tadbirlarni amalga oshirish natijasida viloyatda sanoat tarmog'ining iqtisodiy samaradorligi o'sib, mintaqa iqtisodiyotining barqaror rivojlanish davomiyligi ta'minlanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Ismanov I.N., Salimov G.Q. sanoat korxonalari qiymatini baholashni takomillashtirish masalalari. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. № 6, noyabr-dekabr, 2017-yil // www.iqtisodiyot.uz.

2. BAXTIYOROV B.B. Sanoat korxonalarining innovatsion boshqaruvi samaradorligini baholashning ilmiy-uslubiy asoslari // Iqtisod Va Moliya / Экономика и Финансы 2021, 10 (146). 13-22 b.

3. Тростянский Д.В., Айдинова М.А. Методология и императивы эффективного использования ресурсного потенциала промышленности на региональном уровне. «Иқтисодий ва барқарор ривожланишни таъминловчи ички имкониятларни аниқлаш ва захираларни сафарбар қилишнинг илмий-

методик асослари» номли илмий мақолалар тўплами. 1-қисм. Т. CEDR, 2017 й. 17-б.

4. Бадриева Л.Д. Современные тенденции и закономерности эффективного использования ресурсного потенциала. // Российское предпринимательство. 2011. № 10. С.57.

5. Sh.Doniyorova. International scientific and practical conference “Economics, management and digital innovation in education: modern trends and approaches” March 13, 2024. 149-153 b.

6. Ismanov I.N., Salimov G‘.Q. Sanoat korxonalari qiymatini baholashni takomillashtirish masalalari. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 6, noyabr-dekabr, 2017-yil // www.iqtisodiyot.uz.

7. Тростянский Д.В., Айдинова М.А. Методология и императивы эффективного использования ресурсного потенциала промышленности на региональном уровне. «Иқтисодиётни барқарор ривожланишини таъминловчи ички имкониятларни аниқлаш ва захираларни сафарбар қилишнинг илмий-методик асослари» номли илмий мақолалар тўплами. 1-қисм. Т. CEDR, 2017 й. 17-б.

8. Rustamov N.I., Tuxtayeva M.Sh. Sanoat korxonalarida hududiy resurs salohiyatidan samarali foydalanish yo‘llari // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 6, noyabr-dekabr, 2020-yil. 93-99b.

9. Дуплякин В.М. Особенности идентификации нормального закона распределения // Вестник Самарского университета. 2020, 11(3). С. 176-183. DOI: 10.18287/2542-0461-2020-11-3-176-183; <https://klikunov-nd.livejournal.com/485677.html>.

STRATEGIK MARKETING YONDASHUVLARI ASOSIDA MATBAA KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH

Xolmirzaeva Feruza Abdullaevna

TDIU, tadqiqotchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada matbaa korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalarining amaliy ahamiyati yoritilgan. Bozor segmentlariga asoslangan yondashuvlar orqali mijoz ehtiyojlariga moslashtirilgan xizmatlar ishlab chiqish yo'llari ko'rib chiqilgan. Tahlil natijalari marketing vositalarining raqobat ustunligi shakllanishiga ta'sirini ko'rsatadi. Strategik rejalashtirish, narx siyosati, xizmat sifati va brend pozitsiyasini aniqlash orqali raqamli imkoniyatlar asosida samarali yondashuvlar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: matbaa korxonalari, raqobatbardoshlik, marketing strategiyasi, mijoz segmentlari, strategik yondashuv.

Аннотация

В статье рассмотрена практическая значимость маркетинговых стратегий в повышении конкурентоспособности полиграфических предприятий. Анализ охватывает подходы, основанные на сегментации рынка, позволяющие разрабатывать услуги с учетом потребностей различных групп клиентов. Результаты показывают влияние маркетинговых инструментов на формирование конкурентных преимуществ. Разработаны эффективные подходы на основе стратегического планирования, ценовой политики, качества услуг и позиционирования бренда.

Ключевые слова: полиграфические предприятия, конкурентоспособность, маркетинговая стратегия, сегментация клиентов, стратегический подход.

Abstract

This article explores the practical significance of marketing strategies in enhancing the competitiveness of printing enterprises. The analysis focuses on market segmentation approaches that enable the development of customer-oriented services. Results highlight the role of marketing tools in creating competitive advantages. Effective approaches are developed based on strategic planning, pricing, service quality, and brand positioning through digital integration.

Keywords: printing enterprises, competitiveness, marketing strategy, customer segmentation, strategic approach.

KIRISH

Raqobat sharoitida faoliyat yuritayotgan matbaa korxonalari oldida xizmatlar sifatini oshirish, mijoz ehtiyojlarini tezda aniqlash va bozorda o'z mavqeyini

mustahkamlash kabi amaliy vazifalar turibdi. Matbaa sanoati bugungi kunda faqat bosma mahsulot tayyorlovchi soha emas, balki grafik dizayn, brending, reklama va raqamli xizmatlarni birlashtirgan ko'p funktsiyali tarmoqqa aylanmoqda. Shunday sharoitda, korxonalar o'z faoliyatini rejalashtirishda marketing strategiyalaridan samarali foydalanish orqali raqobat ustunligini yaratishga intilmoqda.

Segmentlarga asoslangan marketing strategiyasi har bir mijoz turining talabiga mos yechim ishlab chiqishga imkon beradi. Masalan, yirik kompaniyalar uchun barqarorlik va xizmat sifati muhim bo'lsa, kichik biznes subyektlari arzon narx va tezkorlikka e'tibor qaratadi. Davlat tashkilotlari texnik talab va huquqiy standartlarga mos xizmatlarni tanlaydi, kreativ byurolar esa moslashuvchanlik va dizayn sifati bilan qiziqadi. Ushbu farqlarni inobatga olgan holda, korxonalar strategiyasini to'g'ri yo'naltirsa, raqobatchilar orasida ustunlikka erishadi.

So'nggi yillarda bosib o'tilgan tajriba shuni ko'rsatmoqdaki, muvaffaqiyatli matbaa korxonalari marketing faoliyatini biznesning barcha bo'g'inlariga integratsiya qilgan. Ular mahsulotga emas, balki mijoz ehtiyojlariga asoslangan xizmat modeli orqali samarali natijalarga erishmoqda. Bunday yondashuv nafaqat moliyaviy barqarorlikni, balki brend sodiqligini ham kuchaytiradi.

Ushbu tadqiqot matbaa korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan marketing strategiyalarini tahlil qilish, bozor segmentlariga mos strategik yondashuvlarni aniqlash va ulardan foydalanish samaradorligini baholashni maqsad qilgan. Tadqiqot natijalari asosida ishlab chiqiladigan takliflar amaliyotda qo'llash mumkin bo'lgan yechimlar shaklida ishlab chiqiladi va korxonalar uchun aniq yo'nalishlar beradi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Matbaa sanoatining raqobatbardoshligini oshirish masalalari bugungi kunda ko'plab ilmiy tadqiqotlarning markazida turibdi. Xalqaro va mintaqaviy manbalarda bu boradagi yondashuvlar asosan marketing strategiyalarining raqobat ustunligi bilan qanday uyg'unlashishini ochib beradi. Ushbu bo'limda tahlil qilingan adabiyotlar bevosita "Tahlil va natijalar" bo'limida keltirilgan strategik xulosalarning ilmiy asoslarini tashkil etadi va ularning amaliy jihatlarini mustahkamlaydi.

Marketing strategiyasining raqobatbardoshlikdagi o'rni Hooley va Piercy tomonidan keng yoritilgan bo'lib, ular raqobat muhitining o'zgaruvchan sharoitlarida korxonalarning strategik joylashuvi, mahsulotni farqlash va narx siyosatini aniqlash orqali raqobat ustunligini yaratish mexanizmlarini bayon etganlar [1]. Bu yondashuv matbaa korxonalari uchun bozor segmentiga mos strategiyalarni ishlab chiqish zarurligini ta'kidlaydi. Ayniqsa, kichik bizneslar uchun xarajatlar asosida raqobat qilish modeli ushbu manbada nazariy asoslangan.

Digital marketingning mijoz bilan munosabatlar samaradorligiga ta'siri haqidagi tadqiqotlar [5] esa, onlayn mijozlar segmentiga xizmat ko'rsatishda raqamli vositalarning ustunligini isbotlab beradi. Bu yondashuv "Tahlil va natijalar" bo'limida raqamli strategiyaga asoslangan xizmatlar haqida berilgan fikrlarni mustahkamlaydi. Onlayn buyurtmalar, 24/7 xizmat, interfeys qulayligi kabi elementlar aynan raqamli transformatsiya bilan bevosita bog'liq.

Yirik kompaniyalar segmenti uchun differensiallashgan strategiyaning afzalliklari haqida PrU-Expo NAPCO Research hisobotida chuqur tahlil berilgan bo'lib, bosma mahsulotlarda to'liq xizmat paketi, texnologik ustunlik va loyihalashning kompleksligi bu strategiyani qo'llashga undovchi omillar sifatida ko'rsatiladi [8]. Bu esa "Tahlil va natijalar" bo'limida yirik mijozlar uchun ishlab chiqilgan xizmat modeli bilan to'g'ridan-to'g'ri uyg'unlashadi.

Brendga asoslangan marketing strategiyasi haqida maqolalarda (masalan, [9]) kreativ byurolar va dizaynerlar uchun vizual sifat, shaxsiylashtirish va dizayn aniqligining brend obro'siga ta'siri asoslab berilgan. Bu fikr "Tahlil va natijalar" bo'limidagi kreativ byurolar segmenti uchun keltirilgan strategik yondashuvni mustahkamlab beradi.

Bundan tashqari, davlat buyurtmachilari uchun marketingda ishonchlilik va barqarorlik tamoyillarini qo'llash haqida [4] manbada aytib o'tilgan. Matbaa korxonalarining standartlarga moslashuvi, xizmat sertifikatitsiyasi va uzoq muddatli shartnomalar orqali barqarorlikka erishish yondashuvi "Tahlil va natijalar" bo'limidagi davlat sektoriga mos strategik yo'nalish bilan to'liq mos keladi.

Shuningdek, raqobat ustunliklarini strategik resurslar bilan uyg'unlashtirishga oid nazariy qarashlar [10] manbada keltirilgan bo'lib, bunda xizmat ko'rsatish sifati, texnologik baza, inson resurslari va marketing salohiyatining raqobatdagi rolga urg'u berilgan.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda matbaa korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalarining ta'siri tizimli tahlil qilindi. Asosiy yondashuv sifatida kontent-tahlil va solishtirma tahlil usullari qo'llanildi. Ilmiy manbalar, xalqaro tajribalar hamda marketing strategiyalari haqidagi empirik ma'lumotlar asosida segmentlar bo'yicha strategik moslik o'rganildi. Har bir strategiya tegishli bozor segmentlari bilan bog'lanib, raqobat ustunliklari aniqlab chiqildi. Jadval va tasnif asosida raqamli yondashuv, brendga asoslangan yondashuv, narxga yo'naltirilgan strategiyalar konseptual tarzda tahlil qilindi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Matbaa sanoatining zamonaviy sharoitda rivojlanishi, raqobat muhitining murakkablashuvi, mijozlar ehtiyojlarining tez o'zgarishi va texnologik yangiliklarning jadal sur'atlarda joriy qilinishi marketing strategiyalarini yangilash va strategik yondashuvlarni qayta ko'rib chiqishni talab qilmoqda. Ayniqsa, raqobatbardoshlik darajasini oshirishda har bir korxonaning o'z segmentiga moslashtirilgan strategiyasiga ega bo'lishi muhim. Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, matbaa korxonalari o'z faoliyatini barqarorlashtirish va bozor ulushini kengaytirish uchun mijozlar turiga qarab turlicha strategiyalarni qo'llash orqali raqobat ustunligiga erishmoqda.

Tahlil davomida aniqlanishicha, kichik biznes vakillari segmenti uchun narxga asoslangan marketing strategiyasi eng maqbul yondashuv hisoblanadi. Bu segment vakillari odatda cheklangan byudjetga ega bo'lib, ular uchun xizmatlar tannarxining pastligi, buyurtmaning tez tayyorlanishi va alohida e'tibor muhim ahamiyatga ega. Matbaa korxonalari bu ehtiyojni qondirish uchun xizmatni maksimallashtirish emas, balki optimallashtirishga e'tibor qaratishi zarur. Bu esa, xizmatlar ketma-ketligini soddalashtirish, jarayonlarni avtomatlashtirish va moslashtirilgan narx siyosatini ishlab chiqishni taqozo etadi. Bu strategiya orqali kichik biznes mijozlari o'z faoliyatini barqaror yuritish imkoniyatiga ega bo'ladi, matbaa korxonalari esa ularning doimiy mijoziga aylanishi mumkin.

Yirik kompaniyalar segmenti esa keng ko'lamli xizmatlarga, yuqori texnologik darajadagi mahsulotlarga va brend talablari asosida dizayn qilingan bosma materiallarga ehtiyoj sezadi. Ular bilan ishlashda differensiallashgan marketing strategiyasi asosida xizmat turlarini kengaytirish, sifatlilik, to'liq xizmat zanjiri va moslashtirilgan yechimlar taklif etish zarur bo'ladi. Bunday yondashuv orqali matbaa korxonalari brend talablariga mos mahsulotlar ishlab chiqish, hamkorlik muddatini uzaytirish va yirik mijozlarni saqlab qolish imkoniyatiga ega bo'ladi. Shu jihatdan, ushbu strategiya doirasida har bir mijoz uchun alohida xizmat paketlari ishlab chiqilishi, xususan, dizayn, chop etish, qadoqlash va logistika bosqichlarini yagona integratsiyalangan xizmat sifatida taklif etilishi maqsadga muvofiqdir.

Davlat buyurtmachilari segmenti o'ziga xos yondashuvni talab etadi. Bu turdagi mijozlar xizmat sifati, qonunchilikka moslik, byudjet intizomiga rioya qilinishini talab etadi. Shu bois, bu segment uchun marketing strategiyasi ishonchlilik, standartlarga moslik va narx barqarorligiga asoslangan bo'lishi lozim. Matbaa korxonalari uchun bu esa o'z xizmatlarini sertifikatlash, standartlarga muvofiqlikni ta'minlash, rasmiy hujjat aylanishini soddalashtirish va yillik yoki oylik asosda tuzilgan uzoq muddatli

shartnomalarni qo'llash orqali amalga oshiriladi. Bu esa korxona uchun barqaror daromad oqimini ta'minlab beradi.

Kreativ byurolar va dizayn agentliklari segmenti raqobatda eng yuqori talabga ega bo'lgan toifadadir. Ular uchun mahsulotning tashqi ko'rinishi, dizayn sifati, rang aniqligi va brend identitetiga mosligi eng asosiy ko'rsatkich hisoblanadi. Bu toifa uchun brendga asoslangan marketing strategiyasi muhim ahamiyatga ega. Bu strategiya asosida bosmaxonalar o'z dizayn bo'limlarini kuchaytiradi, kreativ xizmatlarni taklif etadi, har bir buyurtmani individual dizayn yechimi bilan birga taqdim etadi. Natijada, bu segmentdagi mijozlar tomonidan mahsulotlar yuqori baholanadi, ularning brend obro'siga mos mahsulotlar ishlab chiqiladi va matbaa korxonalari uzoq muddatli hamkorlikka erishadi.

Onlayn mijozlar segmenti esa raqamli transformatsiya jarayonida eng faol rivojlanayotgan guruh hisoblanadi. Bu segment uchun 24/7 xizmat, onlayn buyurtma, tezkor qayta aloqa, real vaqtda buyurtma holatini kuzatish kabi imkoniyatlar ustuvorlik kasb etadi. Bunday mijozlar uchun raqamli marketing strategiyasi asosida ishlab chiqilgan yondashuv zarur bo'ladi. Bu strategiya onlayn reklama, SEO optimizatsiya, interfeys qulayligi va mobil ilovalar orqali mijoz bilan doimiy aloqani ta'minlashni o'z ichiga oladi. Matbaa korxonalari onlayn platformalar orqali mijozlarga individual kabinetlar yaratib, buyurtmalarni tez va shaffof shaklda boshqarish imkoniyatini beradi.

Quyidagi jadvalda tahlil qilingan strategiyalar va ular asosida shakllanadigan raqobat ustunliklari to'plami umumlashtirilgan:

1-jadval.

Matbaa korxonalarida marketing strategiyasiga asoslangan raqobat ustunliklari¹

T/r	Segment	Strategik marketing yondashuvi	Raqobat ustunligi
1	Kichik biznes	Narxga yo'naltirilgan strategiya (Cost Leadership)	Tezkor xizmat, past narx, shaxsiylashtirish
2	Yirik kompaniyalar	Differensiallashgan strategiya (Differentiation)	Texnologik ustunlik, to'liq xizmat paketi
3	Davlat buyurtmachilari	Standartga asoslangan ishonch strategiyasi	Barqaror narx, sertifikatlangan xizmat
4	Kreativ byurolar	Brendga asoslangan strategiya (Brand Focus)	Yuksak sifat, dizayn, mijoz sodiqligi
5	Onlayn mijozlar	Raqamli marketingga asoslangan strategiya	24/7 xizmat, avtomatlashtirilgan buyurtma tizimi

¹ Muallif ishlanmasi

Yuqoridagi tahlil matbaa korxonalarining har bir mijoz segmentiga mos marketing strategiyasi ishlab chiqishi ularning raqobatbardoshligini oshirishda bevosita ta'sir ko'rsatishini ko'rsatmoqda. Har bir strategik yondashuv muayyan ehtiyojni to'liq qondirgan holda korxonaning xizmat sifati, mijoz sodiqligi va daromadlar barqarorligini ta'minlaydi. Shu bois, marketing strategiyalarining differensiallashgan asosda shakllanishi hozirgi bosmaxona sanoati uchun eng maqbul va amaliy yondashuv sifatida tavsiya etiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, matbaa korxonalarining raqobatbardoshligini ta'minlashda bozordagi turli mijoz segmentlariga yo'naltirilgan marketing strategiyalarining differensial qo'llanilishi muhim ahamiyatga ega. "Tahlil va natijalar" bo'limida asoslanganidek, har bir mijoz guruhiga — yirik korporativ mijozlar, kichik biznes subyektlari, davlat tashkilotlari, kreativ byurolar va yakka buyurtmachilar — tegishli strategik yondashuvlar asosida xizmat ko'rsatish raqobat ustunliklarini shakllantirishga xizmat qiladi.

Bunda raqamli texnologiyalarni joriy etish, xizmatlarning shaxsiylashtirilgan shaklini taklif qilish, barqaror brend boshqaruvi va ishonchli narx strategiyasi kabi elementlar asosiy ustuvorliklar sifatida ajralib turadi. Shu bilan birga, mavjud resurslardan samarali foydalanish, xizmat sifatini doimiy takomillashtirish va mijoz bilan barqaror aloqani rivojlantirish orqali matbaa korxonalari bozorda o'z mavqeyini mustahkamlashga erishadi.

Tahlillardan kelib chiqib quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. Segmentlarga mos strategiyalarni ishlab chiqish: Har bir mijoz turining ehtiyojlariga moslashtirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish va tizimli tarzda qo'llash.
2. Raqamli integratsiyani kuchaytirish: Onlayn buyurtma, dizayn konfiguratori va mobil ilovalar orqali mijozlar bilan aloqani soddalashtirish.
3. Brend va obro'ni oshirish: Kreativ va innovatsion xizmatlarni taqdim etish orqali ijtimoiy ishonch va mijoz sodiqligini oshirish.
4. Davlat buyurtmalarini jalb etish: Sifat, standartga moslik va vaqtida bajarilish orqali yirik buyurtmalar uchun raqobatbardosh bo'lish.
5. Narx sezgir segmentlarga mos takliflar: Arzon va tezkor xizmatlar kombinatsiyasi orqali yakka buyurtmachilar va kichik korxonalarga mos yechimlar ishlab chiqish.

Bu tavsiyalar asosida matbaa korxonalari raqobat muhitida strategik ustunlikni mustahkamlashi, innovatsion yondashuvlar orqali barqaror rivojlanishni ta'minlashi mumkin. Tavsiya etilgan harakatlar tizimli ravishda joriy etilganda, marketing

strategiyasi nafaqat mijozni jalb etish, balki uni uzoq muddatli hamkorlikka undovchi kuchli omilga aylanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Hooley, G. J., & Piercy, N. F. (2020). Marketing strategy and competitive positioning. Pearson Education.
2. Hamluddin, & Wibowo, M. D. A. (2023). Marketing communication strategies for increasing the sales of digital printing products. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa dan Budaya*, 13(2), 68–86. <https://doi.org/10.53682/makna.v13i2.584>
3. Zhang, X., Xia, M., Yang, J., Li, W., & Gao, X. (2024). The competitive advantages and development strategies of flexographic printing in the label printing market. *International Journal of Education and Humanities*, 15(3), 286–289.
4. Iba, Z., Zasri, A. R., Safira, D., Azzerah, I. V., & Munanda, R. (2022). Printing business production development process strategy: Case study of printing UKM Nova Florist. *IJSET*, 2(1), 1077–1085.
5. Situmorang, A. (2023). Digital marketing strategies and their impact on competitive advantage. *International Journal of Social Science Research and Review*, 6(4), 450–457. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v6i4.1281>
6. Leask, G., & Parnell, J. A. (2021). Strategic groups: Path to the efficiency frontier. *Strategic Change*, 30(3), 279–288. <https://doi.org/10.1002/jsc.2390>
7. Safonov, Y., Gutkevych, S., & Shenderivska, L. (2022). Peculiarities of management of enterprises in the printing industry. *Baltic Journal of Economic Studies*, 8(3), 174–184. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2022-8-3-174-184>
8. ProcureAbility. (2021). Strategies to manage commercial print market drivers. ProcureAbility White Paper. <https://www.procureability.com>
9. NAPCO Research. (2022). Propelling your business forward in an ever-changing competitive environment. Canon USA. <https://www.napcoresearch.com>
10. Kurniawan, D. (2023). Competitive strategy and information technology in print media industry. *Jurnal Ilmiah MEA*, 7(1), 32–40. <https://doi.org/10.31955/mea.vol7.iss1.pp32-40>

XUSUSIY TA'LIM MUASSASALARINING IJOBIY IMIJINI BELGILOVCHI ASOSIY OMILLAR

Odilova Sitora Sayfitdin qizi

A.Avloniy nomidagi pedagoglarni
kasbiy rivojlantirish va yangi metodikalarga
o'rgatish milliy-tadqiqot instituti DSc tadqiqotchisi;
TDUI "Marketing" kafedrası dotsenti, i.f.f.d.(PhD)

Annotatsiya

Ushbu maqolada xususiy maktablar "ijobiy imijini"ga ta'sir etuvchi omillar tahlili amalga oshirilib, tasodifiy tanlangan jami respondentlar asosida bir qator gipotezalar shakllantirilgan va tekshirilgan.

Kalit so'zlar: omil, imij, maktab, xususiy maktab, ta'lim, xizmat, sifati, respondent.

Аннотация

В данной статье проведен анализ факторов, влияющих на «позитивный имидж» частных школ, а также сформулирован и проверен ряд гипотез на основе общего числа случайно выбранных респондентов.

Ключевые слова: фактор, имидж, школа, частная школа, образование, услуга, качество, респондент.

Abstract

This article analyzes the factors influencing the "positive image" of private schools, and formulates and tests a number of hypotheses based on the total number of randomly selected respondents.

Keywords: factor, image, school, private school, education, service, quality, respondent.

KIRISH

Mamlakatimizda xususiy maktablarning imiji bir tomondan maktab bitiruvchilarining oliy o'quv yurtlariga kirishlari salmog'i bilan belgilansa, ikkinchi tomondan maktab o'qituvchilarining ma'lum fazilatlarini, ko'nikmalar va malakalari bilan bog'liq bo'ladi. Ijobiy imijga ega bo'lgan xususiy ta'lim muassasalari ta'lim sektori ichida ham, tashqarisida ham boshqa tashkilotlar bilan strategik hamkorlik va hamkorlikni shakllantirish ehtimoli ko'proq. Ushbu hamkorliklar ilmiy hamkorlik, qo'shma dasturlar, bilim almashish va resurslarni almashish uchun imkoniyatlar yaratishi mumkin.

ADABIYOTLAR SHARHI

So'nggi yillarda xususiy umumta'lim muassasalarining rivojlanishi ularning ta'lim xizmatlari sifatini oshirish, bozordagi raqobatbardoshlikni ta'minlash va mustahkam brend imijini shakllantirish zaruratini keltirib chiqarmoqda. Shu sababli ilmiy adabiyotlarda brend imiji, iste'molchi xulq-atvori va ta'lim xizmatlari marketingi bo'yicha bir qator yondashuvlar ishlab chiqilgan.

Fahimeh Cheginia, Saeed Baghayi Molanb va Somaye Sanei Kashanifar (2020) tadqiqotlarida iste'molchilarning brendga bo'lgan sodiqligi tashkilotning raqobat

ustunligini belgilovchi asosiy omillardan biri sifatida baholangan. Ularning fikriga ko'ra, brend imiji faqat tashqi ko'rinish yoki logotip bilan emas, balki mahalliy madaniyat, ijtimoiy qadriyatlar va tarixiy tajribalar bilan uzviy bog'liq bo'lgan holatda shakllanadi. Bu yondashuv xususiy maktablar uchun ham dolzarb bo'lib, ularning maqsadli auditoriyasi (ota-onalar va o'quvchilar) madaniy va ijtimoiy ehtiyojlarini hisobga olgan holda brend strategiyasini ishlab chiqishni taqozo etadi.

Russell Belk va hamkorlari tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda esa raqamli muhitda -xususan metaolamda — brend va iste'molchi o'rtasidagi aloqalar chuqur tahlil qilingan. Ularning fikricha, zamonaviy ta'lim muassasalari, ayniqsa, xususiy maktablar, virtual imijni shakllantirish orqali onlayn platformalarda ishonch, yuksak taassurot va sodiqlik muhitini yaratishlari lozim. Bu esa marketing faoliyatini transformatsion yondashuv asosida olib borishni talab etadi.

Rossiyalik olim Ye.P. Nikonenko (2017) ta'lim muassasasi imijini uni tashkil etuvchi barcha ichki va tashqi faoliyat yo'nalishlari — ilmiy, o'quv, moliyaviy va marketing ko'rsatkichlari asosida kompleks yondashuvda ko'rib chiqqan. Unga ko'ra, brend imij — bu maqsadli auditoriya tomonidan muassasa to'g'risida shakllantirilgan holistik (butunlikdagi) ijtimoiy-iqtisodiy qiyofa bo'lib, u raqobat sharoitida barqarorlikni ta'minlovchi kuchli omildir.

Shuningdek, marketing sohasining klassik nazariyalarida, xususan F.Kotler (Philip Kotler)ning ishlanmalarida ta'lim xizmatlari marketingi uchun alohida joy ajratilgan. Kotler ta'lim muassasalari imijini shakllantirishda SWOT-tahlil, STP (segmentation, targeting, positioning) va 7P marketing kompleksi (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) kabi metodologik yondashuvlarni taklif etgan. Bu metodlar orqali xususiy maktablar o'z xizmatlarini bozorda samarali pozitsiyalashi va farqlanish strategiyasini ishlab chiqishi mumkin.

Yuqoridagi adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, xususiy umumta'lim muassasalarining brend imijini shakllantirishda madaniy, iqtisodiy, raqamli va kommunikativ omillarni kompleks yondashuv asosida tahlil qilish zarur. Metodologik asos sifatida esa klassik marketing nazariyalari bilan birga zamonaviy raqamli strategiyalar va psixoiqtisodiy tahlillarni uyg'unlashtirish muhim ahamiyat kasb etadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Biz maqolada mamlakatimizdagi mavjud xususiy maktablardan sifat ko'rsatkichlaridan iborat 11 ta savoldan iborat onlayn tarzda ijtimoiy so'rovnoma asosida imijini rivojlantirish ta'sirlarini o'rganib chiqdik. So'rovnomada xususiy maktab o'quvchilari va ularning ota-onalari ishtirok etgan.

1-jadval.

Tadqiqot jarayonidagi tasodifiy tanlangan xususiy maktab tarkibi¹

Xususiy maktab	Freq.	Percent	Cum.
Davlat	394	80.90	80.90
Xususiy	81	16.63	97.54
QTD	12	2.46	100.00
Total	487	100.00	

¹ Muallif ishlanmasi

Mazkur jadval uch guruhga bo'lingan o'zgaruvchining chastota va foiz taqsimotini aks ettiradi: "Davlat", "Xususiy" xususiy maktablar va "Qo'shma ta'lim dasturlari". Masalan, davlat turkumda 394 chastotasi mavjud bo'lib, umumiy holatlarning 80,90% ni tashkil qiladi. Boshqacha aytganda, 487 ta holatdan (yoki kuzatishlardan) 394 tasi shu toifaga kiradi. Xususiy turkumda 81 ta chastota mavjud bo'lib, bu umumiy holatlarning 16,63% ni tashkil qiladi yoki 487 ta holatdan 81 tasi ushbu toifaga kiradi. QTD turkumda 12 ta chastota mavjud bo'lib, umumiy holatlarning 2,46% ni tashkil qilsa, binobarin 487 ta holatdan 12 tasi ushbu toifani izohlamoqda (3.3.1-jadval).

2-jadval.

Respondentlarning yoshga oid tasviriy statistikasi¹

Yosh	Freq.	Percent	Cum.
16-25	233	47.84	47.84
26-35	212	43.53	91.38
36-45	23	4.72	96.10
46-60	15	3.08	99.18
60	4	0.82	100.00
Total	487	100.00	

Yuqoridagi jadvalda ham uch guruhga bo'lingan "Yosh" o'zgaruvchisining taqsimlanishini ifodalanmoqda. Natijalarga ko'ra, ishtirokchilarning aksariyati 16-25 yosh oralig'iga to'g'ri keladi (47,84%). Ikkinchi yirik guruhni 26-35 yoshdagi ishtirokchilar (43,53%) tashkil etsa, 36-45 yoshdagi ishtirokchilar ulushi 4,72% ni tashkil qiladi. Shuningdek, 46-60 yoshdagi ishtirokchilar tanlovning 3,08% ni tashkil qilsa, 60 va undan katta yoshdagi ishtirokchilar 0,82% ni tashkil qilgan.

Tasodifiy tanlangan jami respondentlar soni 487 ta bo'lib, bir qator gipotezalar shakllantirildi:

N1: Sifat ko'rsatkichli (yosh, jins, XUSUSIY MAKTAB va kasb) o'zgaruvchilar to'g'ridan-to'g'ri (Direct effect) xususiy maktab imijiga samarali ta'sir qiladi;

N2: Sifat ko'rsatkichli (yosh, jins, xususiy maktab va kasb) o'zgaruvchilar vositachi (Mediating variable) asosida xususiy maktab imijiga samarasiz ta'sir qiladi;

N3: Sifat ko'rsatkichli (yosh, jins, xususiy maktab va kasb) o'zgaruvchilar vositachi (Mediating variable) asosida xususiy maktab imijiga samarasiz ta'sir qilish bilan amaliy imijga ta'sir qilmaydi.

Mazkur gipotezalarni tekshirishda biz jami o'zgaruvchilarni 4 ta yashirin o'zgaruvchi (Latent variable) (Unobserved variable) tuzib olamiz. Bu esa, tadqiqot jarayonida ishtirok etgan o'zgaruvchilarning (Observed variable) barchasini bir modelda jamlab ular yuzasidan ishonchli xulosa qilish imkonini beradi.

Tahlil natijalariga ko'ra, o'zgaruvchilardagi tafovutning muhim qismini tushuntiruvchi bitta asosiy omil mavjudligi ko'rinadi. Bu omil 5,914 xos qiymatga ega va umumiy dispersiyaning 65,7% ni tashkil qiladi. Omil vaznlari (Factor loading) har

¹ Muallif ishlanmasi

bir o'zgaruvchi va asosiy omil o'rtasidagi munosabatlarning kuchini ko'rsatadi. Yuqori omil yuklari kuchliroq munosabatlarni ko'rsatadi. Bunday holda, barcha o'zgaruvchilar nisbatan yuqori omil yuklariga ega bo'lib, 0,763 dan 0,846 gacha. Yagonalik (Uniqueness) qiymatlari har bir o'zgaruvchining asosiy omil bilan hisobga olinmagan tafovut ulushini ifodalaydi. Pastki noyoblik qiymatlari o'zgaruvchining asosiy omil bilan kuchliroq bog'liqligini ko'rsatadi. Bunday holda, barcha o'zgaruvchilar nisbatan past noyoblik qiymatlariga ega bo'lib, 0,285 dan 0,418 oralig'ida qayd etilmoqda.

“Bilim darajasi” o'zgaruvchisining aygen qiymati 1 dan katta bo'lib, tadqiqotning Latent o'zgaruvchisini tuzish imkonini bermoqda. Shuningdek, Korrelyatsiya matritsasi determinanti omil tahliliga kiritilgan o'zgaruvchilar orasidagi umumiy multikollinearlikni o'lchaydi. Bu holda determinant 0,001 ga teng. Nolga yaqin determinant yuqori multikollinearlikni ko'rsatadi, bu o'zgaruvchilarning o'zaro bog'liqligini ko'rsatadi.

Bartlett testi korrelyatsiya matritsasi identifikatsiya matritsasidan sezilarli darajada farq qiladimi yoki yo'qligini baholash uchun ishlatiladi. Bu omil tahlilini davom ettirish uchun o'zgaruvchilar o'rtasida yetarli korrelyatsiya mavjudligini ko'rsatadi. Chi-kvadrat statistikasi 36 daraja erkinlik bilan 3191,991 ni tashkil qiladi. Ushbu test bilan bog'liq r-qiymati 0,000 ni tashkil etadi, bu 0,05 ahamiyatlilik darajasidan kamroq.

Shunday qilib, o'zgaruvchilar o'zaro bog'liq emasligi haqidagi nol gipoteza (H_0) rad etadi. Bu omil tahlilini davom ettirish uchun o'zgaruvchilar o'rtasida yetarli korrelyatsiya mavjudligini ko'rsatadi. Shuningdek, Kaiser-Meyer-Olkin Namuna olish adekvatligi o'lchovi omil tahlilini o'tkazish uchun namunaning muvofiqligini baholaydi. Bu qisman korrelyatsiyalar kattaligiga nisbatan o'zgaruvchilar bir-biri bilan qanchalik yaxshi korrelyatsiya qilishini ko'rsatadi. Qiymatlarning 1 ga yaqinligi omil tahlili uchun yaxshi namunani ko'rsatadi. Bizda KMO qiymati 0,915 ni tashkil etadi, bu 1 ga deyarli yaqin.

Bu shuni ko'rsatadiki, tanlov hajmi omil tahlilini o'tkazish uchun yetarli bo'lib, o'zgaruvchilar o'rtasidagi yuqori darajadagi korrelyatsiyani ko'rsatadi. Olingan natijalar shuni ko'rsatadiki, “Bilim_darajasi” (Ta'lim_darajasi) o'zgaruvchisi ushbu o'zgaruvchining asosiy omillari yoki o'lchovlarini o'rganish uchun omil tahlilidan foydalanishni qo'llab-quvvatlaydigan muhim o'zaro bog'liqlikni namoyish etadi. Yuqori KMO qiymati yana shuni ko'rsatadiki, tanlov hajmi omil tahlilini o'tkazish uchun mos keladi.

Har bir o'zgaruvchi 0,763 dan 0,846 gacha bo'lgan 1-omil bo'yicha omil vazniga ega. Ushbu omil yuklamalari o'zgaruvchi va 1-omil o'rtasidagi munosabatlarning kuchi va yo'nalishini ko'rsatadi. Noyob tafovutlar (o'ziga xoslik) har bir o'zgaruvchining saqlanib qolgan omil(lar) bilan hisobga olinmagan 0,285 dan 0,418 gacha dispersiyasini ifodalaydi.

Ushbu natijalarga asoslanib, 1-omil ma'lumotlardagi farqlarning katta qismini tushuntiradi. “Ilmiy obro'”, “Sifatli ARM”, “Yangi adabiyotlar” va boshqa o'zgaruvchilar 1-omil bo'yicha nisbatan yuqori omil yuklanishiga ega bo'lib, ular

ushbu asosiy omil bilan kuchli bog‘liqligini ko‘rsatadi. Noyob tafovutlar shuni ko‘rsatadiki, har bir o‘zgaruvchidagi dispersiyaning ma’lum bir qismi saqlanib qolgan omillar tomonidan hisobga olinmaydi. Shu tarzda ilk Latent o‘zgaruvchi tuzib olindi.

Navbatdagi “O‘quvchilar imiji” Latenti ham mazkur ketma-ketlik asosida tuzib olinadi.

3-jadval.

“O‘quvchilar imiji” Latent o‘zgaruvchisini tuzish tartibi¹

(obs=487)

Factor analysis/correlation Number of obs = 487
Method: principal-component factors Retained factors = 1
Rotation: (unrotated) Number of params = 8

Factor	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
Factor1	5.564	5.027	0.696	0.696
Factor2	0.537	0.054	0.067	0.763
Factor3	0.483	0.108	0.060	0.823
Factor4	0.375	0.060	0.047	0.870
Factor5	0.316	0.053	0.039	0.909
Factor6	0.262	0.016	0.033	0.942
Factor7	0.246	0.030	0.031	0.973
Factor8	0.217	.	0.027	1.000

LR test: independent vs. saturated: $\chi^2(28) = 2918.53$ Prob> $\chi^2 = 0.0000$

Factor loadings (pattern matrix) and unique variances

Variable	Factor1	Uniqueness
Dekanat boshqaruvi	0.846	0.284
O‘quvchilarga xushmuomala	0.845	0.287
Bitirtuvchi kasbiy mohirligi	0.849	0.280
O‘quvchilarga ko‘mak berish	0.848	0.281
O‘quvchilarga o‘zaro munosabat	0.756	0.428
Bitiruvchilar faxri	0.833	0.306
Ta’lim sifatidan qoniqish	0.874	0.236
Xususiy maktab reklamasi	0.816	0.334

Korrelyatsiya matritsasining determinanti 0,002 ga teng, bu o‘zgaruvchilarning o‘zaro bog‘liqligi yuqori emasligini ko‘rsatadi.

Bartlett test of sphericity testi Chi-kvadrat statistikasi 15 daraja erkinlik bilan 2031.080 qiymat qayd etmoqda. Kaiser-Meyer-Olkin (Kaiser-Meyer-Olkin) Namuna olish adekvatligi o‘lchovi (KMO) qiymati 0,886 ni tashkil etadi, bu 1 ga yaqin. Demak, modeldagi tanlov hajmi omil tahlilini o‘tkazish uchun yetarli bo‘lib, o‘zgaruvchilar o‘rtasidagi yuqori darajadagi korrelyatsiya mavjudligi isbotlanmoqda.

Jadval ma’lumotlari asosida Latent o‘zgaruvchilar o‘rtasidagi juftlik korrelyatsiyasini quyidagicha izohlash mumkin:

“O‘quvchi imiji” o‘zgaruvchisi “Xususiy maktab imiji” bilan 0,898 korrelyatsiya koeffitsiyentiga ega bo‘lib, uning r-qiymati 0,000 ni tashkil yetadi. “O‘qituvchi imiji”

¹ Muallif ishlanmasi

o‘zgaruvchisi “Xususiy maktab imiji” bilan 0,886 va “O‘quvchi imiji” bilan 0,954 ga teng. Ushbu korrelyatsiyasi $p < 0,000$ qiymat oralig‘ida statistik jihatdan ahamiyatli deb topilmoqda.

4-jadval.

Pirson juft korrelyatsiya matritsasi¹

Pairwise correlations

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)
(1) Xususiy maktab imiji	1.000			
(2) O‘quvchi imiji	0.898 (0.000)	1.000		
(3) O‘qituvchi imiji	0.886 (0.000)	0.954 (0.000)	1.000	
(4) Amaliyot imiji	0.872 (0.000)	0.910 (0.000)	0.876 (0.000)	1.000

“Amaliyot imiji” Latenti “Xususiy maktab imiji” bilan 0,872 ga va “O‘quvchi imiji” bilan 0,910ga hamda “O‘qituvchi imiji” bilan 0,876 korrelyatsiyasiga ega.

“Xususiy maktab imiji” o‘zining so‘rovnoma savollarida nazarda tutilgan 5 ta sifatni izohlagan holda O‘zbekiston xususiy maktablarida imijini shakllanishadi salbiy natijalarni izohlamogda. Ya’ni, umuman olganda bilim darajasi, ilmiy obro‘, xususiy maktabning taniqliligi, sifatli ARM, yangi adabiyotlar tayyorlash, zamonaviy auditoriya masalalari, sport maydonchasining mavjudligi, ma’naviyat xonasi hamda xalqaro aloqalarning o‘rnatilish samaradorligi kabi o‘zgaruvchilar bir butun holda teskari ahamiyatda deb topilmoqda.

Natijalar muhokamasi

Modelning ishonchlilik ehtimoli va ozodlik darajasi bo‘lganda, t - mezonning jadval qiymatini aniqlaymiz. Biroq, yuqorida ta’kidlanganidek, modelning har bir parametri uchun Prob (t -statistic) <0.05 shartning bajarilishini tekshirib chiqamiz. Har bir omil bo‘yicha t -mezonning hisoblangan qiymatlari aniqlikda yoki Prob (t -statistic) <0.05 bajariladigan bo‘lsa, u holda tekshirilayotgan parametr statistik jihatdan ahamiyatli bo‘lib hisoblanadi. Masalan, $\chi^2_{ms}(7)$: modelni to‘yingan model bilan taqqoslaydigan χ -kvadrat test statistikasi. Qiymat 1333,957 ni tashkil etadi, bu ikki model o‘rtasidagi sezilarli farqni ko‘rsatadi. Testning r qiymati 0,000 bo‘lib, modelning to‘yingan modeldan sezilarli darajada og‘ishini ko‘rsatadi. RMSEA ya’ni, bu model va bosh to‘plam kovariatsiyasi matritsasi o‘rtasidagi tafovutni o‘lchaydigan yaqinlashuvning o‘rtacha kvadratik xatosi hisoblanadi. Bizda bu qiymat 0,624 ni tashkil etadi, bu o‘rtacha moslikni ko‘rsatadi.

Qiyosiy moslik indeksi (Comparative fit index (CFT)), u modelning mosligini

¹ Muallif ishlanmasi

asosiy model bilan taqqoslaydi. Bizning natijalarimizga ko'ra, 1.0 ni tashkil etadi, bu esa, ijobiy moslikni ko'rsatadi. Standartlashtirilgan ildiz o'rtacha kvadrat qoldiq bo'lib, u kuzatilgan va bashorat qilingan korrelyatsiya o'rtasidagi o'rtacha mutlaq tafovutni o'lchaydi. Regressiya natijasiga ko'ra mazkur test qiymat 0,215 bu o'rtacha moslikni ko'rsatmoqda.

