



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

2026
1-сон



SERVIS

ILMIY-AMALIY JURNAL 2026 yil, 1-soni

Muassis: Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

O‘zbekiston Matbuot va axborot agentligi tomonidan 2008 yil 31 dekabrda
0561-raqam bilan ro‘yxatga olingan.

O‘zR OAK Riyosatining 19.03.2017 y., 239/5-sonli qarori bilan e’tirof etilgan

Tahririyat a’zolari:

Mas’ul kotib:

i.f.d., prof. M.Q.Pardaev

Muharrirlar:

i.f.d., dotsent F.A.Safarov
PhD, dotsent I.M.Pardaeva
PhD, I.Sh.Ernazarova

Texnik muharrir:

katta o‘qituvchi F.O.O‘roqov

Korrektor:

PhD, dotsent v.b.
T.I.Yahyoyev

Sahifalovchi:

PhD, dotsent v.b.
H.N.Ochilova

1 yilda 4 marotaba
chop etiladi.

**O‘zbekiston hududida
tarqatiladi.**

Tahririyat manzili:

140100, Samarqand shahar,
Amir Temur ko‘chasi, 9-uy,

tel.: +998(66)233-28-38,
+998(97)913-74-40

faks: +998(366)231-12-53
el.pochta:

samisiservis@mail.ru

Tahrir hay’ati raisi:

M.E.Po‘latov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti rektori,
i.f.d., professor

Tahrir hay’ati raisi o‘rinbosari:

M.Q.Pardayev – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

Tahrir hay’ati a’zolari:

M.M.Muxammedov – SamISI professori, iqtisod fanlari
doktori

D.R.Zaynalov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

O.M.Murtazayev – TDIUSF direktori, iqtisod fanlari doktori,
professor

M.R.Boltabayev – TDIU professori, iqtisod fanlari doktori

R.X.Ergashev – QarMII professori, iqtisod fanlari doktori

B.K.G‘oibnazarov – iqtisod fanlari doktori, professor

I.S.To‘xliyev – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

K.B.Urazov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

Q.J.Mirzayev – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

B.I.Isroilov – TDIU professori, iqtisod fanlari doktori

G.M.Shodiyeva – SamISI professori v.b., iqtisod fanlari doktori

S.N.Toshnazarov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

R.N.Normaxmatov – SamISI professori, texnika fanlari doktori

A.Bektemirov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

O.M.Pardayev – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

M.T.Alimova – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

Z.Dj.Adilova – TDIU professori, iqtisod fanlari doktori

Sh.O.Quvondiqov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

L.N.Xalikova – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

F.A.Safarov – SamISI dotsenti, iqtisod fanlari doktori

A.M.Karimova – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

I.B.Mattiyev – SamISI professori, pedagogika fanlari doktori

B.F.Boronov – SamISI professori v.b., iqtisod fanlari doktori

A.N.Xoliqulov – SamISI professori, iqtisod fanlari nomzodi

X.A.Raximov – SamISI dotsenti, PhD

S.A.Babanazarova – SamISI dotsenti, PhD

H.N.Ochilova – SamISI dotsenti v.b., PhD

I.R.Berdikulova – SamISI dotsenti v.b., PhD

A.Q.G‘apparov – SamISI dotsenti v.b., PhD

MUNDARIJA:

NAZARIYA VA METODOLOGIYA	
Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев, Озода Мамаюнусова Пардаева Янги Ўзбекистоннинг бойлиги инсон ресурслари билан ўлчанади	5
Сарвар Аюбовна Исхакова Ўзбекистонда хизматлар соҳасини модернизация ва диверсификация қилишнинг асосий йўналишлари	13
Anvar Nematovich Xoliqulov Servis sifati tushunchasining nazariy talqini	18
Зухриддин Санжар ўғли Рашидов Корхона самарадорлигини оширишни меҳнат ресурслари ҳаракати билан боғланишининг ўзига хос хусусиятлари	21
Mexrangiz Axtam qizi Mullayeva Xizmat ko‘rsatish sohasida faoliyat yurituvchi korxonalarni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning ustuvor yo‘nalishlari	25
SANOAT VA QISHLOQ XO‘JALIGI	
Фарида Абдухалимовна Ахмеджанова Роль эстетических показателей тканей в формировании потребительских и эксплуатационных свойств изделий	31
Рузбой Нормакматов, Акрам Гафуров, Баҳора Тўлкинова В ₁ - витамин (тиамин): ва унинг инсон соғлигини сақлашдаги аҳамияти	34
Junaydillo Sadiyevich Fayziyev Atrof-muhitga chiqarilayotgan sut zardobi tarkibidagi zardob oqsillari miqdorini kamaytirish texnologiyasi	37
Ro‘ziboy Normaxmatov, Zakirjon Erkinovich Mamarasulov, Ravshan Pirmatov Askorbin kislota (C vitamini) va uning ahamiyati	41
TADBIRKORLIK, MEHNAT, BANDLIK VA KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISH	
Феруз Нематуллаевич Абилов Худудларда камбағалликни қисқартиришнинг инновацион йўналишлари	44
XIZMAT KO‘RSATISH VA SERVIS	
Обид Мамаюнусович Пардаев Коммунал хизматларни ривожлантиришнинг маъмурий-бошқарув ва инфратузилмавий институтчионал асосларини такомиллаштириш	50
Акмал Алимжонович Салимов Ривожланган мамлакатларнинг олий таълим хизматлари сифатини ошириш тажрибаларидан Ўзбекистонда фойдаланиш имкониятлари	56
Firuz Kurbanovna Achilova Mintaqada xizmatlar sektorining rivojlanishining zamonaviy modellari	61
Нажмиддин Раҳматуллаевич Абдувоҳидов Хизмат кўрсатиш соҳасида сохта иқтисодиётнинг айрим кўринишлари ва уни бартараф этишнинг амалий йўналишлари	66
Xusnora Dilmurod qizi Umarova Orolbo‘yi mintaqasida xizmat ko‘rsatish sohasini innovatsion boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish	71
Jahongir Aktamovich Haydarov Logistikada transport xizmatlari raqobatbardoshligini baholashning kompleks yondashuvlari	75