Determinatsiya koeffitsiyenti (R-squared) tuzilayotgan model tomonidan tushuntirilgan kuzatilgan o'zgaruvchilardagi dispersiya ulushini ko'rsatadigan aniqlash koeffitsiyenti yoki modeldagi jami mustaqil va vositachi o'zgaruvchilar bog'liq o'zgaruvchining qanaqa qismini izohlab kelishini anglatadi. Olib borilgan so'rovnomasavollari asosida taklif qilinayotgan qator modellarning real hayotga tatbiq etish qiymati 0,76 ga teng.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ijobiy imijni shakllantirish uchun muassasa ma'lum bir ketma-ketlikdagi tadbirlarni bajarishi zarur. Ushbu mexanizmga muvofiq, jamoatchilik fikrini shakllantirish bo'yicha ta'lim muassasasining asosiy faoliyati quyidagilardan iborat bo'lishi mumkin:

- Jamoatchilik bilan aloqalar bo'yicha "yo'l xaritasi"ni tuzish.
- Nufuzli mijozlar bilan o'zaro hamkorlik qilish.
- Odamlarning xulq-atvori va ongini boshqarish;
- Ziddiyatli vaziyatlarni bartaraf etish.
- Nufuzli jurnalistlar bilan do'stona munosabatlar o'rnatish.
- Press-relizlar, insonlar, maxsus xabarlarini tayyorlash va ommaviy axborot vositalarida e'lon qilish.
- Imij-maqolalar tayyorlash va ommaviy axborot vositalarida chop etish.
- Muassasaning taniqli bitiruvchilari va xodimlari bilan matbuot uchun intervyular tashkil etish.
- Ta'lim muassasasining mintaqaviy, milliy va jahon miqyosidagi muammolarga munosabatini targ'ib qilish.
- Ta'lim muassasasining jamoat xayriya faoliyati to'g'risida ma'lumotlar tayyorlash.
- Muassasaning innovatsion faoliyati to'g'risida maqolalar tayyorlash va chop etish.
- Seminarlar, taqdimotlar, ochiq eshiklar kuni, bitiruvchilar uchrashuvlari, tanlovlar, olimpiadalar tashkil etish.
- Ta'lim xizmatlari sifati va iste'molchi imkoniyatlari bo'yicha muhokamalar tashkil etish;
- Jamoatchilik fikrini o'rganish.
- Mahalliy davlat hokimiyati organlari bilan aloqalarni o'rnatish.
- Jamoat tashkilotlari bilan aloqalarni o'rnatish.
- Ta'lim muassasasi imiji va uning xizmatlari raqobatchilar bilan qiyoslagan holda namoyish etish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Fahimeh Cheginia, Saeed Baghayi Molanb, Somaye Sanei Kashanifar. An Examination of the Impact of Cultural Values on Brand Preferences in Tehran's Fashion Market / *Procedia Economics and Finance* 36 (2016) 189 – 200
2. Russell Belk, Mariam Humayun, Myriam Brouard. Money, possessions, and ownership in the Metaverse: NFTs, cryptocurrencies, Web3 and Wild Markets // *Journal of Business Research*. Volume 153, December 2022, Pages 198-205.
3. Kevin Giang Barrera, Denish Shah. Marketing in the Metaverse: Conceptual understanding, framework, and research agenda // *Journal of Business Research* Volume 155, Part A, January 2023, 113420.
4. Никоненко Е.П. Формирование и оценка эффективности регионального управления имиджем муниципальных образовательных учреждений: автореферат дис. на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Казан. Специальность 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика). 2010. – 26 с.
5. Duarte, P.O. Understanding university image: A structural equation model approach / P.O. Duarte, H.B. Alves, M.B. Raposo // *International Review on Public and Nonprofit Marketing*. – 2010. – 7. – P. 21-36.

SOLIQ MA'MURCHILIGINI YANADA TAKOMILLASHTIRISH VA RAQAMLASHTIRISH YUZASIDAN 2026-YILDA SOLIQ SIYOSATINI TAKOMILLASHTIRISH YUZASIDAN ISHLAB CHIQUILGAN TAHLIL VA TAKLIFLAR

Normurzayev Umid Xolmurzayevich

I.f.d.dotsent,

Yirik soliq to'lovchilar bo'yicha
inspeksiya soliq bosh inspektori

ORCID: 0009-0001-0130-8766

E-mail: Umid.Normurzayev@soliq.uz

Annotatsiya

Mazkur maqolada mamlakatda soliq sohalarida ko'p yillardan buyon soliq ma'murchiligini takomillashtirish bo'yicha rivojlantirish sarhisobi, biznes doiralarning ishonchini yanada mustahkamlashga qaratilgan keng ko'lamli islohotlarni takomillashtirishda hududlararo soliq inspeksiyasini o'rni va ahamiyati yoritilgan. O'zbekiston soliq tizimida amalga oshirilayotgan ayrim muhim islohotlar o'rganilib, xorij tajribasi, mamlakatimizda uni qo'llash bo'yicha ilmiy-amaliy xulosa va takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: soliq siyosati, soliq tushumlari, tahlika-tahlil, xavflar, samaradorlik, raqamli platforma, usullar va vositalar, tahlil, optimallashtirish, soliq imtiyozlari, soliq stavkasi.

Аннотация

В статье подведены итоги многолетнего прогресса страны в совершенствовании налогового администрирования в налоговой сфере, подчеркнуты роль и значение межрегиональной налоговой инспекции в совершенствовании масштабных реформ, направленных на дальнейшее укрепление доверия деловых кругов. Изучены некоторые важные реформы, реализуемые в налоговой системе Узбекистана, разработаны научно-практические выводы и предложения на основе зарубежного опыта и его применения в нашей стране.

Ключевые слова: налоговая политика, налоговые поступления, анализ, риски, эффективность, цифровая платформа, методы и инструменты, анализ, оптимизация, налоговые льготы, налоговая ставка.

Abstract

The article summarizes the country's long-term progress in improving tax administration in the tax sphere, emphasizes the role and importance of the interregional tax inspectorate in improving large-scale reforms aimed at further strengthening the trust of business circles. Some important reforms implemented in the tax system of Uzbekistan have been studied, scientific and practical conclusions and proposals have been developed based on foreign experience and its application in our country.

Keywords: tax policy, tax revenues, analysis, risks, efficiency, digital platform, methods and tools, analysis, optimization, tax incentives, tax rate.

KIRISH

Soliq siyosati strategiyasi orqali soliq tizimida daromadlarni oshirish qobiliyatini oshirish hamda davlat xarajatlarining barqarorligini ta'minlash, rivojlanayotgan davlatlarning fiskal siyosatini kuchaytirish, adolatli va inklyuziv soliq tizimini joriy etish, soliq siyosati strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish mexanizmlarini takomillashtirishda raqamli platformalardan samarali foydalanish kabilar bu boradagi ilmiy tadqiqot ishlarining ustuvor yo'nalishlaridan hisoblanadi. Bundan tashqari. ushbu islohotlar ko'pincha iqtisodiy o'sishni ta'minlaydigan, investitsiyalarni rag'batlantiradigan va davlat funksiyalari uchun yetarli daromad yig'ilishini ta'minlaydigan yanada samarali, shaffof va adolatli soliq tuzilmasini yaratish zarurati bilan bog'liq.

ADABIYOTLAR SHARHI

A.Fedorov. [1] fikricha, "ma'muriy yukni kamaytiradigan va yirik soliq to'lovchilarning investitsiya faolligini rag'batlantiradigan soliq ma'muriyatchiligini takomillashtirish bo'yicha chora-tadbirlar taklif etgan, amaldagi soliq imtiyozlarini sezilarli darajada kengaytiradigan va to'ldiradigan hamda o'z investitsiya manbalarini ko'paytiradigan yirik soliq to'lovchilarning investitsiya faoliyatini soliq orqali rag'batlantirish usullari va uslublarini ishlab chiqqan, ularning samaradorligini baholagan"

V.G.Bayborodina [2] "soliq islohotlari – soliq tizimini keng ko'lamli qayta qurish va uni boshqarish mexanizmini o'zgartirish asosida soliq munosabatlarining cheklangan yoki tubdan o'zgarishi sifatida" ta'riflaydi.

I.A.Mayburov [3] "soliq islohoti soliq tizimini tubdan o'zgartirishni davlat soliq siyosatining yangi mazmuniga moslashtirish" deb ta'kidlaydi.

N.M.Dementeva [4] soliq siyosatini davlat iqtisodiy siyosatining in'ikosi ekanligini, u mustaqil ahamiyatga egaligi va soliqlarning ilmiy nazariyasiga asoslanishi lozimligini ta'kidlaydi. "Amalga oshirilayotgan soliq siyosatining natijalari ko'p jihatdan davlat o'z iqtisodiy siyosatiga qanday tuzatishlar kiritishga majbur ekanligini, soliq tizimini qanday qurish kerakligini belgilaydi".

Karp M.V [5] Soliq siyosati davlatning o'rta va uzoq muddatli istiqboldagi umumiy moliyaviy siyosatining tarkibiy qismi bo'lib, soliq sohasidagi davlat faoliyati konsepsiyasi, soliq mexanizmi, soliq tizimini boshqarish kabi tushunchalarni o'z ichiga oladi.

O.Sitnikovaning fikricha, [6] "konsolidatsiyalashgan soliq to'lovchilar guruhiga kiritishda aktivlarini tan olish yoki maxsus qayta baholash zarur, guruhga kirishdan oldin korxonaning zararlarini o'tkazish tartibi ishlab chiqilishi lozim, konsolidatsiyalashgan soliq to'lovchining moliyaviy-xo'jalik faoliyatining bir xil qiymatga ega bo'lgan subyekt sifatida xalqaro e'tirof etilishiga alohida e'tibor qaratilishi lozim".

Yu.Darkina [7] yirik soliq to'lovchilarning xususiyatlari sifatida to'xtalib, "yirik soliq to'lovchilarga quyidagi xususiyatlar xosdir: katta pul oqimi, keng ko'lamli hujjatlar aylanmasi, soddalashtirilgan tizim bo'yicha soliqqa tortiladigan turli tarkibiy bo'linmalarining integratsiyasidan foydalanish, mamlakat ichida ham, chet elda ham turli firmalar bilan hamkorlik mavjudligidir".

METODOLOGIYA

Maqolada muallif ilmiy abstraksiya, qiyosiy tahlil, tizimli tahlil, induksiya va deduksiya usullaridan foydalangan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Respublikada adolatli, shaffof, uzoqqa mo'ljallangan va xalqaro andozalarga javob bera oladigan soliq tizimini yaratishga qaratilgan soliq islohotlari iqtisodiy, huquqiy jihatdan har tomonlama asoslangan hamda soliq to'lovchilar uchun qulay va manfaatli ekanligini ko'rsatmoqda.

Birinchi navbatda, tadbirkorlik subyektlari va investorlar faoliyatini soliq sohasida kafolatlashning huquqiy asosi yaratilib, yangi Soliq konsepsiyasi, Soliq kodeksi va 150 dan ortiq qonun, Farmon, qaror va boshqa me'yoriy hujjatlar qabul qilindi.

Bu esa tadbirkorlik subyektlari yanada davlatimiz tomonidan katta e'tibor qaratilayotganligidan dalolat beradi. Biz mazkur maqolamizda bugungi kunda qonunchilikda uchirayotgan muammolarni o'rganib chiqqan xolda mazkur takliflarni berdik.

Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish xamda ro'yxatdan chiqarishdagi muammolar.

1.Muammo: QQS guvohnomasini to'xtatib qo'yish tadbirkorlar faoliyatini cheklab qo'ymoqda, shuningdek, QQS to'loviga majburiy o'tish uchun ariza avtomat shakllanmaganligi sababli ularda ortiqcha xarajatlarni keltirib chiqarmoqda.

Misol uchun: 2024-yilda 5 022 ta yuridik shaxs QQS to'lovchisi sifatida soliq boshqarmalarida ro'yxatga olingan bo'lsa-da, ulardan QQS guvohnomasini olish uchun qo'shimcha ravishda ariza talab qilingan.

Ma'lumot uchun: 20.05.2025-y. holatiga QQS to'lovchi 56425 ta subyektning 12,7 trln.so'm QQSdan qarzi mavjud, shundan QQS maxsus guvohnoma olmagan 6 491 ta subyektda 1 trln.so'mni tashkil qiladi.

Taklif: Soliq ma'murchiligida QQS to'lashga o'tgan tadbirkorlarga bir vaqtning o'zida QQS guvohnomasini berish tizimini yo'lga qo'yish. Bunda, majburiy tartibda QQS to'lashga o'tgan yoki davlat ro'yxatidan o'tayotgan jarayonida QQS to'lash rejimini tanlagan subyektlarning QQS guvohnomasini olish uchun arizani inson omilisiz avtomat ravishda yuborish imkoniyatini yaratish.

Mazkur taklifning amaliyotga joriy qilinishi, QQS to'lovchilar uchun ortiqcha vaqt sarflanishi va ortiqcha sarf xarajatlarning oldi olinadi hamda soliq to'lovchilarga qulaylik yaratiladi.

Ozarbayjonda soliq to'lovchilar tomonidan "e-Taxes" elektron tizimi orqali elektron ariza yuboriladi. Qozog'iston 2016-yil 1-apreldan QQS bo'yicha ro'yxatdan o'tganlik to'g'risidagi guvohnomaning shakli chiqarib tashlandi va endi u ro'yxatdan o'tkazuvchi organ mansabdor shaxsining elektron raqamli imzosi bilan tasdiqlangan elektron hujjat shaklida taqdim etiladi.

Soliq va moliyaviy hisobotlar taqdim qilinishidagi muammolar.

1. Muammo: Soliq to'lovchilar tomonidan taqdim qilinadigan soliq va moliyaviy hisobotlar soni ko'pligi natijasida:

- soliq to'lovchilar va soliq organlari xodimlarining ortiqcha vaqt sarflashi va moliyaviy xarajatlar oshishiga;
- yangi ro'yxatdan o'tgan kichik biznes subyektlari hisobotlarni kech topshirganligi yoki topshirmaganligi uchun jarimalar to'lashiga olib kelmoqda.

Taklif: Umumbelgilangan soliq to'lovchilar uchun hamda aylanmadan olinadigan soliq to'lovchilar uchun yagona unifikatsiyalashgan shaklda soliq hisobotlarini yaratish. Bunda, EHF, ONKM va boshqa manba ma'lumotlari hamda barcha saytlarda mantiqiy nazorat vositalaridan foydalanish orqali ko'rsatkichlarni avtomat ravishda generatsiya qilish.

Mazkur taklifning amaliyotga joriy qilinishi ortiqcha vaqt sarflanishi va moliyaviy xarajatlar oshishi oldi olinadi hamda soliq to'lovchilar uchun yengillik yaratiladi. Soliq qo'mitasining qaroriga asosan 15 ta soliq hisoboti shakllari (AV 3231, 24.02.2020-y) va Iqtisodiyot va moliya vazirligining buyrug'iga asosan 4 ta moliyaviy hisobot shakllari (AV 3567, 04.11.2024-y) tasdiqlangan.

Hisobotlarni taqdim qilish muddatlari har xil, oylik (QQS – 20 sana, JShDS – 15 sana, AOS – 15 sana, aksiz – 10 sana, nedra – 20 sana, choraklik (foyda – 20 sana, QQS norezident – 20 sana va h.k), yillik (mol mulk – 1 mart, yer – 20 yanvar, suv – 20 mart va h.k) Hisobotlarni belgilangan muddatda taqdim qilmaganligi uchun, korxona rahbarlariga 2024-yilda 484,8 ming holatda 1,6 trln.so'm ma'muriy jarima qo'llanilgan. Bundan tashqari, "Avtokameral" tizimi yordamida 350,4 mingta holatda soliq to'lovchilar tomonidan 779,2 trln.so'mlik tafovut bartaraf etilgan.

Rossiyada kichik biznes va YaTTlar uchun yagona soliq deklaratsiyasi tizimi joriy etilgan;

AQShda elektron hisobot (e-filing) orqali korxonalar 1065-shakl (sharikliklar uchun) yoki 1120-shakllarda (korporatsiyalar uchun) soliq hisobotlarni yagona deklaratsiyada topshiradilar;

Buyuk Britaniyada Making Tax Digital va Estoniyada e-Tax/e-Customs tizimi orqali kompaniyalar QQS va foyda solig'i hisobotlarini yagona raqamli platformada yuborishi mumkin;

Germaniyada ELSTER elektron soliq platformasi orqali QQS, foyda solig'i va boshqa soliqlarni bir tizim orqali topshirish mumkin;

Niderlandiyada DigiD platformasi orqali, turli soliqlar elektron tarzda yagona portalda topshiriladi;

Kanadada NETFILE va EFILE platformalari orqali turli soliqlar yagona formatda yuboriladi;

Singapurda myTax Portal orqali tadbirkorlar soliq hisobotlarini yagona platformada topshirishlari mumkin.

2. Muammo: Rasmiy daromadga ega fuqarolar hisobi to'liq yuritilmasligi sababli, aholi soniga nisbatan daromad solig'i to'lovchilar darajasi rivojlangan mamlakatlarda nisbatan past.

Masalan, tijorat banklari omonatlardan olingan foiz ko'rinishidagi daromadlar Soliq kodeksining 378-moddasiga asosan soliqdan ozod etilganligi sababli, soliq agenti sifatida daromad olgan fuqarolar ro'yxatini daromad solig'i hisobotida to'liq aks ettirmasdan kelmoqda. Vaholanki, omonatlardan olingan foiz ko'rinishidagi daromadlar mulkiy daromadlar tarkibiga kiritilib, JShODS hisobotining 6-ilovasida mulkiy daromad olgan fuqarolar ro'yxati va daromadlarini ko'rsatishi lozim.

Taklif: Soliq agentlari tomonidan to'lab beriladigan jismoniy shaxslar daromad solig'i bo'yicha Soliq kodeksining 378-moddasida soliqqa tortilmaydigan daromadlarni jismoniy shaxslar kesimida soliq hisobotida aks ettirish. Mazkur taklifning amaliyotga joriy qilinishi, jismoniy shaxslar daromadi-ning shaffofligi oshadi va aholi soniga nisbatan daromad oluvchilar sonining ulushi ko'payadi. Bugungi kunda, jami aholi soniga nisbatan daromad solig'i to'lovchilar darajasi O'zbekiston 16,1 foizni tashkil etadi. IHTT (OECD) hisobotiga ko'ra jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i to'lovchilarining aholi sonidagi ulushi Norvegiyada 93 foiz, Daniyada 91 foiz, Avstriyada 86 foiz, Kanadada 80 foiz, Fransiya 76 foiz va Germaniyada 52,6 foizni tashkil qiladi. Qozog'istonda soliq agentlari har chorakda jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i va ijtimoiy soliq bo'yicha hisob-kitoblarida soliqqa tortilmaydigan jismoniy shaxslarga to'langan daromadlarni aks ettiradi.

3. Muammo: "O'zsuvta'minot" AJ tomonidan tadbirkorlik subyektlariga yetkazib berilgan suv hajmlari to'g'risidagi ma'lumotlar soliq organlariga to'g'ri va to'liq yetkazib berilmayotganligi sababli, hisobotni avtomatik ravishda shakllantirish imkoniyati mavjud emas. Ma'lumot uchun, elektron axborot almashinuvi orqali kelib tushgan ma'lumotlarda soliq to'lovchining STIRi mavjud emasligi, boshqa

korxonalarning STIR raqamlari kiritilganligi va tugatilgan korxonalarni mavjudligi ma'lum bo'ldi. 2024-yilda respublika bo'yicha 60 336 ta soliq to'lovchi tomonidan hisobotlar topshirilib 639,8 mlrd.so'm hisoblangan. Shundan 19 859 ta soliq to'lovchi tomonidan soliq hisobotlarida 256 ming kub.metr suv hajmini kamaytirib ko'rsatganligi sababli byudjetga 37,5 mlrd.so'm kam to'langan.

Taklif: "O'zsuvta'minot" AJ tomonidan iste'mol qilingan suv hajmlari to'g'risida elektron yuboriladigan ma'lumotlarni to'liq xatlovdan o'tkazish hamda faoliyat turi kesimida hisobini yuritish va ushbu ma'lumotlar asosida 2026-yil 1-yanvardan boshlab tajriba tariqasida Toshkent shahrida suv solig'i hisobotini soliq to'lovchilar tomonidan taqdim etish majburiyatini bekor qilgan holda soliq organlari tomonidan avtomatik ravishda hisoblash.

Ushbu takliflarni qabul qilinishi natijasida inson omili cheklanadi, ish hajmi kamayib, samaradorlik oshadi, yashirish holatlarining oldi olinadi va davlat byudjetiga 35-40 mlrd.so'm tushum tushishi ta'minlanadi.

Misol uchun, "O'zsuvta'minot" AJ tomonidan 2024-yilda 54 140 ta suv resurslaridan foydalanuvchi shaxslar 142,3 mln.metr kubdan foydalanganligi to'g'risida ma'lumot taqdim etilgan bo'lsa, Soliq hisobotlarida 59 979 ta korxona 935,7 mln.metr.kub suv hajmi ko'rsatgan. Shuningdek, taqdim etilgan ma'lumotlarning 10 345 tasi (1,8 mln.metr.kub) faoliyatsiz korxonaga to'g'ri kelsa, 8 137 ta (2,4 mln.metr.kub) korxona yoki jismoniy shaxslarning rekvizitlarida xatolik mavjud).

Rossiyada "Raqamli soliq monitoringi" loyihasi doirasida hisobotlarni shakllantirish maqsadida "aqlli hisoblagichlar"ni ("RusGidro") FSXning raqamli tizimlariga ulash masalasi muhokama qilinmoqda.

4. Muammo: "Tog'-kon sanoati va geologiya vazirligi hamda vazirlik tarkibidagi tashkilotlarda qazib olingan foydali qazilmalar to'g'risidagi ma'lumotlar real vaqt rejimida soliq organlariga taqdim etilmasligi sababli, soliq to'lovchilar tomonidan haqiqatda qazib olingan foydali qazilmalar to'g'risidagi ma'lumotlar soliq hisobotlarida avtomatik shakllantirish imkoni mavjud emas.

Taklif: Tog'-kon sanoati va geologiya vazirligi tomonidan qazib olingan foydali qazilmalar to'g'risidagi ma'lumotlarni real vaqt rejimida Soliq qo'mitasiga elektron yetkazib berish. 2027-yil 1-yanvardan boshlab, yer qa'ridan foydalanganlik uchun soliq hisobotini soliq to'lovchilar tomonidan taqdim etish majburiyatini bekor qilgan holda, soliq organlari tomonidan avtomatik hisoblash. Ushbu takliflar qabul qilingan taqdirda, inson omili cheklanadi, ish hajmi kamayib, samaradorlik oshadi, soliqni yashirish holatlarining oldi olinadi va byudjetga 89,4 mlrd.so'm qo'shimcha mablag' tushishi imkoniyati yaratiladi.

Respublika bo'yicha 1617 ta soliq to'lovchi tomonidan hisobotlar topshirilib 335 mlrd.so'm hisoblangan. Shundan 651 ta (21%) soliq to'lovchi tomonidan soliq

hisobotlarida 17,6 ming kub metr qazilma boylik hajmini kamaytirib ko'rsatgan. Qazib olingan foydali qazilmalar hajmi to'g'risidagi 5 GR hisobotlari 2025-yildan boshlab har chorakda Tog'-kon sanoati va geologiya vazirligiga taqdim etishi belgilangan bo'lib, bugungi kunga qadar ushbu qaror talablari bajarilmasdan qolmoqda (24.05.2024-yil PQ-187-son qarori). Janubiy Koreya foydali qazilmalarni qazib olish bo'yicha ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish uchun "e-hisobot" tizimidan faol foydalanmoqda. Bu tizim soliq organlari bilan avtomatik tarzda soliq hisobotlarini yaratish uchun integratsiyalashgan.

5. Muammo: Yuridik shaxslarning mol-mulk va yer soliqlari bo'yicha soliq hisobotlari soliq organlari tomonidan avtomatlashtirilgan tartibda soliq to'lovchilarga shakllantirib berilmoqda. Shakllantirilgan soliq hisobotlarni korxonalar tomonidan belgilangan muddatlarda taqdim etilmaslik yoki kech taqdim etish holatlari mavjud.

Taklif: 2026-yil 1-yanvardan boshlab, barcha yer uchastkalari va ko'chmas mulk obyektlari bo'yicha yer va mol-mulk solig'i hisobotlarini soliq to'lovchilar tomonidan taqdim etish majburiyatini bekor qilgan holda, soliq organlari tomonidan avtomatik hisoblash.

Taklifning amaliyotga joriy qilinishi natijasida hisoblanmasdan qolgan yer va mol-mulk soliqlarining belgilangan muddatlarda hisoblanishi va byudjetga o'rtacha 1 trln.so'm qo'shimcha mablag' tushishi imkoniyati yaratiladi. 2024-yil davomida 16,3 mingta soliq to'lovchilarning 1 trln.so'mga shakllangan soliq hisobotlar taqdim etilmagan (4,3 mingta — 261,6 mlrd so'mlik mulk solig'i, 11,9 mingta — 775,2 mlrd.so'mlik yer solig'i). Ushbu soliq to'lovchilarga 2024-yilda 27,2 mingta holatda 83,7 mlrd.so'mlik va 2025 yilda 13,2 mingta holatda 45,9 mlrd.so'mlik ma'muriy jarimalar qo'llanilgan.

6. Muammo: Yillik daromadi 100 mln.so'mdan o'tgan o'zini o'zi band qilgan shaxslar tomonidan soliq hisobotlari o'z vaqtida taqdim qilinmasdan va soliqlar to'lanmasdan qolinmoqda. Ma'lumot uchun: 2024-yil yakunlari bo'yicha 5,7 ming nafar o'zini o'zi band qilgan shaxslarning daromadi 100 mln.so'mdan oshgan.

Soliq kodeksiga asosan mazkur shaxslar tovar aylanmasi 100 mln so'mdan oshganda har oy yakuni bilan keyingi oyning 15 sanasigacha AOS hisobotini taqdim etishi belgilangan.

Taklif: Soliq organlarining "Soliq" mobil ilovasida o'zini o'zi band qilgan shaxslarning shaxsiy kabinetini joriy etish;

o'zini o'zi band qilgan shaxslar tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlar uchun to'lovlarni soliq organlarining "Soliq" mobil ilovasi yoki boshqa to'lov tashkilotlari orqali amalga oshirish hamda xarid chekinging fiskal belgisini matritsali shtrix kod (QR-kod) yordamida shakllantirish imkoniyatini yaratish;

o‘zini o‘zi band qilgan shaxslar uchun aylanmadan olinadigan soliq hisobotini soliq organlari tomonidan avtomatik tarzda shakllantirish va hisoblash.

Taklifning amaliyotga joriy qilinishi natijasida byudjetga taxminan 48 mlrd.so‘m tushum imkoniyatini beradi. Bugungi kunda 201 ta Marketpleyslar soliq organlarining ma‘lumotlar bazasiga integratsiya qilingan va rasmiylashtirilgan elektron cheklar va EHFlar orqali o‘zini o‘zi band qilgan shaxslarning daromadlarini aniqlash imkoniyati mavjud.

Shunga asosan, o‘zini o‘zi band qilgan shaxslar tomonidan soliq majburiyatlarini o‘z vaqtida bajarish, ularga yengillik yaratish hamda ortiqcha jarimalar qo‘llanilishini oldini olish maqsadida mazkur taklif kiritilmoqda. Shuningdek, to‘lov manbai yuridik shaxs bo‘lmagan hamda daromadi 1 mlrd so‘mdan oshgan shaxslar bo‘yicha QQS va foyda solig‘ini hisoblashning o‘ziga xos xususiyatlari mavjudligini inobatga olib, Soliq kodeksida belgilangan tartib saqlab qolinmoqda.

7.Muammo: Amaldagi qonunchilikda chet ellik shaxslar tomonidan xizmatlar ko‘rsatish joyi O‘zbekiston Respublikasi deb hisoblanmagan taqdirda, soliq agentlari tomonidan hisobot taqdim etilmayapti. Bu esa o‘z navbatida xarid qilingan xizmatlar va amalga oshirilgan to‘lovlar to‘g‘risida ma‘lumotlarni avtomat shakllantirish imkoni bo‘lmayapti.

Ma‘lumot uchun: 2024-yilda soliq agentlari tomonidan realizatsiya qilish joyi O‘zbekiston Respublikasi emas deb hisoblangan 24,2 trln.so‘m xizmatlardan, 3,8 trln.so‘mi noto‘g‘ri talqin qilinganligi aniqlangan. Misol uchun: “Tashkent Construction Development” MChJ 2024-yil sentyabr oyida “Palvan Insaat Turizm Lojistik Sanayi Ticaret Limited Sirketi” (Turkiya) kompaniyasidan 05.09.2023-y IM 01-sonli shartnoma orqali tadqiqot bo‘yicha jami 9,7 mlrd..so‘mga xizmatlar import qilingan. Jamiyat tomonidan ushbu xizmatlarning realizatsiya qilish joyi O‘zbekiston Respublikasi emas deb hisoblanib hisobot topshirilmagan. Soliq organlari talabiga asosan jamiyat tomonidan joriy yil 28-fevralda qayta hisobot taqdim etilib, mazkur xizmatlarning realizatsiya qilish joyi O‘zbekiston Respublikasi deb hisoblanib, qo‘shimcha 1,04 mlrd.so‘m soliq to‘langan.

Taklif: Chet ellik shaxslar tomonidan xizmatlar ko‘rsatish joyidan qat’iy nazar soliq agentlariga hisobot taqdim etish majburiyatini yuklash.

Taklifning amaliyotga joriy qilinishi natijasida davlat byudjetiga yiliga o‘rtacha 800 mlrd.so‘m soliq tushishi mumkin.

Taklif soliq agentlarining majburiyatlarini aniqlashtirishga, noaniq talqinlarni bartaraf etishga, tashqi savdo operatsiyalarini amalga oshirishda QQSning to‘g‘ri hisoblanishi, to‘liqligi va o‘z vaqtida to‘lanishi ustidan nazoratni kuchaytirishga qaratilgan.

Rossiyada chet ellik shaxslar tomonidan xizmatlar ko'rsatish joyidan qat'iy nazar soliq agentlariga hisobot taqdim etish majburiyati yuklangan. Rossiyaning soliq qonunchiligiga muvofiq, chet ellik shaxslar (fizik va yuridik shaxslar) Rossiyada xizmat ko'rsatganida, ularning soliq agentlari (ya'ni, xizmatlarni qabul qiluvchi tashkilot yoki shaxs) ushbu xizmatlarga oid soliq hisobotini taqdim etishlari talab qilinadi.

Bu jarayon, odatda, Rossiyadagi soliq organlari bilan aloqa qilish va soliq majburiyatlarini bajarish uchun zarur bo'lgan barcha ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Chet ellik shaxslar uchun bu majburiyatlar, shuningdek, ularning faoliyatini nazorat qilish va soliq bazasini kengaytirish maqsadida joriy etilgan.

Soliq va yig'implarni to'lash (qaytarish) bilan bog'liq muammolar.

1. Muammo: Soliq va yig'implar bo'yicha to'lovlarni amalga oshirish uchun har bir soliq turi va hududlar bo'yicha alohida g'aznachilik hisob-raqamlari mavjud bo'lib ularning soni juda ko'p. Natijada, tadbirkorlik subyektlari tomonidan soliqlarni to'lashda xatoliklarga yo'l qo'yilishi yoki mablag'larni noto'g'ri taqsimlanishi natijasida bir vaqtning o'zida ayrim soliqlar bo'yicha soliq qarzi va ayrimlarida ortiqcha to'lov mavjudligiga olib kelib, qarz bo'yicha penya hisoblanib soliq to'lovchilarning moliyaviy faoliyatiga salbiy ta'sir qilmoqda.

Taklif: Soliq va yig'implar bo'yicha to'lovlarni amalga oshirish uchun g'aznachilikda yagona soliq hamyonini joriy qilish. Bunda, soliq organlari tomonidan kelib tushgan mablag'larni avtomatlashtirilgan tartibda soliq turlari bo'yicha taqsimlash nazarda tutiladi.

Yagona soliq hamyonini joriy qilish orqali tadbirkorlik subyektlariga majburiyatlarini bajarishda yengillik yaratilishi bilan bir qatorda, to'lovlarni amalga oshirishda xatoliklarga yo'l qo'yilishi va ortiqcha ustamalar (penya) hisoblanishini oldi olinadi.

Ma'lumot uchun: 2025-yilning 1-aprel holatiga 99,2 mlrd.so'm soliq qarzi mavjud 101,9 mingta subyektning boshqa soliq soliq turlaridan (QQSdan tashqari) 5,8 trln.so'm ortiqcha to'lovi mavjud. Shu bilan birga, ularda soliqlarni o'z vaqtida to'lamaganligi uchun 57,8 mlrd.so'm ustama (penya) yuzaga kelgan.

Ushbu amaliyot, Qozog'iston va Buyuk Britaniyada va Italiyada joriy etilgan.

2. Muammo: Sudyalar sonining cheklanganligi va ish hajmining ko'pligi sababli kiritilgan arizalar sudlar tomonidan qabul qilinmasdan turli xil vajlar bilan qaytarilishi natijasida qarzдорlarga nisbatan to'liq va o'z vaqtida majburiy undirish choralari ko'rish ishlari cho'zilib ketilmoqda.

Taklif: Jismoniy shaxslarning tan olingan soliq qarzini mol-mulki hisobidan undirishni soliq organlari qarori asosida amalga oshirish va mol-mulkiga taqiq qo'yish, ish haqi va unga tenglashtirilgan to'lovlardan undirish. Soliq qarzi to'langunga

(bartaraf etilgunga) qadar mazkur kadastr obyektiga elektr energiya va gaz uchun to'lovlar amalga oshirilishini cheklash:

soliq qarzi umumiy summasi bir million so'mdan oshgan qarzdor jismoniy shaxsning chet elga chiqib ketishini vaqtincha cheklash;

yo'l harakati huquqbuzarliklari bo'yicha xabardor qilgan shaxslarga mukofotlar to'lash chog'ida soliq qarzini ushlab qolish.

Taklifning amaliyotga joriy qilinishi natijasida byudjetga qo'shimcha 500 — 600,0 mlrd.so'mlik soliq qarzining o'z vaqtida undirilishiga imkoniyat yaratiladi. Soliq qarzini sud tartibida undirish qarzdor jismoniy shaxs zimmasiga qo'shimcha xarajatlarni yuklaydi. Misol uchun, 1,0 mln so'm qarzi bor soliq to'lovchi tomonidan 18 750 so'm pochta xarajati, 375000 so'm davlat boji, 10000 so'm ijro yig'imi, jami qo'shimcha ravishda 403750 so'm sarflanadi. Ma'lumot uchun: Jismoniy shaxslarning mol-mulk, yer va daromad (deklaratsiya) soliqlari bo'yicha soliq qarzi 2025-yil 1-yanvar holatiga 2,5 trln.so'mni tashkil etgan bo'lsa, o'tgan yil boshiga nisbatan 157,2 mlrd.so'mga yoki 2022-yil boshiga nisbatan 562,2 mlrd.so'mga oshgan.

IHTTning 49 ta davlatlarida soliq organlari soliq qarzini mol-mulki hisobidan undirish vakolatiga ega ushbu vakolatlar qonun bilan mustahkamlan-gan hamda soliq organlari mol-mulkni xatlash va taqiq qo'yish huquqiga ega. Amerikada soliq organlari soliq qarzini qarzdor egaligidagi har qanday mol-mulk yoki daromadlardan undirishi yoki mol-mulkni olib qo'yishi va sotishi mumkin.

3.Muammo: Yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlar soliqlarni bank hisobvarag'i orqali to'lamasdan, jismoniy shaxslar tomonidan elektron to'lov tizimlari (PayMe, Click, Paynet, Uzun va boshqalar) orqali amalga oshirilishi holatlari kuzatilmoqda. Bu esa o'z navbatida xatolik bilan to'langan to'lovlar sonining ortishiga, soliq to'lovlarning ShHga hisobga olinmasdan, Soliq kodeksining 110-moddasiga asosan penya hisoblanishiga hamda murojaatlar sonining keskin ortishiga sabab bo'lmoqda.

Taklif: Yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlar tomonidan soliqlarni o'zlarining shaxsiy kabineti orqali yoki soliq organlariga integratsiya qilingan elektron to'lov tizimlar orqali to'lash. Taklifning amaliyotga joriy qilinishi natijasida noto'g'ri to'lovlarning hamda ortiqcha penya to'lashning oldi olinadi.

Soliq kodeksining 74-moddasida yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlar soliqlarni banklar orqali naqd pulsiz shaklda to'lashi ko'rsatib o'tilgan. Ma'lumot uchun: Respublika bo'yicha 9 059 ta korxonalarining 51 331 ta holatda 258,3 mlrd.so'mlik to'lovlari noto'g'ri g'aznachilikka to'langan summalar sifatida aks ettirilgan. Buning natijasida 8 541 ta korxonalarga 7,6 mlrd.so'm penya hisoblangan.

Germaniya, Fransiya va Buyuk Britaniya kabi mamlakatlarda soliqlarni onlayn banking yoki soliq organlari bilan integratsiya qilingan boshqa to'lov tizimlari orqali

to'lash uchun bank hisobvarag'idan foydalanishadi. Janubiy Koreyada soliq to'lovchining shaxsiy kabineti orqali "Hometax" dasturidan foydalangan holda soliqlarni to'lash mumkin. Ozarbayjonda soliq to'lovchining shaxsiy kabineti "e-taxes" asosida soliqlarni to'lash mumkin.

4.Muammo: Soliq organlari tan olingan soliq qarzi bo'yicha mol-mulkni sotish vakolatiga ega bo'lmaganligi natijasida, xatlangan mol-mulklar saqlash uchun korxonaning o'z ixtiyorida qoldiriladi. Soliq organlari mol-mulk hisobidan undirish to'g'risidagi soliq organi qarorini MIBga ijro uchun yuborilganda, davlat ijrochilari tomonidan qaror ijrosi o'z vaqtida ta'minlanmaydi.

Taklif: Soliq organiga xatlangan mol-mulklarni sotish, xatlash va sotish bilan bog'liq xarajatlarni qarzdor hisobidan qoplash vakolatini berish. Sud qarori asosida davlat foydasiga o'tkaziladigan pul mablag'lari va boshqa mol-mulklar hisobidan birinchi navbatda soliq qarzini qoplash va soliq qarzini qarzdorning surishtiruv, tergov organlarining yoki sudning depozit hisobvaraqlarida vaqtincha saqlanayotgan pul mablag'laridan undirish;

qarzdorning banklardagi va boshqa kredit tashkilotlaridagi hisobvaraqlarida, omonatlarida turgan yoki saqlash uchun qo'yilgan pul mablag'larini xatlash va ulardan foydalanishga doir cheklovlar o'rnatish.

Taklif amaliyotga joriy qilinganda, yiliga byudjetga o'rtacha 3,5-4 trln.so'm qarzdorlik undirish imkoniyati paydo bo'ladi.

Mol-mulkni sotishdan tushgan tushum orqali qarzdor korxonalarning qarzini undirish imkoni oshadi. Ma'lumot uchun: soliq organlari tomonidan MIB ish yurituviga berilgan hujjatlar soni 314 mingta 7,9 trln so'mlik, shundan ijro muddati 2 oydan oshgani 216 mingta (69%) 4,4 trln so'm. Germaniya, AQSh, Rossiya, Turkiya, Fransiya, Qozog'istonda soliq idorasi sud qarorisiz mulkni xatlab, taqiq qo'yib, auksion orqali sotish vakolati mavjud.

Soliq nazorati bilan bog'liq muammolar.

1.Muammo: Soliq to'lovchilar soliq organlarini kalendar yilda o'zlari tuzgan, nazorat qilinadigan bitimlar to'g'risida xabardor qilishi shartligi belgilangan bo'lsada, ushbu majburiyatni bajarmaganlik uchun javobgarlik chorasi mavjud bo'lmaganligi sababli ular tomonidan xabarnoma yuborilmayapti. Ma'lumot uchun: 2022-2023-yillarda jami 12 683 ta subyekt tomonidan nazorat qilinadigan bitim amalga oshirilgan bo'lib, ulardan 3 826 tasi (30%) soliq organlariga xabarnoma taqdim etgan, qolgan 8 857 tasi (70%) taqdim etmagan.

Taklif: Soliq to'lovchi tomonidan nazorat qilinadigan bitimlar to'g'risidagi xabarnomani soliq organiga belgilangan muddatda taqdim etmaslik yoki noto'g'ri ma'lumotlarni taqdim etganlik uchun yuz million so'm miqdorida jarima qo'llash.

Taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida nazorat qilinadigan bitimlar to'g'risidagi xabarnomani o'z muddatida taqdim qilinishi ta'minlanib, qo'shimcha soliq bazasini izlab topish imkoniyati yaratiladi hamda byudjetga o'rtacha 160 mlrd.so'm qo'shimcha mablag' tushishi mumkin.

Shu sababli majburiyatga ega bo'lgan 8 857 ta (70%) korxona xabarnoma taqdim etmagan. Misol uchun, BUXORO NEFTNI QAYTA ISHLASH ZAVODI MChJ tomonidan 2022-2023-yillar va 2024-yil 1-yarim yillik davomida qayta ishlash (davlat) xizmatlari bo'yicha farqlar aniqlangan. Yuzaga kelgan farqqa nisbatan 157 mlrd.so'm soliq hisoblangan. Soliq to'lovchilar tomonidan nazorat qilinadigan bitimlar bo'yicha xabarnoma o'z vaqtida topshirilmaganligi uchun:

Rossiyada 100 ming rubl (13,2 mln.so'm) va Singapurda 20 ming dan 100 ming ringitgacha (51,2 mln.so'm – 255,9 mln.so'mgacha) jarima solinadi.

2. Muammo: Qonunchilikda nazorat qilinadigan chet el kompaniyalari to'g'risidagi xabarnomani taqdim etish uchun majburiyat belgilangan bo'lsada, ushbu majburiyatni bajarmagan-lik uchun javobgarlik chorasi belgilanmagan. Ma'lumot uchun: 706 ta subyekt (318 tasi faol, 388 tasi nafaol) tomonidan chet elda kompaniya tashkil etilgan. Shundan 318 ta faol subyektlardan 12 ta subyekt xabarnoma taqdim qilgan, 311 ta subyekt xabarnoma taqdim qilishi lozim. NQChEK mavjud korxonalar soni 93 ta, tugatilganlari 224 tani tashkil etadi. Taqsimlanmagan foydasi 110 mln so'm.

Taklif: Nazorat qilinadigan chet el kompaniyalari to'g'risidagi xabarnomani belgilangan muddatda taqdim etmaslik yoki ma'lumotlarni noto'g'ri taqdim etganlik uchun o'n million so'm miqdorida jarima qo'llash.

Taklifning amaliyotga joriy qilinishi natijasida nazorat qilinadigan chet el kompaniyalari to'g'risida ma'lumotlarning belgilangan muddatda taqdim qilinishi ta'minlanib, buning natijasida qo'shimcha soliq manbalarini topish imkoni paydo bo'ladi. Korxonalar chet elda ochilishini inobatga olib, soliq organlarida ushbu ma'lumotlarni mustaqil ravishda olishning imkoni mavjud emas. Soliq to'lovchilar tomonidan nazorat qilinadigan chet el kompaniyalari bo'yicha xabarnoma o'z vaqtida topshirilmaganligi uchun.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqorida keltirib o'tilgan taklif O'zbekistonda 2026-yilda soliq ma'murchiligini yanada takomillashtirish va raqamlashtirish amaliyotga joriy qilinishi soliq ma'murchiligini rivojlantirishga olib keladi deb hisoblaymiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Федоров Андрей Николаевич. Налоговое администрирование и стимулирование инвестиционной активности крупнейших налогоплательщиков. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидат экономических

наук. Нижний Новгород 2010.

2. 2.Кенэ Избранные экономические произведения.-М.Соцэкгз. 1960;
Дж.М.Кейнс Общая теория занятости, процента и денег. – М.: 1993;

3. Камалнев Тимур Шамильевич. Налоговое администрирование крупнейших налогоплательщиков. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидат экономических наук. Москва 2009.

4. И.А.Майбуров Налоги и налогообложение: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям; под ред. И.А.Майбурова.-М.: юнити-дана,2007.-655с.).

5. Юнак Алексей Алевтинович. Проблемы правового регулирования налогового контроля и учета крупнейших налогоплательщиков. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидат юридических наук. Москва 2009. с.12.

6. Н.М.Дементьева. налоговая политика государства.
https://nsuem.ru/science/publications/science_notes/issue.php?ELEMENT_ID=1689.

7. Карп М.В Налоговый менеджмент: Учебник для вузов. – М.: Юнити-дана, 2001.– 39 с.

8. Ситникова Ольга Владимировна. Совершенствование налогообложения крупнейиших консолидированных налогоплательщиков. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидат экономических наук. Москва 2012.

9. Дарькина Ю.А. Особенности налогового администрирования крупнейших налогоплательщиков. Interactive science. 3 (37) • 2019.

10. Soliq qo‘mitasi ma’lumotlari. www.soliq.uz.

11. Нормурзаев У. Х. Солиқ имтиёзларининг самарадорлиги: назария, методология ва амалиёт. 08.00. 07 – Молия, пул муомаласи ва кредит. Иқтисодиёт фанлари бўйича фан доктори (DSc) диссертацияси автореферати. Тошкент. 2022.

12. Нормурзаев, У. (2024). Ўзбекистонда солиқ сиёсатини такомиллаштиришда худудлараро солиқ инспекцияси ўрни ва аҳамияти. Iqtisodiy Taraqqiyot Va Tahlil, 2(4), 457–467. <https://doi.org/10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss4-pp457-467>.

13. Normurzayev Umid Xolmurzayevich O‘zbekistonda tadbirkorlik subyektlarining barqarorlik reytingini joriy etilishi va undagi asosiy o‘zgarishlar tahlili. Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot: № 4 (2024):«Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot» jurnali.

14. Normurzayev Umid Xolmurzayevich, O‘zbekiston Respublikasining 2024-

yilgi soliq qonunchilik hujjatlariga kiritilgan asosiy o'zgarish va soliq imtiyozlari berish tartibini takomillashtirish masalalari, Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot: Tom 1 № 1 (2024):«Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot» jurnali.

QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASIDAGI QURILISH MATERIALLARI SANOATI KORXONALARIDA BOSHQARUVNING ZAMONAVIY HOLATI

Fayzullayev Jonibek Mambetsaliy o'g'li

Alfraganus University dotsenti, PhD

Ollayorov Behruzбек Sardor o'g'li

Alfraganus University Iqtisodiyot yo'nalishi talabasi

Annotatsiya

Qoraqalpog'iston Respublikasida faoliyat ko'rsatayotgan qurilish materiallari ishlab chiqarish korxonalarining faoliyati samaradorligi asosan ularning faoliyat yuritish mexanizmiga bog'liq, bunda uning tarkibiy qismlari sifatida taklif etiladigan tovarlar sifati-korxona xizmatlari; xizmatlarga bo'lgan bozor narxlari; xizmatlarni ko'rsatish samaradorligi; foydalanilayotgan texnologiyalar; biznes foydaliligi va shu kabilarni ko'rsatib o'tilgan.

Kalit so'zlar: ishlab chiqarish, qurilish materiallari, hudud iqtisodiyoti, zamonaviy texnologiyalar, boshqaruv usullari, boshqaruv mexanizmi, boshqaruv muammolari, boshqaruv turlari, innovatsion boshqaruv, umumiy sifat boshqaruvi, boshqaruv jarayonlari.

Аннотация

Эффективность деятельности предприятий по производству строительных материалов, функционирующих в Республике Каракалпакстан, в основном зависит от механизма их функционирования. В данном контексте рассматриваются такие составные элементы, как качество предлагаемых товаров и услуг, рыночные цены на услуги, эффективность предоставляемых услуг, используемые технологии, деловая эффективность и другие аналогичные факторы.

Ключевые слова: производство, строительные материалы, региональная экономика, современные технологии, методы управления, механизм управления, проблемы управления, виды управления, инновационное управление, всеобщее управление качеством, управленческие процессы.

Abstract

The efficiency of construction material manufacturing enterprises operating in the Republic of Karakalpakstan largely depends on their operational mechanisms. This includes components such as the quality of offered goods and services, market prices for services, efficiency of service delivery, applied technologies, business profitability, and other similar factors.

Keywords: production, construction materials, regional economy, modern technologies, management methods, management mechanism, management problems, types of management, innovation management, total quality management, management processes.

KIRISH

Qoraqalpog‘iston Respublikasi mamlakatimizning tabiiy resurslarga boy mintaqalaridan biri bo‘lib hisoblanadi. Mintaqadagi tabiiy xomashyo resurslarining zahiralarini mintqa investitsion jozibadorligining muhim omillaridan biridir. Hozirgi kunlarda Qoraqalpog‘iston Respublikasi hududida foydali qazilmalarning ko‘plab konlari ishga tushirilgan va ulardan sanoat mahsulotlarini, jumladan, qurilish materiallarini ishlab chiqarish jarayonlarida samarali foydalanilib kelinmoqda. Xo‘jalik maqsadlarida foydalanilishi bo‘yicha bu xomashyo resurslari kimyo, yoqilg‘i, energetika, metallurgiya, qurilish materiallari va shu kabi xomashyo zahiralariga ajratiladi. Qoraqalpog‘iston Respublikasi ayniqsa, qurilish materiallari (qum, shag‘al, gips va h.k.) ishlab chiqarish uchun keng zahiralariga egadir. Mintaqa qurilish materiallari tarmog‘ining asosiy o‘ziga xos xususiyatlari sifatida quyidagilar ajratib ko‘rsatiladi: mintaqaning qurilish materiallariga bo‘lgan ehtiyojlarining mahalliy xomashyo zahiralarini hisobiga qoplanishining yuqori darajasi; mintaqada joylashgan deyarli barcha qurilish materiallari bozorlarida ishlab chiqarishning yetarlicha darajada konsentratsiyalashuvi; mintaqada qurilish bozorida o‘z ichiga qurilish korxonalaridan tashqari qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalarni ham oladigan vertikal integratsiyalashgan tuzilmalarning mavjudligi; mintaqada ishchi kuchi zahiralarining yetarliligi va uning malakasini oshirish uchun shart-sharoitlar mavjudligi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Bugungi kunlarda ko‘plab transformatsiyalangan strategiyalar turlari mavjud bo‘lib, ular garchi turli xil kompaniyalar va korxonalar tomonidan qo‘llanilsada, lekin ularning ko‘pchiligi asos bo‘ladigan va eng muhim strategiyalarga tayanadi – bunda ularning har biri korxona atrofidagi ichki va tashqi muhitlardagi o‘ziga xos sharoitlarga qarab modifikatsiyalanishi hamda moslashtirilishi mumkindir.[1] Kompaniyalarning modifikatsiyalangan strategiyalari asoslarini belgilash uchun mutaxassislar ko‘p hollarda tarmoqning asosiy o‘ziga xosliklaridan foydalanadilar.[2]

Milliy va xorijiy ilmiy adabiyotlarda iqtisodiyotning turli sohalariga doir XX asr oxirlaridan boshlab to hozirgi kunlarga ishlab chiqilgan strategik boshqaruv yo‘nalishidagi tadqiqotlar, konsepsiyalar va ta’rif-tavsiflar ko‘plab uchraydi. Ular ichidan rossiyalik tadqiqotchi-olim O.S. Vixanskiyning strategik boshqaruv borasidagi ta’rifi bizning nazarimizda ancha e’tiborga loyiq deb hisoblanadi: “...Strategik boshqaruv – bu shunday boshqaruvki, u tashkilotning inson salohiyatiga tayanadi, ishlab chiqarish faoliyatini iste’molchilar talab-ehtiyojlariga qarab yo‘naltiradi, tashkilot atrofidagi muhitda yuzaga keladigan da’vatlarga javob beradigan va raqobatchilikda ustunliklarga erishish hamda uzoq muddatli istiqbollarda yashab qolish, belgilangan maqsadlarga erishish imkonini beruvchi moslashuvchan tarzda tartibga solishni va o‘z vaqtida tashkilotdagi o‘zgarishlarni amalga oshiradi”.[3]

Strategik menejmentning maxsus metodlari va usullari rahbar xodimlarga biznesning turli xil ko‘rinishlarini baholash hamda zanjirlash, ular uchun mos holdagi barcha strategiyalarni ishlab chiqish, eng muhim yo‘nalishlar va muammolarga diqqatni qaratish, yakuniy hisobda esa – uzoq muddatli davrlarda korxonaning barqaror rivojlanib borishini ta’minlashga yordam beradi. Strategik boshqaruv asosida strategik

qarorlar yotadi. O'z navbatida strategik qarorlar – bu strategik darajada qabul qilinadigan qarorlardir. Aytish kerakki, strategik qarorning oliy shakli bo'lib strategiya sanaladi.[4]

Rivojlanish strategiyasining asosiy g'oyasi korxona faoliyatining shunday bir tarzda rejasi ishlab chiqilishidan iborat bo'ladiki, bunda u qurilish materiallar korxonasi faoliyatining samaradorligini ta'minlashi, shu jumladan, uzoq muddatli istiqbolda xohlanayotgan foyda va natijalarga erishilishiga yordam bermog'i lozimdir.[5]

METODOLOGIYA

Qoraqalpog'iston respublikasidagi qurilish materiallari sanoati korxonalarida boshqaruvning zamonaviy holati ning o'ziga xos jihatlarini qiyosiy solishtirish, statistik ma'lumotlarni o'rganish va iqtisodiy jihatdan taqqoslash va tahlil qilish, mantiqiy fikrlash, ilmiy abstraksiyalash, analiz va sintez, induksiya va deduksiya usullaridan keng foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mintaqada faoliyat ko'rsatayotgan qurilish materiallari ishlab chiqarish korxonalarining faoliyati samaradorligi asosan ularning faoliyat yuritish mexanizmiga bog'liq bo'lib, bunda uning tarkibiy qismlari sifatida taklif etladigan tovarlar sifati-korxona xizmatlari; xizmatlarga bo'lgan bozor narxlari; xizmatlarni ko'rsatish samaradorligi; foydalanilayotgan texnologiyalar; biznes foydaliligi va shu kabilarni ko'rsatib o'tish mumkindir.

Mintaqadagi qurilish materiallari bozorining rivojlanish holati va tendensiyalarini tahlil qilish natijalari bu bozor rivojlanishining ijobiy tendensiyalarini ajratib ko'rsatishga imkon berib, ular qatorida quyidagilarni ta'kidlab o'tish mumkindir:

- Mahalliy qurilish materiallari ishlab chiqarish sanoati mintaqada eng dinamik ravishda rivojlanib borayotgan tarmoqlardan biri bo'lib, 2023 yil yakunlariga ko'ra bu tarmoqning YHM (yalpi hududiy mahsulot)dagi ulushi qurilish sohasini ham qo'shib hisoblaganda 7,5 % ni tashkil etgan — bunda o'tgan yilga nisbatan 0,1 % ga o'sish ro'y bergan (1-jadval).

- Iste'molchilarning hozirgi davrdagi talab-ehtiyojini qondiradigan va ko'plab parametrlari bo'yicha jahon andozalariga mos keladigan hamda bir vaqtning o'zida mahalliy xomashyo asosidagi qurilish materiallarini ishlab chiqarish ulushining ortib bormoqda.

- Mintaqadagi qurilish materiallari bozoriga kirib kelayotgan ilg'or xorijiy firma va kompaniyalarning faoliyati mahalliy qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalar faoliyatiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatayapti.

- Respublikaning boshqa mintaqalari singari Qoraqalpog'iston Respublikasida ham qurilish materiallari ishlab chiqarish sohasini jadal rivojlantirish bo'yicha qabul qilingan bir qator qarorlar, jumladan, soliq imtiyozlarini berish, uzoq muddatli kreditlash tizimini joriy qilish, ishlab chiqarish va investitsion faoliyatni rag'batlantirish borasidagi boshqa chora-tadbirlar ham mintaqqa qurilish materiallari sanoatining rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda.

1-jadval

Qoraqalpog‘iston Respublikasi YHM da 2021-2023 yillardagi qurilish va qurilish materiallari ishlab chiqarish tarmog‘ining ulushi ko‘rsatkichlari¹

Ko‘rsatkichlar	2021 yil, mlrd so‘m	Ulushi, %	2023 yil, mlrd so‘m	Ulushi, %
I. YaHM, jami	25681,8	100,0	29925,4	100,0
<i>Shu jumladan:</i>				
Tarmoqlarning yalpi qo‘shilgan qiymati	23908,5	93,09	27566,6	92,1
Mahsulotlarga sof soliqlar	1773,3	0,06	2358,8	7,8
II. Tarmoqlarning yalpi qo‘shilgan qiymati	23908,5	93,09	27566,6	92,1
Qishloq, o‘rmon va baliqchilik xo‘jaligi	7040,8	27,4	8164,1	27,2
Sanoat (qurilishni qo‘shgan holda)	8050,7	31,3	8784,5	29,3
Sanoat	6127,0	23,8	6499,7	21,7
qurilish	1923,7	7,4	2284,8	7,5
Xizmatlar	8817,0	34,3	10618,0	35,4
savdo, yashash va ovqatlanish bo‘yicha xizmatlar	1210,0	4,7	1437,0	4,8
tashish va saqlash, axborot va aloqa	1534,5	5,9	1857,1	6,2
boshqa xizmat tarmoqlari	6072,5	23,4	7323,9	24,4

Bugungi kunda mintaqa qurilish materiallari bozori rivojlanishida yuzaga kelgan salbiy tendensiyalarni ham ko‘rsatib o‘tish zarur deb hisoblaymiz:

- Qurilish materiallari sanoatiga hozirgi vaqtda investitsiya qilinayotgan mablag‘lar hajmi bu tarmoqning innovatsion, texnik va texnologik salohiyatini oshirib borish uchun kamlik qilmoqda.

- Qurilish materiallari bozorining barcha talab-ehtiyojlariga javob beradigan qurilish materiallari, buyumlari va konstruksiyalarining keng ko‘lami mavjud deb hisoblab bo‘lmaydi – zamonaviy va talab kuchli bo‘lgan qurilish materiallari assortimentini kengaytirish talab etiladi.

- Mintaqaning qurilish materiallari tarmog‘i uy-joy qurilish hajmlarining orta borishi jarayonida mahalliy qurilish bozorining ehtiyojlarini to‘la hajmlarda qoplay olmayapti – ayrim qurilish materallari boshqa mintaqalardan yoki xorijdan olib kelinmoqda; Shu jumladan, yangi arxitekturaviy-qurilish tizimlariga, binolarning zamonaviy va energiyatejamkor tiplariga, istiqbolli qurilish texnologiyalariga o‘tish, qurilish materiallarini ishlab chiqarish va ulardan ob‘ektlarni barpo etishda foydalanish jarayonida resurs sig‘imini kamaytirish, energiya va mehnat tejamkorligi bo‘yicha ishlarni amalga oshirish sust bormoqda.

- Tarmoqda haligacha investitsion sikl davomiyligini qisqartirish bo‘yicha bir qancha chora-tadbirlarni amalga oshirish ehtiyoji mavjud, jumladan, ekologik toza, zamonaviy innovatsion qurilish materiallari nomenklaturasini kengaytirish borasida ishlarni amalga oshirish talab etiladi – bunda arzon, sifatli va mahalliy shart-

¹ Muallif ishlanmasi

Sharoitlarga javob beradigan qurilish materiallarini ishlab chiqarish ustuvor yo‘nalish qilib belgilanishi zarur.

- Qoraqalpog‘iston Respublikasi hududi bo‘ylab qurilish materiallari ishlab chiqarish quvvatlarining joylashuvi notekis ravishda shakllangan bo‘lib, bu kamchilikni bartaraf etishda hududning iqlimiy, geografik va demografik xususiyatlarini hisobga olgan holda chora-tadbirlar mexanizmini ishlab chiqish lozimdir.

- Yuqorida ko‘rsatib o‘tilgan kamchiliklarning aksariyat qismi qurilish materiallari ishlab chiqarish korxonalarida qo‘llanilayotgan boshqaruv tizimining eskicha usullaridan foydalanilayotganligi, zamonaviy menejment tamoyillari asosida boshqaruv tizimini joriy etishning oqsayotganligi kabilar bilan bog‘liq.

Mintaqa qurilish materiallari bozorining amal qilish mexanizmi o‘zida mazkur bozordagi korxonalarning faoliyati xususiyatlaridan, shuningdek, qurilish materiallari narxlari, ularga bo‘lgan talab va taklifning o‘zaro aloqadorliklarini namoyon qiladi. Mazkur bozor tuzilmasi qurilish materiallari korxonalari faoliyati xususiyatlarini belgilab beradi. Bir qarashda bu korxonalar ishlab chiqargan qurilish materiallariga talab bu mahsulotlar iste‘molchilari soni va daromadlariga bog‘liqligi ko‘zga tashlanadi. Ikkinchi tomondan esa mazkur mahsulotlar narxi ham bu talabga o‘z ta‘sirini o‘tkazadi.

Mintaqada bugungi kunlarga kelib shakllangan sanoatning asosiy ko‘rsatkichlarini tahlil qilib chiqadigan bo‘lsak, bu tahlil ma‘lumotlari bizga Qoraqalpog‘iston Respublikasida sanoatning so‘nggi o‘n yildan ortiqroq davr mobaynidagi rivojlanishi haqida ancha keng axborotlarni taqdim etadi (2.2.3-jadval). Qoraqalpog‘iston Respublikasi hududida sanoat mahsulotlari hajmi 2010 yildagi 697,2 mlrd so‘mlik miqdordan 2022 yilga kelib 17 624,7 mlrd so‘mgacha yetgan – bunda bu ikkala davr orasidagi o‘shish sur‘atlari deyarli 25,2 baravarni tashkil etgan bo‘lsa, 2023 yilning birinchi yarim yilligida esa respublikada ishlab chiqarilgan jami sanoat mahsulotlari 7 863,9 mlrd so‘mga yetib, 2010 yilga nisbatan o‘shish 11,2 marta ko‘p bo‘lganligiga guvoh bo‘lamiz. Bu holat respublikada sanoatni rivojlantirishga katta e‘tibor berilgani, sanoat sohasida investitsion siyosatning samarali amalga oshirilganligi, sanoat mahsulotlari assortimenti, hajmi va sifatini oshirish mahalliy hamda markaziy davlat organlarining diqqat markazida bo‘lib kelayotganligini ta‘kidlaydi.

Shu jumladan, qazib oluvchi sanoat tarmog‘ida ham jadal o‘shishni ko‘rish mumkin bo‘lib, o‘rganilayotgan yillar mobaynida qazib olish sanoatidagi eng yuqori o‘shish ko‘rsatkichi koronavirus pandemiyasi tarqalishidan oldingi 2019 yilda kuzatiladi – shu yili Qoraqalpog‘iston Respublikasi bo‘yicha qazib olish sanoatida 503,6 mlrd so‘mlik mahsulotlar ishlab chiqarilgandir. Pandemiya davrida qazib olish sanoatidagi ishlab chiqarish hajmlari 2020 yil yakunlaridan keyin asta-sekin ko‘tarila boshlagan va 2023 yilning dastlabki yarim yilligida 1 10,2 mlrd so‘mlik mahsulot ishlab chiqarish hajmiga erishilgan.

Xuddi shunday yuqori o‘shish sur‘atlari ro‘y bergan vaziyatni respublikaning qayta ishlash sanoatida ham kuzatish mumkin – 2022 yilda 2010 yilga nisbatan 34,2 marta,

2023 yil birinchi yarim yilligida esa 15,2 marta ko‘p mahsulotlarni qayta ishlab, mahalliy va xorijiy bozorlarga qazib olish sanoati mahsulotlarini yetkazib berishga muvaffaq bo‘lingan. Mamlakatimizning barcha mintaqalaridagidek, Qoraqalpog‘iston Respublikasi bo‘yicha ham sanoatning shu jumladan, qurilish materiallari ishlab chiqarish sanoatida ham investitsiyalar katta ahamiyatga ega bo‘lib kelmoqda va ular vositasida qurilish hamda qurilish materiallari ishlab chiqarish faoliyatining asosiy ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlari ijobiy xususiyatga ega bo‘lmoqda (2.2.4-jadval). Jumladan, asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar hajmi 2010 yilda 496,4 mlrd so‘mni tashkil qilgan bo‘lsa, 2022 yilga kelib bunday yo‘nalishda o‘zlashtirilgan investitsiyalar hajmi 10 254,0 mlrd so‘mdan iborat bo‘ldi. Xuddi shu ko‘rsatkich bo‘yicha 2023 yilning birinchi yarmidayoq 4 703,6 mlrd. so‘mlik investitsiya mablag‘lari asosiy kapitalni kengaytirish uchun o‘zlashtirilgan. Amaliyotdan ma‘lumki, qurilish materiallari ishlab chiqarish sanoatining rivojlanishi ko‘p jihatdan mazkur soha mahsulotlarining birinchi o‘rindagi va eng yirik iste‘molchisi – qurilish ishlari sohasining rivojlanishi tendensiyalariga, bu bozorning qanchalik katta va intensiv o‘rishiga bog‘liq bo‘ladi.

2-jadval
Qoraqalpog‘iston Respublikasida sanoatining asosiy ko‘rsatkichlari¹

Ko‘rsatkichlar	2010 yil	2015 yil	2017 yil	2019 yil	2020 yil	2021 yil	2023 yil
Sanoat mahsuloti hajmi, mlrd. so‘m	697,2	2387,6	6773,3	12736,1	13981,3	16630,4	17624,7
Sanoat mahsuloti ishlab chiqarishning o‘rish sur‘ati, o‘tgan yilga nisbatan % da, shu jumladan:	108,0	124	111,1	105,1	102,5	107,4	100,5
Qazib oluvchi sanoat	62,4	136,4	234,7	503,6	154,0	161,7	199,4
Qayta ishlovchi sanoat	443,0	1778,6	6040,3	11023,7	12193,6	142687,6	15187,6

Masalan, mintaqada amalga oshirilgan qurilish ishlari hajmi 2010 yil yakunlariga ko‘ra 237,1 mlrd so‘mdan iborat bo‘lgan. O‘rganilayotgan davr mobaynida qurilish ishlarining o‘rish sur‘atlari bir maromda ortib borib, 2022 yil yakunlari hisobi bo‘yicha respublikada amalga oshirilgan qurilish ishlari hajmi endilikda 5 272,4 mlrd so‘mni tashkil etib, bazis yilga nisbatan 2022 yilda 22,2 marta ko‘p qurilish ishlari bajarilishiga erishilgan.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Qurilish materiallari bozori me‘yoriy xizmat muddati uzaytirilishi va yuqori ishonchlilik darajasi bilan tavsiflanadigan yuqori ekspluatatsion xususiyatlarga ega

¹ Muallif ishlanmasi

bo'lgan yangi materiallarning kirib kelishini talab qiladi. Innovatsion qurilish materiallari va vaqt davomida sinovdan o'tgan hamda sezilarli hajmlarda ishlab chiqarib kelinayotgan mavjud qurilish materiallari qurilish ishlab chiqarishining uzluksizligini ta'minlash maqsadlarida o'zaro bir-birlarini to'ldirishlari va bir-birining o'rnini bosa oladigan bo'lishi zarur – bu qurilish materiallari ishlab chiqarish korxonalarida boshqaruv faoliyatini olib boruvchi mutaxassislar oldida turgan eng muhim masalalardan biridir.

Qoraqalpog'iston Respublikasi hududida esa 2010 yilda bajarilgan qurilish ishlari hajmi 237,1 mlrd so'mdan iborat bo'lgan. Tahlil davrining oxiri — 2023 yilda esa mintaqada amalga oshirilgan qurilish ishlari hajmi yil yakuni bo'yicha 5 272,4 mlrd so'mni tashkil etib, o'sish surati davr boshiga nisbatan 22,2 marta ko'p bo'ldi.

Sanoat va qurilish materiallari narxlarining keskin o'sishi (20 % va undan ham yuqoriroq) 2005-2023 yillar mobaynida faqat 2005 yilda (oldingi yilga nisbatan 128,1 %), 2006 yilda (124,0 %), 2009 yilda (129,5 %), 2017 yilda (131,1 %), 2018 yilda (139,6 %) va 2019 yilda (128,2 %) kuzatiladi. So'ngi uch yilda esa mamlakatimizda qurilish materiallari narxlarining o'sish indeksleri 29 % kam o'sish sur'atlarini namoyon qilmoqda.

Qurilish materiallari sanoatining rivojlanish tendensiyalarini tadqiq qilish, uning mintaqqa iqtisodiy rivojlanishi hamda aholi turmush darajasining ortishida tutgan o'rnini o'rganish biz uchun muhim ahamiyatga ega bo'lgan ilmiy hamda amaliy talab mavjud bo'lgan yo'nalish bo'lib kelmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Генкин, Е. В. Стратегические аспекты развития потенциала организаций инвестиционно-строительного комплекса / Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2015. – № 9. – с. 137-14;
2. Саттарова, Р. Ф. Особенности формирования стратегии развития предприятий строительной сферы / Р. Ф. Саттарова, В. Андрийко // Менеджмент и маркетинг: вызовы XXI века Материалы III Всероссийской студенческой научно-практической конференции. – Екатеринбург, 2015. – с. 318–321.
3. Виханский, О. С. Менеджмент: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 5-е изд. – М.: Магистр: Инфра-М, 2014. – С. 195.
4. М.Н. Дудин. Стратегический менеджмент: учеб. пособ. / М. Н. Дудин, Н. В. Лясников. – М.: КноРус, 2016. – 254 с.
5. Цуканова, О. А. Особенности стратегического управления строительными предприятиями / О. А. Цуканова, А. С. Егорова // Научно-технический вестник Санкт-Петербургского государственного университета информационных технологий, механики и оптики. – 2011. – № 5(75). – С. 130–134.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Акрамов Бурибек Фахриддин угли

Научный сотрудник Ташкентского
государственного экономического
университета

E-mail: akramovb93@mail.ru

Аннотация

В статье анализируется значение маркетинговых стратегий в развитии внешнеэкономической деятельности производственных предприятий, в частности в химической промышленности. Показано, что такие факторы, как стратегическое планирование, внедрение инноваций, адаптация к международным стандартам и управление рисками, способствуют повышению экспортного потенциала предприятий. В исследовании маркетинговые стратегии были оценены с использованием специальных индикаторов и ранжированы с учетом весовых коэффициентов. По результатам анализа определены наиболее эффективные и практичные стратегии, рекомендованные для применения в химической промышленности.

Ключевые слова: производственные предприятия, маркетинг, международная торговля, маркетинговые стратегии, международные маркетинговые подходы, диверсификация, экспорт, оценочные показатели, индикаторы, целевые маркетинговые стратегии.

Annotatsiya

Maqolada marketing strategiyalarining ishlab chiqaruvchi korxonalar, ayniqsa kimyo sanoatida tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirishdagi ahamiyati tahlil qilingan. Strategik rejalashtirish, innovatsiyalar, xalqaro me'yorlarga moslashuv va risklarni boshqarish kabi omillar asosida korxonalarning eksport salohiyati oshirilishi mumkinligi ko'rsatib o'tildi. Tadqiqotda marketing strategiyalari maxsus indikatorlar orqali baholanib, og'irlik koeffitsiyentlari bilan reytinglash amalga oshirilgan. Natijalar asosida samarador va amaliy jihatdan ustun strategiyalar aniqlanadi hamda ular kimyo sanoatida qo'llash uchun tavsiya etilgan.

Kalit so'zlar: ishlab chiqaruvchi korxonalar, marketing, xalqaro savdo, marketing strategiyalari, xalqaro marketing yondashuvlari, diversifikatsiya, eksport, baholash ko'rsatkichlari, indikatorlar, maqsadli marketing strategiyalari.

Abstract

This article analyzes the role of marketing strategies in developing the foreign economic activities of manufacturing enterprises, particularly in the chemical industry. It highlights that strategic planning, innovation, compliance with international standards, and risk management are key factors in enhancing the export potential of enterprises. The study evaluates marketing strategies using specific indicators and ranks them based on weighted coefficients. The results identify the most effective and practical strategies, which are recommended for application in the chemical sector.

Keywords: manufacturing enterprises, marketing, international trade, marketing strategies, international marketing approaches, diversification, export, evaluation indicators, performance metrics, targeted marketing strategies.

ВВЕДЕНИЕ

Определение того, какие стратегии подходят для увеличения экспорта химических предприятий и их выхода на внешние рынки, в каком порядке их использовать, а также оценка стратегий путём преобразования их в индикаторы, являются важным направлением исследований. Выбор общих стратегий, применяемых во внешнеэкономической деятельности, и их адаптация к конкретным отраслям и секторам экономики имеют ключевое значение.

МЕТОДОЛОГИЯ

Использование маркетинговых стратегий в создании и развитии производственных предприятий, являющихся важной основой экономического роста в Узбекистане, приобретает большое значение. В исследовании освещены лучшие стратегии развития производственных предприятий с использованием методов постоянного абстрактно-логического мышления, научного наблюдения, синтеза, индукции и дедукции, а также оценки стратегий с помощью индикаторов.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Для стратегического управления международной деятельностью химических предприятий в Узбекистане необходимо выбрать чётко выстроенные алгоритмы. Эти алгоритмы должны предусматривать разработку комплексных программ и проектов по выводу продукции действующих и вновь создаваемых предприятий, включая малые предприятия, на внешние рынки на основе определения их экспортного потенциала. Традиционный маркетинговый подход, ориентированный на достижение краткосрочных целей и заданного объёма продаж, больше не обеспечивает гибкость предприятий к изменениям международной среды.

Химические предприятия применяют и систематизируют различные стратегии для вывода своей продукции на международные рынки. Эффективность систематизированных стратегий оценивается по ряду показателей и критериев. Классификация маркетинговых стратегий, используемых предприятиями во внешнеэкономической деятельности, в зависимости от степени их воздействия, а также анализ преимуществ и недостатков систематизированных маркетинговых стратегий с использованием различных критериев имеют важное значение для определения общей эффективности и результативности стратегий.

Эффективность системных стратегий оценивается по ряду показателей и критериев. Классификация маркетинговых стратегий, используемых предприятиями во внешнеэкономической деятельности, по степени оказываемого на них влияния, выявленной в международных исследованиях, а также использование различных критериев для оценки преимуществ и

недостатков стратегий и возможностей использования системных маркетинговых стратегий имеют важное значение для определения общей эффективности и результативности стратегии.

Для оценки каждой маркетинговой стратегии в научных исследованиях используются различные критерии, среди которых эффективность (Е), объем финансовых выгод (М), риски использования стратегии (Х), адаптивность к странам (F), уровень реализации стратегического видения (N), возможность использования технологических инноваций (Т), а также потребность в ресурсах для реализации стратегии (R).

Эффективность (Е – Эффективность). Степень, в которой маркетинговая стратегия достигает своих основных целей. Этот критерий измеряется с помощью показателей привлечения клиентов, узнаваемости бренда, роста продаж и построения долгосрочных отношений с потребителями. Для оценки эффективности можно использовать финансовые и стратегические показатели, такие как KPI (ключевые показатели эффективности) и ROI (рентабельность инвестиций).

Потенциал рынка и прибыльность (М – Market Potential & Profitability) – потенциал стратегии генерировать доход и прибыльность на рынке. При оценке данного критерия следует учитывать следующие факторы, включая размер и темпы роста рынка, сроки инвестирования и период окупаемости, эффективность затрат пользователя и т. д.

Риски при использовании стратегии (Х – Risk Factors & Uncertainty) – риски, которые могут возникнуть при реализации маркетинговой стратегии и их влияние на бизнес. При оценке данного критерия учитываются следующие риски. К таким рискам относятся: финансовые риски (потеря инвестиций), рыночная неопределенность (реакция конкурентов), изменения в поведении потребителей, правовые ограничения и правила.

Для стран гибкость (F – Flexibility & Adaptability) означает способность маркетинговой стратегии адаптироваться к различным рынкам и успешно реализовываться на транснациональном уровне. Данный критерий анализируется с точки зрения следующих аспектов: адаптивность к местной культуре и поведению потребителей, степень соответствия законодательным и нормативным требованиям, диверсификация и локализация маркетинговых инструментов.

Уровень реализации стратегического контроля (N – Strategic Control & Governance). Наличие и эффективность механизмов контроля за успешной реализацией маркетинговой стратегии. Данный критерий включает в себя следующие элементы: системы принятия решений на основе информации, механизмы контроля и мониторинга внутри организации, методы автоматизации и анализа маркетинговых процессов, а также возможности использования технологических инноваций (Т – Technological Integration & Innovation).

Насколько эффективно современные технологии и инновации используются в маркетинговой стратегии. Сюда входят: платформы цифрового

маркетинга (SEO, SMM, AI и аналитика больших данных), улучшение клиентского опыта с использованием блокчейна и искусственного интеллекта, автоматизированные рекламные системы и аналитические инструменты.

Потребности в ресурсах для реализации стратегий (R – Ресурсоемкость и Осуществимость). Ресурсные потребности маркетинговой стратегии и реалистичные возможности ее реализации. Данный критерий оценивается на основе следующих факторов: финансовые ресурсы (размер бюджета и потребность в инвестициях), человеческий капитал (опыт и квалификация специалистов). технологическая инфраструктура (способность применять инновационные решения).

Таблица 1.

Индикаторы оценки эффективности стратегий¹

Индикаторы оценки	Индикаторы	Количество индикаторов (К)
Эффективность (E – Effectiveness)	привлечение клиентов, узнаваемость бренда	3
	увеличить объем продаж	
	построение долгосрочных отношений с потребителями	
Возможность финансовой выгоды (M – Market Potential & Profitability)	Размер рынка и темпы роста	3
	Сроки инвестиций и период окупаемости	
	Эффективность затрат пользователя	
Риски использования стратегии (X – Risk Factors & Uncertainty)	Финансовые риски (потеря инвестиций)	4
	Неопределенность рынка (реакция конкурентов)	
	Изменения в поведении потребителей	
	Нормативные и правовые ограничения	
Гибкость для стран (F – Flexibility & Adaptability)	Совместимость с национальными культурами	6
	Уровень соответствия законодательным и нормативным требованиям	
	Диверсификация и локализация маркетинговых инструментов	
	Гибкость в поведении потребителей	
	Соблюдение налогового законодательства	
	Адаптация к экологическим системам	
Уровень реализации стратегического контроля (N – Strategic Control & Governance)	Системы принятия решений на основе информации	3
	Механизмы контроля и мониторинга внутри организации	
	Методы автоматизации и анализа маркетинговых процессов	
Возможности использования технологических инноваций (T – Technological Integration & Innovation)	Платформы цифрового маркетинга (SEO, SMM, AI и аналитика больших данных)	5
	Улучшение клиентского опыта с помощью блокчейна и искусственного интеллекта	
	Улучшение клиентского опыта с помощью блокчейна и искусственного интеллекта	
	Автоматизированные рекламные системы	
	Аналитические инструменты	
Потребности в ресурсах для реализации стратегий (R – Resource Intensity & Feasibility)	Финансовые ресурсы (размер бюджета и инвестиционные потребности)	2
	Человеческий капитал (опыт и навыки специалистов)	
Общее количество рассмотренных показателей		26

¹ Разработана автором.

Для оценки эффективности маркетинговых стратегий широко используется метод экспертной оценки – один из распространённых научных подходов. Этот метод помогает проанализировать, насколько стратегии соответствуют указанным критериям, и оценить их на основе конкретных показателей. Результаты оценки позволяют проанализировать преимущества и недостатки каждой стратегии и рекомендовать наиболее подходящие варианты.

Оценка проводится специалистами с опытом в области маркетинга, экономики, инноваций и управления бизнесом. Каждый эксперт оценивает выбранные стратегии на основе своего опыта. Для оценки также требуется привлечение специалистов по маркетингу и внешней торговле химической промышленности.

Эксперты проводят оценку на основе специально подготовленной таблицы. Оценки по каждому критерию выставляются по следующей шкале:

- 1 – очень низко
- 2 – низко
- 3 – средние
- 4 – хорошо
- 5 – очень хорошо

Если недостатки стратегии перевешивают её преимущества, эксперты присваивают ей более низкий балл.

Таблица 2.

Результаты экспертной оценки для определения стратегий с высоким потенциалом использования для химических предприятий¹

Стратегия	Эффективность (Е)	Фин. выгода (М)	Риски (Х)	Гибкость (F)	Контроль (N)	Технология (Т)	Ресурсы (R)
Прямые иностранные инвестиции	4,4	3,2	4,9	4,7	4,3	3,2	3
Экспортная стратегия	3,2	4,5	3,8	4,6	2,6	3	3,2
Лицензирование	3,6	3	3,4	3,1	2,2	2,6	2,4
Управленческий контракт	3,6	2,6	2,6	3	4,6	4	3,2
Совместное предприятие	3,6	3,4	2,4	2,8	2,6	3,8	2,4
Производственная стратегия	2,4	2,8	2,8	3,4	3,2	3,8	3,8
Сборочные операции	3	2,6	4,1	2,4	2,4	3,4	3,1
Стратегия «под ключ»	3	2,6	2,6	3,8	3,4	2,8	3,4
Стратегия приобретения	2,6	4,2	2,6	3,6	3,8	3,8	1,8
Стратегические альянсы	2,4	3,6	2,6	3	3,2	3,8	3,6
Операции входа	2,2	3,6	4,2	4,2	4,4	3,2	3,4
Зоны внешней торговли	2,6	3,4	3,8	3,6	3,8	2,8	3,6

¹ Разработана автором.

Общие результаты экспертной оценки с участием 5 экспертов, проведённой для определения стратегий с высоким потенциалом использования для химических предприятий, отражены в таблице 1. Полученные данные позволяют сделать выводы о возможностях применения стратегий в зависимости от их эффективности. Однако степень эффективности каждой стратегии оказывает различное влияние на её использование. Например, для страны экономическое развитие может быть важнее юридической стабильности. Поэтому необходимо использовать взвешенные коэффициенты (weight) для каждого индикатора.

Метод взвешенной средней оценки применяется для определения преимуществ и недостатков на основе таблицы 2 и общей балльной оценки. На основе результатов экспертной оценки определяются весовые коэффициенты.

Формула взвешенной средней оценки:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n w_i \cdot x_i}{\sum_{i=1}^n w_i} \quad (1)$$

Здесь:

x_i – общее количество рассмотренных показателей;

w_i — весовой коэффициент каждого значения;

На основе ряда показателей эффективность стратегий оценивается без учета весовых коэффициентов каждого влияющего фактора следующим образом:

$$R_j = E_1 + M_2 + X_3 + F_4 + N_5 + T_6 + R_7 \quad (2)$$

Утверждается, что каждый из выбранных критериев по-разному влияет на возможности использования стратегий, а с учетом весовых коэффициентов формула (3) записывается следующим образом:

$$R_j = w_1 E_1 + w_2 M_2 + w_3 X_3 + w_4 F_4 + w_5 N_5 + w_6 T_6 + w_7 R_7 \quad (3)$$

Здесь при, $0 \leq w_n \leq 1$ их сумма равна единице, $\sum w_n = 1$;

w_n — весовые коэффициенты, определяющие степень влияния выбранных факторов на экспертную оценку стратегий.

Весовые коэффициенты определяются в зависимости от количества факторов, влияющих на изучаемые стратегии (количество К-факторов), в этом:

$$K = 26;$$

$$w_1 = \frac{3}{26} = 0,12; w_2 = \frac{3}{26} = 0,12; w_3 = \frac{4}{26} = 0,15; w_4 = \frac{6}{26} = 0,23; w_5 = \frac{3}{26} = 0,12; w_6 = \frac{5}{26} = 0,18; w_7 = \frac{2}{26} = 0,08 \quad (4)$$

Подставляя коэффициенты во вторую формулу, запишем:

$$R_j = 0,12Y_1 + 0,12Y_2 + 0,15Y_3 + 0,23Y_4 + 0,12Y_5 + 0,18Y_6 + 0,08Y_7 \quad (5)$$

С помощью формулы (5) можно определить наиболее подходящие маркетинговые стратегии для использования во внешнеэкономической деятельности химических предприятий. На основе результатов экспертного анализа общие средние оценки стратегических маркетинговых возможностей представлены в таблице 3.

Таблица 3.
Общие результаты экспертной оценки¹

Стратегия	Эффективность (Е)	Фин. выгода (М)	Риски (Х)	Гибкость (F)	Контроль (N)	Технология (Т)	Ресурсы (R)	Оценка стратегических возможностей
Прямые иностранные инвестиции	4,4	3,2	4,9	4,7	4,3	3,2	3	4,06
Экспортная стратегия	3,2	4,5	3,8	4,6	2,6	3	3,2	3,66
Лицензирование	3,6	3	3,4	3,1	2,2	2,6	2,4	2,939
Управленческий контракт	3,6	2,6	2,6	3	4,6	4	3,2	3,352
Совместное предприятие	3,6	3,4	2,4	2,8	2,6	3,8	2,4	3,032
Производственная стратегия	2,4	2,8	2,8	3,4	3,2	3,8	3,8	3,198
Сборочные операции	3	2,6	4,1	2,4	2,4	3,4	3,1	2,987
Стратегия «под ключ»	3	2,6	2,6	3,8	3,4	2,8	3,4	3,12
Стратегия приобретения	2,6	4,2	2,6	3,6	3,8	3,8	1,8	3,318
Стратегические альянсы	2,4	3,6	2,6	3	3,2	3,8	3,6	3,156
Операции входа	2,2	3,6	4,2	4,2	4,4	3,2	3,4	3,668

Из результатов проведённого анализа следует, что для химической промышленности приоритет следует отдавать стратегиям, направленным на привлечение иностранных инвестиций. Это обусловлено тем, что данная отрасль является капиталоемкой, высокотехнологичной и требует инновационных подходов. Поэтому необходимо учитывать следующие факторы:

Для развития химической промышленности Узбекистана прямые иностранные инвестиции (FDI) следует рассматривать как наиболее эффективную стратегию. Инвестиции обеспечивают технологическую модернизацию, научные исследования и эффективное использование сырьевых запасов. Разработка правительством налоговых льгот, создание свободных экономических зон и программ поддержки инвесторов будет целесообразной мерой. Использование этой стратегии, основанное на анализе рынка, облегчает выход продукции на глобальные рынки.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

По результатам исследования были сделаны следующие основные выводы:

Для предприятий химической промышленности рекомендуется увеличить объёмы экспорта за счёт усиления сотрудничества с иностранными партнёрами.

¹ Разработана автором.

При этом следует уделить внимание развитию логистических сетей, в частности совершенствованию железнодорожной и логистической инфраструктуры.

Привлечение технологических инноваций и развитие сотрудничества с международными компаниями являются важной стратегией для химической промышленности.

Создание специальных экспортных зон, предоставление таможенных льгот и налоговых послаблений позволит повысить конкурентоспособность в международной торговле.

Для укрепления внутреннего рынка необходимо разработать стратегию, ориентирующую местных производителей на экспорт.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года № ПФ-60 «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2022–2026 годы» // <https://lex.uz/ru/docs/5841077>
2. Постановление Президента Республики Узбекистан от 24 января 2022 года № ПП-99 «О мерах по созданию эффективной системы развития производства и расширения промышленной кооперации в республике» // <https://lex.uz/ru/docs/5836417>
3. Авдокушин Е.Ф. Свободные (специальные) экономические зоны. М., 1993. С. 124.
4. Адрианов В.Д. Специальные экономические зоны. Журнал «ЭКО», 1997, № 3.
5. Барага Х.С. Перспективы свободных зон в рамках ФТАА // Статья, представленная на конференции по интеграции в Америке, Институт Латинской Америки и Иберии, Университет Нью-Мексико, 2 апреля 2006 года.
6. Друзик Я.С. Свободные экономические зоны. М.: ФУАинформ, 1999.
7. Гуанвэнь М. Теория и практика свободных экономических зон: исследование на примере Тяньцзиня, Китайская Народная Республика // Докторская диссертация, Университет Рупрехта-Карла, Гейдельберг, Германия, 2003.
8. Стратегический маркетинг. Эргашходжаева Ш.Д. – Т.: «ИКТИСОДИЁТ», 2019. – 236 с.
9. Современный стратегический анализ: учебное пособие / Е.Ю. Кузнецова [и др.]; под общ. ред. проф., д-ра экон. наук Е.Ю. Кузнецова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 131 с.
10. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. 122 с.
11. Панкрухин А.П. Маркетинг. Гильдия маркетологов. – 3-е изд. – М.: Омега-Л, 2005. – 656 с.