Farrux Shadiyorovich Shanazarov Ijtimoiy xizmatlarning inson kapitaliga ta'siri va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishdagi funksiyalari	80
Mo'minjon Shavqiddin o'g'li Muxiddinov Erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarini rivojlantirish bo'yicha xorij tajribasidan foydalanish	83
Behzod Berkinbayevich Qarshiyev O'zbekistonda pullik tibbiy xizmatlar rivojlanishi	89
Akmal Ahtamovich Nizamov Yangi integratsiyalashgan tarmoqli-analitik model asosida logistik xizmatlarini optimallashtirish	95
TURIZM VA MEHMONXONA XO'JALIGI	
Шухрат Хасанович Саттаров Современные тенденции и перспективы развития туризма в условиях цифровой экономики	100
Дилафруз Каршиевна Усманова Особенности применения форсайт-технологий в повышении конкурентоспособности национального туризма	104
Diyora Istamovna Ochilova, Rayhona Sadriddinovna Amriddinova Turistik xizmatlar nomoddiyligi va iste'molchi tajribasi: sifat hamda qiymatga asoslangan baholash	110
Окила Сатимбаева Элликкалга туманида туризмнинг ривожлантириш имкониятлари	114
Nilufar Xabibjonovna Xolboyeva, Rayhona Sadriddinovna Amriddinova Mijozni ushlab qolish va yangi mijoz jalb qilishda sodiqlik dasturining o'rni (Hilton Worldwide misolida)	118
Shohista Bobobekovna Toyirova Tog'li hududlarda ekologik turizmni rivojlantirishda jahon tajribalari	123
MENEJMENT VA MARKETING	
Muhitdin Aynakulov Sayyohlar temperamentiga asoslangan sayyohlik infratuzilmasini tabaqalashtirilgan holda rejalashtirish modeli	128
Diyor Haqberdiyevich Xolmamatov Ulgurji savdoda marketing logistikasi strategiyasidan foydalanish	130
Xilola Nematovna Ochilova Ijtimoiy tarmoqlarda raqamli biznesni boshqarishning mohiyati va ahamiyati	135
Камилла Бахромовна Суюнова Обеспечение маркетинговой прозрачности бизнеса через цифровой аудит на онлайн-рынках	139
Sanjarbek Komiljon o'g'li Boyjigitov Iste'molchi xulq-atvorini tahlil qilishda Engel-Kollat-Blackwell modelidan foydalanish imkoniyatlari	142
Ашур Али Рустам угли Латипов, Паризода Раджаб кизи Алибекова Развитие сравнительного менеджмента за рубежом: кризис универсальной модели и вызов азиатских практик	146
Sadulla Shodiyevich Urazov Liderlikka xulq-atvor yondashuvining nazariy konsepsiyalari va boshqaruv tizimidagi o'rni	150