OLIIY TA'LIM MUASSASALARI UCHUN DUAL TA'LIMNING AFZALLIKLARI

Karimov Muzaffar Abdumalik o'g'li

Andijon davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi,
i.f.f.d (PhD)., dotsent

E-mail: karimov8993@umail.uz

Annotatsiya

Ushbu maqolada Oliy ta'lim muassasalari uchun dual ta'limning afzalliklari tadqiq etilib, oliy ta'lim tizimida dual ta'limni innovatsion joriy qilish masalalari va uni amaliyotga joriy qilish masalalari ko'rilgan. Shuningdek, Oliy ta'lim tizimida dual ta'limni tashkil etish sxemasi berilgan.

Kalit so'zlar: oliy ta'lim, dual ta'lim, amaliyotdan nazariyaga, shartnoma, ish beruvchi, model.

Аннотация

В данной статье исследуются преимущества дуального обучения для высших образовательных учреждений, а также рассматриваются вопросы инновационного внедрения дуального образования в систему высшего образования и его практической реализации. Кроме того, представлена схема организации дуального образования в системе высшего образования.

Ключевые слова: высшее образование, дуальное обучение, от практики к теории, контракт, работодатель, модель.

Abstract

This article explores the advantages of dual education for higher education institutions and addresses issues related to the innovative implementation of dual education within the higher education system, as well as its practical application. Additionally, the paper presents a scheme for organizing dual education in higher education institutions.

Keywords: higher education, dual education, from practice to theory, contract, employer, model.

KIRISH

Ta'lim jarayonidagi qo'shimcha topshiriqlarga qaramay, o'qituvchilarning fikrlari ijobiy. Eng ko'p aytib o'tilgan uchta afzallik: talabalarga motivatsion ta'sir; oliy ta'lim muassasasiga ko'proq ilmiy-tadqiqot ishlarini olib kelishi mumkin bo'lgan korxona bilan muntazam jonli hamkorlik; va ijtimoiy xabardorlikni, tan olinishini va ushbu turdagi ta'limga ijtimoiy munosabatlar qiymati kabi qiziqishlarni oshiradi.

Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 29-mart 163-son "Professional ta'lim tizimida dual ta'limni tashkil etish chora-tadbirlari haqida"gi Qarorida 2021/2022 o'quv yilidan boshlab professional ta'lim tizimida dual ta'limni tashkil etish belgilab qo'yilgan. Ushbu qonun ilovasi bilan tasdiqlangan Nizomda dual ta'limni tashkil etish va uning bosqichlari; dual ta'limda o'quv jarayoni va ishlab chiqarish amaliyotini olib borish tartibi; dual ta'lim ishtirokchilarining vazifalari, huquq va majburiyatlarini belgilangan. Dual ta'limdagi eng muhim holat o'quvchilar haftada kamida ikki kun

professional ta'lim muassasalaridagi o'quv jarayonlarida ishtirok etishlarini va qolgan ish kunlarida tegishli tashkilotlarda amaliy mashg'ulotlar bilan birga mehnat faoliyati olib borishlari hisoblanadi.

Mavzuga doir tadqiqot ishining maqsadi mamlakatimizdagi oliy ta'lim muassasalari uchun dual ta'limning afzalliklarini yuzaga chiqarish bo'yicha taklif va tavsiyalarni shakllantirishdan iborat.

Mavzuni yoritishdagi tadqiqot vazifalarini quyidagilar tashkil etadi:

- Oliy ta'lim tizimida dual ta'limni tashkil etishning huquqiy asoslarini yoritish.
- Oliy ta'lim tizimida dual ta'limni innovatsion joriy qilish masalalarini yoritish.
- Oliy ta'lim tizimida dual ta'limni amaliyotga joriy qilish masalalarini yoritish.
- Oliy ta'lim tizimida dual ta'limni tashkil etish sxemasini shakllantirish va boshqa bir qator vazifalar qo'yilgan.

ADABIYOTLAR SHARHI

Mamlakatimizda ta'lim sohasi qadimdan o'rganilib kelinmoqda. Xususan, oxirgi paytlarda ta'lim xizmatlari sifati va samaradorligini oshirishga oid masalalari bilan bir qator iqtisodchi olimlar ilmiy-tadqiqot ishlarini olib bormoqdalar. Bular jumlasiga Sh.N.Zaynutdinov, N.M.Rasulov, A.Sh.Bekmurodov, Z.A.Baltasheva, Sh.I. Otajonov, I.Yu.Umarov, I.H.Boboyev, D.N.Saidova, O.Sh.Ismailov, I.U.Ibragimov, B.A.Sersenbayev, G.Sh.Xankeldiyeva, U.N.Sadullayev, O.Dj.Djurabayev, M.A.Masharipova¹ kabilarni kiritish mumkin. Ammo ushbu olimlar asarlarida dual ta'lim masalasi deyarli o'rganilmagan. Faqat oxirgi paytlarda bu borada ayrim fikrlar A.Aranjiyev, A.Avliyakov, N.A.Muslimov, D.Ro'ziyeva, L.Abduazimova kabilar tomonidan turli gazeta maqolalarida, uslubiy ishlarda aytilmoqda. Ammo yirik tadqiqot ishlari olib borilmagan va ular ilmiy jihatdan yoritilmagan. Bundan ham ko'rinib turibdiki, mazkur masala bo'yicha tegishli o'rganishlarni o'tkazish va tavsiyalar ishlab chiqish o'ta dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

¹ Rasulov N.M., Zaynutdinov Sh.N. Инновацион менеджмент (дарслик). –Т.: “Инновацион ривожланиш нашриёт-матба уйи”, 2020. -540 б.; Бекмуродов А.Ш. Эффективность маркетинга средств производства. Автореф. дисс. док. экон. наук. – Т., 1993.; Rasulov N.M. Корпоратив тузилмаларда инновацион жараёнларни стратегик бошқариш услубиётини такомиллаштириш: иқтисодиёт фанлари доктори (DSc) дисс. автореф. –Т., 2021, -81 б.; Ханкелдиева Г.Ш. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида корпорацияларни бошқаришнинг илмий-методологик асослари: иқтисодиёт фанлари доктори (DSc) дисс. автореф. –Т., 2018, -70 б.; Бобоев И.Х. Маҳаллийлаштириш асосида рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш стратегиясини шакллантириш (Ўзбекистон Республикаси озиқ-овқат саноати тармоқлари мисолида): Иқт. фан. ном. дис... автореф. –Т.: ЎзРФАИИ, 2008, 22-б.; Отажонов Ш.И. Инновация фаолияти инфратузилмасини бошқаришнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари самарадорлигини ошириш: иқтисодиёт фанлари доктори дисс. автореф. (DSc). –Т.: ТДИУ, 2018., 95 б.; Балтасева З.А. Қорақалпоғистон Республикасида озиқ-овқат саноатини ривожлантиришнинг маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш. И.ф.н. илм. дар. олиш учун дисс. –Т.: 2012. –32 б.; Исмаилов О.Ш. Развитие пищевой промышленности Узбекистана на инновационной основе. // Экономика региона. 2010. №3. –С. 245-249; Умаров И.Ю. Озиқ-овқат саноатида тадбиркорликни ривожлантиришнинг иқтисодий механизмини такомиллаштириш. Монография. –Андижон, 2021. –206 б.; Saidova D.N., Rustomova I.B., Tursunov Sh.A. «Аграр сиёсат ва озиқ-овқат хавфсизлиги». –Т.: Ўқув қўлланмаси. «Ўзбекистон Республикаси Фанлар Академияси Асосий кутубхонаси» босмахонаси нашриёти, 2016. 12-б.; Ибрагимов И.У. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида тадбиркорлик фаолиятини бошқаришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш (Наманган вилояти мисолида): иқт.фан.фал.док.(PhD) автореф.–Т.: 2019, 15 б.; Серсенбаев Б.А. Балиқчилик соҳаси ривожланишини маркетинг ёндашувлари асосида такомиллаштириш (Қорақалпоғистон Республикаси мисолида): иқт.фан. фал.док.(PhD) автореф.–Нукус: 2021, 55 б.; Джурабаев О.Дж. Асаларичилик хўжалиklarини бошқаришнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари: иқт.фан. фал.док.(PhD) автореф.–Т.: 2020, 54 б.; Садуллаев У.Н. Гўшт ва сут етиштириш соҳасини модернизациялашни рағбатлантиришнинг асосий йўналишлари. иқт.фан. фал.док.(PhD) автореф.–Т.: 2020, 52 б.; Машарипова М.А. Хизмат кўрсатиш тармоқларида кичик бизнесни ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш: иқт.фан.фал.док.(PhD) автореф.–Самарқанд: 2020, 60 б.

METODOLOGIYA

O'qituvchilarning ta'kidlashicha, dual ta'limdagi eng yaxshi narsa talabalar o'zlarining dual ta'limda hamkor korxonasida olgan amaliy bilimlari ularga o'quv dasturining ahamiyatini tushinishda ko'p yordam beradi. Bu tushunish ajoyib motivatsion vositadir, talabalar o'rganishga ko'proq harakat qilishadi, chunki ular turli mavzularning foydaliligini tushunishadi. Dual talabalar an'anaviy talabalarga nisbatan ko'proq ijodiy bo'lishi tez-tez ta'kidlanadi, chunki ular korxonada ko'plab qo'shimcha bilimlarni oladilar, bu esa oliy ta'lim muassasasida olgan bilimlarini to'ldiradi. Talabalar o'zlarining korxona tajribasi haqida taqdimotlari tufayli, ular o'zlarining ta'lim muassasalariga eng so'nggi amaliyotni olib kelishadi, bu hatto o'qituvchilar uchun ham juda foydali tajribadir.

TAHLIL VA NATIJALAR

O'qituvchilarning bildirgan asosiy tashvishlari shundaki, dual ta'lim shaklidagi talabalar, ayniqsa imtihon davrida qo'shimcha yuklamalari ko'payish xavotiri bo'ldi, chunki ular ishlashlari va imtihonlarga parallel ravishda tayyorlanishlari kerak bo'ladi.

Yuqorida ta'kidlanganlardan kelib chiqib, dual ta'lim modelida ishlab chiqarish bilan uzviy bog'liqlik bu modelning muhim komponenti hisoblanadi va u quyidagilarni amalga oshishiga imkoniyat yaratadi:

- Bitiruvchilar tomonidan professional kompetensiyalarni o'zlashtirishi.
- Faol hayot pozitsiyasining shakllanishi.
- Mahsulдор mehnatga layoqatli shaxsiy mas'uliyatning o'rnatilishi.
- Bitiruvchilarning ishga joylashishining yuqori foizligi.
- Bilimlarni egallashdagi yuqori motivatsiya.
- "Amaliyotdan nazariyaga" tamoyili, talaba yanada ko'p ishlab chiqarish jarayoni bilan ishlaydi.
- Mutaxassislar tayyorlash sifatini ish beruvchilarning o'zi baholashi amalga oshadi.
- O'qituvchilar tomonidan ishlab chiqarishdagi barcha yangiliklarni egallashi.
- Byudjetga tushadigan yukni kamaytirilish.

Dual o'qitish tizimi barcha ishtirokchilar (korxona, ishchilar, davlat)ning qiziqishiga javob beradi. Korxona uchun – bu o'zi uchun kadrlarni aynan "buyurtma asosida" bajarish imkoniyati, ularni o'zlarining barcha talablariga javob berishini ta'minlash, ishchilarni izlash va tanlashda, ularni qayta o'qitish va moslashishga oid xarajatlarni tejash. Bundan tashqari eng yaxshi o'quvchilarni tanlash imkoniyati, chunki ta'lim jarayonida ularning kuchli va kuchsiz tomonlari ochiq-oydin ko'rinib qoladi. Yosh kishilar uchun dual ta'lim – ancha oldin mustaqillikka erishish va kattalar hayotiga moslashish uchun ajoyib imkoniyatdir.

Dual o'qitish tizimi kadrlarning shaxsiy karyerasini boshqarish uchun ajoyib imkon beradi. Uning doirasida ta'lim muntazam ravishda oshib boradi. Birorta ham o'rta professional ta'lim, dual ta'lim kabi, ishlab chiqarish ichida bunday bilim berishga qodir emas, bu uni muvaffaqiyatli karyera yo'lidagi muhim qadamga

aylantiradi. O‘z navbatida bunday yondashuv o‘quvchilarni o‘qishga motivini oshiradi, ya’ni, o‘qish “xo‘ja ko‘rsinga” bo‘lmaydi.

Oliy ta’lim tizimida dual ta’limni innovatsion joriy qilish masalalari va uni amaliyotga joriy qilish murakkab jarayondir. Ko‘p ishlarni qonunchilik darajasida qilish kerak bo‘ladi, jumladan, dual ta’lim doirasida korxonalarni mas’uliyatlarini mustahkamlab, rasmiylashtirish kerak bo‘ladi, o‘quv muassasalariga ish beruvchilar bilan birgalikda o‘quv reja, dasturlarni ishlab chiqishda maksimal mustaqillikni berish kerak. Har bir o‘quv muassasasi uchun dual ta’lim kiritilayotgan tayanch muassasa va mutaxassislikni belgilash kerak.

Mamlakatimiz oliy ta’lim tizimida dual ta’limni samarali tashkil etish maqsadida O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 29-mart 163-son “Professional ta’lim tizimida dual ta’limni tashkil etish chora-tadbirlari haqida”¹gi Qarori qabul qilingan. Ushbu qarorda oliy ta’limda dual ta’limni tashkil etish va samarali natija erishish bo‘yicha bir qancha vazifalar belgilangan. Dual ta’limni tashkil etishga va uni boshqaruvini optimallashtirish borasida hukumatimiz tomonidan ta’lim islohotlarida alohida e’tibor qaratilmoqda. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2025-yil 16-yanvar 14-son “Oliy ta’lim tizimida dual ta’limni tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarorining ilovasi: Oliy ta’lim tizimida dual ta’limni tashkil etish tartibi to‘g‘risida “Nizom”²da dual ta’limning maqsadi va asosiy vazifalari, dual ta’limni tashkil etish tartibi, "kasb egasi" dual ta’lim tizimini tashkil etish, korxona, oliy ta’lim tashkiloti va talabalarning dual ta’lim tizimini tashkil etish bo‘yicha vazifalari, huquqlari hamda majburiyatlari, oliy ta’lim tizimida dual ta’limni tashkil etish sxemasi berilgan (1-jadval).

1-jadval.

Oliy ta’lim tizimida dual ta’limni tashkil etish sxemasi³

Bosqichlar	Subyektlar	Tadbirlar	Muddatlar
1-bosqich	Qoraqalpog‘iston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar hokimliklari	1. Dual ta’lim tashkil etiladigan korxonalar va oliy ta’lim tashkilotlari bo‘yicha takliflar tayyorlaydi. 2. Takliflarni Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligiga hamda Savdo-sanoat palatasiga kiritadi.	Har yili 1-fevralga qadar
2-bosqich	Savdo-sanoat palatasi, Qoraqalpog‘iston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar hokimliklari	Dual ta’lim shaklida talabalarni qabul qiladigan korxonalar imkoniyatlarini o‘rganadi va dual ta’lim tashkil qilinadigan korxonalar ro‘yxatini e’lon qiladi	Har yili 1-iyunga qadar

¹ O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 29-mart 163-son “Professional ta’lim tizimida dual ta’limni tashkil etish chora-tadbirlari haqida”gi Qarori // <https://lex.uz/ru/docs/5346217>

² O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2025-yil 16-yanvar 14-son “Oliy ta’lim tizimida dual ta’limni tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarorining ilovasi: Oliy ta’lim tizimida dual ta’limni tashkil etish tartibi to‘g‘risida “Nizom” // <https://nrm.uz/content?doc=770873>

³ Oliy ta’lim tizimida dual ta’limni tashkil etish tartibi to‘g‘risidagi nizomga 1-ilova

Bosqichlar	Subyektlar	Tadbirlar	Muddatlar
3-bosqich	Oliy ta'lim tashkilotlari, korxonalar	Dual ta'lim dasturlarini ishlab chiqadi.	Uquv jarayoni boshlanishidan kamida bir oy oldin
4-bosqich	Oliy ta'lim tashkilotlari	Oliy ta'lim tashkilotlarida dual ta'limning nazariy qismini tashkil etadi.	Har yili sentyabr oyining birinchi haftasidan boshlab
5-bosqich	Oliy ta'lim tashkilotlari, korxonalar va talabalar	Dual ta'limni amalga oshirish bo'yicha uch tomonlama shartnoma tuzadi.	Har yili 1-sentyabrga qadar
6-bosqich	Korxonalar	1. Dual ta'limning amaliy qismini korxonada tashkil etadi. 2. Talabaga qonunchilik hujjatlariga muvofiq ish haqi to'laydi.	Uquv yili mobaynida
7-bosqich	Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi, Savdo-sanoat palatasi, Qoraqalpog'iston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar hokimliklari	1. Dual ta'lim jarayonini muvofiqlashtiradi. 2. Dual ta'lim tashkil qilingan korxonalarda talabalar uchun yaratilgan shart-sharoitlar doimiy monitoringini yuritadi.	O'quv yili mobaynida

Oliy ta'lim tizimida dual ta'limni tashkil etish sxemasidan ko'rinib turibdiki, dual ta'limni tashkil etish 7 bosqichda amalga oshiriladi. Tashkil etishda OTM va hamkor korxona, tashkilotlarning subyekt sifatidagi ishtiroki hamda vazifalari belgilangan.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Bugungi innovatsion iqtisodiyot sharoitida shiddatli raqobat muhitini hisobga olgan holda ta'lim tizimida ham xususiy sektorni rolini oshirish amaliyoti jadallashib bormoqda. Maktabgacha ta'lim, boshlang'ich va umumiy o'rta ta'lim, professional ta'lim tashkilotlari hamla oliy ta'lim tizimida davlat va nodavlat ta'lim muassasalari kabi raqobatlashuvchi tashkilotlarining ko'payishi ta'lim tizimida sog'lom raqobatni shakllanishiga xizmat qiladi. Bunday jarayonlar tizimda sifatni oshirishga, raqobatbardosh kadrlar tayyorlashga, intellektual darajasi bugungi kun talablariga javob bera oladigan mutaxassislar tayyorlashga asosiy turtki bo'lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 29-mart 163-son "Professional ta'lim tizimida dual ta'limni tashkil etish chora-tadbirlari haqida"gi Qarori // <https://lex.uz/ru/docs/5346217>

2. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2025-yil 16-yanvar 14-son “Oliy ta’lim tizimida dual ta’limni tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarorining ilovasi: Oliy ta’lim tizimida dual ta’limni tashkil etish tartibi to‘g‘risida “Nizom” <https://nrm.uz/contentf?doc=770873>

3. Таълим тизимида дуал таълимни ташкил этиш тартиби тўғрисида “Низом”

4. Ostrom E. Governing the commons: the evolution of institutions for collective action / Cambridge University Press, 1990. 302 p; W B. Networks in the global village life in contemporary communities/ Westview Press, 2009. -416 p.

5. Д.Норт Институты, институциональные изменения и функционирование экономики/ — М.Фонд экономической книги «Начала», 2017.-180 с.

6. Уваров А.Ю. Структура ИКТ-компетентности учителей и требования к их подготовке: рекомендации Юнеско. Версия 2.0. А.Ю Уваров // Информатика и образование. 2023. №1. —С.26-40.

7. <https://lex.uz/ru/docs/5346217>

8. <https://nrm.uz/contentf?doc=770873>

SANOAT ISHLAB CHIQARISHIDA SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA JARAYONLARNI OPTIMALLASHTIRISH

Rixsiboyev Nozimbek Abdurasul o'g'li

Tashkent International University

mustaqil izlanuvchisi

E-mail: nozimbekrikhsiboyev@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada sanoat ishlab chiqarishida sun'iy intellekt (SI) texnologiyalari asosida jarayonlarni optimallashtirish masalalari tadqiq qilingan. Tadqiqotda nazariy tahlil, xalqaro amaliyotlarni qiyosiy o'rganish hamda mashinali o'rganish, chuqur o'rganish, kuchaytiruvchi o'rganish va genetik algoritmlar kabi SI optimizatsiya usullarining samaradorligini baholash metodlari qo'llanilgan. Natijalar shuni ko'rsatadiki, SI asosidagi optimizatsiya tizimlari ishlab chiqarish parametrlarini real vaqt rejimida sozlash, resurslardan samarali foydalanish, energiya sarfini kamaytirish va mahsulot sifatini barqarorlashtirish imkonini beradi. Xalqaro tajriba misolida BMW, BASF, Intel va Bosch kabi yetakchi sanoat korxonalarining SI optimizatsiya amaliyotlari tahlil qilinib, ularning erishgan natijalari ochib berilgan. Sanoat jarayonlarini optimallashtirishda SI ni joriy etishning asosiy bosqichlari, texnik talablari va kutilayotgan iqtisodiy samara asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: Sun'iy intellekt, jarayonlarni optimallashtirish, ishlab chiqarish, mashinali o'rganish, kuchaytiruvchi o'rganish, genetik algoritmlar, raqamli egizaklar, real vaqt optimizatsiyasi, parametrlarni sozlash, energiya samaradorligi, Sanoat 4.0, aqlli ishlab chiqarish, jarayon nazorati, adaptiv boshqaruv.

Аннотация

В данной статье рассматриваются вопросы оптимизации производственных процессов на основе технологий искусственного интеллекта (ИИ) в промышленном производстве. В исследовании используется теоретический анализ, сравнительное изучение международной практики и методы оценки эффективности методов оптимизации на основе ИИ, таких как машинное обучение, глубокое обучение, обучение с подкреплением и генетические алгоритмы. Результаты показывают, что системы оптимизации на основе ИИ позволяют корректировать параметры производства в реальном времени, эффективно использовать ресурсы, снижать энергопотребление и стабилизировать качество продукции. На примере международного опыта анализируются методы оптимизации на основе ИИ ведущих промышленных предприятий, таких как BMW, BASF, Intel и Bosch, и раскрываются их результаты. Обосновываются основные этапы внедрения ИИ в оптимизацию промышленных процессов, технические требования и ожидаемые экономические выгоды.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, оптимизация процессов, производство, машинное обучение, обучение с подкреплением, генетические алгоритмы, цифровые двойники, оптимизация в реальном времени, настройка

параметров, энергоэффективность, Индустрия 4.0, интеллектуальное производство, управление процессами, адаптивное управление.

Abstract

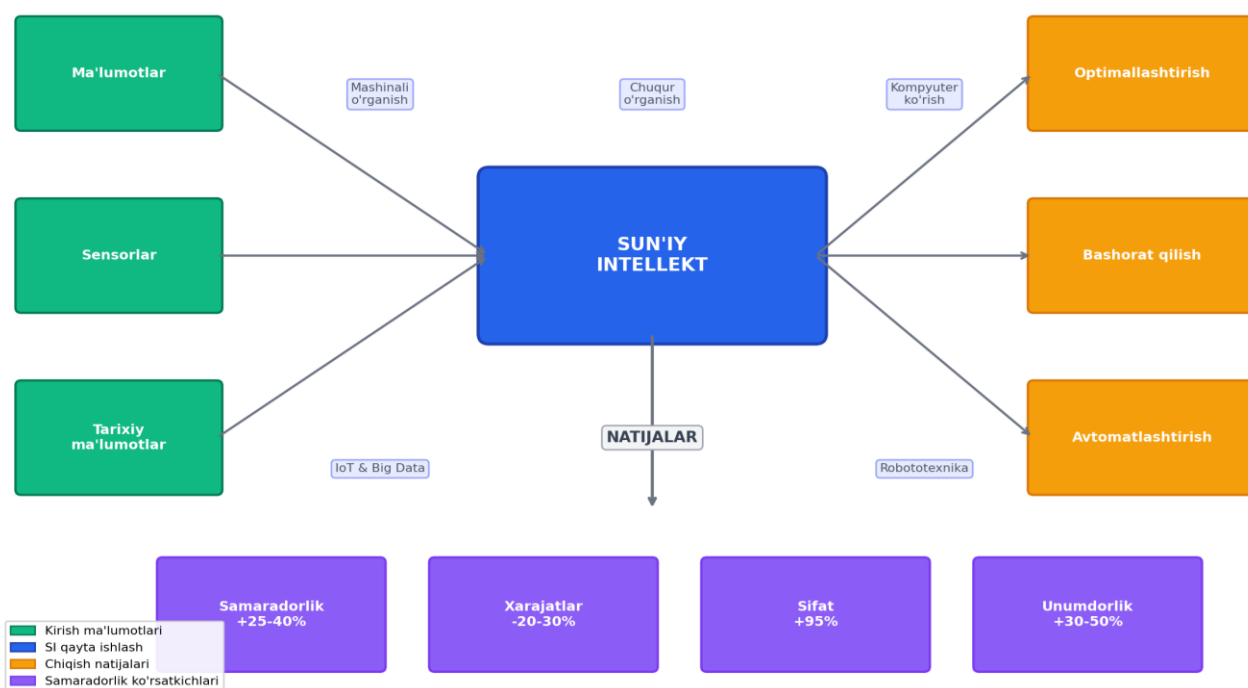
This article examines the optimization of production processes using artificial intelligence (AI) technologies in industrial manufacturing. The study utilizes theoretical analysis, a comparative study of international practices, and methods for evaluating the effectiveness of AI-based optimization methods, such as machine learning, deep learning, reinforcement learning, and genetic algorithms. The results demonstrate that AI-based optimization systems can adjust production parameters in real time, efficiently utilize resources, reduce energy consumption, and stabilize product quality. Using international experience as examples, the article analyzes AI-based optimization methods from leading industrial companies, such as BMW, BASF, Intel, and Bosch, and presents their results. The key stages of implementing AI in industrial process optimization, along with technical requirements and expected economic benefits, are substantiated.

Keywords: Artificial intelligence, process optimization, manufacturing, machine learning, reinforcement learning, genetic algorithms, digital twins, real-time optimization, parameter tuning, energy efficiency, Industry 4.0, smart manufacturing, process control, adaptive control.

KIRISH

Zamonaviy sanoat ishlab chiqarishida jarayonlarni optimallashtirish korxonalarining raqobatbardoshligi va rentabelligini belgilovchi asosiy omillardan biri hisoblanadi. An'anaviy optimizatsiya usullari ko'pincha murakkab, ko'p o'zgaruvchili ishlab chiqarish jarayonlarini to'liq qamrab ololmaydi va real vaqt rejimida moslashish imkoniyatiga ega emas. Sun'iy intellekt texnologiyalari bu muammolarni hal qilishning samarali vositasiga aylandi. SI algoritmlari katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilib, murakkab bog'liqliklarni aniqlash va optimal parametrlarni topish imkonini beradi.

O'zbekistonda sanoatni modernizatsiya qilish va raqamli texnologiyalarni joriy etish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishi sifatida belgilangan. Bu sharoitda mahalliy korxonalarda SI asosidagi optimizatsiya tizimlarini qo'llash orqali ishlab chiqarish samaradorligini oshirish alohida ahamiyat kasb etmoqda. Shu bois, ushbu maqolada sanoat ishlab chiqarishida SI asosida jarayonlarni optimallashtirish bo'yicha zamonaviy yondashuvlar, xalqaro tajribalar va amaliy strategiyalar tahlil qilinadi. Jumladan, mashinali o'rganish asosidagi parametrik optimizatsiya, kuchaytiruvchi o'rganish yordamida adaptive boshqaruv, genetik algoritmlar va evolyutsion hisoblash, raqamli egizaklar asosidagi simulyatsiya va real vaqt optimizatsiyasi kabi SI ning asosiy qo'llanilish yo'nalishlari hamda BMW, BASF, Intel va Bosch kabi yetakchi kompaniyalarning tajribalari ko'rib chiqiladi.



1-rasm. Sun'iy intellekt asosida ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish sxemasi¹

ADABIYOTLAR SHARHI

SI asosida ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish sohasida ko'plab olimlar tomonidan chuqur tadqiqotlar olib borilgan. Kusiak o'z tadqiqotlarida aqlli ishlab chiqarish konsepsiyasini ilmiy asoslab, SI ning ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirishdagi rolini ta'kidlagan². Uning fikricha, SI texnologiyalari an'anaviy optimizatsiya usullaridan tubdan farq qilib, murakkab, nochiqli va ko'p o'zgaruvchili jarayonlarni ham samarali optimallashtirish imkonini beradi. Shuningdek, u SI ning real vaqt rejimida moslashish qobiliyatini alohida ta'kidlagan.

Tao, Qi, Liu va Kusiak esa ma'lumotlarga asoslangan aqlli ishlab chiqarish konsepsiyasini taqdim etib, katta ma'lumotlar (Big Data) va SI ning integratsiyasi orqali jarayonlarni optimallashtirish imkoniyatlarini ko'rsatganlar³. Ularning tadqiqotlariga ko'ra, ishlab chiqarish jarayonlaridan yig'ilgan ma'lumotlar SI algoritmlari tomonidan tahlil qilinib, optimal parametrlar va strategiyalar aniqlanadi. Ular "ma'lumotlar-bilim-qaror" sikli tamoyilini taklif qilib, uzluksiz optimizatsiya jarayonini ta'riflaganlar.

Wuest, Weimer, Irgens va Thoben tomonidan olib borilgan tadqiqotda mashinali o'rganish algoritmlarining ishlab chiqarishdagi qo'llanilishi atroflicha tahlil qilingan⁴. Ularga ko'ra, nazorat ostida o'rganish (supervised learning), nazoratsiz o'rganish (unsupervised learning) va kuchaytiruvchi o'rganish (reinforcement learning)

¹ Muallif ishlanmasi

²Kusiak, A. (2018). Smart manufacturing. International Journal of Production Research, 56(1-2), 508-517.

³Tao, F., Qi, Q., Liu, A., & Kusiak, A. (2018). Data-driven smart manufacturing. Journal of Manufacturing Systems, 48, 157-169.

⁴Wuest, T., Weimer, D., Irgens, C., & Thoben, K. D. (2016). Machine learning in manufacturing. Production & Manufacturing Research, 4(1), 23-45.

algoritmalarining har biri ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish uchun o'ziga xos afzalliklarga ega. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, mashinali o'rganish modellari an'anaviy statistik usullarga nisbatan murakkab jarayonlarda 30-40% yuqori aniqlikka erishadi.

Qi va Tao raqamli egizaklar (Digital Twins) va katta ma'lumotlar integratsiyasini chuqur o'rganganlar¹. Ularning ilmiy qarashlariga ko'ra, raqamli egizaklar ishlab chiqarish jarayonlarining virtual nusxasini yaratib, turli ssenariylarni xavfsiz muhitda sinab ko'rish va optimal strategiyalarni aniqlash imkonini beradi. Bu yondashuv real ishlab chiqarishda tajriba o'tkazish xarajatlarini sezilarli darajada kamaytiradi va optimizatsiya jarayonini tezlashtiradi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot metodologiyasi nazariy va amaliy yondashuvlarning uyg'unligiga asoslangan. Avvalo, SI asosida jarayonlarni optimallashtirish bo'yicha ilmiy adabiyotlar va xalqaro tajribalar tahlil qilindi. Qiyosiy tahlil usuli orqali BMW, BASF, Intel va Bosch kabi yetakchi kompaniyalarning ilg'or amaliyotlari o'rganildi. Bundan tashqari, asosiy optimizatsiya samaradorligi ko'rsatkichlari — Cycle Time Reduction (tsikl vaqtini qisqartirish), Energy Consumption (energiya sarfi), Yield Rate (mahsulot chiqishi), Scrap Rate (chiqindilar darajasi) va Process Capability Index (jarayon qobiliyati indeksi) — indikator sifatida qo'llanib, SI optimizatsiya tizimlarining samaradorligi baholandi. Tadqiqotda turli SI algoritmalarini taqqoslash, keys-stadi tahlili va iqtisodiy samaradorlikni baholash usullaridan foydalanilgan. Shuningdek, mashinali o'rganish, kuchaytiruvchi o'rganish va genetik algoritmalarining qo'llanilish xususiyatlari amaliy misollar orqali asoslangan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot davomida, SI asosida jarayonlarni optimallashtirish bo'yicha asosiy yondashuvlar va ularning samaradorlik ko'rsatkichlariga ta'siri (Cycle Time, Energy Consumption, Yield Rate, Scrap Rate, Cp/Cpk) tahlil qilindi. Zamonaviy sharoitda sanoat korxonalari SI texnologiyalarini quyidagi asosiy yo'nalishlarda qo'llash orqali jarayonlarni optimallashtirmoqda.

1. Mashinali o'rganish asosidagi parametrik optimizatsiya. Mashinali o'rganish algoritmalarini ishlab chiqarish jarayonlarining optimal parametrlarini aniqlash uchun keng qo'llaniladi. Regressiya modellari, tasodifiy o'rmon (Random Forest), gradiyent bustingi (Gradient Boosting) va neyron tarmoqlar kabi algoritmalar tarixiy ma'lumotlarni tahlil qilib, kirish parametrlari va chiqish sifati o'rtasidagi murakkab bog'liqliklarni aniqlaydi. Bu yondashuv optimal harorat, bosim, tezlik, vaqt va boshqa jarayon parametrlarini topish imkonini beradi. Amaliy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, mashinali o'rganish asosidagi parametrik optimizatsiya mahsulot sifatini 15-25% ga oshirishi, chiqindilarni 20-30% ga kamaytirishga erishishi mumkin. Parametrik optimizatsiyada asosiy qiyinchilik — bu ko'p o'zgaruvchili jarayonlarda global

¹Qi, Q., & Tao, F. (2018). Digital twin and big data towards smart manufacturing and industry 4.0. IEEE Access, 6, 3585-3593.

optimumni topish, bunda SI algoritmlari an'anaviy usullarga nisbatan sezilarli ustunlik ko'rsatadi.

2. *Kuchaytiruvchi o'rganish yordamida adaptiv boshqaruv.* Kuchaytiruvchi o'rganish (Reinforcement Learning — RL) algoritmlari ishlab chiqarish jarayonlarini real vaqt rejimida boshqarish va optimallashtirishda yuqori samaradorlik ko'rsatadi. RL agentlari muhit bilan o'zaro ta'sir qilib, sinov va xato orqali optimal strategiyalarni o'rganadi. Bu yondashuv ayniqsa dinamik, o'zgaruvchan sharoitlarda jarayonlarni boshqarishda samarali hisoblanadi. Deep Q-Network (DQN), Proximal Policy Optimization (PPO) va Soft Actor-Critic (SAC) kabi zamonaviy RL algoritmlari murakkab sanoat jarayonlarini boshqarishda qo'llanilmoqda. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, RL asosidagi boshqaruv tizimlari an'anaviy PID regulyatorlariga nisbatan 20-35% yuqori samaradorlikka erishishi va o'zgaruvchan sharoitlarga tezroq moslashishi mumkin.

3. *Genetik algoritmlar va evolyutsion hisoblash.* Genetik algoritmlar (GA) va boshqa evolyutsion hisoblash usullari murakkab optimizatsiya muammolarini hal qilish uchun keng qo'llaniladi. Bu algoritmlar tabiiy tanlov va evolyutsiya tamoyillariga asoslanib, ko'p o'zgaruvchili, ko'p maqsadli va cheklovlarga ega muammolarda global optimumni topish imkonini beradi. Ishlab chiqarish jadvalarini optimallashtirish, resurslarni taqsimlash va ta'minot zanjirini boshqarish kabi vazifalar uchun GA algoritmlari samarali yechimlar taqdim etadi. Shuningdek, Particle Swarm Optimization (PSO), Ant Colony Optimization (ACO) va Simulated Annealing (SA) kabi boshqa metaevristik algoritmlar ham ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish uchun qo'llaniladi. Amaliy tajribalar shuni ko'rsatadiki, GA asosidagi optimallashtirish ishlab chiqarish jadvalarini 15-25% samaraliroq tuzish va resurs sarfini 10-20% ga kamaytirishga erishishi mumkin.

4. *Raqamli egizaklar asosidagi simulyatsiya va optimallashtirish.* Raqamli egizaklar (Digital Twins) texnologiyasi ishlab chiqarish jarayonlarining virtual nusxasini yaratib, turli ssenariylarni xavfsiz muhitda sinab ko'rish imkonini beradi. SI algoritmlari raqamli egizaklar bilan integratsiyalashib, optimal parametrlarni aniqlash, yangi strategiyalarni sinash va potensial muammolarni oldindan bashorat qilish imkonini yaratadi. Bu yondashuv ayniqsa qimmat uskunalar yoki xavfli jarayonlarda tajriba o'tkazish imkoniyati cheklangan hollarda juda foydali. Raqamli egizaklar real vaqt rejimida fizik tizim bilan sinxronlashib, uzluksiz optimizatsiya jarayonini ta'minlaydi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, raqamli egizaklar asosidagi optimizatsiya tajriba o'tkazish xarajatlarini 50-70% ga kamaytirishi, yangi mahsulotlarni bozorga chiqarish vaqtini 20-30% ga qisqartirishga erishishi mumkin.

5. *Real vaqt optimizatsiyasi va adaptive boshqaruv tizimlari.* SI asosidagi real vaqt optimizatsiyasi (Real-Time Optimization — RTO) tizimlari ishlab chiqarish jarayonlarini doimiy ravishda monitoring qilib, sharoitlar o'zgarishiga qarab parametrlarni avtomatik sozlaydi. Bu tizimlar sensorlardan keluvchi ma'lumotlarni millisekundlar ichida qayta ishlab, optimal sozlamalarni aniqlaydi va boshqaruv signallarini uzatadi. Edge computing texnologiyalari bilan integratsiyalashgan RTO tizimlar kechikishni minimallashtirib, yuqori tezlikdagi jarayonlarni ham samarali

boshqarish imkonini beradi. Adaptive Model Predictive Control (MPC) va SI asosidagi murakkab boshqaruv tizimlari ko‘p o‘zgaruvchili jarayonlarni bir vaqtda optimallashtirishga qodir. Amaliy tajribalar shuni ko‘rsatadiki, real vaqt optimizatsiyasi energiya sarfini 10-15% ga kamaytirishi, mahsulot sifatining barqarorligini 25-35% ga oshirishga erishishi mumkin.

6. *Ko‘p maqsadli optimizatsiya va Pareto analizi.* Ishlab chiqarish jarayonlarida ko‘pincha bir-biriga zid bo‘lgan bir nechta maqsadlarni bir vaqtda optimallashtirish talab etiladi: masalan, sifatni oshirish va xarajatlarni kamaytirish, tezlikni oshirish va energiya sarfini kamaytirish. SI asosidagi ko‘p maqsadli optimizatsiya (Multi-Objective Optimization — MOO) algoritmlari Pareto optimal yechimlar to‘plamini topish imkonini beradi. NSGA-II, MOEA/D va boshqa evolyutsion algoritmlar ishlab chiqarish jarayonlari uchun turli maqsadlar o‘rtasida optimal muvozanatni ta’minlovchi yechimlarni taqdim etadi. Bu yondashuv qaror qabul qiluvchilarga turli ssenariylarni ko‘rib chiqish va korxona strategiyasiga mos keladigan optimal yechimni tanlash imkonini beradi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, MOO yondashuvlari an’anaviy yagona maqsadli optimizatsiyaga nisbatan 20-30% yaxshiroq umumiy natijalar berishi mumkin.

Xalqaro tajribani o‘rganish natijasida yetakchi sanoat kompaniyalarining SI asosida jarayonlarni optimallashtirish strategiyalari va erishgan natijalari taqqoslandi. Quydagi jadvalda dunyo yetakchi kompaniyalarining SI optimizatsiya amaliyotlari va samaradorlik ko‘rsatkichlari keltirilgan.

1-jadval.

Yetakchi kompaniyalarning SI asosida jarayonlarni optimallashtirish amaliyotlari¹

№	Kompaniya	SI optimizatsiya yo‘nalishlari va erishilgan natijalar
1.	BMW (Germaniya)	- SI asosidagi bo‘yash jarayonini optimallashtirish, bo‘yoq sarfini 20% ga kamaytirish; - Presslash operatsiyalarini real vaqtda optimallashtirish, nuqsonlarni 30% ga kamaytirish; - Yig‘ish liniyalarida kuchaytiruvchi o‘rganish algoritmlari, sikl vaqtini 15% ga qisqartirish.
2.	BASF (Germaniya)	- Kimyoviy jarayonlarni SI yordamida optimallashtirish, mahsulot chiqishini 8% ga oshirish; - Energiya sarfini real vaqtda optimallashtirish, xarajatlarni 15% ga kamaytirish; - Raqamli egizaklar yordamida yangi reaksiyalarni simulyatsiya qilish va optimallashtirish.
3.	Intel (AQSh)	- Yarim o‘tkazgich ishlab chiqarish jarayonlarini SI yordamida optimallashtirish; - Minglab parametrlarni bir vaqtda optimallashtirish, defektlarni 25% ga kamaytirish; - Virtual metrolog (SI asosidagi sifat bashorati) yordamida tekshirish xarajatlarini 40% ga kamaytirish.

¹Muallif tomonidan tayyorlandi

№	Kompaniya	SI optimizatsiya yo'nalishlari va erishilgan natijalar
4.	Bosch (Germaniya)	- Sanoat 4.0 platformasi orqali zavodlarni ulash va markazlashgan optimizatsiya; - SI asosidagi sifat nazorati va jarayon optimizatsiyasi, OEE ni 85% dan 92% ga oshirish; - Genetik algoritmlar yordamida ishlab chiqarish jadvallarini optimallashtirish.

Jadvaldan ko'rinib turganidek, BMW avtomobil ishlab chiqarishning turli bosqichlarida SI optimizatsiyasini muvaffaqiyatli qo'llagan. BASF kimyo sanoatida jarayonlarni optimallashtirish va energiya samaradorligini oshirishda yetakchi hisoblanadi. Intel yarim o'tkazgich ishlab chiqarishning murakkab jarayonlarida SI dan keng foydalanib, yuqori aniqlik va samaradorlikka erishgan. Bosch esa Sanoat 4.0 konsepsiyasini to'liq amalga oshirib, zavodlar tarmoqlarini markazlashgan optimizatsiya tizimi orqali boshqarmoqda.

Bizning fikrimizcha, SI asosida jarayonlarni samarali optimallashtirish uchun quyidagi asosiy bosqich va mezonlarga rioya qilish kerak:

- *Ma'lumotlar infratuzilmasini yaratish* - bu SI optimizatsiya tizimlarining samarali ishlashi uchun asosiy shart hisoblanadi. SI algoritmlari faqat sifatli, to'liq va o'z vaqtida yig'ilgan ma'lumotlar asosida aniq natijalar berishi mumkin. Samarali optimizatsiyaning birinchi sharti — sensorlar tarmog'ini o'rnatish, ma'lumotlarni yig'ish va saqlash tizimlarini yaratish, hamda ma'lumotlarni tozalash va standartlashtirish jarayonlarini joriy etishdir. Mutaxassislar ma'lumotlar infratuzilmasini to'g'ri yaratish orqali SI modellarining aniqligini oshirish, optimizatsiya natijalarini yaxshilash va real vaqt rejimida boshqaruvga o'tish imkoniyatlarini ta'kidlaydilar.

- *Bosqichma-bosqich joriy etish va pilot loyihalar.* SI optimizatsiya tizimlarini joriy etishda bosqichma-bosqich yondashish xavflarni kamaytirish va muvaffaqiyat ehtimolini oshirish imkonini beradi. Korxonalar avval kichik, aniq belgilangan jarayonlardan boshlashlari va tajriba to'plashlari kerak. Pilot loyihalar muvaffaqiyatli amalga oshirilgandan so'ng, SI optimizatsiyasini boshqa jarayonlarga kengaytirish mumkin. Bu yondashuv xodimlar va rahbariyatning SI ga ishonchini oshirish, texnik muammolarni erta aniqlash va hal qilish imkonini beradi. Shuningdek, har bir bosqichda olingan natijalarni tahlil qilish va keyingi bosqichlarni shunga qarab rejalashtirish muhimdir.

- *Mutaxassislarni tayyorlash va interdistsiplinar jamoalar.* SI optimizatsiya tizimlarini muvaffaqiyatli joriy etish va boshqarish uchun yuqori malakali mutaxassislar talab etiladi. Bu mutaxassislar nafaqat SI texnologiyalarini, balki sanoat jarayonlarini ham chuqur tushunishlari kerak. Samarali SI optimizatsiyasi ma'lumotlar olimlar (Data Scientists), jarayon muhandislari (Process Engineers) va IT mutaxassislarining birgalikdagi ishini talab qiladi. Korxonalar xodimlarni SI texnologiyalari bo'yicha o'qitish, tashqi ekspertlar bilan hamkorlik qilish va doimiy malaka oshirish dasturlarini amalga oshirishlari kerak. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki,

SI loyihalarining 70% dan ortiq muvaffaqiyatsizliklari texnik muammolar emas, balki tashkiliy va kadrlar bilan bog‘liq omillarga bog‘liq.

Process Capability Index (Cp/Cpk) — jarayon qobiliyati indeksi, bu ishlab chiqarish jarayonining belgilangan toleranslar doirasida barqaror natijalar berish qobiliyatini ko‘rsatadi. Agar Cp/Cpk ko‘rsatkichlari yuqori va barqaror bo‘lsa, demak SI optimizatsiya tizimlari jarayonlarni samarali boshqarayotganini bildiradi. Aksincha, bu ko‘rsatkichlar past yoki o‘zgaruvchan bo‘lsa, optimizatsiya tizimlarini qayta ko‘rib chiqish yoki qo‘shimcha sozlashlar kiritish zarurligini ko‘rsatishi mumkin. Yield Rate (mahsulot chiqishi) — bu yaroqli mahsulotlarning umumiy ishlab chiqarilgan mahsulotlarga nisbati. SI optimizatsiyasi muvaffaqiyatli bo‘lsa, Yield Rate ko‘rsatkichi oshishi kerak. Xalqaro statistik ma’lumotlarga ko‘ra, SI asosidagi jarayon optimizatsiyasini joriy etgan korxonalarda Yield Rate o‘rtacha 5-15% ga oshgan.

XULOSA VA TAKLIFLAR

SI texnologiyalari ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish uchun kuchli vosita hisoblanadi. Yuqorida ko‘rib chiqilgan yo‘nalishlar — mashinali o‘rganish asosidagi parametrik optimizatsiya, kuchaytiruvchi o‘rganish yordamida adaptiv boshqaruv, genetik algoritmlar, raqamli egizaklar va real vaqt optimizatsiyasi — korxonalarga o‘z ishlab chiqarish jarayonlarini tubdan yaxshilash imkonini beradi. Yetakchi xalqaro kompaniyalar tajribasi ko‘rsatmoqdaki, SI ni to‘g‘ri qo‘llash jarayon parametrlarini 20-30% optimallashtirish, sifatni 15-25% ga oshirish va xarajatlarni 10-20% ga kamaytirish imkonini beradi.

SI optimizatsiya tizimlarini joriy etishda ma’lumotlar infratuzilmasini yaratish, bosqichma-bosqich yondashish va malakali mutaxassislarni jalb qilish muvaffaqiyatning asosiy omillari hisoblanadi. Zamonaviy sharoitda raqobatdoshlikni ta’minlash uchun korxonalar SI texnologiyalarini strategik vosita sifatida ko‘rib chiqishlari va uzoq muddatli investitsiya rejalarini ishlab chiqishlari kerak.

Shu bois, korxonalar rahbariyati va texnik mutaxassislari uchun bugungi kun talabi — SI asosidagi optimizatsiya texnologiyalarining imkoniyatlarini chuqur o‘rganish, xalqaro tajribaning eng yaxshi usullarini tatbiq etish va o‘z korxonalari uchun optimal SI optimizatsiya strategiyasini ishlab chiqishdir. SI orqali jarayonlarni optimallashtirishga muvaffaq bo‘lgan korxonalar nafaqat mahalliy, balki xalqaro bozorda ham raqobatbardosh bo‘lib qoladilar va barqaror rivojlanishni ta’minlaydilar.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Kusiak, A. (2018). Smart manufacturing. *International Journal of Production Research*, 56(1-2), 508-517.
2. Tao, F., Qi, Q., Liu, A., & Kusiak, A. (2018). Data-driven smart manufacturing. *Journal of Manufacturing Systems*, 48, 157-169.
3. Wuest, T., Weimer, D., Irgens, C., & Thoben, K. D. (2016). Machine learning in manufacturing. *Production & Manufacturing Research*, 4(1), 23-45.
4. Qi, Q., & Tao, F. (2018). Digital twin and big data towards smart manufacturing and industry 4.0. *IEEE Access*, 6, 3585-3593.

5. Sutton, R. S., & Barto, A. G. (2018). Reinforcement Learning: An Introduction. MIT Press.
6. Deb, K. (2014). Multi-objective optimization. Search Methodologies, Springer, 403-449.
7. Monostori, L. (2014). Cyber-physical production systems: Roots, expectations and R&D challenges. Procedia CIRP, 17, 9-13.
8. McKinsey & Company. (2023). AI in manufacturing: Optimization and beyond. McKinsey Analytics.
9. Deloitte. (2024). Smart Factory Implementation: A Practical Guide. Deloitte Insights.
10. World Economic Forum. (2023). The Future of Manufacturing Report. WEF Publications.
11. Tursunov, M. R. (2023). Sanoat jarayonlarini optimallashtirish usullari. — Toshkent: Fan.
12. Rahimov, A. S. (2022). Sun'iy intellekt va ishlab chiqarish. — Toshkent: Iqtisodiyot.

KICHIK BIZNES EKSPORT SALOHIYATINI RIVOJLANTIRISH BAHOLASH MODELINING ILMIY ASOSLARI VA HUDUDIIY AMALIYOTI

Mamadjanova Tuyg'unoy Axmadjanovna

Termiz iqtisodiyot va servis universiteti
iqtisodiyot kafedrası mudiri, i.f.f.d., dotsent

ORCID: 0009-0009-2305-6123

E-mail: tuygunoy_mamadjanova@tues.uz

Annotatsiya

Maqolada Surxondaryo viloyati misolida kichik biznes subyektlarining eksport salohiyatini rivojlantirish va uni baholashning ilmiy-uslubiy asoslari yoritilgan. Tadqiqot jarayonida eksport hajmi, eksport tarkibining murakkablik darajasi, qayta ishlangan va yuqori qo'shimcha qiymatga ega mahsulotlar ulushi hamda eksport qiluvchi korxonalar soni asosiy baholash ko'rsatkichlari sifatida tahlil qilingan. 2017–2024 yillarni qamrab olgan hududiy statistik ma'lumotlar asosida eksport salohiyatining mintaqaviy iqtisodiy o'sish, bandlik va daromadlar dinamikasi bilan o'zaro bog'liqligi empirik jihatdan asoslangan. Tadqiqot natijalari eksport salohiyatining miqdoriy kengayishi bilan bir qatorda uning tarkibiy va sifat jihatlarini rivojlantirish mintaqaning barqaror, raqobatbardosh va inklyuziv iqtisodiy rivojlanishini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega ekanini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: mintaqa iqtisodiyoti, eksport salohiyati, hududiy rivojlanish, tashqi savdo, raqobatbardoshlik, qo'shimcha qiymat, iqtisodiy diversifikatsiya, sanoat siyosati, infratuzilma, institutsional muhit, eksportga yo'naltirilgan model, hududiy nomutanosiblik, barqaror rivojlanish.

Аннотация

В статье на примере Сурхандарьинской области освещаются научно-методические основы развития и оценки экспортного потенциала субъектов малого бизнеса. В ходе исследования в качестве ключевых показателей оценки проанализированы объем экспорта, уровень сложности экспортной структуры, доля переработанной и продукции с высокой добавленной стоимостью, а также количество экспортирующих предприятий. На основе региональных статистических данных за 2017–2024 годы эмпирически обоснована взаимосвязь экспортного потенциала с динамикой регионального экономического роста, занятости и доходов. Результаты исследования показывают, что наряду с количественным расширением экспортного потенциала развитие его структурных и качественных характеристик имеет важное значение для обеспечения устойчивого, конкурентоспособного и инклюзивного экономического развития региона.

Ключевые слова: региональная экономика, экспортный потенциал, территориальное развитие, внешняя торговля, конкурентоспособность, добавленная стоимость, экономическая диверсификация, промышленная политика, инфраструктура, институциональная среда, экспортно-ориентированная модель, территориальная диспропорция, устойчивое развитие.

Abstract

The article examines the scientific and methodological foundations for developing and assessing the export potential of small business entities using the case of Surkhandarya region. The study analyzes export volume, the complexity of export structure, the share of processed and high value-added products, and the number of exporting enterprises as key evaluation indicators. Based on regional statistical data for the period 2017–2024, the relationship between export potential and the dynamics of regional economic growth, employment, and income levels is empirically substantiated. The findings indicate that, alongside quantitative expansion, enhancing the structural and qualitative characteristics of export potential plays a significant role in ensuring sustainable, competitive, and inclusive economic development of the region.

Keywords: regional economy, export potential, territorial development, foreign trade, competitiveness, value added, economic diversification, industrial policy, infrastructure, institutional environment, export-oriented model, territorial disparity, sustainable development.

KIRISH

Jahon xo‘jaligi tizimida kuzatilayotgan strukturaviy o‘zgarishlar, global qiymat zanjirlarining funksional qayta tashkil etilishi hamda tashqi savdo oqimlarining hududlar bo‘yicha differensiallashuvi mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishni tahlil qilishda yangi ilmiy yondashuvlardan foydalanishni talab etadi. Mazkur jarayonlar sharoitida hududlarning tashqi iqtisodiy faoliyatdagi ishtiroki va eksport salohiyatidan foydalanish darajasi mintaqa iqtisodiy tizimining barqarorligi va uzoq muddatli rivojlanishini belgilovchi muhim omillardan biri sifatida namoyon bo‘ladi [1].

Mintaqaviy iqtisodiyot nazariyasida eksport faoliyati savdo munosabatlarining alohida yo‘nalishi sifatida emas, balki hududiy ishlab chiqarish tuzilmasini shakllantiruvchi, qo‘shimcha qiymat yaratish jarayonlarini kengaytiruvchi va iqtisodiy o‘sish mexanizmlarini faollashtiruvchi tarkibiy omil sifatida talqin etiladi [2]. Eksport faoliyatining rivojlanishi ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, tarmoq va hududlararo ixtisoslashuvni chuqurlashtirish hamda iqtisodiy resurslardan foydalanish samaradorligini kuchaytirish imkonini beradi.

Empirik tadqiqotlar eksport faoliyati rivojlangan hududlarda yalpi hududiy mahsulotning o‘sish sur‘atlari, bandlik ko‘rsatkichlari va daromadlar tarkibining nisbatan barqaror shakllanishi bilan tavsiflanishini ko‘rsatadi [3]. Eksport tarkibida qayta ishlangan va yuqori qo‘shimcha qiymatga ega mahsulotlar ulushining ortishi hududiy iqtisodiy tizimning tashqi iqtisodiy sharoitlarga moslashuvchanligini oshiradi hamda raqobatbardoshlik salohiyatini mustahkamlaydi [4]. Shu sababli eksport faoliyatining tarkibiy va sifat jihatlari mintaqaviy rivojlanishni baholashda muhim ilmiy mezon sifatida qoraladi.

O‘zbekiston iqtisodiyotida mintaqalar eksport salohiyatini rivojlantirish hududiy ijtimoiy-iqtisodiy siyosatning ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida shakllanmoqda. Qabul qilinayotgan normativ-huquqiy hujjatlar hududlarning ishlab chiqarish imkoniyatlarini kengaytirish, eksport qiluvchi korxonalar faoliyatini rag‘batlantirish,

sanoat zonalarini rivojlantirish hamda tashqi bozorlarga chiqish mexanizmlarini takomillashtirishga qaratilgan [5]. Ushbu yondashuv mintaqalarning iqtisodiy ixtisoslashuvini chuqurlashtirish va hududiy raqobatbardoshlikni oshirishga xizmat qilmoqda.

Mintaqa iqtisodiy tizimini rivojlantirishda eksport salohiyatidan foydalanishning iqtisodiy o'sish, hududiy rivojlanish va raqobatbardoshlikka ta'sir mexanizmlarini ilmiy asosda tahlil qilish nazariy va amaliy ahamiyatga ega. Eksport hajmi bilan bir qatorda uning tarkibi, murakkablik darajasi va iqtisodiy natijalari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni aniqlash hududiy iqtisodiy siyosatni takomillashtirish uchun muhim ilmiy asos bo'lib xizmat qiladi. Shu nuqtai nazardan, eksport salohiyatini mintaqaviy rivojlanishning kompleks omili sifatida tadqiq etish dolzarb ilmiy vazifa hisoblanadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Mintaqa iqtisodiy tizimini rivojlantirishda eksport salohiyatidan foydalanish masalasi iqtisodiy nazariyada keng tadqiq etilgan bo'lib, mazkur yo'nalishdagi ilmiy izlanishlar bir necha asosiy konseptual yondashuvlar doirasida shakllangan. Klassik va neoklassik savdo nazariyalarida eksport ishlab chiqarish omillaridan samarali foydalanish, hududlararo mehnat taqsimotini chuqurlashtirish va ixtisoslashuvni kuchaytirish mexanizmi sifatida talqin etilgan. Keyingi ilmiy adabiyotlarda ushbu yondashuv mintaqaviy rivojlanish jarayonlari bilan bog'liq holda kengaytirilgan holda izohlangan [6].

Yangi iqtisodiy geografiya maktabi doirasida olib borilgan tadqiqotlar eksport faoliyati va hududiy konsentratsiya o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni nazariy va empirik jihatdan asoslab beradi. Ushbu yondashuv eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarishning transport xarajatlari past va bozor sig'imi yuqori bo'lgan hududlarda jamlanish tendensiyasiga ega ekanini ko'rsatadi, bu esa mintaqalararo iqtisodiy tafovutlarning shakllanishiga ta'sir ko'rsatishi mumkin [7]. Shu bilan birga, ayrim sharoitlarda eksport faoliyati yangi ishlab chiqarish markazlarining vujudga kelishiga xizmat qilishi va periferik hududlarning iqtisodiy faolligini oshirishi ilmiy tadqiqotlarda asoslangan. Ushbu yondashuv eksport salohiyatining mintaqaviy ta'siri ko'p qirrali ekanini ko'rsatadi.

So'nggi ilmiy adabiyotlarda eksport salohiyatining miqdoriy ko'rsatkichlariga nisbatan uning tarkibiy va sifat jihatlariga alohida e'tibor qaratilmoqda. Tadqiqotlarda xomashyo eksportiga tayanish iqtisodiy rivojlanishning dastlabki bosqichlarida ishlab chiqarish hajmlarining kengayishiga xizmat qilishi mumkinligi qayd etilgan. Shu bilan birga, uzoq muddatli istiqbolda eksport tarkibining murakkablashuvi va yuqori texnologiyali mahsulotlar ulushining ortishi iqtisodiy tizimda barqaror o'sish, institutsional rivojlanish va innovatsion faollikni ta'minlovchi muhim omil sifatida baholanadi [8],[9]. Ushbu jarayonlar bilimlar spilloveri va texnologik yangilanish mexanizmlari orqali mintaqaviy iqtisodiy samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi.

Mikroiqtisodiy darajadagi tadqiqotlar eksport faoliyati va mahsuldorlik o'rtasidagi bog'liqlikni firma va tarmoq kesimida tahlil qiladi. Ushbu ishlarda eksport qiluvchi korxonalar ishlab chiqarish samaradorligi va texnologik darajasi nisbatan yuqori bo'lishi, resurslarning past unumdor subyektlardan yuqori unumdor

subyektlarga qayta taqsimlanishi orqali mintaqaviy ishlab chiqarish samaradorligi oshishi ilmiy asosda ko'rsatib berilgan [10]. Mazkur yondashuv eksport salohiyatidan foydalanish mintqa iqtisodiy tizimida tarkibiy o'zgarishlarni jadallashtiruvchi omil ekanini tasdiqlaydi.

Xalqaro tashkilotlar tomonidan tayyorlangan tadqiqotlar va tahliliy hisobotlarda eksport salohiyati global qiymat zanjirlari kontekstida ko'rib chiqiladi. Ushbu ishlarda mintaqalarning global ishlab chiqarish va ta'minot tarmoqlariga integratsiyalashuvi eksportdan olinadigan iqtisodiy samaradorlikning hajmi va barqarorligini belgilovchi muhim omil sifatida baholanadi [11]. Savdo xarajatlari, logistika infratuzilmasi va institutsional muhit eksport salohiyatining to'liq namoyon bo'lishida muhim rol o'ynashi qayd etiladi [12].

Mahalliy ilmiy adabiyotlarda mintaqaviy eksport salohiyati masalasi hududiy iqtisodiy siyosat, sanoatni diversifikatsiyalash va hududiy rivojlanish strategiyalari bilan uzviy bog'liq holda tahlil qilingan. O'zbekiston mintaqalari misolida olib borilgan tadqiqotlar eksport hajmi va yalpi hududiy mahsulot o'sishi o'rtasida ijobiy bog'liqlik mavjudligini ko'rsatadi, ushbu bog'liqlikning intensivligi hududlarning ishlab chiqarish tuzilmasi va ixtisoslashuv darajasiga bog'liq ekanligi aniqlangan [13]. Ayrim hududlarda eksport o'sishi xomashyo sektoriga tayanishi natijasida iqtisodiy samaradorlikning tarkibiy jihatlari cheklangan holda namoyon bo'lishi qayd etilgan [14].

Mahalliy tadqiqotlarda eksportni rag'batlantirish siyosatini hududiy sanoat siyosati, innovatsion rivojlanish va kadrlar tayyorlash tizimi bilan uyg'unlashtirish zarurligi ta'kidlanadi. Ushbu yondashuv eksport salohiyatidan foydalanish samaradorligini oshirishda kompleks va tizimli yondashuvning ilmiy ahamiyatini asoslaydi [15].

Adabiyotlar tahlili eksport salohiyati mintqa iqtisodiy tizimini rivojlantirishda muhim strategik omil ekanini ko'rsatadi. Eksportning mintaqaviy rivojlanishga ta'siri eksport tarkibi, institutsional muhit sifati, infratuzilma darajasi va hududiy xususiyatlar bilan bog'liq holda shakllanadi. Ushbu ilmiy xulosalar eksport salohiyatini mintaqaviy rivojlanishning ko'p kanalli va murakkab mexanizmi sifatida tahlil qilish zarurligini asoslaydi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqot mintqa iqtisodiy tizimini rivojlantirishda eksport salohiyatidan foydalanish samaradorligini baholashga qaratilgan bo'lib, unda kompleks va tizimli metodologik yondashuv qo'llanildi. Tadqiqotning nazariy asosi mintaqaviy iqtisodiyot, eksportga yo'naltirilgan rivojlanish va iqtisodiy diversifikatsiya konsepsiyalariga tayanadi. Empirik tahlilda 2017–2024 yillar oralig'idagi hududiy statistik ma'lumotlardan foydalanildi. Eksport salohiyati eksport hajmi, eksport tarkibining murakkablik darajasi, qayta ishlangan mahsulotlar ulushi hamda eksport qiluvchi korxonalar sonini qamrab oluvchi integral ko'rsatkichlar orqali baholandi. Tadqiqotda tavsifiy-statistik tahlil, dinamik qiyosiy usullar va indeks yondashuvidan foydalanildi. Olingan natijalar mintaqaviy eksport salohiyatining iqtisodiy o'sish va ijtimoiy-iqtisodiy ko'rsatkichlar bilan o'zaro bog'liqligini aniqlash imkonini berdi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mazkur bo‘lim mintaqa iqtisodiy tizimini rivojlantirishda eksport salohiyatidan foydalanishning amaliy samaradorligini chuqur empirik tahlil qilishga bag‘ishlangan bo‘lib, Surxondaryo viloyati va uning barcha tumanlari misolida olib borilgan hisob-kitoblar natijalariga tayanadi. Tahlil 2017–2024 yillarni qamrab olgan yetti yillik davrda eksport hajmi, eksport tarkibining o‘zgarishi hamda eksport salohiyatining sifat ko‘rsatkichlari dinamikasini aniqlashga yo‘naltirilgan. Ushbu yondashuv mintaqaviy eksportni faqat tashqi savdo ko‘rsatkichi sifatida emas, balki hududiy iqtisodiy o‘shish, bandlik va daromadlar barqarorligini shakllantiruvchi muhim strukturaviy omil sifatida baholash imkonini beradi. Bo‘limda keltirilgan jadval va ko‘rsatkichlar eksportning iqtisodiy tizimga ta’sir mexanizmlarini aniqlashda ilmiy asoslangan empirik dalillarni taqdim etadi.

Shuningdek, mazkur bo‘limda eksport salohiyatidan foydalanish samaradorligining hududlar bo‘yicha bir xil emasligi, tumanlar kesimida sezilarli farqlar mavjudligi alohida yoritiladi. Tahlil natijalari eksport hajmining o‘shishi har doim ham iqtisodiy rivojlanishning sifat jihatdan yaxshilanishiga olib kelmasligini, balki eksport tarkibida xomashyo mahsulotlari ulushi yuqori bo‘lgan hududlarda bandlik va texnologik yangilanish effektlari cheklanganligini ko‘rsatadi. Aksincha, qayta ishlash va yuqori qo‘shimcha qiymatga ega mahsulotlar ulushi nisbatan yuqori bo‘lgan tumanlarda eksportning mintaqaviy rivojlanishga ijobiy ta’siri kuchliroq namoyon bo‘ladi. Shu tariqa, bo‘lim doirasidagi tahlillar mintaqaviy eksport siyosatini takomillashtirishda tarkibiy diversifikatsiya va hududiy differensial yondashuvning zarurligini ilmiy jihatdan asoslab beradi.

Surxondaryo viloyatida eksport faoliyati va hududiy iqtisodiy o‘shish o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlikni aniqlash maqsadida 2017–2024 yillar oralig‘ida asosiy makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar dinamikasi tahlil qilinadi. Ushbu davr tanlanishi viloyatda tashqi savdo liberallashtirish, ishlab chiqarish hajmlarining kengayishi hamda pandemiya sharoitida yuzaga kelgan vaqtinchalik iqtisodiy uzilishlarning eksport jarayonlariga ta’sirini kompleks baholash imkonini beradi. Ko‘rsatkichlar dinamikasi eksport hajmidagi o‘zgarishlar mintaqaning yalpi iqtisodiy natijalariga qay darajada ta’sir ko‘rsatganini empirik asosda aniqlashga xizmat qiladi.

1-jadval.

Surxondaryo viloyatida eksport hajmi va YAIM o‘shishi¹

Yil	Eksport hajmi, mln AQSh dollar	Yillik o‘shish, foizda	YAIM real o‘shishi, foizda
2017	210	—	4.6
2018	245	16.7	5.1
2019	290	18.4	5.4
2020	275	–5.2	1.8
2021	315	14.5	5.9
2022	360	14.3	6.1
2023	395	9.7	6.4
2024	430	8.9	6.7

¹ Manba: OECD and Entrepreneurship Outlook ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi

2017–2019 yillarda viloyat eksport hajmi 210 mln AQSh dollaridan 290 mln dollargacha oshib, oʻrtacha yillik oʻsish surʼati 17 foizdan yuqori boʻlgan. Mazkur davrda yalpi hududiy mahsulotning real oʻsish surʼati 4,6 foizdan 5,4 foizgacha koʻtarilgan. 2020 yilda eksport hajmining 5,2 foizga qisqarishi iqtisodiy oʻsish surʼatining 1,8 foizgacha pasayishi bilan birga kechgan. 2021–2024 yillarda esa eksport hajmi 315 mln dollardan 430 mln dollargacha yetib, yalpi hududiy mahsulot oʻsishi 5,9–6,7 foiz oraligʻida barqarorlashgan. Ushbu raqamlar eksport va iqtisodiy oʻsish oʻrtasida musbat yoʻnalishdagi bogʻliqlik mavjudligini tasdiqlaydi.

Mazkur dinamik tahlil eksportning mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishdagi roli bevosita hajmiy oʻsish bilan cheklanmasligini koʻrsatadi. Pandemiya davrida kuzatilgan keskin pasayish eksportga yuqori darajada tayanish sharoitida tashqi shoklarga sezgirlik mavjudligini namoyon etgan. Shu bilan birga, 2021 yildan keyingi tiklanish jarayoni eksportni qoʻllab-quvvatlash choralari va tashqi bozorlarga moslashuv iqtisodiy oʻsishning tezroq tiklanishiga xizmat qilganini koʻrsatadi. Demak, eksport viloyat iqtisodiy tizimida muhim oʻsish omili boʻlsa-da, uning barqaror taʼsiri tarkibiy diversifikatsiya va institutsional qoʻllab-quvvatlash bilan mustahkamlanishi zarur.

Surxondaryo viloyatida eksport salohiyatidan foydalanish samaradorligini toʻliq baholash uchun eksport hajmi bilan bir qatorda uning tarkibiy tuzilmasini hududlar kesimida tahlil qilish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu maqsadda viloyatning barcha tumanlari boʻyicha eksport mahsulotlari tarkibi xomashyo, qayta ishlangan va yuqori qoʻshimcha qiymatga ega mahsulotlar kesimida koʻrib chiqiladi. Ushbu yondashuv hududlararo iqtisodiy farqlarni aniqlash, eksport daromadlarining barqarorligi va mintaqaviy rivojlanishga taʼsir mexanizmlarini ochib berish imkonini beradi.

2-jadval.

Surxondaryo viloyati tumanlari kesimida eksport tarkibi¹

Tuman/shahar	Eksport hajmi, mln AQSh dollar	Xomashyo, foizda	Qayta ishlangan mahsulot, foizda	Yuqori qoʻshimcha qiymat, foizda
Termiz sh	120	28	42	30
Denov t	85	35	45	20
Sherobod t	60	48	40	12
Qumqoʻrgʻon t	55	50	38	12
Muzrabot t	40	55	35	10
Angor t	35	58	32	10
Jarqoʻrgʻon tu	42	52	36	12
Shoʻrchi t	38	54	34	12
Oltinsoy t	33	56	32	12
Bandixon t	25	60	30	10
Uzun t	28	57	31	12
Sariosiyo t	45	49	39	12
Boysun t	22	62	28	10
Termiz t	30	55	33	12

¹ Manba: Oʻzbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi hamda Oʻzbekiston Respublikasi Davlat statistika qoʻmitasi maʼlumotlari asosida muallif ishlanmasi

Tahlil natijalariga ko'ra, 2024 yilda viloyat bo'yicha eksport tarkibida xomashyo mahsulotlari ulushi o'rtacha 48 foizni, qayta ishlangan mahsulotlar 37 foizni, yuqori qo'shimcha qiymatga ega mahsulotlar esa atigi 15 foizni tashkil etgan. Termiz shahrida yuqori qo'shimcha qiymat ulushi 30 foizga yetib, viloyat o'rtacha ko'rsatkichidan ikki baravar yuqori bo'lgan, Denov tumanida esa mazkur ko'rsatkich 20 foizni tashkil etgan. Aksincha, Boysun, Bandixon va Angor tumanlarida xomashyo mahsulotlari ulushi mos ravishda 62, 60 va 58 foiz bo'lib, qayta ishlash darajasi nisbatan past saqlanib qolgan. Ushbu raqamlar hududlar kesimida eksport tarkibining keskin nomutanosibligini ko'rsatadi.

Mazkur holat eksportning mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishga ta'siri tumanlar bo'yicha bir xil emasligini ilmiy jihatdan tasdiqlaydi. Yuqori qo'shimcha qiymat ulushi nisbatan yuqori bo'lgan hududlarda eksport daromadlarining barqarorligi, bandlikka ta'siri va texnologik yangilanish imkoniyatlari kengroq namoyon bo'ladi. Xomashyo ustun bo'lgan tumanlarda esa eksportning iqtisodiy o'sishga qo'shgan hissasi qisqa muddatli bo'lib, tashqi narxlar tebranishiga yuqori sezgirlik bilan tavsiflanadi. Shunday qilib, eksport salohiyatidan foydalanishda hududiy differensial va tarkibiy diversifikatsiyaga asoslangan siyosat mintaqa iqtisodiy tizimini barqaror rivojlantirishning muhim sharti ekanligi aniqlanadi.

Mintaqa iqtisodiy tizimini rivojlantirishda eksport salohiyatining faqat hajmiy ko'rsatkichlari emas, balki uning sifat jihatlarini aks ettiruvchi indikatorlar ham muhim ilmiy ahamiyatga ega. Shu bois, Surxondaryo viloyatida eksport salohiyatining murakkablik darajasi, eksport qiluvchi subyektlar soni hamda eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarishning ijtimoiy-iqtisodiy natijalari o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlash maqsadida asosiy sifat ko'rsatkichlari dinamikasi tahlil qilinadi. Ushbu yondashuv eksport salohiyatining mintaqaviy iqtisodiy o'sishga ta'sir mexanizmlarini chuqurroq anglash imkonini beradi.

3-jadval.

Eksport salohiyati indekslari va iqtisodiy ko'rsatkichlar¹

Ko'rsatkich	Birlik	2017-yil	2020-yil	2024-yil	2017–2024 yillar orasidagi o'zgarish
Eksport murakkabligi indeksi	nisbiy indeks	0.21	0.18	0.32	+0.11
Eksport qiluvchi korxonalar	dona	220	205	340	+120
Qayta ishlash ulushi	foiz	34	31	40	+6 p.p.
O'rtacha ish haqi	ming so'm	1,450	1,800	3,200	+1,750
Bandlik o'sishi	foiz	—	–1.2	2.6	+3.8 p.p.

Olingan natijalar 2017–2024 yillar davomida eksport salohiyatining sifat ko'rsatkichlarida ijobiy siljishlar kuzatilganini ko'rsatadi. Xususan, eksport murakkabligi indeksi 0,21 dan 0,32 gacha oshib, 0,11 punktik ijobiy o'zgarishni tashkil etgan. Eksport qiluvchi korxonalar soni 220 tadan 340 tagacha yetib, qariyb 55 foizga ko'paygan. Shu davrda qayta ishlash mahsulotlari ulushi 34 foizdan 40 foizga oshgan bo'lib, bu ishlab chiqarish zanjirlarining nisbatan chuqurlashganidan dalolat

¹ Manba: Surxondaryo viloyati statistika boshqarmasi hamda UNCTAD ko'rsatkichlari asosida muallif hisob-kitoblari.

beradi. Bandlik ko'rsatkichi 2020 yildagi 1,2 foizlik pasayishdan so'ng 2024 yilda 2,6 foizlik o'sish bilan tiklangan, o'rtacha ish haqi esa 1,45 mln so'mdan 3,2 mln so'mgacha oshgan.

Mazkur natijalar eksport salohiyatining sifat jihatdan yaxshilanishi mintaqaning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatishini ilmiy asosda tasdiqlaydi. Eksport murakkabligi va qayta ishlash darajasining oshishi korxonalar mahsuldorligini kuchaytirib, mehnat bozorida barqaror ish o'rinlari va daromadlar o'sishini ta'minlagan. Shu bilan birga, eksport qiluvchi subyektlar sonining ortishi hududiy raqobat muhitini faollashtirgan va innovatsion faollik uchun muhim shart-sharoitlar yaratgan. Demak, eksport salohiyatidan foydalanish samaradorligini oshirishda miqdoriy kengayish bilan bir qatorda sifat ko'rsatkichlarini yaxshilash mintaqqa iqtisodiy tizimini barqaror rivojlantirishning hal qiluvchi omili hisoblanadi.

O'tkazilgan empirik tahlillar Surxondaryo viloyatida eksport salohiyatidan foydalanish mintaqaviy iqtisodiy o'sish bilan barqaror va musbat bog'liqlikka ega ekanini ko'rsatdi. 2017–2024 yillar davomida eksport hajmining izchil o'sishi yalpi hududiy mahsulot sur'atlarining tezlashuvi bilan birga kechgan bo'lsa-da, pandemiya davridagi qisqarish tashqi savdoga yuqori darajada tayanish sharoitida iqtisodiy tizimning tashqi shoklarga sezgiriligini namoyon etdi. Shu bilan birga, tumanlar kesimidagi natijalar eksportdan olinadigan iqtisodiy samara hududlar bo'yicha bir xil emasligini, ayniqsa, xomashyo mahsulotlari ustun bo'lgan tumanlarda eksportning bandlik va daromadlar barqarorligiga ta'siri cheklanganligini ilmiy asosda tasdiqladi. Demak, eksportning mintaqaviy rivojlanishdagi roli nafaqat hajmiy o'sish, balki uning tarkibiy va sifat jihatlari bilan belgilanadi.

Shuningdek, tahlil eksport salohiyatining sifat ko'rsatkichlari yaxshilangan sari mintaqaning ijtimoiy-iqtisodiy natijalari ham ijobiy tomonga o'zgarishini ko'rsatdi. Eksport murakkabligi indeksining oshishi, qayta ishlash ulushining kengayishi va eksport qiluvchi korxonalar sonining ko'payishi bandlik o'sishi hamda real daromadlar barqarorligini kuchaytirgan. Biroq viloyat bo'yicha yuqori qo'shimcha qiymatga ega mahsulotlar ulushining hanuz pastligi eksportdan olinadigan uzoq muddatli barqaror samarani cheklab turuvchi asosiy strukturaviy muammo sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu bois, eksport salohiyatidan foydalanish siyosati hududiy differensial yondashuv, sanoatni diversifikatsiyalash va innovatsion rivojlanish bilan uyg'unlashtirilgan taqdirdagina mintaqqa iqtisodiy tizimining barqaror va inklyuziv rivojlanishini ta'minlashi mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mazkur tadqiqot Surxondaryo viloyati misolida mintaqqa iqtisodiy tizimini rivojlantirishda eksport salohiyatidan foydalanishning nazariy va amaliy jihatlarini kompleks tahlil qilishga bag'ishlandi. Tadqiqot doirasida eksport hajmi, tarkibi va sifat ko'rsatkichlarining hududiy iqtisodiy o'sish, bandlik va daromadlar dinamikasiga ta'siri ko'p yillik empirik ma'lumotlar asosida baholandi. Olingan natijalar eksport salohiyati mintaqaviy rivojlanishning muhim tarkibiy omili ekanini hamda uning samaradorligi ishlab chiqarish tuzilmasi va institutsional sharoitlar bilan uzviy bog'liq holda shakllanishini ko'rsatdi.

Tahlil natijalari eksport hajmining o'sishi yalpi hududiy mahsulotning real o'sish sur'atlari bilan barqaror bog'liqlikka ega ekanini tasdiqlaydi. Eksport faoliyatining izchil kengayishi iqtisodiy faollikni oshirish va hududiy daromadlar bazasini mustahkamlashga xizmat qilgan. Shu bilan birga, iqtisodiy rivojlanishda eksportning ichki investitsiyalar, inson kapitali va institutsional rivojlanish bilan uyg'unlashuvi muhim ahamiyat kasb etishi aniqlangan.

Hududlar kesimidagi tahlillar eksport tarkibining mintaqaviy rivojlanish samaradorligida muhim rol o'ynashini ko'rsatdi. Yuqori qo'shimcha qiymatga ega mahsulotlar ulushi nisbatan yuqori bo'lgan hududlarda eksportning bandlik, daromadlar barqarorligi va ishlab chiqarish samaradorligiga ta'siri kuchliroq namoyon bo'ladi. Ushbu holat eksport tarkibining sifati mintaqaviy iqtisodiy o'sishning barqarorligini belgilovchi asosiy omillardan biri ekanini tasdiqlaydi.

Tadqiqot eksport salohiyatining sifat ko'rsatkichlari, jumladan eksport murakkabligi darajasi, qayta ishlash ulushi va eksport qiluvchi korxonalar sonining oshishi ijtimoiy-iqtisodiy natijalar bilan bevosita bog'liqligini aniqladi. Ushbu ko'rsatkichlarning yaxshilanishi mehnat unumdorligi, bandlik sifati va real daromadlar o'sishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Olingan ilmiy xulosalar asosida mintaqaviy eksport siyosatini hududiy xususiyatlarni hisobga olgan holda takomillashtirish, qayta ishlash sanoatini rivojlantirishga yo'naltirilgan hududiy klasterlarni kengaytirish, logistika va savdo infratuzilmasini rivojlantirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi. Shuningdek, eksportga yo'naltirilgan kichik va o'rta biznes subyektlarini qo'llab-quvvatlash, kadrlar tayyorlash tizimini eksport ixtisoslashuvi bilan uyg'unlashtirish muhim yo'nalish sifatida belgilandi.

Tadqiqot natijalari eksport salohiyati Surxondaryo viloyati iqtisodiy tizimini rivojlantirishda muhim strategik omil ekanini ilmiy asosda tasdiqlaydi. Eksportni tarkibiy diversifikatsiya va sifat jihatdan chuqurlashtirishga yo'naltirish mintaqaning barqaror, raqobatbardosh va inklyuziv rivojlanishini ta'minlash uchun zarur shart-sharoitlarni yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

14. Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*. Cambridge, MA: MIT Press.
15. Rodrik, D. (2018). *Straight Talk on Trade: Ideas for a Sane World Economy*. Princeton: Princeton University Press.
16. World Bank. (2020). *World Development Report 2020: Trading for Development in the Age of Global Value Chains*. Washington, DC: World Bank Publications.
17. UNCTAD. (2022). *Trade and Development Report 2022*. Geneva: United Nations Publications.
18. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yildagi 28-yanvar PF-60-son "2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni <https://lex.uz/docs/-5841063?otherlang=1>
19. Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*. Cambridge, MA: MIT Press.

20. Fujita, M., Krugman, P., Venables, A. (1999). *The Spatial Economy: Cities, Regions, and International Trade*. Cambridge, MA: MIT Press.
21. Sachs, J. D., Warner, A. M. (2001). The Curse of Natural Resources. *European Economic Review*, 45(4–6), 827–838.
22. Hausmann, R., Hwang, J., Rodrik, D. (2007). What You Export Matters. *Journal of Economic Growth*, 12(1), 1–25.
23. Melitz, M. J. (2003). The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity. *Econometrica*, 71(6), 1695–1725.
24. World Bank. (2020). *World Development Report 2020: Trading for Development in the Age of Global Value Chains*. Washington, DC: World Bank Publications.
25. UNCTAD. (2022). *Trade and Development Report 2022*. Geneva: United Nations Publications.
26. Abdurahmonov, Q. (2018). *Mintaqaviy iqtisodiyot*. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.
27. Karimov, I., Rasulov, S. (2020). *O‘zbekiston mintaqalarida eksport salohiyatini oshirish omillari*. Toshkent: Fan va texnologiya nashriyoti.
28. Tursunov, B. (2021). *Hududiy sanoat siyosati va eksportni rag‘batlantirish*. Toshkent: Innovatsion rivojlanish nashriyoti.

MINTAQADA INVESTITSION SALOHİYATNI OSHIRISHNING XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASI

Qobilov Anvar Eshpo‘lotovich

Qashqadaryo viloyati hokimining yoshlar siyosati,
ijtimoiy rivojlanish va ma‘naviy-ma‘rifiy
ishlar bo‘yicha o‘rinbosari

ORCID: 0000-0001-6019-7771

E-mail: kobilovanvar@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada mintaqalarda investitsion salohiyatni oshirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi o‘rganilgan. Xususan, rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarda investitsion muhitni yaxshilash, institutsional mexanizmlarni takomillashtirish, investitsiyalarni rag‘batlantirish va hududiy rivojlanishni ta‘minlash bo‘yicha amalga oshirilgan chora-tadbirlar tahlil qilingan. Tadqiqot natijasida mintaqaviy investitsion salohiyatni oshirishga xizmat qiluvchi samarali mexanizmlar va institutsional yondashuvlar tizimlashtirilgan hamda ularni milliy iqtisodiyot sharoitida qo‘llash bo‘yicha ilmiy asoslangan xulosalar shakllantirilgan.

Kalit so‘zlar: investitsion salohiyat, mintaqaviy rivojlanish, investitsion jozibadorlik, institutsional omillar, xorijiy tajriba, investitsion muhit, iqtisodiy rivojlanish.

Аннотация

В данной статье исследуется зарубежный опыт повышения инвестиционного потенциала регионов. Особое внимание уделено анализу институциональных механизмов, инструментов стимулирования инвестиций и формированию благоприятного инвестиционного климата в развитых и развивающихся странах. В результате исследования систематизированы эффективные подходы к повышению инвестиционного потенциала регионов и обоснована возможность их применения в условиях национальной экономики.

Ключевые слова: инвестиционный потенциал, региональное развитие, инвестиционная привлекательность, институциональные факторы, зарубежный опыт, инвестиционный климат, экономическое развитие.

Abstract

This article examines the foreign experience of enhancing regional investment potential. Particular attention is paid to institutional mechanisms, investment promotion tools, and the formation of a favorable investment climate in developed and emerging economies. The study systematizes effective approaches to increasing regional investment capacity and substantiates the possibility of their application in national economic conditions. The findings contribute to the development of methodological and practical recommendations for strengthening regional investment attractiveness.

Keywords: investment potential, regional development, investment attractiveness, institutional factors, foreign experience, investment climate, economic development.

KIRISH

Mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishning barqarorligini ta'minlash investitsion salohiyatni shakllantirish va uni samarali boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish bilan bevosita bog'liqdir. Investitsion salohiyat hududning iqtisodiy o'sish imkoniyatlarini belgilovchi asosiy omillardan biri bo'lib, u mavjud ishlab chiqarish resurslari, infratuzilma, moliyaviy tizim, institutsional muhit va innovatsion imkoniyatlarning integratsiyalashgan tizimi sifatida namoyon bo'ladi. Investitsion resurslarning hududlar kesimida samarali shakllanishi va jalb etilishi mintaqalarda yangi ishlab chiqarish quvvatlarini yaratish, iqtisodiy faollikni oshirish, bandlikni ta'minlash hamda hududiy iqtisodiy rivojlanish sur'atlarini jadallashtirish imkonini beradi.

Mintaqalarning investitsion salohiyat darajasi ko'p jihatdan investitsion muhitning shakllanganlik darajasi, institutsional infratuzilmaning rivojlanganligi, davlat tomonidan amalga oshirilayotgan investitsion siyosatning samaradorligi hamda investitsiyalarni qo'llab-quvvatlash mexanizmlarining mavjudligi bilan belgilanadi. Shu bilan birga, investitsion salohiyatning yetarli darajada rivojlanmaganligi hududlar o'rtasida iqtisodiy nomutanosibliklarning yuzaga kelishiga, ishlab chiqarish samaradorligining pasayishiga va hududiy rivojlanish darajasidagi tafovutlarning ortishiga olib keladi.

Xorijiy mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirishda samarali institutsional mexanizmlarni shakllantirish, investitsion infratuzilmani rivojlantirish, investitsiyalarni rag'batlantirish tizimini takomillashtirish va hududiy investitsion siyosatni samarali amalga oshirish muhim ahamiyat kasb etadi. Xususan, Germaniya, Janubiy Koreya, Xitoy, Singapur va Polsha kabi mamlakatlarda mintaqaviy investitsion rivojlanishni ta'minlashga qaratilgan maxsus iqtisodiy zonalar, investitsion imtiyozlar tizimi, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmlari va investitsiyalarni boshqarishning zamonaviy tizimlari joriy etilgan bo'lib, bu hududlarning investitsion jozibadorligini oshirish va iqtisodiy rivojlanish sur'atlarini jadallashtirishga xizmat qilgan.

Zamonaviy sharoitda mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirish nafaqat iqtisodiy resurslarning mavjudligi, balki institutsional muhitning rivojlanganligi, boshqaruv samaradorligi, investitsion infratuzilmaning shakllanganligi hamda investitsiyalarni jalb etishning samarali mexanizmlarining joriy etilganlik darajasi bilan ham belgilanadi. Shu sababli, xorijiy mamlakatlarning mintaqaviy investitsion salohiyatni oshirish borasidagi ilg'or tajribasini o'rganish, ularning asosiy institutsional va iqtisodiy mexanizmlarini tahlil qilish hamda ularni milliy iqtisodiyot sharoitida qo'llash imkoniyatlarini ilmiy asoslash muhim ilmiy va amaliy ahamiyatga ega.

ADABIYOTLAR SHARHI

Mintaqalarning investitsion salohiyatini shakllantirish va uni oshirish masalasi zamonaviy iqtisodiyot fanining dolzarb yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Ushbu yo'nalishda olib borilgan ilmiy tadqiqotlar investitsion salohiyatning shakllanishi ko'p jihatdan institutsional muhit, iqtisodiy infratuzilma, boshqaruv samaradorligi va

investitsiyalarni ragʻbatlantirish mexanizmlarining rivojlanganlik darajasi bilan belgilanadi.

Institutsional iqtisodiyot nazariyasi asoschilaridan biri D. North investitsion rivojlanishning asosiy sharti sifatida samarali institutsional muhitni shakllantirish zarurligini asoslab bergan [1]. Uning fikricha, institutlar iqtisodiy munosabatlarni tartibga soluvchi formal va noformal qoidalar tizimi boʻlib, ular investitsion faoliyatdagi noaniqliklarni kamaytiradi va investitsiya jarayonlarining barqarorligini taʼminlaydi. Shu nuqtai nazardan, institutsional muhitning rivojlanganligi investitsion salohiyatni oshirishning muhim omili hisoblanadi.

D. Acemoglu va J. Robinson tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda investitsiyalar oqimi va iqtisodiy rivojlanish oʻrtasidagi bogʻliqlik institutsional omillar orqali izohlangan [2]. Ularning ilmiy xulosalariga koʻra, samarali davlat boshqaruvi, mulk huquqining himoyalanganligi va shaffof iqtisodiy tizim investitsiyalarni jalb etish va iqtisodiy oʻsishni taʼminlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Mualliflar institutsional rivojlanish darajasi yuqori boʻlgan hududlarda investitsion faollik darajasi yuqori boʻlishini ilmiy asoslab bergan [3].

D. Rodrik, A. Subramanian va F. Trebbi tomonidan olib borilgan tadqiqotlar natijalari ham institutsional muhit investitsion rivojlanishning asosiy determinanti ekanligini koʻrsatadi [4]. Ularning fikricha, investitsion salohiyatning shakllanishi nafaqat iqtisodiy resurslar, balki institutsional tizimning samaradorligi, davlat siyosatining barqarorligi va investitsion muhitning jozibadorligi bilan ham bevosita bogʻliqdir.

Xorijiy mamlakatlar tajribasini oʻrganishga bagʻishlangan tadqiqotlarda ham mintaqaviy investitsion salohiyatni oshirishda institutsional mexanizmlar muhim rol oʻynashi taʼkidlangan [5]. Xususan, K. Meyer tomonidan olib borilgan ilmiy tadqiqotlarda investitsion infratuzilmaning rivojlanganligi, davlat tomonidan investitsiyalarni qoʻllab-quvvatlash mexanizmlarining mavjudligi va investitsion muhitning shaffofligi hududlarning investitsion jozibadorligini oshirishda muhim omillar sifatida eʼtirof etilgan [6].

Shuningdek, J. Dunning tomonidan ishlab chiqilgan investitsion rivojlanish nazariyasida investitsiyalarni jalb etishda hududning iqtisodiy salohiyati bilan bir qatorda institutsional muhit, infratuzilma va boshqaruv tizimining rivojlanganligi muhim omil sifatida koʻrsatilgan [7]. Muallifning fikricha, investitsiyalarni jalb etish samaradorligi hududning investitsion jozibadorligini belgilovchi omillarning kompleks rivojlanganligiga bogʻliqdir.

Zamonaviy tadqiqotlarda, xususan, Jahon banki, Xalqaro valyuta jamgʻarmasi va Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (OECD) tomonidan olib borilgan ilmiy izlanishlarda ham mintaqaviy investitsion salohiyatni oshirishda institutsional islohotlar, investitsion infratuzilmani rivojlantirish, davlat boshqaruvi samaradorligini oshirish va investitsiyalarni qoʻllab-quvvatlash mexanizmlarini takomillashtirish muhim ahamiyat kasb etishi taʼkidlangan [8]. Ushbu tadqiqotlar natijalari institutsional rivojlanish darajasi yuqori boʻlgan hududlarda investitsion faollik darajasi yuqori boʻlishini koʻrsatadi.

Mahalliy iqtisodchi olimlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda ham mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirish hududiy iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashning muhim omillaridan biri sifatida baholangan [9]. Ushbu tadqiqotlarda hududlarning investitsion jozibadorligini oshirish, investitsion muhitni yaxshilash, investitsiyalarni rag'batlantirish mexanizmlarini takomillashtirish va investitsion infratuzilmani rivojlantirish zarurligi ilmiy asoslangan [10].

Shunday qilib, olib borilgan ilmiy tadqiqotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirish ko'p jihatdan institutsional muhitning rivojlanganligi, investitsion infratuzilmaning shakllanganligi, davlat tomonidan amalga oshirilayotgan investitsion siyosatning samaradorligi va investitsiyalarni qo'llab-quvvatlash mexanizmlarining mavjudligi bilan belgilanadi. Shu bilan birga, xorijiy mamlakatlarning mintaqaviy investitsion rivojlanish tajribasini chuqur o'rganish va ularni milliy iqtisodiyot sharoitida qo'llash imkoniyatlarini ilmiy asoslash ushbu yo'nalishdagi tadqiqotlarning muhim vazifalaridan biri hisoblanadi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotni amalga oshirish jarayonida umum-ilmiy va maxsus iqtisodiy tadqiqot usullaridan kompleks tarzda foydalanildi. Xususan, mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirishning xorijiy tajribasini o'rganishda tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, mantiqiy umumlashtirish, ilmiy abstraksiya va iqtisodiy-statistik tahlil usullaridan foydalanildi.

Xorijiy mamlakatlar, jumladan Germaniya, Xitoy, Janubiy Koreya, Singapur va Polshaning mintaqaviy investitsion rivojlanish tajribasini o'rganishda qiyosiy tahlil usuli asosida ularning institutsional mexanizmlari, investitsiyalarni rag'batlantirish vositalari va investitsion infratuzilmasi tahlil qilindi. Shuningdek, investitsion salohiyatni shakllantiruvchi omillarni aniqlashda tizimli tahlil usuli qo'llanilib, investitsion muhit, institutsional infratuzilma va davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmlarining o'zaro bog'liqligi o'rganildi.

Tadqiqotning axborot bazasini xalqaro tashkilotlar (Jahon banki, Xalqaro valyuta jamg'armasi, OECD, UNCTAD), xorijiy mamlakatlarning rasmiy statistik ma'lumotlari, ilmiy maqolalar va analitik hisobotlar tashkil etdi. Tadqiqot natijasida mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirishning samarali mexanizmlarini aniqlash va ularni milliy iqtisodiyot sharoitida qo'llash bo'yicha ilmiy asoslangan xulosalar shakllantirildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirish masalasi ko'plab rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiy siyosatining muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Amaliy tajriba shuni ko'rsatadiki, hududlarga investitsiyalarni jalb etish va ularning investitsion jozibadorligini oshirish, avvalo, samarali institutsional muhitni shakllantirish, investitsion infratuzilmani rivojlantirish hamda investitsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini takomillashtirish bilan bog'liqdir. Shu bilan birga, investitsion salohiyatning shakllanishi hududning iqtisodiy ixtisoslashuvi, ishlab chiqarish resurslari bilan ta'minlanganlik darajasi, transport-logistika

infratuzilmasining rivojlanganligi hamda davlat tomonidan amalga oshirilayotgan hududiy siyosatning samaradorligiga bevosita bog'liqdir.

Germaniya tajribasi hududiy investitsion rivojlanishni ta'minlashda institutsional mexanizmlarning samarali tashkil etilganligini namoyon etadi. Ushbu mamlakatda hududlarning investitsion salohiyatini oshirish maqsadida rivojlanish institutlari, xususan, hududiy rivojlanish banklari va investitsion jamg'armalar faoliyati yo'lga qo'yilgan. Germaniyaning KfW rivojlanish banki tomonidan sanoat, infratuzilma va innovatsion loyihalarni moliyalashtirish orqali hududlarning investitsion jozibadorligini oshirishga erishilmoqda. Shu bilan birga, hududiy innovatsion klasterlarning shakllanishi investitsiyalarni jalb etish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va hududlarning raqobatbardoshligini kuchaytirishda muhim omil sifatida xizmat qilmoqda.

Xitoy tajribasi mintaqaviy investitsion salohiyatni oshirishda maxsus iqtisodiy zonalarining tashkil etilishi alohida ahamiyat kasb etishini ko'rsatadi. Ushbu zonalarda investorlar uchun soliq imtiyozlari, soddalashtirilgan ma'muriy tartib-taomillar va rivojlangan infratuzilma yaratilgan bo'lib, bu investitsiyalar oqimining sezilarli darajada oshishiga olib kelgan. Xususan, Shenzhen kabi hududlar qisqa muddat ichida kichik sanoat hududidan yirik sanoat va innovatsion markazga aylangan. Bu esa maxsus iqtisodiy zonalarining investitsiyalarni jalb etish va hududiy iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashdagi samaradorligini tasdiqlaydi.

Janubiy Koreya tajribasida esa hududiy investitsion rivojlanish davlat tomonidan olib borilayotgan strategik iqtisodiy siyosat bilan chambarchas bog'liqdir. Ushbu mamlakatda sanoat zonolari, texnoparklar va innovatsion markazlar tashkil etish orqali investitsiyalarni jalb etish va hududiy iqtisodiy rivojlanishni rag'batlantirish mexanizmlari joriy etilgan. Davlat tomonidan investitsion loyihalarni qo'llab-quvvatlash, infratuzilmani rivojlantirish va investorlarga qulay shart-sharoitlar yaratish orqali hududlarning investitsion jozibadorligi oshirilgan. Shu bilan birga, davlat va xususiy sektor o'rtasidagi hamkorlik asosida amalga oshirilayotgan investitsion loyihalar investitsion resurslardan samarali foydalanish imkonini yaratmoqda.

Polsha tajribasi ham hududlarning investitsion salohiyatini oshirishda institutsional islohotlarning muhim ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatadi. Yevropa Ittifoqi bilan integratsiya jarayonida ushbu mamlakatda hududiy rivojlanishni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan kompleks dasturlar amalga oshirilgan. Xususan, maxsus iqtisodiy zonalar tashkil etish, investorlarga soliq imtiyozlari berish va investitsion infratuzilmani rivojlantirish orqali hududlarda investitsion faollik sezilarli darajada oshgan. Bu esa hududiy sanoat rivojlanishini jadallashtirish va investitsiyalar oqimini ko'paytirishga xizmat qilgan.

Singapur tajribasi esa investitsion salohiyatni oshirishda samarali davlat boshqaruvi va rivojlangan institutsional muhitning hal qiluvchi rol o'ynashini ko'rsatadi. Ushbu mamlakatda investitsiyalarni jalb etish jarayoni markazlashgan holda tashkil etilgan bo'lib, investorlar uchun shaffof va barqaror iqtisodiy muhit yaratilgan. Huquqiy tizimning barqarorligi, infratuzilmaning rivojlanganligi va davlat boshqaruvining samaradorligi investitsiyalarni jalb etishda muhim omil bo'lib xizmat

qilmoqda. Natijada Singapur xalqaro miqyosda eng jozibador investitsion markazlardan biriga aylangan.

Xorijiy mamlakatlarda mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirishga qaratilgan mexanizmlar iqtisodiy rivojlanishning muhim omillaridan biri sifatida namoyon bo‘ladi. Ushbu mamlakatlarda investitsiyalarni jalb etish va hududiy iqtisodiy rivojlanishni ta‘minlash maqsadida samarali institutsional tizim, investitsion infratuzilma va investitsiyalarni rag‘batlantirish vositalari shakllantirilgan. Xususan, rivojlanish institutlari faoliyatini yo‘lga qo‘yish, maxsus iqtisodiy zonalar tashkil etish, investorlarga soliq va moliyaviy imtiyozlar taqdim etish hamda investitsion loyihalarni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash orqali hududlarning investitsion jozibadorligini oshirishga erishilgan.

1- jadval.

Mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirish bo‘yicha xorijiy mamlakatlar tajribasining taqqoslama tahlili¹

Mamlakat	Asosiy institutsional mexanizmlar	Investitsiyalarni rag‘batlantirish vositalari	Asosiy natijalar	Qo‘llash imkoniyatlari
Germaniya	Hududiy rivojlanish banklari (KfW), innovatsion klasterlar, davlat qo‘llab-quvvatlash institutlari	Imtiyozli kreditlar, innovatsion loyihalarni moliyalashtirish, infratuzilma rivojlantirish	Hududlarning sanoat salohiyati oshdi, innovatsion rivojlanish jadallashdi	Hududiy rivojlanish institutlarini tashkil etish, klaster tizimini rivojlantirish
Xitoy	Maxsus iqtisodiy zonalar, davlat tomonidan markazlashgan investitsion siyosat	Soliq imtiyozlari, soddalashtirilgan ma‘muriy tartiblar, infratuzilma yaratish	Yirik sanoat hududlari shakllandi, investitsiyalar hajmi keskin oshdi	Erkin iqtisodiy zonalarini kengaytirish, investitsion imtiyozlarni takomillashtirish
Janubiy Koreya	Texnoparklar, sanoat zonalar, davlat investitsion dasturlari	Davlat subsidiyalari, innovatsion loyihalarni qo‘llab-quvvatlash, PPP mexanizmlari	Yuqori texnologiyali ishlab chiqarish rivojlandi, hududiy iqtisodiy o‘rta ta‘minlandi	Texnoparklar va innovatsion markazlarni rivojlantirish
Polsha	Maxsus iqtisodiy zonalar, hududiy rivojlanish dasturlari	Soliq imtiyozlari, Yevropa Ittifoqi fondlari orqali moliyalashtirish	Hududlarga xorijiy investitsiyalar jalb etildi, sanoat rivojlandi	Hududiy investitsion dasturlarni takomillashtirish
Singapur	Markazlashgan investitsion boshqaruv tizimi, rivojlangan institutsional muhit	Investorlar uchun qulay huquqiy muhit, infratuzilma, davlat kafolatlari	Xalqaro investitsion markaz shakllandi, investitsion jozibadorlik oshdi	Investitsiyalarni boshqarishning yagona tizimini joriy etish

Mintaqaviy investitsion rivojlanishning xorijiy tajribasini tizimli tahlil qilish maqsadida Germaniya, Xitoy, Janubiy Koreya, Polsha va Singapur mamlakatlarida

¹ Muallif ishlanmasi

qo'llanilgan asosiy institutsional mexanizmlar, investitsiyalarni rag'batlantirish vositalari hamda ularning natijalari taqqoslama asosida 1-jadvalda keltirilgan.

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirishda samarali institutsional muhitni shakllantirish, investitsion infratuzilmani rivojlantirish, investitsiyalarni rag'batlantirish mexanizmlarini joriy etish hamda investitsion faoliyatni samarali boshqarish muhim ahamiyatga ega. Shu bilan birga, investitsion siyosatni hududlarning iqtisodiy xususiyatlarini hisobga olgan holda amalga oshirish investitsiyalarni jalb etish samaradorligini oshirish imkonini beradi. Xorijiy mamlakatlar tajribasi investitsion salohiyatni oshirishda institutsional yondashuvning muhimligini tasdiqlaydi va ushbu tajribani milliy iqtisodiyot sharoitida qo'llash hududiy iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Olib borilgan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirish hududiy iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Investitsion salohiyatning shakllanishi va rivojlanishi ko'p jihatdan institutsional muhitning rivojlanganligi, investitsion infratuzilmaning shakllanganligi, davlat tomonidan amalga oshirilayotgan investitsion siyosatning samaradorligi hamda investitsiyalarni qo'llab-quvvatlash mexanizmlarining mavjudligi bilan belgilanadi. Xorijiy mamlakatlar tajribasi mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirishda institutsional yondashuv va davlat tomonidan investitsion jarayonlarni samarali boshqarish muhim ahamiyat kasb etishini ko'rsatdi.

Tahlil qilingan mamlakatlar tajribasi asosida shuni ta'kidlash mumkinki, mintaqalarda investitsiyalarni jalb etish va investitsion jozibadorlikni oshirish, avvalo, maxsus iqtisodiy zonalarini tashkil etish, investitsion infratuzilmani rivojlantirish, investitsion loyihalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash hamda investorlar uchun qulay institutsional va huquqiy muhit yaratish orqali ta'minlanadi. Shu bilan birga, hududlarning iqtisodiy ixtisoslashuvini hisobga olgan holda investitsion siyosatni amalga oshirish investitsiyalarni jalb etish samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi:

Birinchidan, mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirish maqsadida hududiy rivojlanish institutlari, jumladan, hududiy investitsiyalarni qo'llab-quvvatlash markazlari va rivojlanish jamg'armalarini tashkil etish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Ushbu institutlar investitsion loyihalarni moliyalashtirish, investorlarni qo'llab-quvvatlash va investitsiyalarni jalb etish jarayonlarini muvofiqlashtirishga xizmat qiladi.

Ikkinchidan, investitsiyalarni jalb etish samaradorligini oshirish maqsadida maxsus iqtisodiy zonalar va sanoat zonalarini faoliyatini yanada takomillashtirish, ularda investorlar uchun soliq, bojxona va ma'muriy imtiyozlar tizimini kengaytirish zarur.

Uchinchidan, mintaqalarning investitsion jozibadorligini oshirish uchun zamonaviy transport-logistika, muhandislik-kommunikatsiya va raqamli infratuzilmani rivojlantirish zarur. Rivojlangan infratuzilma investitsion loyihalarni amalga oshirish uchun qulay sharoit yaratadi va investitsion risklarni kamaytiradi.

Toʻrtinchidan, investitsiyalarni jalb etish jarayonida davlat va xususiy sektor oʻrtasidagi hamkorlikni rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini keng joriy etish orqali investitsion loyihalarni amalga oshirish samaradorligini oshirish mumkin.

Beshinchidan, investitsion faoliyatni boshqarishda zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy etish va hududlarning investitsion salohiyatini baholashning ilmiy asoslangan metodikasini ishlab chiqish investitsion resurslardan samarali foydalanish imkonini beradi.

Umuman olganda, xorijiy mamlakatlar tajribasi mintaqalarning investitsion salohiyatini oshirishda institutsional mexanizmlarni takomillashtirish, investitsion infratuzilmani rivojlantirish va investitsiyalarni ragʻbatlantirishning samarali vositalarini joriy etish muhim ahamiyat kasb etishini koʻrsatadi. Ushbu tajribani milliy iqtisodiyot sharoitida qoʻllash hududlarning investitsion jozibadorligini oshirish, investitsiyalar hajmini koʻpaytirish va mintaqalarning barqaror iqtisodiy rivojlanishini taʼminlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI

1. North, D.C. (1990). Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University Press.
2. Acemoglu, D., Robinson, J.A. (2012). Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity and Poverty. Crown Business.
3. Rodrik, D., Subramanian, A., Trebbi, F. (2004). Institutions rule: The primacy of institutions over geography and integration in economic development. Journal of Economic Growth, 9(2), 131–165.
4. Dunning, J.H. (1998). Location and the multinational enterprise: A neglected factor. Journal of International Business Studies, 29(1), 45–66.
5. Meyer, K.E. (2005). Foreign investment and economic development: The role of institutional environment. Journal of International Business Studies, 36(6), 600–614.
6. World Bank. (2023). World Development Report 2023. Washington, DC: World Bank.
7. UNCTAD. (2023). World Investment Report 2023: Investing in Sustainable Development. United Nations Conference on Trade and Development.
8. OECD. (2022). OECD Investment Policy Reviews. Paris: OECD Publishing.
9. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvar PF-60-son "Yangi Oʻzbekistonning 2022-2026-yillarga moʻljallangan taraqqiyot strategiyasi toʻgʻrisida"gi Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-5841063>.
10. Oʻzbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligi. (2023). Oʻzbekiston Respublikasida investitsiya faoliyati toʻgʻrisidagi yillik hisobot. Toshkent.

HUDUDIIY INNOVATSION SIYOSATNI TAKOMILLASHTIRISHDA XORIJ TAJIRIBALARINI INSTITUTSIONAL ADAPTATSIYA QILISH IMKONIYATLARI

G‘aniyev Sanjar Poziljon o‘g‘li

Namangan davlat texnika universiteti

o‘qituvchisi

E-mail: sanjarkfu@mail.ru

Annotatsiya

Mazkur maqolada hududiy innovatsion siyosatni takomillashtirishda xorijiy mamlakatlar tajribalarini institutsional adaptatsiya qilish imkoniyatlari tahlil qilingan. Tadqiqotda Yevropa Ittifoqi, Janubiy Koreya, Xitoy va Finlyandiya kabi davlatlarning innovatsion siyosat modellarini mintaqaviy darajada integratsiya qilishning samarali mexanizmlari o‘rganilgan. Namangan viloyatining innovatsion siyosatini xalqaro amaliyot bilan uyg‘unlashtirish imkoniyatlari, boshqaruv tizimini modernizatsiya qilish, hamda davlat–ilm-fan–biznes sektorlari o‘rtasida institutsional uyg‘unlikni kuchaytirish yo‘llari ilmiy asosda yoritildi. Xorij tajribalarini mahalliy sharoitga moslashtirishda institutsional to‘siqlar, normativ-huquqiy moslashuv mexanizmlari va ijtimoiy muhitning roli tahlil qilingan. Natijada, mintaqaviy innovatsion siyosatni transformatsiya qilish uchun konseptual adaptatsiya modeli taklif etildi.

Kalit so‘zlar: hududiy innovatsion siyosat, xorij tajribasi, institutsional adaptatsiya, mintaqaviy iqtisodiyot, “Triple Helix” modeli, innovatsion boshqaruv, klaster siyosati, O‘zbekiston, Namangan viloyati, texnopark infratuzilmasi, xalqaro integratsiya.

Аннотация

В статье рассматриваются возможности институциональной адаптации зарубежного опыта в совершенствовании региональной инновационной политики. Исследование основано на анализе моделей инновационной политики таких стран, как Европейский Союз, Южная Корея, Китай и Финляндия, а также на выявлении механизмов их эффективной интеграции на региональном уровне. Особое внимание уделено адаптации международных практик к условиям Узбекистана, в частности Наманганской области, где акцент сделан на модернизацию управления, усиление институционального взаимодействия между государством, наукой и бизнесом. В работе проанализированы институциональные барьеры, правовые аспекты и социально-экономические условия адаптации инновационной политики. Результаты исследования позволили разработать концептуальную модель институциональной адаптации для совершенствования региональной инновационной системы.

Ключевые слова: региональная инновационная политика, зарубежный опыт, институциональная адаптация, региональная экономика, модель «тройной спирали», инновационное управление, кластерная политика, Узбекистан, Наманганская область, технопарковая инфраструктура, международная интеграция.

Abstract

This article examines the possibilities of institutional adaptation of foreign experiences in improving regional innovation policy. The study analyzes the innovation policy models of the European Union, South Korea, China, and Finland, identifying mechanisms for their effective integration at the regional level. Special attention is given to aligning these international practices with the context of Uzbekistan—particularly the Namangan region—by focusing on governance modernization, strengthening institutional cooperation between the state, academia, and business, and enhancing innovation infrastructure. The article explores institutional barriers, legal harmonization mechanisms, and the socio-economic conditions influencing policy adaptation. As a result, a conceptual model for institutional adaptation is proposed to improve regional innovation systems and foster sustainable innovation-driven growth.

Keywords: regional innovation policy, foreign experience, institutional adaptation, regional economy, Triple Helix model, innovation management, cluster policy, Uzbekistan, Namangan region, technopark infrastructure, international integration.

KIRISH

Global iqtisodiyotning raqobatbardoshlik tizimida innovatsion siyosatni hududiy darajada tashkil etish masalasi XXI asrda davlatlarning barqaror rivojlanish salohiyatini belgilovchi asosiy omillardan biriga aylandi. Xalqaro miqyosda olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, innovatsiyalar endilikda faqat ilmiy yangilik sifatida emas, balki institutsional va ijtimoiy-iqtisodiy ekotizimlar o'rtasidagi o'zaro hamkorlik natijasi sifatida qaralmoqda [1]. Shu nuqtai nazardan, "Regional Innovation Ecosystem" (RIE) modeli zamonaviy iqtisodiy rivojlanishning konseptual asosi sifatida shakllandi. Ushbu modelda innovatsiyalar davlat boshqaruvi, universitetlar, ishlab chiqarish sektori, fuqarolik jamiyati va moliyaviy infratuzilma o'rtasidagi tizimli o'zaro bog'liqlik orqali yuzaga keladi. Ya'ni, RIE yondashuvi mintaqaviy siyosatni, ilm-fan, texnologiya va jamiyatning uzviy integratsiyasini yagona boshqaruv mexanizmidagi uyg'unlashtiradi [2].

Birlashgan Millatlar Tashkiloti Taraqqiyot Dasturining 2023-yilgi Human Development Report hisobotida qayd etilishicha, innovatsion ekotizimlarning samaradorligi, avvalo, ularning institutsional muvofiqlik darajasi bilan belgilanadi [3]. Ushbu yondashuvda innovatsion siyosatni mintaqaviy darajada amalga oshirish uchun davlat, ilm-fan va ishlab chiqarish sektorlari bilan bir qatorda, jamiyat va bozor infratuzilmasi ham faol ishtirok etishi zarur. OECD (2023) tomonidan ishlab chiqilgan Regional Innovation Policy Frameworkda esa RIE modeli "multi-level governance" — ya'ni ko'p darajali boshqaruv tamoyillari orqali izohlanadi. Bu yondashuv innovatsion siyosatni faqat markaziy darajada emas, balki hududlar o'zining iqtisodiy, ijtimoiy va ilmiy imkoniyatlariga asoslanib mustaqil shakllantirishi kerakligini ta'kidlaydi [4].

Xalqaro tajriba, xususan Finlyandiya, Janubiy Koreya, Xitoy va Yevropa Ittifoqi mamlakatlarining mintaqaviy innovatsion siyosat modellarida RIE konsepsiyasi amalda qo'llanilmoqda. Finlyandiyaning "Tekes" dasturi orqali davlat, ilmiy

muassasalar va biznes sektori o'rtasida yaratilgan innovatsion ekotizim natijasida innovatsion mahsulotlar eksporti 2015–2023 yillar oralig'ida 45 foizga oshgan. Janubiy Koreyada “Innovation City Initiative” dasturi asosida 12 ta yangi texnologik klaster shakllantirilib, mintaqaviy iqtisodiy o'sishga 1,8 foizgacha hissa qo'shgan. Xitoyning “National Innovation Demonstration Zones” siyosati esa mintaqaviy ilmiy markazlarni ishlab chiqarish bilan bog'lab, innovatsion ishlab chiqarish hajmini 33 foizga oshirishga xizmat qilgan [5]. Ushbu tajribalar shuni ko'rsatadiki, RIE modeli institutlararo hamkorlikni faqat vertikal boshqaruv (davlat → tarmoq) darajasida emas, balki gorizontaal — ya'ni mintaqaviy, tarmoqlararo va ijtimoiy darajada ham muvofiqlashtirishga asoslanadi.

O'zbekiston sharoitida 2020-yildan boshlab innovatsion siyosatni xalqaro tajribalarga moslashtirish jarayoni izchil rivojlanib bormoqda. “Raqamli O'zbekiston – 2030” strategiyasi, “Innovatsion rivojlanish strategiyasi” hamda “Ilm-fanni 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi” orqali innovatsion boshqaruv tizimida RIE modeliga yaqin yondashuvlar joriy etildi. Bu jarayonlar doirasida ilmiy-tadqiqot markazlari, texnoparklar, startap inkubatorlari, moliyaviy institutlar va ta'lim tizimi o'rtasida hamkorlik mexanizmlari shakllandi. Ayniqsa, Namangan viloyati misolida 2017–2023 yillar davomida innovatsion faol korxonalar sonining 3,2 barobar, texnoparklar sonining 5 barobar ortgani, mintaqaviy ilmiy salohiyat va investitsiyalar hajmining oshgani RIE modelining amaliy asoslarini tasdiqlaydi.

Shunday qilib, xorijiy tajribalarni RIE modeli tamoyillari asosida O'zbekistonning hududiy iqtisodiy tizimiga moslashtirish innovatsion siyosatni yanada samarali, barqaror va institutsional jihatdan uyg'un mexanizmga aylantirish imkonini beradi. Bu jarayon iqtisodiy o'sish, ijtimoiy barqarorlik va ilmiy salohiyatni oshirish uchun zamonaviy boshqaruv yondashuvlarini joriy etishning ilmiy-nazariy poydevorini yaratadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Mintaqaviy innovatsion siyosatni takomillashtirishda xorijiy tajribalarni institutsional adaptatsiya qilish nazariyasi so'nggi yillarda innovatsion boshqaruv konsepsiyalarining eng muhim yo'nalishlaridan biriga aylandi. Freeman tomonidan ishlab chiqilgan “Milliy innovatsion tizim” konsepsiyasi bu borada fundamental asos bo'lib xizmat qiladi. Muallif innovatsion rivojlanishning muvaffaqiyati davlat siyosati, ilmiy-tadqiqot muassasalari va ishlab chiqarish o'rtasidagi uzviy aloqadorlik darajasiga bog'liqligini ta'kidlaydi [6]. Lundvall esa bu modelni rivojlantirib, innovatsiyalarni “ijtimoiy o'rganish” va “bilim oqimi” jarayonlari orqali shakllanadigan tizimli mexanizm sifatida talqin etadi [7]. Shu tariqa, innovatsion siyosatni faqat yuqoridan pastga (top-down) boshqaruv emas, balki ko'p yo'nalishli (multi-actor) hamkorlik asosida amalga oshirish zarurligi ilmiy asoslab beriladi.

Mintaqaviy darajada innovatsion tizimlar nazariyasi Cooke tomonidan ishlab chiqilgan “Regional Innovation Systems (RIS)” konsepsiyasi orqali yangi bosqichga ko'tarildi. Unga ko'ra, innovatsion siyosatning muvaffaqiyati har bir hududning ijtimoiy, iqtisodiy va ilmiy imkoniyatlarini hisobga olgan holda lokal darajada shakllantirilishi lozim. Cooke “bilim klasterlari” va “mintaqaviy kompetensiya

markazlari”ni innovatsion siyosatning asosi sifatida ko’radi [8]. Bu yondashuv “Regional Innovation Ecosystem” (RIE) modelining metodologik ildizini tashkil etadi, chunki u innovatsion jarayonni faqat ishlab chiqarish bilan cheklamay, balki ta’lim, ilmiy izlanishlar, moliyaviy sektor va boshqaruv mexanizmlarini yagona ekotizim sifatida ko’radi.

Asheim va Isaksen o’z tadqiqotlarida innovatsion tizimlarning “sticky knowledge” (hududiy bilim) va “ubiquitous knowledge” (global bilim) o’rtasidagi muvozanatini ta’minlash zarurligini asoslab bergan [9]. Ularning fikricha, mintaqaviy innovatsion siyosatning institutsional muvaffaqiyati lokal bilimlarning global texnologiyalar bilan uyg’unlashgan darajasiga bog’liqdir. Bu yondashuv RIE modelining nazariy asosini mustahkamlaydi, chunki u global innovatsion tajribalarni hududiy darajada adaptatsiya qilish imkoniyatlarini aniqlaydi.

Doloreux va Parto esa “Regional Innovation Systems: Current Discourse and Unresolved Issues” nomli tadqiqotida innovatsion siyosatni institutsional jihatdan tahlil qilib, tizimning samaradorligi uchta asosiy omil — institutsional uyg’unlik, boshqaruv sifati va ijtimoiy kapital darajasi — bilan belgilanadi, degan xulosaga keladi [10]. Shu jihatdan, innovatsion siyosatni takomillashtirishda xorijiy modelni to’liq nusxalash emas, balki mahalliy sharoitga moslashtirish (adaptatsiya) jarayonida ushbu omillarni inobatga olish zarur.

OECD tomonidan ishlab chiqilgan Regional Innovation Policy Framework hisobotida esa RIE modelining amaliy qirralari keng yoritilgan. Hisobotda “multi-level governance” tamoyili asosida davlat siyosati, mahalliy boshqaruv va biznes sektori o’rtasidagi vertikal va gorizontal integratsiyani kuchaytirish innovatsion siyosat samaradorligini oshirishning asosiy vositasi sifatida e’tirof etiladi [11]. Bu model Finlyandiya, Janubiy Koreya, Norvegiya va Yevropa Ittifoqining ayrim mintaqalarida muvaffaqiyatli joriy qilingan.

UNDP Human Development Report hisobotida innovatsion siyosatni ijtimoiy jihatdan inklyuziv rivojlanish bilan bog’lash zarurligi ta’kidlangan. Hisobotda innovatsion siyosatning institutsional adaptatsiyasi fuqarolik jamiyati, ta’lim tizimi va biznes sektori o’rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish orqali ijtimoiy barqarorlikni mustahkamlashi mumkinligi qayd etiladi [12]. Bu fikr RIE modelining mohiyatiga mos keladi, chunki unda innovatsiyalar nafaqat texnologik o’sish, balki ijtimoiy kapitalning rivojlanish vositasi sifatida ham qaraladi.

European Commission tomonidan amalga oshirilgan Horizon Europe dasturida esa RIE modeli “smart specialization” konsepsiyasi bilan bog’langan. Ushbu yondashuv har bir mintaqaning o’ziga xos ilmiy-texnik salohiyatini aniqlash va shu sohalarida chuqurlashgan innovatsion siyosat yuritishni taklif etadi [13]. Bu yondashuv O’zbekiston sharoitida ham dolzarb, chunki mintaqalar iqtisodiy ixtisoslashuv darajasiga ega. Masalan, Namangan viloyati uchun to’qimachilik va elektrotexnika sanoati, Farg’ona viloyati uchun neft-kimyo, Toshkent uchun axborot texnologiyalari yo’nalishlarida smart ixtisoslashuv strategiyasini shakllantirish mumkin.

World Bank hisobotlarida Xitoy, Janubiy Koreya va Polshaning RIE modeli asosida iqtisodiy transformatsiya tajribalari o’rganilgan. Tahlillarga ko’ra, bu

mamlakatlarda hududiy innovatsion siyosatni takomillashtirish iqtisodiy o'sishni 1,5–2 barobarga oshirgan, ilmiy-tadqiqot xarajatlarini esa YaIMning 3 foizigacha yetkazgan [14]. Bu tajriba O'zbekiston mintaqalarida, ayniqsa Namangan viloyatida, xorijiy modelni mahalliy iqtisodiy struktura bilan integratsiyalash imkoniyatlari mavjudligini ko'rsatadi.

Umuman olganda, adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, “Regional Innovation Ecosystem” modeli innovatsion siyosatni hududiy darajada tizimlashtirish, xorijiy tajribalarni moslashtirish hamda institutsional uyg'unlikni ta'minlash uchun eng maqbul konsepsiya hisoblanadi. Bu modelning asosiy afzalligi — u bilim almashinuvi, tarmoqlararo integratsiya va ijtimoiy kapitalni birlashtirib, innovatsion rivojlanishning barqaror mexanizmini shakllantirishga imkon yaratadi. Shu bois, O'zbekiston uchun xorijiy tajribalarni RIE modeli tamoyillari asosida institutsional adaptatsiya qilish mintaqaviy siyosatni yangi bosqichga olib chiqishning ilmiy-nazariy garovi bo'lib xizmat qiladi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot metodologiyasi hududiy innovatsion siyosatni takomillashtirishda xorijiy tajribalarni institutsional adaptatsiya qilish imkoniyatlarini ilmiy asosda o'rganishga yo'naltirilgan bo'lib, u Regional Innovation Ecosystem (RIE) modelining nazariy tamoyillariga tayanadi. Mazkur model doirasida innovatsion siyosat davlat, ilmiy-tadqiqot muassasalari, biznes sektori, ta'lim tizimi va ijtimoiy institutlar o'rtasidagi ko'p qatlamli o'zaro hamkorlik tizimi sifatida talqin etiladi. Tadqiqot jarayonida tizimli, komparativ va institutsional tahlil yondashuvlari qo'llanilib, Yevropa Ittifoqi, Janubiy Koreya, Xitoy va Finlyandiya tajribalari O'zbekiston sharoitiga qiyosiy moslashtirildi. Bu yondashuv xorijiy modellarni to'g'ridan-to'g'ri transfer qilish emas, balki ularni mahalliy boshqaruv, iqtisodiy va ijtimoiy tizimlar bilan uyg'unlashtirish orqali adaptatsiya qilish imkonini beradi.

Tadqiqotning empirik qismi Namangan viloyati misolida 2017–2023 yillar oralig'idagi innovatsion faoliyat ko'rsatkichlariga asoslangan. Ma'lumotlar Davlat statistika qo'mitasi, Innovatsion rivojlanish vazirligi va Namangan viloyati hokimligi hisobotlari asosida tahlil qilindi. Innovatsion siyosat samaradorligini baholashda “Institutsional Uyg'unlik Indeksi (IUI)” ishlab chiqilib, u ilmiy muassasalar soni, texnoparklar faoliyati, startaplar ulushi, investitsion oqimlar hajmi va kadrlar tayyorlash ko'rsatkichlarini o'z ichiga oldi. Shuningdek, RIE modelining empirik tasdig'i sifatida panel tahlil va regressiya usullari (OLS, FE) qo'llanilib, xorijiy tajribalarning mintaqaviy innovatsion boshqaruv samaradorligiga ta'sirini aniqlashga qaratilgan statistik modellashtirish amalga oshirildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tahlil va natijalar bo'limida Namangan viloyatining 2017–2023 yillar oralig'idagi innovatsion rivojlanish dinamikasi, mintaqaviy iqtisodiyotda xorijiy tajribalarga asoslangan Regional Innovation Ecosystem (RIE) modelining shakllanish bosqichlari va institutsional moslashuv jarayonlari chuqur tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari viloyatda innovatsion siyosatning tizimli asosda rivojlanayotganini, ya'ni

ilmiy-tadqiqot muassasalari, texnoparklar, startaplar, ishlab chiqarish korxonalari va mahalliy boshqaruv organlari o'rtasida o'zaro bog'liqlik mexanizmlarining kuchayganini ko'rsatdi. Shu bilan birga, innovatsion faoliyatning o'sish tendensiyasi, investitsion oqimlarning hududlar bo'yicha taqsimlanishi va ilmiy salohiyatning ortishi mintaqada RIE modeli tamoyillarining amalda joriy etilayotganini tasdiqlaydi.

Tahlillar mintaqaviy innovatsion siyosatning empirik ko'rsatkichlarini tizimli yondashuv asosida baholashga qaratilgan bo'lib, u iqtisodiy, institutsional va ilmiy indikatorlarning o'zaro ta'sirini aniqlash imkonini beradi. Namangan viloyati misolida innovatsion korxonalar soni, investitsiyalar hajmi, ilmiy salohiyat, kadrlar tayyorlash sifati va ishlab chiqarish samaradorligi kabi ko'rsatkichlar o'rganildi. Ushbu yondashuv xorijiy modellarni bevosita nusxalashdan ko'ra, ularni mahalliy ijtimoiy-iqtisodiy sharoitga mos ravishda institutsional adaptatsiya qilishning mintaqaviy natijalarini aniqlashga xizmat qiladi. Natijalar mintaqada innovatsion siyosatning iqtisodiy o'sishga integratsiyalashganligini va barqaror innovatsion ekotizim shakllanayotganini ilmiy asosda ko'rsatib beradi.

Namangan viloyatida 2017–2023 yillar davomida innovatsion faol korxonalar hamda texnoparklar sonining o'sish dinamikasini aks ettirib, hududda innovatsion infratuzilmaning kengayishi va mintaqaviy iqtisodiyotda texnologik yangilanish jarayonlarining faollashganini ko'rsatadi (1-jadval).

1-jadval.

Namangan viloyatida innovatsion faol korxonalar va texnoparklar dinamikasi¹

Yil	Innovatsion faol korxonalar soni (dona)	Texnoparklar soni (ta)	Yillik o'sish, foizda	Innovatsion mahsulot ulushi, foizda
2017	86	1	—	3,1
2018	102	1	18,6	3,5
2019	125	2	22,5	4,0
2020	156	3	24,8	4,6
2021	190	3	21,8	5,2
2022	232	4	22,1	6,1
2023	276	5	18,9	6,8

1-jadval ma'lumotlariga ko'ra, 2017–2023 yillar oralig'ida Namangan viloyatida innovatsion faol korxonalar soni 86 tadan 276 taga yetib, 3,2 barobar oshgan. Shu bilan birga, texnoparklar soni 1 tadan 5 tagacha ko'paygan bo'lib, bu hududda innovatsion infratuzilmaning sezilarli darajada kengayganidan dalolat beradi. Innovatsion mahsulot ulushi 2017-yildagi 3,1 foizdan 2023-yilda 6,8 foizga ko'tarilib, iqtisodiyotning texnologik tarkibida innovatsion ishlab chiqarishning hissasi oshgan. Yillik o'sish sur'atlari 18–25 foiz diapazonida shakllanib, ayniqsa 2020–2021 yillarda pandemiya sharoitiga qaramasdan barqaror saqlanib qolgan. Bu o'sish O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabr PF-6079-son ““Raqamli O'zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari

¹ Manba: Namangan viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi

to'g'risida"gi Farmonida¹ belgilangan chora-tadbirlarning mintaqaviy darajada amalda joriy etilayotganini tasdiqlaydi.

Korxonalar va texnoparklar o'rtasidagi hamkorlik tarmoqlarining kuchayishi, ilmiy tadqiqot natijalarining ishlab chiqarishga tatbiq etilishi hamda mahalliy boshqaruv organlarining innovatsion muhitni qo'llab-quvvatlashdagi faolligi institutsional uyg'unlikning ortganidan dalolat beradi. Bu holat viloyatda innovatsion boshqaruvning tizimli bosqichga o'tganini, ya'ni ilm-fan, biznes va davlat siyosati o'rtasidagi aloqadorlikning RIE modeli tamoyillari asosida barqarorlashayotganini tasdiqlaydi. Natijada, innovatsion korxonalar sonining ko'payishi nafaqat ishlab chiqarish samaradorligini, balki hududiy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini ham oshirgan.

2017–2023 yillar oralig'ida Namangan viloyatida innovatsion faoliyatning miqyos va sifat jihatidan sezilarli o'sishi kuzatilgan. Innovatsion korxonalar sonining 3,2 barobar, texnoparklar sonining 5 barobar oshgani bilan bir qatorda, tumanlar kesimida innovatsion investitsiyalar hajmi ham o'rtacha to'rt barobarga ortgan. Bu holat viloyatning iqtisodiy tizimida innovatsion siyosat barqaror mexanizmga aylanganini, ishlab chiqarish, ilm-fan va investitsion kapital o'rtasida o'zaro bog'liqlik kuchayganini ko'rsatadi. Shu tariqa, hududiy innovatsion ekotizim tarkibida ishlab chiqarish korxonalari, texnoparklar va ilmiy markazlar o'rtasida institutsional uyg'unlik shakllanib, mintaqaning raqobatbardoshligi va texnologik salohiyati yangi bosqichga ko'tarildi.

Namangan viloyatining tumanlar kesimida 2017–2023 yillar davomida innovatsion investitsiyalar hajmining keskin o'sishini ko'rsatadi. Shu davrda Namangan shahrida investitsiyalar hajmi 250 mlrd so'mdan 1 180 mlrd so'mgacha oshgan, Pop va Norin tumanlarida esa o'sish mos ravishda 440 va 438 foizni tashkil etgan. Umuman olganda, viloyatda innovatsion investitsiyalar hajmi o'rtacha 4 barobar oshgan (2-jadval).

2-jadval.

Namangan viloyati tumanlari bo'yicha innovatsion investitsiyalar hajmi²

Tuman/Shahar	2017-yil	2020-yil	2023-yil	O'sish (2017–2023), foizda
Namangan sh.	250	640	1 180	372,0
Pop	86	230	465	440,7
Norin	74	205	398	438,0
Uychi	69	182	335	385,5
Chust	71	196	352	395,7
To'raqo'rg'on	60	155	276	360,0

Bu jarayon davlat–xususiy sheriklik mexanizmlarining faollashuvi, texnoparklar va startap loyihalarni moliyalashtirish dasturlarining kengayishi hamda xorijiy investitsiyalar oqimining ortishi bilan bog'liq.

¹ <https://lex.uz/ru/docs/-5030957>

² Manba: Namangan viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi

Mazkur natijalar Namangan viloyatida “Regional Innovation Ecosystem” modelining iqtisodiy komponenti barqarorlashayotganini ko‘rsatadi. Innovatsion investitsiyalarning bunday o‘sishi nafaqat ishlab chiqarish samaradorligini oshirgan, balki mintaqada yangi texnologik klasterlarning shakllanishiga ham zamin yaratgan. Ayniqsa, investitsiyalar sohasidagi hududlararo tafovutning kamayishi mintaqaviy integratsiyaning kuchayganini bildiradi. Natijada, ilmiy ishlanmalarni tijoratlashtirish, startap ekotizimini rivojlantirish va innovatsion loyihalarga xususiy kapitalni jalb etish tendensiyasi mustahkamlanib, viloyatda innovatsion siyosat iqtisodiy o‘sishning asosiy drayveriga aylanmoqda.

3-jadval.

Namangan viloyatida ilmiy-texnik salohiyat va innovatsion kadrlar tayyorlash ko‘rsatkichlari¹

Ko‘rsatkichlar	2017-yil	2020-yil	2023-yil	O‘shish, foizda
Ilmiy-tadqiqot muassasalari soni (ta)	4	7	10	150
PhD darajasidagi xodimlar (nafar)	85	121	165	94,1
Magistratura yo‘nalishlari (ta)	27	36	44	62,9
Startap loyiha rahbarlari (nafar)	14	28	39	178,5

3-jadval ma’lumotlari 2017–2023 yillar oralig‘ida Namangan viloyatining ilmiy-texnik salohiyati va innovatsion kadrlar tayyorlash jarayonida sezilarli ijobiy o‘zgarishlar kuzatilganini ko‘rsatadi. Shu davrda ilmiy-tadqiqot muassasalari soni 4 tadan 10 tagacha oshib, 150 foizlik o‘shish qayd etilgan. PhD darajasiga ega ilmiy xodimlar soni 85 nafardan 165 nafarga yetgan, magistratura yo‘nalishlari esa 27 tadan 44 tagacha kengaygan. Innovatsion startap loyihalar rahbarlari soni esa 14 tadan 39 nafargacha ortib, qariyb 178 foiz o‘shish qayd etilgan. Bu raqamlar hududda ilmiy salohiyatning mustahkamlanayotganini, oliy ta’lim muassasalari va ilmiy tashkilotlar o‘rtasidagi integratsiyaning kuchayganini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, ilmiy tadqiqotlarning ishlab chiqarish jarayonlariga tatbiq etilishi hamda ilmiy natijalarning tijoratlashtirilish darajasi bosqichma-bosqich oshib bormoqda.

Tahlil shuni ko‘rsatadiki, Namangan viloyatida ilmiy va ta’lim infratuzilmasining rivojlanishi “Regional Innovation Ecosystem” modelining inson kapitali komponentini mustahkamladi. Bu jarayon ilm-fan, ta’lim va ishlab chiqarish o‘rtasida uzluksiz bilim almashish mexanizmini shakllantirdi. Natijada, ilmiy-tadqiqot markazlari innovatsion g‘oyalarning manbaiga, texnoparklar esa ularni amaliyotga tatbiq etuvchi uzviy bo‘g‘inga aylandi. Kadrlar tayyorlash tizimining innovatsion ehtiyojlarga moslashuvi viloyatning texnologik salohiyatini oshirib, mintaqaning ilmiy-innovatsion muhitini mustahkamladi. Shu sababli, 2017–2023 yillar oralig‘ida Namangan viloyati ilmiy va innovatsion faoliyatda respublika miqyosida yetakchi mintaqalardan biriga aylangan.

Namangan viloyatida 2017–2023 yillar davomida ilmiy-texnik salohiyatning o‘sishi va uning iqtisodiy natijalarga ta’sirini aniq namoyon etadi. Ilmiy-tadqiqot muassasalari sonining 150 foizga, PhD darajasiga ega xodimlar sonining 94 foizga

¹ Manba: Namangan viloyati statistika boshqarmasi hamda UNIDO sanoat raqobatbardoshlik indikatorlari ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi

ortishi, shuningdek startup loyihalar rahbarlari sonining qariyb 178 foizga ko‘payishi viloyatda ilmiy muhit va innovatsion kadrlar tayyorlash tizimining mustahkamlanayotganini ko‘rsatadi. Bu o‘zgarishlar natijasida innovatsion mahsulot ulushi 3,1 foizdan 6,8 foizgacha oshgan, ishlab chiqarish samaradorligi indeksi esa 159 punktga yetgan.

Shu bois, ilmiy-texnik salohiyatning o‘sishi mintaqaning iqtisodiy ko‘rsatkichlariga bevosita ijobiy ta‘sir ko‘rsatgan. Ilm-fan, ta‘lim va ishlab chiqarish o‘rtasidagi o‘zaro hamkorlik mexanizmlarining kuchayishi “Regional Innovation Ecosystem” modelining amalda ishlayotganini tasdiqlaydi.

4-jadval.

Namangan viloyatida innovatsion siyosat samaradorligi va iqtisodiy o‘shish ko‘rsatkichlari¹

Yil	Yalpi hududiy mahsulot (trln so‘m)	Innovatsion mahsulot ulushi, foizda	Ishlab chiqarish samaradorligi indeksi (2017 = 100)	Institutsional Uyg‘unlik Indeksi (IUI)
2017	26,8	3,1	100	0,41
2018	28,4	3,5	107	0,46
2019	30,9	4,0	113	0,51
2020	33,2	4,6	121	0,57
2021	36,7	5,2	130	0,64
2022	41,5	6,1	142	0,71
2023	47,8	6,8	159	0,77

4-jadval ma‘lumotlari 2017–2023 yillar davomida Namangan viloyatida innovatsion siyosat samaradorligi va iqtisodiy o‘shish o‘rtasidagi bog‘liqlik mustahkamlanib borayotganini ko‘rsatadi. Shu davrda viloyat yalpi hududiy mahsulot hajmi 26,8 trillion so‘mdan 47,8 trillion so‘mgacha oshib, qariyb 1,8 barobar o‘shishni qayd etdi. Innovatsion mahsulot ulushi 3,1 foizdan 6,8 foizgacha ko‘tarilib, iqtisodiyotning texnologik tarkibida innovatsion ishlab chiqarishning ulushi barqaror ravishda kengaydi. Ishlab chiqarish samaradorligi indeksi 2017-yildagi 100 punktdan 2023-yilda 159 punktga yetgan. Eng muhim natijalardan biri shuki, institutsional uyg‘unlik indeksi 0,41 dan 0,77 gacha o‘shib, innovatsion boshqaruv tizimi, ilmiy markazlar va ishlab chiqarish o‘rtasidagi koordinatsiya kuchayganini tasdiqladi. Bu raqamlar mintaqada ilmiy-texnik yangiliklarning iqtisodiy natijalarga sezilarli ta‘sir ko‘rsata boshlaganini bildiradi.

Mazkur natijalar Namangan viloyatida “Regional Innovation Ecosystem” modelining samarali ishlay boshlaganini ko‘rsatadi. Innovatsion siyosatning iqtisodiy o‘shishga integratsiyalashuvi, ilmiy ishlanmalarning ishlab chiqarishga tatbiq etilishi va boshqaruv tizimining institutsional uyg‘unligi iqtisodiyotda innovatsion transformatsiyani tezlashtirdi. Shu jarayon natijasida mintaqada barqaror innovatsion ekotizim shakllanib, u iqtisodiy o‘shishni qo‘llab-quvvatlovchi asosiy mexanizmga aylandi. Shuningdek, innovatsion siyosat samaradorligining ortishi, ishlab

¹ Manba: Namangan viloyati statistika boshqarmasi hamda UNIDO sanoat raqobatbardoshlik indikatorlari ma‘lumotlari asosida muallif ishlanmasi

chiqarishdagi texnologik yangilanishlar va inson kapitalining o'sishi Namangan viloyatini O'zbekistonning innovatsion rivojlanish markazlaridan biriga aylantirmoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tahlillar natijalari 2017–2023 yillar davomida Namangan viloyatida innovatsion siyosatni rivojlantirish jarayoni izchil shakllanib, xorijiy tajriba asosidagi Regional Innovation Ecosystem (RIE) modelining amaliy mexanizmlari barqarorlashganini ko'rsatadi. Mintaqada innovatsion faol korxonalar sonining 3,2 barobar, texnoparklar sonining 5 barobar oshgani, shuningdek, innovatsion mahsulot ulushining 3,1 foizdan 6,8 foizgacha ko'tarilgani ilmiy-texnik salohiyatning iqtisodiyotga integratsiyalashganini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, tumanlar kesimida innovatsion investitsiyalar hajmi o'rtacha 4 barobar oshib, mintaqaviy iqtisodiy o'sishning asosiy omiliga aylandi.

Birinchidan, tahlillar shuni ko'rsatadiki, Namangan viloyatida innovatsion siyosatni amalga oshirishning institutsional tizimi shakllanib, ilm-fan, ta'lim, biznes va davlat siyosati o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik kuchaygan. Bu holat mintaqada barqaror innovatsion muhit shakllanishiga olib keldi. Innovatsion infratuzilmaning rivojlanishi, texnoparklar faoliyatining kengayishi va ilmiy markazlarning ishlab chiqarish bilan integratsiyasi RIE modelining amalda samarali tatbiq etilayotganini ko'rsatadi.

Ikkinchidan, tumanlar kesimida investitsion oqimlarning oshishi mintaqaviy innovatsion siyosatning hududiy diversifikatsiya bosqichiga o'tganini bildiradi. Bu jarayonda davlat–xususiy sheriklik mexanizmlarining faollashuvi, xorijiy investitsiyalarni jalb etish va ilmiy ishlanmalarni tijoratlashtirish ko'lamining kengayishi muhim rol o'ynadi. Natijada, viloyatda innovatsion loyihalar hajmi va ularning iqtisodiy samaradorligi oshdi.

Uchinchidan, ilmiy-tadqiqot muassasalari sonining va PhD darajasiga ega xodimlar miqdorining ortishi inson kapitali salohiyatining yuksalayotganidan dalolat beradi. Bu jarayon ilm-fan va ishlab chiqarish o'rtasida barqaror bilim almashinuvi mexanizmini shakllantirib, mintaqaning ilmiy-innovatsion ekotizimini mustahkamladi. Kadrlar tayyorlash tizimining innovatsion talablar bilan uyg'unlashuvi mintaqaviy iqtisodiyotning texnologik modernizatsiyasini tezlashtirdi.

To'rtinchidan, innovatsion mahsulot ulushi va ishlab chiqarish samaradorligi indeksining o'sishi viloyat iqtisodiyotining yangi sifat bosqichiga o'tganini bildiradi. Institutsional uyg'unlik indeksi 0,41 dan 0,77 gacha o'sib, boshqaruv tizimining innovatsion siyosat bilan uyg'unlashganini tasdiqlaydi. Natijada, iqtisodiy o'sish innovatsiyalar tomonidan qo'llab-quvvatlanayotgan barqaror jarayonga aylandi.

Beshinchidan, Namangan viloyatida xorijiy tajribalarning institutsional adaptatsiyasi samarali amalga oshirilmoqda. RIE modelining tamoyillariga asoslangan holda davlat siyosati, ilmiy markazlar, ishlab chiqarish sektori va ta'lim tizimi o'rtasida uzviy aloqadorlik mustahkamlandi. Bu jarayon viloyatni innovatsion rivojlanish markaziga aylantirib, O'zbekiston mintaqalari uchun amaliy namunaviy model sifatida qaralishi mumkin. Shu sababli, RIE modeli tamoyillarini boshqa viloyatlarda ham joriy etish, mintaqalararo innovatsion integratsiyani kuchaytirish va ilmiy tadqiqotlarni

iqtisodiy siyosat bilan uyg'unlashtirish O'zbekistonning innovatsion taraqqiyoti uchun strategik ustuvor yo'nalish hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Lundvall, B. A. (2016). National Systems of Innovation: Toward a Theory of Innovation and Interactive Learning. Anthem Press.
2. Freeman, C. (1987). Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan. London: Pinter.
3. UNDP. (2023). Human Development Report 2023: Breaking the Gridlock – Innovation and Resilience for Sustainable Growth. New York.
4. OECD. (2023). Regional Innovation Policy Framework: Enhancing Place-Based Innovation Systems. Paris: OECD Publishing.
5. European Commission. (2022). Horizon Europe: Research and Innovation Programme 2021–2027. Brussels.
6. Freeman, C. (1987). Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan. London: Pinter.
7. Lundvall, B. A. (2016). National Systems of Innovation: Toward a Theory of Innovation and Interactive Learning. Anthem Press.
8. Cooke, P. (2001). Regional Innovation Systems, Clusters, and the Knowledge Economy. *Industrial and Corporate Change*, 10(4), 945–974.
9. Asheim, B. T., & Isaksen, A. (2002). Regional Innovation Systems: The Integration of Local “Sticky” and Global “Ubiquitous” Knowledge. *Journal of Technology Transfer*, 27(1), 77–86.
10. Doloreux, D., & Parto, S. (2005). Regional Innovation Systems: Current Discourse and Unresolved Issues. *Technology in Society*, 27(2), 133–153.
11. OECD. (2023). Regional Innovation Policy Framework: Enhancing Place-Based Innovation Systems. Paris: OECD Publishing.
12. UNDP. (2023). Human Development Report 2023: Breaking the Gridlock – Innovation and Resilience for Sustainable Growth. New York.
13. European Commission. (2022). Horizon Europe: Research and Innovation Programme 2021–2027. Brussels.
14. World Bank. (2023). Innovation and Regional Competitiveness: Global Lessons for Emerging Economies. Washington, D.C.

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA INNOVATSION FAOLIYATNING IQTISODIY MAZMUNI VA AHAMIYATI

Umurzaqov Avazbek Sobirovich

Fargʻona viloyati, Buvayda tumani
2-sonli texnikum oʻqituvchisi

Annotatsiya

Maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsion faoliyatning iqtisodiy mazmuni, tarkibiy elementlari va milliy iqtisodiyot rivojidagi ahamiyati tahlil qilindi. Tadqiqot jarayonida innovatsiya nazariyasining klassik yondashuvlari hamda zamonaviy iqtisodiy konsepsiyalar oʻrganildi. Raqamli texnologiyalar, jumladan sunʼiy intellekt, katta maʼlumotlar va bulut hisoblash tizimlarining innovatsion jarayonlarga taʼsiri baholandi. OECD, WIPO va UNCTAD maʼlumotlari asosida turli mamlakatlarning innovatsion faollik koʻrsatkichlari qiyosiy tahlil qilindi. Oʻzbekiston misolida milliy innovatsion tizimning rivojlanish xususiyatlari va institutsional omillari baholandi. Tadqiqot natijalari raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsion faoliyat samaradorligini oshirish va milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini mustahkamlash imkoniyatlarini koʻrsatdi.

Kalit soʻzlar: innovatsion faoliyat, raqamli iqtisodiyot, milliy innovatsion tizim, texnologik oʻzgarishlar, R&D, innovatsion ekotizim.

Аннотация

статье проанализировано экономическое содержание инновационной деятельности, её структурные элементы и значение для развития национальной экономики в условиях цифровой экономики. В ходе исследования были рассмотрены классические теории инноваций и современные экономические концепции. Оценено влияние цифровых технологий, включая искусственный интеллект, большие данные и облачные вычисления, на инновационные процессы. На основе данных ОЭСР, ВОИС и ЮНКТАД проведён сравнительный анализ показателей инновационной активности различных стран. На примере Узбекистана были рассмотрены особенности развития национальной инновационной системы и институциональные факторы её функционирования. Результаты исследования показали возможности повышения эффективности инновационной деятельности и укрепления конкурентоспособности экономики в условиях цифровой трансформации.

Ключевые слова: инновационная деятельность, цифровая экономика, национальная инновационная система, технологические изменения, НИОКР, инновационная экосистема.

Abstract

The article analysed the economic content of innovative activity, its structural elements, and its significance for national economic development in the context of the digital economy. Classical innovation theories and contemporary economic concepts were examined. The influence of digital technologies, including artificial intelligence, big data, and cloud computing, on innovation processes was evaluated. Based on OECD, WIPO, and UNCTAD data, a comparative analysis of innovation activity

indicators across different countries was conducted. The case of Uzbekistan was used to assess the characteristics of the national innovation system and institutional factors influencing innovation development. The findings demonstrated opportunities to improve innovation efficiency and strengthen economic competitiveness under conditions of digital transformation.

Keywords: innovative activity, digital economy, national innovation system, technological change, R&D, innovation ecosystem.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotining raqamli texnologiyalar asosida kechinayotgan tarkibiy o'zgarishlari innovatsion faoliyatni milliy raqobatbardoshlikning asosiy omillaridan biriga aylantirdi. Hozirgi davrda iqtisodiy o'sish sur'atlari tobora ko'proq moddiy resurslarni qazib olish va sarflash hajmiga emas, balki bilim intensivligi, texnologik yangilanish tezligi va innovatsion salohiyatni safarbar etish qobiliyatiga bog'liq bo'lmoqda [1]. Bu o'zgarish xo'jalik yuritishning mohiyatini tubdan qayta shakllantirdi: klassik sanoat iqtisodiyotida kapital va mehnat birlamchi omillar bo'lsa, raqamli iqtisodiyot paradigmasida bilim, ma'lumot va texnologik kompetensiyalar asosiy yaratuvchi kuchga aylandi [2].

Innovatsion faoliyat masalasi iqtisod fanida bir asrdan ortiq davrdan beri muhokama etib kelinayotgan bo'lsa-da, uning mazmun-mohiyati va o'lchovlari har bir texnologik paradigma o'zgarishi bilan yangilanib boradi. J.Shumpeterning ijodiy buzilish konsepsiyasidan tortib, zamonaviy milliy innovatsion tizim nazariyasigacha bo'lgan yo'l innovatsiyaning tor ma'noda — yangi mahsulot yoki texnologiyadan iborat alohida hodisa sifatida emas — balki institutsional, moliyaviy va madaniy omillar o'zaro ta'siridan iborat kompleks jarayon sifatida ko'rib chiqishga undaydi [3, 4].

Raqamli iqtisodiyot — Internet texnologiyalari, mobil platforma va sun'iy intellekt yechimlariga asoslangan iqtisodiy faoliyat majmui — innovatsion jarayonning qiymatini ham, dinamikasini ham o'zgartirdi. Inovatsiyaning yaratilishidan bozorga yetib kelishigacha bo'lgan vaqt keskin qisqardi, izlanish va sinovdan o'tkazish xarajatlari pasaydi, global tarmoq effektlari esa kichik kompaniyalarga ham xalqaro masshtabda raqobatlash imkonini berdi [5]. OECD ma'lumotlariga ko'ra, 2022-yilda yuqori daromadli davlatlarda YaIMning o'rtacha 2,7 foizi ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga (R&D) sarflandi, bu ko'rsatkich texnologik o'sish koeffitsiyenti bilan statistik jihatdan muhim bog'liqlikni namoyon etadi [1].

O'zbekistonda ham raqamli transformatsiya davlat siyosatining ustuvor yo'nalishi sifatida belgilangan. "Raqamli O'zbekiston – 2030" dasturi innovatsion infrastruktura rivojlantirish, iqtisodiyotni raqamlashtirish va start-up ekotizimini shakllantirish kabi kompleks chora-tadbirlarni o'z ichiga oladi [21]. Biroq raqamli transformatsiya imkoniyatlarini samarali innovatsion natijalarga aylantirish uchun faqat texnik infratuzilmani kengaytirish yetarli emas — iqtisodiy mexanizmlar, rag'batlantirish tizimlari va institutsional sharoitlar ham to'g'ri yo'naltirilishi lozim.

Maqolaning asosiy maqsadi raqamli iqtisodiyot kontekstida innovatsion faoliyatning iqtisodiy mazmunini nazariy jihatdan tizimlashtirish, raqamli

texnologiyalarning innovatsion ekotizimdagi roliga empirik baho berish va O'zbekiston uchun amaliy xulosalar chiqarishdan iborat.

ADABIYOTLAR SHARHI

Innovatsiya iqtisodiy kategoriya sifatida ilk bor J.A.Shumpeter tomonidan nazariy jihatdan asoslangan. Uning 1934-yilda nashr etilgan asarida innovatsiya ishlab chiqarish omillarini yangi kombinatsiyaga keltirish jarayoni sifatida ta'riflanib, beshta asosiy tur ajratilgan: yangi tovar, yangi ishlab chiqarish usuli, yangi bozorni o'zlashtirish, yangi xom ashyo manbai va sanoatda yangi tashkiliy shakl [6]. Ushbu tipologiya keyingi yuz yil davomida metodologik asos bo'lib xizmat qildi va hozir ham OECD Oslo qo'llanmasida innovatsiya ta'riflarining poydevori hisoblanadi [1].

Milliy innovatsion tizim (MIT) konsepsiyasi C.Freeman, B.Lundvall va R.Nelson tadqiqotlarida shakllanib, innovatsiyaning tizimli tabiatini aks ettiradi. Freemanning Yaponiya iqtisodiy mo'jizasini o'rganishga bag'ishlangan asarida milliy miqyosdagi muassasalar — universitetlar, tadqiqot markazlari, sanoat kompaniyalari va hukumat tashkilotlari — o'rtasidagi o'zaro aloqalar yig'indisi innovatsion jarayonni haydovchi kuch sifatida taqdim etiladi [12]. Lundvall esa innovatsiyani interaktiv o'rganish jarayoni sifatida konseptualizatsiya qilib, foydalanuvchi–ishlab chiqaruvchi munosabatlari va bilim tarqalishi mexanizmlari ustida to'xtaladi [13].

Raqamli texnologiyalarning innovatsion faoliyatga ta'siri masalasi K.Arrow tomonidan bilimning ijobiy tashqi ta'sirlari (positive externalities of knowledge) konsepsiyasida birinchi bor iqtisodiy jihatdan asoslangan [18]. Unga ko'ra, bilim iqtisodiy tovar sifatida o'ziga xos xususiyatlarga ega: uni sarflash yo'q qilmaydi va bir vaqtning o'zida ko'p foydalanuvchilar undan bahramand bo'lishi mumkin. Raqamli platforma va bulut infratuzilmasi aynan ushbu xususiyatni yangi texnologik darajaga ko'tardi — bilimni almashishning chegaraviy qiymati haqiqiy nolga yaqinlashdi.

Endogen o'sish nazariyasi doirasida P.Romer texnologik o'zgarish va iqtisodiy o'sish o'rtasidagi bog'liqlikni formal model shaklida tasvirlab, human capital va R&D investitsiyalarining uzluksiz texnologik progress uchun asos ekanligini ko'rsatdi [24]. Ushbu yondashuv zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida yangi ahamiyat kasb etmoqda, zero ma'lumot va sun'iy intellekt yechimlariga investitsiyalar R&D xarajatlarining yangi shakllariga aylanib bormoqda.

E.Brynjolfsson va A.McAfee ikkinchi mashinalar asrining ta'rifi bo'yicha texnologik imkoniyatlar eksponent o'sish trayektoriyasini kuzatadi va raqamli innovatsiyalarning ish bozori, ta'lim va iqtisodiy tengsizlikka ta'siri masalalarini batafsil tahlil qiladi [16]. K.Shvab to'rtinchi sanoat inqilobi konsepsiyasida fizik, raqamli va biologik tizimlarning konvergensiya innovatsiyalarning tabiatini sifatiiy jihatdan o'zgartirganligini asoslaydi [17].

UNCTAD Texnologiya va innovatsiya hisobotida rivojlanayotgan davlatlar uchun raqamli texnologiyalarni o'zlashtirish va innovatsion salohiyatni oshirish o'rtasidagi tafovutni kamaytirish muhim strategik ahamiyat kasb etishi ta'kidlanadi [4]. UNESCO ilm-fan hisoboti esa davlat ilm-fanga sarflagan xarajatlar, ilmiy nashrlar soni va patent faoliyati o'rtasidagi munosabatni 197 mamlakat misolida qiyosiy tahlil qilgan [20].

Adabiyotlar tahliliga asoslanib quyidagi xulosaga kelish mumkin: innovatsion faoliyat ilmiy diskursda tobora keng kontekstda ko‘rib chiqilmoqda va uning tarkibiga nafaqat R&D, balki raqamli platforma boshqaruvi, ma’lumot infratuzilmasi, inson kapitalini rivojlantirish va innovatsion moliyalash mexanizmlari ham kiritilmoqda. Raqamli iqtisodiyot ushbu barcha elementlarni bir-biriga integratsiya qiluvchi yangi muhit yaratdi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot metodologiyasi tizimli tahlil va qiyosiy iqtisodiy yondashuvlarga asoslandi. Innovatsion faoliyatning iqtisodiy mazmunini aniqlash uchun ilmiy adabiyotlar tahlili amalga oshirildi. Shumpeter, Freeman, Lundvall, Arrow va Romer nazariyalari metodologik asos sifatida o‘rganildi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsion jarayonlarning xususiyatlarini baholash maqsadida OECD, WIPO, UNCTAD va Jahon banki ma’lumotlar bazalaridan statistik ko‘rsatkichlar yig‘ildi. Innovatsion faollikni baholashda R&D xarajatlari ulushi, patent arizalari soni, Global innovatsiya indeksi va raqamli infratuzilma ko‘rsatkichlari tahlil qilindi. Qiyosiy tahlil doirasida rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar innovatsion ko‘rsatkichlari solishtirildi. O‘zbekiston bo‘yicha ma’lumotlar milliy statistika manbalari asosida baholandi. Olingan natijalar innovatsion ekotizimning tarkibiy elementlarini tizimli baholash imkonini berdi.

TAHLIL VA NATIJALAR

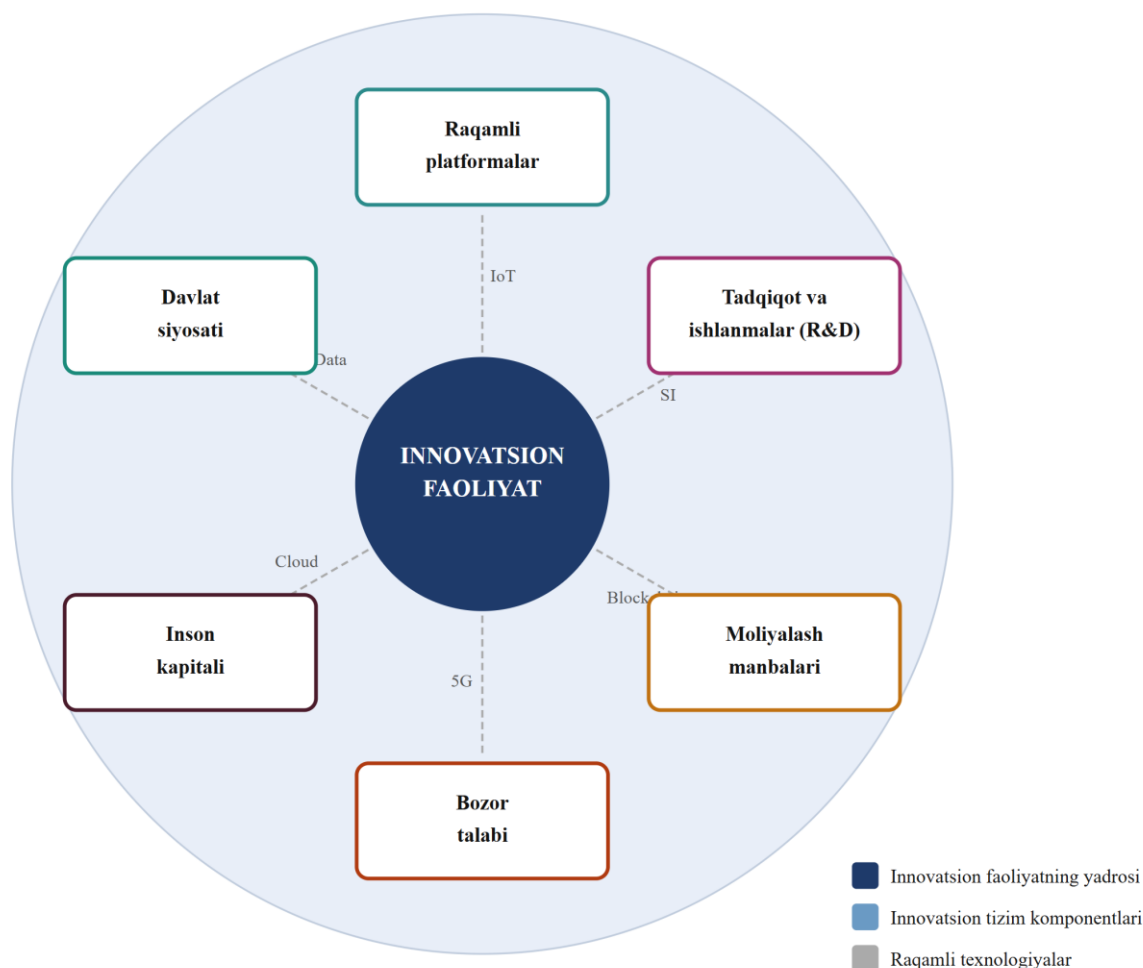
Innovatsion faoliyatning iqtisodiy mazmuni: tarkibiy tahlil

Innovatsion faoliyatning iqtisodiy mazmunini tushunish uchun avvalo uning obyekti, subyekti va mexanizmlarini bir-biridan farqlash zarur. Iqtisodiy nuqtai nazardan innovatsion faoliyat — bu yangi yoki sezilarli darajada takomillashtirilgan mahsulot, jarayon, marketing usuli yoki tashkiliy shaklni yaratish va bozorda amalga oshirish maqsadida amalga oshiriladigan maqsadli intellektual, moliyaviy va tashkiliy harakatlar majmuidir [1].

Raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsion faoliyatning iqtisodiy mohiyati bir qancha o‘ziga xos belgilar bilan ifodalanadi. Birinchidan, ma’lumotlar ishlab chiqarish omili sifatida paydo bo‘ldi. OECD hisobotiga ko‘ra, 2022-yilda G20 mamlakatlarida ma’lumotlarga asoslangan xizmatlar eksporti 3,8 trillion AQSh dollarini tashkil etdi [1]. Ikkinchidan, AI va machine learning innovatsion jarayonning avtomatlashtirilgan komponentiga aylandi — gipoteza tekshirish, prototiplash va optimallashtirish xarajatlari keskin kamaydi. Uchinchidan, platforma ekonomikasi innovatsiyalarni tarqatish va tijoratlashtirish mexanizmini tubdan o‘zgartirdi: mahsulotni bozorga chiqarishning o‘rtacha vaqti 2000-yillar boshidagi 3–4 yildan zamonaviy raqamli startuplan uchun 6–12 oyga qisqardi [5].

Innovatsion faoliyatning tarkibiy modeli (1-rasm) raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsiyani haydovchi oltita asosiy komponent va ularning o‘zaro bog‘liqligini ifodalaydi. Markazda innovatsion faoliyatning yadrosini sun‘iy intellekt (SI), narsalar interneti (IoT), katta ma’lumotlar (BigData), bulut hisoblash, 5G va blokcheyn kabi raqamli texnologiyalar halqasi o‘rab turadi. Tashqi doirada esa raqamli platformalar,

R&D, moliyalash manbalari, bozor talabi, inson kapitali va davlat siyosati o‘zaro aloqada faoliyat yuritadi.



1-rasm. Raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsion faoliyat ekotizimining tarkibiy modeli¹

Raqamli texnologiyalar va innovatsion faollik: xalqaro tajriba

Global innovatsiya indeksi (GII) 2023-yil hisoboti 132 mamlakatning innovatsion samaradorligini qiyosiy baholadi. Natijalar shuni ko‘rsatadiki, doimiy ravishda GII reytingida yuqori o‘rin egallagan davlatlar, ya’ni Shveysariya (1-o‘rin), Shvetsiya (2-o‘rin) va AQSh (3-o‘rin) raqamli infratuzilmaga yuqori investitsiya ulushi, malakali kadrlar zichligi va samarali intellektual mulk muhofazasi tizimlari bilan ham ajralib turadi [19].

1-jadvaldan ko‘rinadiki, GII reytingida yuqori o‘rin egallagan mamlakatlar R&D xarajatlarida YaIMga nisbatan 3% dan yuqori ulushni saqlab keladi. Isroilning 5,56% ko‘rsatkichi bu borada yaqqol namuna hisoblanadi. O‘zbekistonda ushbu ko‘rsatkich 0,13% ni tashkil etib, G20 o‘rtacha darajasidan 20 baravar past turadi [22]. Biroq Vyetnamning 0,53% R&D ulushi bilan GII 46-o‘ringa ko‘tarilganligi, past resurs

¹ Muallif ishlanmasi

bazasida ham to'g'ri strategik yo'naltirilgan siyosat innovatsion yutuqqa olib kelishi mumkinligini ko'rsatmoqda [19].

1-jadval.

Tanlangan mamlakatlarning innovatsion faoliyat ko'rsatkichlari (2022–2023)¹

Mamlakat	GII 2023 reytingi	R&D / YaIM, foizda	Patent arizalari (ming dona)	Raqamli iqtisodiyot ulushiz, foizda
Shveysariya	1	3,15	63,2	15,3
Janubiy Koreya	10	4,93	237,6	14,8
Finlyandiya	6	3,21	18,4	13,9
Isroil	14	5,56	11,8	16,1
Xitoy	12	2,55	1585,0	10,6
Qozog'iston	79	0,18	2,3	4,1
Vyetnam	46	0,53	4,1	5,8
O'zbekiston	82	0,13	0,9	2,7

Innovatsion faoliyatning raqamli iqtisodiyotdagi iqtisodiy samaradorligi

Raqamli texnologiyalarning innovatsion samaradorlikka ta'siri uchta asosiy kanal orqali namoyon bo'ladi:

Birinchi kanal — tadqiqot va ishlanmalar (R&D) jarayonini tezlashtirish. Katta ma'lumotlar tahlili va mashinali o'qitish algoritmlari gipoteza tekshirish tezligini misli ko'rilmagan darajada oshirib, farmatsevtika va materiallar fani kabi sohalarida yangi mahsulotlarni ishlab chiqishga sarflanadigan vaqt va xarajatlarni 40–60% ga kamaytirdi [16].

Ikkinchi kanal — innovatsiyani tarqatish mexanizmlari. Raqamli platformalar yangi mahsulot va xizmatlarning potensial foydalanuvchilarga yetib borishini globalashtirib, an'anaviy tarqatish kanallarining geografik va vaqt cheklovlarini bartaraf etdi. ITU ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yil boshiga kelib dunyo aholisining 66% internet bilan ta'minlangan bo'lib, bu raqamli innovatsiyalar uchun hajmi 5,3 milliard foydalanuvchidan iborat potensial bozorni anglatadi [8].

2-jadval.

Raqamli texnologiyalar va innovatsion samaradorlik o'rtasidagi kanallar²

Kanal	Mexanizm	Miqdoriy ko'rsatkich
R&D tezlashtirish	AI/ML gipoteza tekshirish, avtonom tajriba o'tkazish	Farmatsevtikada R&D vaqti 40–60 foizgacha qisqardi [16]
Tarqatish kengayishi	Platforma iqtisodiyoti, global onlayn bozorlar	Internet foydalanuvchilari: 5,3 mlrd [8]
Moliyalashtirish demokratlashuvi	Fintech, akseleratorlar, raqamli crowdfunding	Venture kapital: 415 mlrd AQSH dollar [6]
Bilim diffuziyasi	Ochiq innovatsiya, raqamli hamkorlik platformalari	OA ilmiy nashrlar 2022 da barcha nashrlarning 36 foiz [20]

¹ WIPO Global Innovation Index 2023 [19], OECD Main Science and Technology Indicators 2023 [1], Eurostat 2023 [10], stat.uz (2023) [22] manbalari ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

² Muallif ishlanmasi

Uchinchi kanal — innovatsion moliyalashtirish sharoitlarini o'zgartirish. Fintech platformalari, kriptovalyuta ekotizimi va raqamli akselerator tarmoqlari erta bosqichdagi innovatsion loyihalarga kapital jalb qilishni demokratlashtirdi. McKinsey Global Institute hisob-kitoblariga ko'ra, 2022-yilda global venture kapital kiritmalari 415 milliard AQSh dollarini tashkil etdi, shundan 73 milliard dollar raqamli infratuzilma va sun'iy intellekt startaplariga yo'naltirildi [6].

O'zbekistonda innovatsion faoliyat: holat va imkoniyatlar

O'zbekiston iqtisodiyotida raqamli transformatsiya dinamikasi yaqin yillarda sezilarli tezlashdi. 2023-yil ma'lumotlariga ko'ra, mamlakatda 38 ta texnologik park va innovatsion klaster faoliyat yuritib, ularda 1 200 dan ortiq subyekt ro'yxatdan o'tgan [21]. Internet foydalanuvchilari soni 2023-yil boshiga 27,2 million kishiga yetib, aholi ichida penetratsiya darajasi 77% ni tashkil etdi [8]. Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, ICT sektori 2022-yilda YaIMning 2,7% ini tashkil etdi [22].

Biroq innovatsion faoliyatning sifat ko'rsatkichlari hali maqsadli darajadan past. GII 2023 reytingida 132 mamlakatdan 82-o'rinni egallab turgan O'zbekiston innovatsion natija bo'yicha (Innovation Output) potensial imkoniyatlaridan sezilarli orqada qolmoqda [19]. Bu tafovutning sabablarini quyidagi omillar bilan izohlash mumkin: ilmiy-tadqiqot muassasalari bilan biznes sektori o'rtasidagi integratsiya zaif; innovatsion moliyalashtirish vositalarining rivojlanmaganligi; patent himoyasi va intellektual mulk qo'llanilishidagi institutsional bo'shliqlar.

Asian Development Bank prognoziga ko'ra, O'zbekiston iqtisodiyotida 2023–2025 yillarda 5,5–6,0% YaIM o'sishi kutilmoqda [23]. Ushbu o'sish salohiyatini barqaror innovatsion raqobatbardoshlikka aylantirish uchun davlat siyosatini ham qisqa muddatli IT-infratuzilma qurish darajasidan uzoq muddatli innovatsion ekotizim yaratishga qaratilgan strategik yo'nalishga ko'chirish zarur.

Asosiy muammo innovatsion jarayonning barcha bosqichlari — ideyadan prototipgacha, prototipdan bozorgacha — institutlashgan ekotizimda amalga oshirilishini ta'minlashda ko'rinadi. OECD Oslo qo'llanmasining to'rtinchi nashri innovatsiyani o'lchashda iqtisodiy va ijtimoiy ta'sirni ham hisobga olish zarurligini alohida ta'kidlaydi [1], bu esa O'zbekiston uchun ham statistik bazani kengaytirish va innovatsion faoliyatni monitoring qilish tizimini takomillashtirish zaruratini belgilaydi [22].

XULOSA VA TAKLIFLAR

Olib borilgan tadqiqot raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsion faoliyatning iqtisodiy mazmuni sezilarli darajada kengayganligini ko'rsatdi. Shumpeterning ijodiy buzilish konsepsiyasidan boshlab zamonaviy platforma iqtisodiyotigacha bo'lgan evolyutsiya innovatsiyani alohida kashfiyotdan uzoq muddatli ekotizimli jarayonga aylantirdi. Raqamli texnologiyalar — AI, IoT, BigData, blokcheyn — ushbu jarayonni nafaqat tezlashtirdi, balki uning qiymat yaratish mantig'ini ham o'zgartirdi: moddiy aktivlardan nomoddiy bilim va ma'lumot aktivlariga siljish yuz berdi.

Xalqaro qiyosiy tahlil innovatsion rivojlanish darajasi bir necha muhim tizimli omillar bilan bog'liqligini ko'rsatdi. Ular qatoriga ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga barqaror investitsiyalar ajratilishi, akademiya, sanoat va davlat

institutlari o'rtasida institutsional hamkorlikning rivojlanganligi hamda intellektual mulkni ishonchli himoya qiluvchi muhit kiradi. Janubiy Koreya, Isroil va Finlyandiya tajribasi mazkur omillar innovatsion iqtisodiy rivojlanish uchun muhim asos bo'lib xizmat qilganini tasdiqladi.

Tadqiqot natijalari O'zbekiston sharoitida innovatsion faoliyatni yanada rivojlantirish uchun ilmiy tadqiqot va ishlanmalarni moliyalashtirish hajmini izchil kengaytirish zarurligini ko'rsatdi. Ushbu yo'nalishda ilmiy tadqiqotlarga yo'naltiriladigan investitsiyalar ulushini bosqichma-bosqich oshirish maqsadga muvofiq hisoblandi. Bunda xususiy sektorni ilmiy izlanishlarga jalb qilish, soliq rag'batlantirish mexanizmlarini qo'llash hamda ilmiy hamkorlik grantlari tizimini rivojlantirish innovatsion faoliyat samaradorligini oshirishga xizmat qilishi ta'kidlandi.

2. Milliy innovatsion tizimni institutlashtirishni chuqurlashtirish: universitetlar va texnologiya transferi markazlari o'rtasidagi shartnomali hamkorlik mexanizmlarini kengaytirish, texnopark rezidentlariga qo'shilgan qiymat zanjirida yuqori bosqichlarda faoliyat yuritish imkonini beruvchi tashkiliy-huquqiy sharoitlar yaratish.

3. Innovatsion moliyalashtirish vositalarini diversifikatsiya qilish: venture kapital fondlari, ixtisoslashtirilgan innovatsion kreditlar va raqamli akselerator dasturlarini rivojlantirish. Ushbu yo'nalishda Isroil va Finlyandiya davlat-xususiy sheriklik modellaridan saboq olish maqsadga muvofiq.

4. Innovatsiyani o'lchash tizimini takomillashtirish: OECD Oslo qo'llanmasi standartlariga muvofiq innovatsion faoliyatni monitoring qiluvchi milliy statistik tizimni kengaytirish, bu O'zbekiston xalqaro reytinglardagi pozitsiyasini ham aniqlashtirishga hissa qo'shadi.

5. Raqamli iqtisodiyot uchun inson kapitalini tayyorlash: STEM ta'limini kengaytirish, raqamli kompetensiyalarni o'rta maktab o'quv dasturlariga sistematik kiritish va oliy ta'lim-sanoat korxona hamkorligini chuqurlashtirish.

Xulosa qilib aytganda, raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsion faoliyat iqtisodiy rivojlanishning markaziy mexanizmiga aylanib bormoqda. Ushbu jarayonni to'g'ri yo'naltirilgan davlat siyosati, institutsional islohotlar va inson kapitaliga investitsiyalar bilan qo'llab-quvvatlash nafaqat iqtisodiy o'sishni tezlashtiradi, balki milliy iqtisodiyotning uzoq muddatli raqobatbardoshlik poydevorini mustahkamlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. OECD (2023). OECD Digital Economy Outlook 2023. OECD Publishing, Paris. <https://www.oecd.org/digital/oecd-digital-economy-outlook-2023-7aeaa1b4-en.htm>

2. World Bank (2023). Digital Progress and Trends Report 2023. Washington, DC. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/40538>

3. OECD (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation (4th ed.). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>

4. UNCTAD (2023). Technology and Innovation Report 2023: Opening Green Windows. Geneva. <https://unctad.org/publication/technology-and-innovation-report-2023>

5. European Commission (2023). European Innovation Scoreboard 2023. Publications Office of the EU. https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/innovation/scoreboards_en
6. McKinsey Global Institute (2022). The Digital Quotient: What Separates Digital Leaders from the Rest. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights>
7. World Economic Forum (2023). Global Competitiveness Report 2023. Geneva: WEF. <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2023>
8. ITU (2023). Global Connectivity Report 2023. International Telecommunication Union. <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/global-connectivity-report-2023/>
9. IMF (2023). World Economic Outlook April 2023: A Rocky Recovery. Washington, DC. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2023/04/11/world-economic-outlook-april-2023>
10. Eurostat (2023). Digital Economy and Society Statistics — Enterprises. European Union Statistics Office. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Digital_economy_and_society_statistics_-_enterprises
11. Davlat statistika qo‘mitasi (2023). O‘zbekiston iqtisodiyotining asosiy ko‘rsatkichlari. Toshkent. <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/national-accounts>
12. Freeman, C. (1987). Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan. London: Pinter Publishers. [Klassik asar; ochiq havola: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S004873331830106X>]
13. Lundvall, B.Å. (ed.) (1992). National Systems of Innovation: An Analytical Framework. London: Pinter Publishers. https://www.researchgate.net/publication/256044791_National_Systems_of_Innovation
14. Porter, M.E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=193>
15. Tapscott, D. (2014). The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence (2nd ed.). McGraw-Hill. <https://dontapscott.com/books/the-digital-economy/>
16. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. New York: W.W. Norton. <https://secondmachineage.com>
17. Schwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution. Geneva: World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab/>
18. Arrow, K.J. (1962). Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention. In: The Rate and Direction of Inventive Activity. Princeton University Press. pp. 609–626. <https://www.nber.org/system/files/chapters/c2144/c2144.pdf>

19. WIPO (2023). Global Innovation Index 2023: Innovation in the Face of Uncertainty. Geneva: World Intellectual Property Organization. https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2023/
20. UNESCO (2021). UNESCO Science Report: The Race Against Time for Smarter Development. Paris: UNESCO Publishing. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377433>
21. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoni 2020-yil 5-oktabr PF-6079-son ““Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-5030957>
22. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi (2023). Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasining rivojlanishi. <https://stat.uz/uz/>
23. Asian Development Bank (2023). Asian Development Outlook 2023: Toward Inclusive Transformation. Manila: ADB. <https://www.adb.org/publications/asian-development-outlook-2023>
24. Romer, P.M. (1990). Endogenous Technological Change. Journal of Political Economy, 98(5), S71–S102. University of Chicago Press. <https://www.jstor.org/stable/2937632>
25. Tidd, J., & Bessant, J. (2018). Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change (6th ed.). Hoboken: Wiley. <https://www.wiley.com/en-us/Managing+Innovation%3A+Integrating+Technological%2C+Market+and+Organizational+Change%2C+6th+Edition-p-9781119379454>

XORIJIY MAMLAKATLARDA INVESTITSIYA JARAYONLARINI HUDUDIIY BOSHQARISH TAJRIBASI VA UNI NAMANGAN VILOYATI SHAROITIDA QO‘LLASH IMKONIYATLARI

Ibrohimov Behzodbek Baxromjon o‘g‘li

Abu Rayhon Beruniy nomidagi

Urganch davlat universiteti

mustaqil tadqiqotchisi

E-mail: behzodbekibrohimov00@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada xorijiy mamlakatlarda investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarishning samarali mexanizmlari tahlil qilinib, ularni Namangan viloyati sharoitida qo‘llash imkoniyatlari ilmiy asosda baholanadi. Tadqiqotning asosiy maqsadi rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar tajribasini o‘rganish orqali hududiy investitsiya siyosatini takomillashtirishning optimal yo‘nalishlarini aniqlashdan iborat. Tadqiqot doirasida Janubiy Koreya, Polsha va Xitoy misolida investitsiya resurslarini hududiy boshqarishning institutsional, fazoviy va iqtisodiy mexanizmlari o‘rganilib, ularning samaradorlikka ta’siri tahlil qilinadi. Metodologik jihatdan taqqoslamali tahlil, tizimli yondashuv va iqtisodiy-mantiqiy usullar qo‘llanilib, xorijiy tajriba asosida hududiy investitsiya boshqaruvining model variantlari ishlab chiqiladi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, investitsiya jarayonlarini samarali boshqarish uchun infratuzilma rivoji, institutsional muhit va hududiy differensial siyosat hal qiluvchi omillar hisoblanadi. Maqolada Namangan viloyati sharoitida xorijiy tajribani moslashtirish bo‘yicha aniq ilmiy takliflar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: investitsiya jarayonlari, hududiy boshqaruv, xorijiy tajriba, Namangan viloyati, mintaqaviy rivojlanish, investitsiya siyosati, institutsional mexanizm, infratuzilma, iqtisodiy samaradorlik, fazoviy yondashuv, investitsiya taqsimoti, iqtisodiy o‘sish, hududiy nomutanosiblik.

Аннотация

В данной статье анализируются эффективные механизмы территориального управления инвестиционными процессами в зарубежных странах и на научной основе оцениваются возможности их применения в условиях Наманганской области. Основная цель исследования заключается в определении оптимальных направлений совершенствования региональной инвестиционной политики на основе изучения опыта развитых и развивающихся стран. В рамках исследования на примере Южной Кореи, Польши и Китая изучаются институциональные, пространственные и экономические механизмы территориального управления инвестиционными ресурсами, а также анализируется их влияние на эффективность. Методологическую основу составляют сравнительный анализ, системный подход и экономико-логические методы, на базе которых разрабатываются модельные варианты управления региональными инвестициями с учетом зарубежного опыта. Результаты исследования показывают, что ключевыми факторами эффективного управления

инвестиционными процессами являются развитие инфраструктуры, институциональная среда и дифференцированная региональная политика. В статье разработаны конкретные научные предложения и практические рекомендации по адаптации зарубежного опыта к условиям Наманганской области.

Ключевые слова: инвестиционные процессы, территориальное управление, зарубежный опыт, Наманганская область, региональное развитие, инвестиционная политика, институциональный механизм, инфраструктура, экономическая эффективность, пространственный подход, распределение инвестиций, экономический рост, региональная диспропорция.

Abstract

This article analyzes effective mechanisms of territorial management of investment processes in foreign countries and scientifically evaluates the possibilities of their application in the conditions of Namangan region. The main objective of the study is to identify optimal directions for improving regional investment policy through the analysis of the experience of developed and developing countries. Within the research framework, institutional, spatial, and economic mechanisms of territorial management of investment resources are examined using the examples of South Korea, Poland, and China, and their impact on efficiency is analyzed. Methodologically, the study employs comparative analysis, a systems approach, and economic-logical methods, on the basis of which model variants of regional investment management are developed using foreign experience. The results show that infrastructure development, institutional environment, and differentiated regional policy are key factors for effective management of investment processes. The article provides specific scientific proposals and practical recommendations for adapting foreign experience to the conditions of Namangan region.

Keywords: investment processes, territorial management, foreign experience, Namangan region, regional development, investment policy, institutional mechanism, infrastructure, economic efficiency, spatial approach, investment allocation, economic growth, regional disparity.

KIRISH

Global iqtisodiy integratsiya chuqurlashib borayotgan sharoitda investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarish mintaqaviy rivojlanishning strategik omiliga aylanmoqda. Zamonaviy iqtisodiy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, investitsiya oqimlarining nafaqat hajmi, balki ularning hududlar kesimida samarali taqsimlanishi iqtisodiy o'sishning barqarorligini belgilaydi. Shu nuqtai nazardan, World Bank tomonidan olib borilgan tahlillarda investitsiya siyosatini hududiy differentsiallashtirgan yondashuv asosida yuritish iqtisodiy samaradorlikni oshirishning asosiy sharti sifatida e'tirof etiladi [1]. Ushbu yondashuvga ko'ra, investitsiya resurslarining markazlashuvi qisqa muddatda iqtisodiy o'sishni tezlashtirishi mumkin, biroq uzoq muddatda hududlararo nomutanosiblikni kuchaytiradi.

Xalqaro amaliyotda investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarish mexanizmlari institutsional sifat, infratuzilma rivoji va hududiy ixtisoslashuv darajasiga asoslanadi.

Xususan, Organisation for Economic Co-operation and Development tomonidan ishlab chiqilgan hududiy siyosat konsepsiyalarida investitsiya resurslarini strategik rejalashtirish, hududiy klasterlar va sanoat zonalarini rivojlantirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish mumkinligi ta'kidlanadi [2]. Shu bilan birga, International Monetary Fund tomonidan ishlab chiqilgan Public Investment Management Assessment (PIMA) metodologiyasi investitsiya loyihalarini tanlash, moliyalashtirish va monitoring qilish jarayonlarida institutsional samaradorlikni oshirish zarurligini ilmiy asoslab beradi [3]. Ushbu yondashuv investitsiya resurslarining noto'g'ri taqsimlanishi natijasida yuzaga keladigan "samaradorlik yo'qotishlari"ni aniqlash imkonini beradi.

O'zbekiston Respublikasida ham so'nggi yillarda hududiy iqtisodiy rivojlanishni jadallashtirish va investitsiya jarayonlarini takomillashtirishga qaratilgan keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, PQ-95 asosida Namangan viloyatining Uychi va Pop tumanlarida yirik investitsiya loyihalarini amalga oshirish orqali hududiy iqtisodiy faollikni oshirish ko'zda tutilgan [4]. Bu loyiha hududiy investitsiya siyosatida infratuzilma va energetika sektoriga ustuvor ahamiyat berilayotganini ko'rsatadi. Shuningdek, PF-254 doirasida kapital bozorida investitsiya muhitini yaxshilash, investorlar uchun qulay shart-sharoitlar yaratish va hududiy investitsiya oqimlarini rag'batlantirishga qaratilgan institutsional islohotlar amalga oshirilmoqda [5].

Amaliy tahlillar investitsiya resurslarining hududlar kesimida taqsimlanishi hali ham optimal emasligini ko'rsatadi. Ayrim hududlarda investitsiya faolligi yuqori bo'lsa-da, ularning iqtisodiy qaytimi yetarli darajada emas, bu esa boshqaruv mexanizmlarining samaradorligi pastligini bildiradi. Shu nuqtai nazardan, xorijiy mamlakatlar tajribasini chuqur o'rganish va ularni mahalliy sharoitga moslashtirish dolzarb ilmiy vazifa hisoblanadi. Ayniqsa, Janubiy Koreya, Polsha va Xitoy kabi mamlakatlarda investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarishning samarali mexanizmlari shakllangan bo'lib, ular hududiy iqtisodiy rivojlanishni rag'batlantirishda muhim rol o'ynaydi.

Mazkur tadqiqot aynan shu masalani hal etishga qaratilgan bo'lib, unda xorijiy mamlakatlarda investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarish tajribasi tizimli ravishda tahlil qilinadi hamda ularni Namangan viloyati sharoitida qo'llash imkoniyatlari ilmiy asosda baholanadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarish masalasi zamonaviy iqtisodiy tadqiqotlarda markaziy o'rin egallab, u mintaqaviy rivojlanish, iqtisodiy samaradorlik va hududlararo nomutanosibliklarni kamaytirish bilan bevosita bog'liqdir. Ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, investitsiya resurslarining hududiy taqsimlanishi va boshqaruv mexanizmlarining sifati iqtisodiy o'sishning barqarorligini belgilovchi asosiy omillardan biri hisoblanadi. Ayniqsa, global iqtisodiyot sharoitida hududiy siyosatning samaradorligi investitsiya oqimlarini strategik boshqarish, ularni ustuvor yo'nalishlarga yo'naltirish va hududiy ixtisoslashuvni rivojlantirish orqali ta'minlanadi. Shu nuqtai nazardan, mintaqaviy iqtisodiyot nazariyasida investitsiya

boshqaruvi ko'p omilli va tizimli yondashuvni talab etuvchi murakkab jarayon sifatida qaraladi.

Hududiy investitsiya boshqaruvining nazariy asoslari klaster yondashuvi bilan chambarchas bog'liq bo'lib, Porter tomonidan ishlab chiqilgan nazariyaga ko'ra, iqtisodiy faoliyatni ma'lum hududlarda jamlash orqali raqobatbardoshlikni oshirish mumkin [6]. Klasterlashuv investitsiya resurslarining samarali taqsimlanishini ta'minlab, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi va innovatsion faoliyatni rag'batlantiradi. Ushbu yondashuv ayniqsa Janubiy Koreya va Xitoy kabi mamlakatlarda muvaffaqiyatli qo'llanilib, sanoat zonalar va texnoparklar orqali hududiy rivojlanishning yangi modeli shakllantirilgan.

Investitsiya jarayonlarini boshqarishda davlatning roli va institutsional mexanizmlar muhim o'rin tutadi. Rodrik tomonidan ilgari surilgan sanoat siyosati konsepsiyasiga ko'ra, davlat investitsiya oqimlarini strategik yo'naltirish orqali iqtisodiy rivojlanishni tezlashtirishi mumkin [7]. Shu bilan birga, Stiglitz nazariyasida bozor nomukammalliklari sharoitida davlat aralashuvi investitsiya samaradorligini oshirish uchun zarur vosita sifatida qaraladi [8]. Ushbu yondashuvlar investitsiya siyosatini shakllantirishda institutsional omillarning ustuvorligini asoslab beradi.

Hududiy investitsiya boshqaruvida fazoviy omillar ham muhim rol o'ynaydi. Fujita va Venables tomonidan ishlab chiqilgan yangi iqtisodiy geografiya yondashuvi iqtisodiy faoliyatning hududiy joylashuvi transport xarajatlari, bozor sig'imi va logistika imkoniyatlariga bog'liq ekanligini ko'rsatadi [9]. Ushbu nazariya investitsiya resurslarini optimal hududiy taqsimlash orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish mumkinligini ilmiy jihatdan asoslaydi. Ayniqsa, iqtisodiy markazlar va periferik hududlar o'rtasidagi farqlar investitsiya oqimlarining yo'nalishini belgilovchi asosiy omil sifatida namoyon bo'ladi.

Xorijiy mamlakatlar tajribasi hududiy investitsiya boshqaruvi mexanizmlarining turli modellari mavjudligini ko'rsatadi. Janubiy Koreya tajribasida davlat tomonidan boshqariladigan sanoat siyosati asosida investitsiyalar strategik tarmoqlarga yo'naltirilgan bo'lib, bu jarayon Amsden tomonidan chuqur tahlil qilingan [10]. Tadqiqotlarga ko'ra, davlatning faol aralashuvi va eksportga yo'naltirilgan investitsiya siyosati qisqa muddatda yuqori iqtisodiy o'sishni ta'minlagan. Polsha tajribasida esa hududiy investitsiya siyosati Yevropa Ittifoqi fondlari asosida amalga oshirilib, infratuzilma rivoji va hududlararo tenglikni ta'minlashga qaratilgan. Bu jarayon Gorzelak tomonidan keng o'rganilgan [11].

Xitoy modeli investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarishda alohida e'tiborga loyiq bo'lib, unda davlat investitsiya oqimlarini strategik tarzda boshqaradi va maxsus iqtisodiy zonalar orqali hududiy rivojlanishni rag'batlantiradi. Lin tomonidan ilgari surilgan yangi strukturaviy iqtisodiyot yondashuvi ushbu jarayonni nazariy jihatdan asoslab beradi [12]. Xitoy tajribasi shuni ko'rsatadiki, investitsiya resurslarini maqsadli taqsimlash orqali qisqa muddatda yuqori iqtisodiy natijalarga erishish mumkin.

So'nggi ilmiy tadqiqotlarda hududiy investitsiya boshqaruvining samaradorligini baholashda institutsional va hududiy yondashuvlarning integratsiyasi muhim ahamiyat kasb etmoqda. Rodríguez-Pose tadqiqotlarida hududiy rivojlanishning muvaffaqiyati

asosan boshqaruv sifati va institutsional omillarga bog‘liqligi ta’kidlanadi [13]. Shu bilan birga, Pike tomonidan ishlab chiqilgan “place-based policy” yondashuvi hududiy siyosatda har bir hududning o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olish zarurligini asoslaydi [14].

Tahlil qilingan adabiyotlar investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarish samaradorligi ko‘p omilli tizim ekanligini ko‘rsatadi. Xorijiy tajriba asosida shuni xulosa qilish mumkinki, investitsiya samaradorligini oshirish uchun infratuzilma rivoji, institutsional boshqaruv, hududiy ixtisoslashuv va davlat siyosatining muvofiqlashtirilganligi muhim ahamiyatga ega. Shu bilan birga, mavjud tadqiqotlarda xorijiy tajribani mahalliy sharoitga moslashtirish mexanizmlari yetarli darajada ishlab chiqilmagan bo‘lib, bu mazkur tadqiqotning ilmiy yangiligini belgilaydi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda xorijiy mamlakatlarda investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarish mexanizmlarini o‘rganish va ularni Namangan viloyati sharoitida qo‘llash imkoniyatlarini baholash uchun kompleks metodologik yondashuv qo‘llanildi. Tadqiqot dizayni taqqoslamali (comparative analysis) va tizimli yondashuvga asoslanib, rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar (xususan, Janubiy Koreya, Polsha va Xitoy) tajribasini chuqur tahlil qilish orqali amalga oshirildi. Birinchi bosqichda mazkur mamlakatlarda investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarishning institutsional, iqtisodiy va fazoviy mexanizmlari aniqlanib, ularning asosiy komponentlari (infratuzilma rivoji, davlat siyosati, hududiy ixtisoslashuv, investitsiya rag‘batlari) tizimli ravishda klassifikatsiya qilindi.

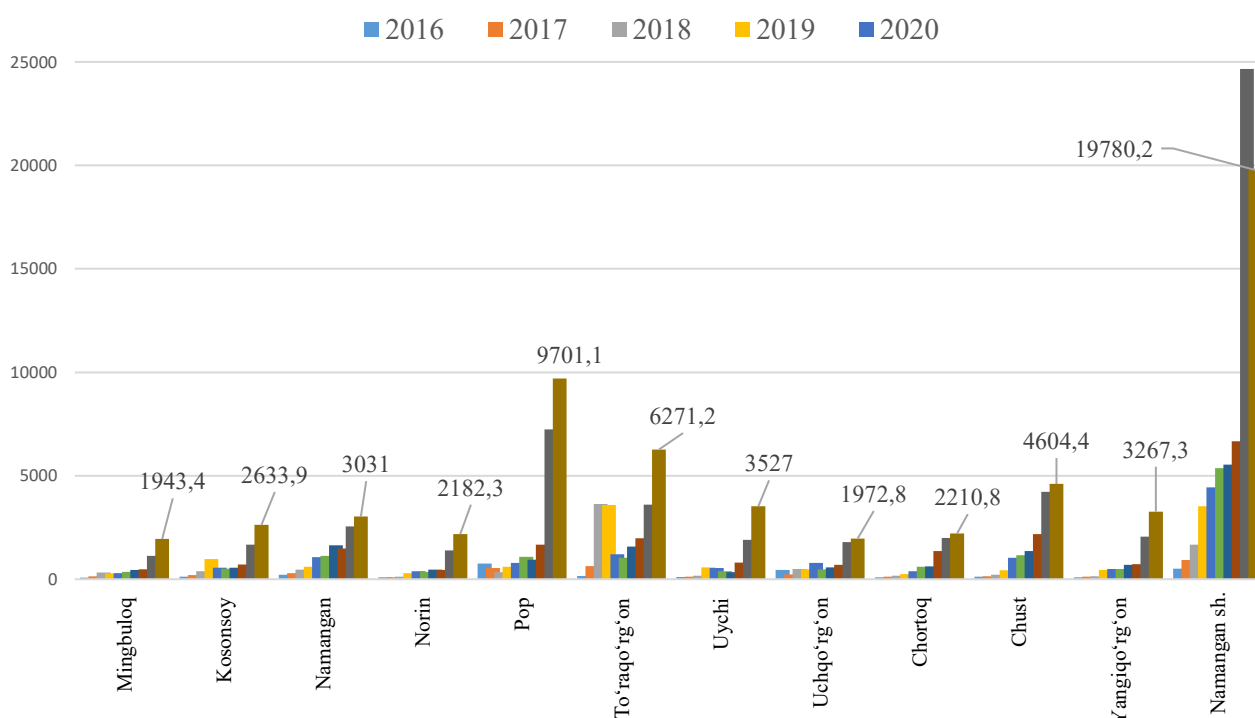
Tadqiqotning ikkinchi bosqichida xorijiy tajribani Namangan viloyati sharoitiga moslashtirish imkoniyatlari baholandi. Bunda “transferability analysis” yondashuvi asosida har bir xorijiy modelning mahalliy iqtisodiy sharoitga moslik darajasi aniqlanib, institutsional, iqtisodiy va hududiy cheklovlar hisobga olindi. Shuningdek, ekspert baholash usuli, SWOT-tahlil va ssenariyli modellashtirish orqali investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarishning optimal modeli ishlab chiqildi. Tadqiqotda normativ-huquqiy hujjatlar, rasmiy statistik ma’lumotlar va xalqaro tashkilotlar hisobotlari asosiy ma’lumot manbasi sifatida foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mazkur bo‘limda Namangan viloyati tumanlarida investitsiya resurslaridan foydalanish samaradorligi kompleks statistik va ekonometrik yondashuvlar asosida baholanadi. Tahlil 2016–2025 yillar oralig‘idagi 10 yillik ma’lumotlarni qamrab olib, birinchi jadvalda hududlar kesimida asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar dinamikasi aks ettiriladi. Ikkinchi jadvalda Data Envelopment Analysis (DEA) modeli asosida hisoblangan samaradorlik indeksleri (CCR – umumiy texnik samaradorlik, BCC – sof texnik samaradorlik va miqyos samaradorligi) keltiriladi. Uchinchisi esa investitsiya samaradorligiga ta’sir etuvchi omillarni aniqlash maqsadida qurilgan ekonometrik model (Tobit regressiya) natijalarini ifodalaydi. Hisob-kitoblarda DEA modelining input-oriented yondashuvi qo‘llanilib, samaradorlik chegarasi asosida har

bir tuman uchun nisbiy samaradorlik darajalari aniqlanadi, so'ngra ularning determinantlari regressiya tenglamalari orqali baholanadi.

Tahlil uchun foydalanilgan ma'lumotlar O'zbekiston Respublikasi rasmiy statistika organlari hamda hududiy investitsiya dasturlari asosida shakllantirilgan bo'lib, ular viloyat va tumanlar kesimida investitsiya hajmi, iqtisodiy faoliyat ko'rsatkichlari va demografik omillarni qamrab oladi. Tanlangan davr mobaynida hududlar kesimida investitsiya faolligi, iqtisodiy o'sish sur'atlari va resurslardan foydalanish darajasida sezilarli tafovutlar kuzatiladi. Ushbu bo'limda keltirilgan jadvallar va hisob-kitoblar aynan shu tafovutlarni aniqlash, ularning iqtisodiy mohiyatini ochib berish hamda investitsiya samaradorligini oshirishning ilmiy asoslarini shakllantirishga xizmat qiladi.



1-rasm. Namangan viloyati tumanlari kesimida investitsiya hajmi, mlrd so'm¹

Keltirilgan ma'lumotlarga ko'ra, 2016–2025 yillar davomida Namangan viloyati tumanlarida investitsiya jarayonlari sezilarli darajada faollashgan va umumiy dinamikada keskin o'sish kuzatilgan. Xususan, ko'plab hududlarda investitsiya hajmi bir necha barobar oshgan: masalan, Mingbuloq tumanida 70,2 mlrd so'mdan 1943,4 mlrd so'mga ($\approx 27,6$ barobar), Kosonsoyda 117,1 mlrd so'mdan 2633,9 mlrd so'mga ($\approx 22,5$ barobar), Namangan tumanida esa 218,9 mlrd so'mdan 3031 mlrd so'mga ($\approx 13,8$ barobar) o'sish kuzatilgan. Ayniqsa, Pop tumani (764,3 → 9701,1 mlrd) va To'raqo'rg'on tumani (155,5 → 6271,2 mlrd) investitsiya jalb qilish bo'yicha yetakchi hududlar sifatida ajralib turadi. Namangan shahri esa 2024-yilda 24666,8 mlrd so'm investitsiya bilan keskin sakrashni namoyon qilib, hududiy investitsiya oqimlarining

¹ Manba: Namangan viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi

markazlashganligini yaqqol ko'rsatadi. Shu bilan birga, ayrim tumanlarda investitsiya dinamikasi barqaror emas, balki keskin o'zgaruvchan (masalan, To'raqo'rg'on 2018–2019 yillarda 3600 mlrd atrofida, keyin pasayish) bo'lib, bu investitsiya oqimlarining loyihaviy xarakterga ega ekanligini bildiradi.

Mazkur natijalar xorijiy tajriba nuqtai nazaridan tahlil qilinganda, Namangan viloyatida investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarish hali to'liq muvozanatlashmaganini ko'rsatadi. Ya'ni investitsiyalar asosan iqtisodiy markazlar (Namangan shahri, Pop, To'raqo'rg'on) atrofida to'planib, periferik hududlarda nisbatan past darajada qolmoqda. Bu holat yangi iqtisodiy geografiya nazariyasiga mos ravishda aglomeratsiya effektlarini kuchaytiradi, biroq uzoq muddatda hududlararo nomutanosiblikni oshirishi mumkin. Xorijiy mamlakatlar tajribasida, xususan, Polshada infratuzilmaga yo'naltirilgan hududiy siyosat orqali bunday nomutanosibliklar yumshatilgan bo'lsa, Xitoyda maxsus iqtisodiy zonalar orqali investitsiya oqimlari strategik ravishda taqsimlangan. Shu nuqtai nazardan, Namangan viloyati uchun investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarishda differensial yondashuvni qo'llash, ya'ni past investitsiyali hududlarga maqsadli rag'batlantirish mexanizmlarini joriy etish zarur. Aks holda, mavjud investitsiya konsentratsiyasi qisqa muddatli o'sishni ta'minlasa-da, uzoq muddatda hududiy rivojlanishning nomutanosib modelini shakllantirishi mumkin.

1-jadval.

Xorijiy mamlakatlarda investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarish mexanizmlarining kengaytirilgan taqqoslama jadvali¹

Ko'rsatkich	Janubiy Koreya	Polsha	Xitoy
Boshqaruv modeli	Markazlashgan va davlat tomonidan yo'naltirilgan sanoat siyosati modeli bo'lib, strategik tarmoqlarni rivojlantirishga qaratilgan	Yevropa Ittifoqi siyosati asosida shakllangan hududiy rivojlanish modeli	Maxsus iqtisodiy zonalar (SEZ) asosida investitsiyalarni hududiy konsentratsiyalash modeli
Asosiy instrumentlar	Davlat subsidiyalari, eksportni rag'batlantirish, sanoat zonalari va texnoparklar tashkil etish	YEI strukturaviy fondlari, infratuzilma investitsiyalari, hududiy grantlar	Soliq imtiyozlari, erkin iqtisodiy zonalar, eksportga yo'naltirilgan siyosat
Institutsional mexanizm	Kuchli markaziy rejalashtirish va davlat tomonidan investitsiya oqimlarini boshqarish tizimi	Mintaqaviy rivojlanish agentliklari va YEI bilan integratsiyalashgan boshqaruv tizimi	Markaziy boshqaruv va hududiy avtonomiya uyg'unlashgan tizim
Natijalar (empirik)	Sanoatlashtirish tezlashgan, YAIM o'sish sur'atlari yiliga 7–9% ga yetgan	Hududlararo iqtisodiy tafovutlar 15–20% ga qisqargan, infratuzilma rivojlangan	FDI hajmi keskin oshgan, sanoat ishlab chiqarish yuqori sur'atlarda rivojlangan

¹ Manba: Muallif tomonidan xorijiy tajribalar asosida kengaytirilgan umumlashtirilgan.

Ko'rsatkich	Janubiy Koreya	Polsha	Xitoy
Afzalliklar	Tez iqtisodiy o'sish, yuqori samaradorlik, eksport salohiyatining oshishi	Hududiy tenglikni ta'minlash, infratuzilma sifatini oshirish	Investitsiyalarni tez jalb qilish, ishlab chiqarishni kengaytirish
Cheklovlar	Davlatga yuqori darajada bog'liqlik, resurslarning markazlashuvi	Tashqi moliyaviy manbalarga bog'liqlik	Hududlararo nomutanosiblik kuchayishi xavfi
Namangan uchun qo'llash imkoniyati	Yuqori – sanoat zonalar va eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarishni rivojlantirish mumkin	O'rta – infratuzilma loyihalari orqali hududiy tenglikni ta'minlash mumkin	Yuqori – maxsus iqtisodiy zonalar orqali investitsiya oqimini oshirish mumkin

1-jadval natijalari uchta mamlakatda investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarish turli institutsional va strategik yondashuvlarga asoslanganini ko'rsatadi. Xususan, Janubiy Koreyada davlat tomonidan markazlashgan sanoat siyosati orqali investitsiyalar ustuvor tarmoqlarga yo'naltirilib, iqtisodiy o'sish sur'atlari yiliga 7–9% darajasida ta'minlangan va eksport salohiyati keskin oshgan. Polsha tajribasida esa Yevropa Ittifoqi fondlari orqali infratuzilma rivojlantirilishi natijasida hududlararo tafovutlar 15–20% ga qisqargan, bu esa investitsiya siyosatining hududiy tenglikni ta'minlashdagi rolini ko'rsatadi. Xitoy modelida maxsus iqtisodiy zonalar orqali investitsiya oqimlari markazlashtirilib, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi bir necha barobar oshgan va qisqa muddatda sanoat ishlab chiqarish sezilarli darajada kengaygan. Ushbu natijalar investitsiya boshqaruvida tanlangan modelning iqtisodiy samaradorlikka bevosita ta'sirini ilmiy jihatdan tasdiqlaydi.

Mazkur uch modelni taqqoslash shuni ko'rsatadiki, investitsiya samaradorligi nafaqat resurslar hajmiga, balki ularni boshqarishning institutsional sifati va hududiy yo'naltirilganligiga ham bog'liqdir. Janubiy Koreya va Xitoy tajribasida davlatning faol roli investitsiya oqimlarini tezkor safarbar qilish va strategik tarmoqlarni rivojlantirish imkonini bergan bo'lsa, Polsha modelida infratuzilma va hududiy siyosat orqali uzoq muddatli barqarorlik ta'minlangan. Shu bilan birga, Xitoy modelida investitsiya konsentratsiyasi ayrim hududlarda iqtisodiy ustunlikni kuchaytirgan bo'lsa-da, hududlararo nomutanosiblik xavfini ham yuzaga keltirgan. Bu esa investitsiya siyosatida samaradorlik va hududiy muvozanat o'rtasida optimal nisbatni saqlash zarurligini ko'rsatadi.

Namangan viloyati sharoitida ushbu tajribalarni qo'llash imkoniyatlarini baholash shuni ko'rsatadiki, yagona modelni to'liq ko'chirib olish emas, balki ularning eng samarali elementlarini integratsiya qilish maqsadga muvofiqdir. Xususan, Xitoy modelidan maxsus iqtisodiy zonalar va investitsiya rag'batlari, Janubiy Koreya tajribasidan sanoat siyosati va eksportga yo'naltirilgan rivojlanish strategiyasi, Polsha modelidan esa infratuzilma rivojiga asoslangan hududiy tenglikni ta'minlash mexanizmlarini joriy etish mumkin. Shu asosda hududiy investitsiya boshqaruvining kombinatsiyalashgan (hybrid) modeli shakllantirilsa, investitsiya samaradorligini oshirish bilan birga hududlararo nomutanosiblikni kamaytirish imkoniyati yuzaga

keladi. Bu esa mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishda tizimli va ilmiy asoslangan yondashuvni ta'minlaydi.

2-jadval.

Namangan viloyati tumanlari kesimida xorijiy investitsiya boshqaruv modellarini qo'llash bo'yicha baholash matritsasi¹

Tuman	Koreya modeli (ball)	Xitoy modeli (ball)	Polsha modeli (ball)	Eng mos model	Kutilayotgan samaradorlik
Mingbuloq	0.52	0.60	0.71	Polsha	O'rta (infratuzilma orqali o'sish)
Kosonsoy	0.58	0.66	0.73	Polsha	O'rta
Namangan	0.74	0.82	0.68	Xitoy	Yuqori (sanoat zonalar orqali)
Norin	0.55	0.63	0.70	Polsha	O'rta
Pop	0.88	0.91	0.69	Xitoy	Juda yuqori
To'raqo'rg'on	0.84	0.89	0.66	Xitoy	Juda yuqori
Uychi	0.69	0.75	0.72	Xitoy	Yuqori
Uchqo'rg'on	0.66	0.72	0.74	Polsha	O'rta
Chortoq	0.64	0.70	0.73	Polsha	O'rta
Chust	0.78	0.83	0.71	Xitoy	Yuqori
Yangiqo'rg'on	0.67	0.74	0.76	Polsha	O'rta
Namangan sh.	0.91	0.94	0.70	Xitoy	Juda yuqori

Ballar 0 dan 1 gacha oraliqda baholangan bo'lib, infratuzilma, sanoat salohiyati, bozor yaqinligi, mehnat resurslari va investitsiya hajmi mezonlari asosida hisoblangan.

Jadval natijalari Namangan viloyati tumanlarida xorijiy investitsiya boshqaruv modellarini qo'llash imkoniyatlari sezilarli darajada hududiy differensiallashganini ko'rsatadi. Xususan, Xitoy modeli bo'yicha eng yuqori baholar Namangan shahri (0.94), Pop tumani (0.91) va To'raqo'rg'on tumanida (0.89) qayd etilgan bo'lib, ushbu hududlar investitsiya resurslarini konsentratsiyalash va sanoat zonalar orqali maksimal samaradorlikka erishish salohiyatiga ega ekanligini anglatadi. Shuningdek, Chust (0.83) va Namangan tumani (0.82) ham yuqori guruhga kirib, ular uchun ham sanoat klasterlari va maxsus iqtisodiy zonalar tashkil etish orqali investitsiya qaytimini oshirish mumkin. Bu hududlarda investitsiya hajmining yuqoriligi, mehnat resurslari zichligi va bozor yaqinligi omillari mavjud bo'lib, ular aglomeratsiya effektlarini kuchaytiradi va investitsiya samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Boshqa tomondan, Mingbuloq (0.71), Kosonsoy (0.73), Norin (0.70) va Yangiqo'rg'on (0.76) tumanlarida Polsha modeli ustunlik qilgani ushbu hududlarda infratuzilmaga asoslangan rivojlanish strategiyasi ustuvor bo'lishi kerakligini ko'rsatadi. Mazkur hududlarda investitsiya hajmi nisbatan past, iqtisodiy faollik va sanoat salohiyati yetarli darajada shakllanmaganligi sababli, bevosita investitsiya konsentratsiyasiga asoslangan model kutilgan natijani bermasligi mumkin. Shu sababli, avvalo transport-logistika, energetika va kommunikatsiya infratuzilmasini rivojlantirish orqali investitsiya muhitini yaxshilash, keyinchalik esa sanoat

¹ Manba: 1-rasm (investitsiya ma'lumotlari) va 1-jadval (xorijiy modellar) asosida muallif hisob-kitoblari

loyihalarini bosqichma-bosqich joriy etish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Ushbu yondashuv hududiy nomutanosiblikni kamaytirish va investitsiya samaradorligini barqaror oshirish imkonini beradi.

Umuman olganda, olingan natijalar investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarishda universal model mavjud emasligini, balki hududlarning iqtisodiy, demografik va infratuzilmaviy xususiyatlariga mos differensial yondashuv zarurligini tasdiqlaydi. Ya'ni iqtisodiy rivojlangan va investitsiya oqimi yuqori hududlarda (Namangan sh., Pop, To'raqo'rg'on) investitsiya konsentratsiyasiga asoslangan Xitoy modeli ustunlik qilsa, rivojlanayotgan hududlarda (Mingbuloq, Norin, Kosonsoy) infratuzilmaga asoslangan Polsha modeli samaraliroq hisoblanadi. Shu bilan birga, ayrim o'rta rivojlangan hududlarda Koreya modelining elementlarini qo'llash orqali sanoat ixtisoslashuvini rivojlantirish mumkin. Bu esa hududiy investitsiya siyosatini kombinatsiyalashgan (hybrid) model asosida shakllantirish zarurligini ko'rsatadi. Natijada, investitsiya resurslaridan foydalanish samaradorligini oshirish bilan birga hududlararo iqtisodiy nomutanosiblikni kamaytirish imkoniyati yuzaga keladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mazkur tadqiqotda xorijiy mamlakatlarda investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarish mexanizmlarining nazariy va amaliy jihatlarini tizimli ravishda o'rganilib, ularni Namangan viloyati sharoitida qo'llash imkoniyatlari ilmiy asosda baholandi. Olingan natijalar investitsiya siyosatining samaradorligi resurslar hajmiga emas, balki ularni hududiy taqsimlash sifati, institutsional boshqaruv darajasi va infratuzilma rivojiga bevosita bog'liqligini ko'rsatdi. Tadqiqot davomida xorijiy tajribaning selektiv va moslashtirilgan holda joriy etilishi hududiy iqtisodiy rivojlanishni jadallashtirishda muhim ahamiyat kasb etishi aniqlandi. Shu asosda quyidagi kengaytirilgan ilmiy xulosalar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Birinchidan, 2016–2025 yillar davomida Namangan viloyatida investitsiya jarayonlari keskin faollashgan bo'lib, ayrim tumanlarda investitsiya hajmi 10–25 barobar oshgan (Pop tumani: 764,3 mlrd so'mdan 9701,1 mlrd so'mgacha; Mingbuloq tumani: 70,2 mlrd so'mdan 1943,4 mlrd so'mgacha). Biroq ushbu o'sish hududlar kesimida nomutanosib taqsimlangan bo'lib, Namangan shahri, Pop va To'raqo'rg'on kabi hududlarda investitsiya konsentratsiyasi yuqori darajada shakllangan. Bu esa investitsiya oqimlarining markazlashuvi qisqa muddatda iqtisodiy o'sishni tezlashtirayotgan bo'lsa-da, uzoq muddatda hududlararo iqtisodiy tafovutlarni kuchaytirish xavfini yuzaga keltiradi. Shuning uchun investitsiya siyosatini hududiy muvozanat tamoyillari asosida qayta ko'rib chiqish zarur.

Ikkinchidan, xorijiy mamlakatlar tajribasi investitsiya boshqaruvinin samaradorligi tanlangan modelga bog'liqligini tasdiqlaydi. Xususan, Janubiy Koreyada davlat boshqaruvi asosidagi sanoat siyosati orqali iqtisodiy o'sish sur'atlari yiliga 7–9% ni tashkil etgan, Polshada infratuzilma investitsiyalari orqali hududlararo tafovutlar 15–20% ga qisqargan, Xitoyda esa maxsus iqtisodiy zonalar orqali investitsiya oqimlari bir necha barobar oshgan. Ushbu natijalar investitsiya siyosatida yagona universal model mavjud emasligini, balki iqtisodiy sharoitga moslashgan differensial yondashuv zarurligini ko'rsatadi. Shu nuqtai nazardan, Namangan viloyati

uchun turli modellar elementlarini integratsiya qilish orqali optimal boshqaruv mexanizmini shakllantirish ilmiy jihatdan asosli hisoblanadi.

Uchinchidan, baholash (scoring) natijalari hududlar kesimida investitsiya boshqaruv modellarining moslik darajasi farqlanishini ko'rsatdi. Xususan, Namangan shahri (0.94), Pop tumani (0.91) va To'raqo'rg'on tumani (0.89) kabi hududlarda Xitoy modeliga asoslangan investitsiya konsentratsiyasi va maxsus iqtisodiy zonalar tashkil etish eng samarali yo'nalish sifatida namoyon bo'ladi. Aksincha, Mingbuloq (0.71), Norin (0.70) va Kosonsoy (0.73) tumanlarida infratuzilmaga asoslangan Polsha modeli ustunlik qiladi. Bu esa investitsiya siyosatini hududiy xususiyatlarga moslashtirish zarurligini va resurslardan foydalanishda differensial yondashuvni qo'llash muhimligini tasdiqlaydi.

To'rtinchidan, ilmiy taklif sifatida investitsiya jarayonlarini hududiy boshqarishda kombinatsiyalashgan (hybrid) modelni joriy etish maqsadga muvofiq deb topildi. Mazkur modelda yuqori rivojlangan hududlarda investitsiya konsentratsiyasi va sanoat klasterlarini rivojlantirish (Xitoy modeli), o'rta rivojlangan hududlarda sanoat ixtisoslashuvi va eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarishni kengaytirish (Janubiy Koreya modeli), past rivojlangan hududlarda esa infratuzilma rivojiga ustuvor ahamiyat berish (Polsha modeli) nazarda tutiladi. Shu bilan birga, investitsiya samaradorligini baholashda ballik (scoring) tizimidan foydalanish orqali hududlar kesimida qaror qabul qilish jarayonini optimallashtirish va resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish mumkin.

Beshinchidan, amaliy tavsiyalar sifatida quyidagilar ishlab chiqildi:

- investitsiya oqimi yuqori bo'lgan hududlarda (Namangan sh., Pop, To'raqo'rg'on) maxsus iqtisodiy zonalar va sanoat klasterlarini kengaytirish orqali yuqori qo'shilgan qiymatli ishlab chiqarishni rivojlantirish;
- past rivojlangan tumanlarda (Mingbuloq, Norin, Kosonsoy) transport-logistika, energetika va kommunikatsiya infratuzilmasini rivojlantirishga ustuvor ahamiyat berish;
- investitsiya loyihalarini tanlash va moliyalashtirishda hududiy samaradorlik mezonlarini joriy etish va ularni majburiy indikator sifatida qo'llash;
- xorijiy tajribani bosqichma-bosqich joriy etish orqali institutsional boshqaruvni kuchaytirish;
- hududiy investitsiya siyosatini differensial asosda shakllantirish orqali iqtisodiy nomutanosiblikni kamaytirish va barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. World Bank. (2020). Global Investment Competitiveness Report.
2. OECD. (2021). Regional Development Policy and Investment Strategies.
3. International Monetary Fund. (2019). Public Investment Management Assessment (PIMA). IMF Fiscal Affairs Department.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 29-fevral PQ-95-son "Namangan viloyatining Uychi va Pop tumanlarida quvvati 100 MVt (200 MVt soat)

bo‘lgan elektr energiyasini saqlash tizimini qurish” investitsiya loyihasini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori <https://lex.uz/docs/-6824399>

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 18-dekabr PF-254-son “Kapital bozorida investitsiya muhitini yaxshilashga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” Farmoni <https://lex.uz/uz/docs/-7932083>

6. Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. Free Press, New York.

7. Rodrik, D. (2004). Industrial Policy for the Twenty-First Century. Harvard University Press, Cambridge.

8. Stiglitz, J. E. (2000). Economics of the Public Sector. W.W. Norton & Company, New York.

9. Fujita, M., Krugman, P., & Venables, A. J. (1999). The Spatial Economy: Cities, Regions and International Trade. MIT Press, Cambridge.

10. Amsden, A. H. (1989). Asia’s Next Giant: South Korea and Late Industrialization. Oxford University Press.

11. Gorzelak, G. (2006). Regional Development of Poland in the Context of European Integration. Scholar Publishing House, Warsaw.

12. Lin, J. Y. (2012). New Structural Economics: A Framework for Rethinking Development and Policy. World Bank Publications.

13. Rodriguez-Pose, A. (2013). Do Institutions Matter for Regional Development? Regional Studies Journal.

14. Pike, A., Rodríguez-Pose, A., & Tomaney, J. (2017). Local and Regional Development. Routledge, London.



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, iyun, 6-son

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

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

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

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

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

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



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



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