Xurshid Azamatovich Yunusov Tadbir va ko‘ngilochar xizmatlarni rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanish	154
Hamdam Iris o‘g‘li Allayorov Logistika axborot oqimlarini sun‘iy intellekt asosida optimallashtirish	159
Nodirjon Fayzullayevich Bekbutayev Monopoliyaga qarshi siyosatni amalga oshirishda davlat organi va hududiy boshqarmalar faoliyatining samaradorligi	163
Bekzodjon Sheraliyevich Oblakulov Improving private education customer loyalty and brand trust through the implementation of digital marketing strategies	167
Sadulla Shodiyevich Urazov, Laylo Obidjon qizi Abduraxmanova Ta‘lim muassasalarida tashkiy tuzilmaning boshqaruv samaradorligiga ta’siri	170
MOLIYA, PUL MUOMALASI VA KREDIT	
Nuriddin Elamonovich Ernazarov Aksiz solig‘ining byudjeti daromadlarini shakllantirishdagi muammolar	174
Шавкат Собирович Олтаев Рақамли иқтисодиёт шароитида суверен фондларни самарали бошқариш масалалари	177
Madina Sanjar qizi Khotamkulova Corporate efficiency as a financial market participant	181
BUXGALTERIYA HISOBI, IQTISODIY TAHLIL VA AUDIT	
Komil Baxromovich Urazov, Qahramon Hamidovich Vaxobov Pochta xizmatlarini ko‘rsatuvchi korxonalar xarajatlari hisobining o‘ziga xos xususiyatlari	186
Ortiq Eshnazarovich Ernazarov Xizmatlar sohasini chiziqli ekonometrik modellashirish asosida tahlil qilish va prognozlashtirish	191
Тўлқин Исматулла ўғли Яҳёев Қурилиш хизматлари кўрсатувчи корхоналарда 15 сон МХХС асосида даромадларни тан олиш	198
Jamshidbek Axmad ug‘li Abdurasulov Korxonalarni qayta tashkil etishning o‘zgartirish shaklida buxgalteriya hisobi va hisobotini MHXS asosida takomillashtirish	202
TA’LIM, KADRLAR TAYYORLASH VA PEDAGOGIKA	
Умар Худайбердиев Мактабгача ва мактаб таълими - илм ва муваффақият калитидир	209
Bexzod Nematillayevich Gapparov OTM kichik guruhlarda temperamentga yo‘naltirilgan pedagogik model	212
Ilhom Begmatdulobovich Mattiyev Chet tillarni o‘rganishda pedagogik texnologiyalarning o‘rni	216
Anvar Maxkamovich Soatov Talabalar temperamentiga mos akademik yuklama taqsimotining samaradorligi	221
E’TIBORGA MOLIK MASALALAR	
Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев Рамазон луғати Бахт нима?	225

NAZARIYA VA METODOLOGIYA

Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
профессори, иқтисодиёт фанлари доктори

Озода Мамаюнусова Пардаева – Тошкент Давлат Иқтисодиёт университети Самарқанд
филиалида кафедра мудири, доцент, PhD.

ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОННИНГ БОЙЛИГИ ИНСОН РЕСУРСЛАРИ БИЛАН ЎЛЧАНАДИ

Аннотация. Мақолада Янги Ўзбекистоннинг бойлиги – унинг инсон ресурслари билан ўлчаниши билан боғлиқ масалалар ёритилган. Бунда инсон ресурсларининг таърифи келтирилган. Инсон кадрини кадрлаш учун, унинг кадрини кўтариш кераклиги асосланган. Бунинг олтига йўналиши берилган. Буларга таълим, соғлиқни сақлаш, инсон ресурслари билан меҳнат бозори ўртасидаги мувофиқликни таъминлаш, инновация ва рақамли иқтисодиётга мос инсон ресурсларини шакллантириш, инсон ресурсларини такомиллаштириш орқали ижтимоий тараққиётга эришиш, инсон ресурсларининг ривожланишида маънавий ва маданий тараққиётнинг ўрни киради. Тадқиқот натижасида ишлаб чиқилган илмий тавсиялар ҳам берилган..

Калит сўзлар: инсон, инсон ресурслари, таълим, соғлиқни сақлаш, меҳнат бозори, инновация ва рақамли иқтисодиёт, ижтимоий тараққиёт, маънавий ва маданий тараққиёт, олий ўқув юртлари, фан, инновацион лойиҳалар.

Кириш. Бугунги кунда Янги Ўзбекистоннинг тараққиётини таъминлашда асосий куч бу инсон ресурслари бўлиб ҳисобланади. Шу туфайли мамлакатнинг бойлиги инсон ресурслари билан ўлчанади, деган мавзунини кўйдик. Чунки Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига 2025 йил 26 декабрдаги Мурожаатномасида “Юртимиздаги қулай бизнес муҳити, демографик ўсиш, инсон капиталига берилаётган эътибор - Ўзбекистонни инвесторлар учун энг жозибадор мамлакатлардан бирига айлантирмоқда”¹, деб таъкидлади. Чунки Ўзбекистоннинг келажаги инсон ресурслари ва ундан самарали фойдаланиш билан боғлиқ. Табиий ресурслар чекланган, аммо билим, соғлом ва ижодкор инсонлар - чекланмас бойликдир. Шу туфайли фақат инсон ресурсларини ривожлантириш ва такомиллаштириш орқали Ўзбекистонни рақобатбардош, инновацион ва адолатли жамиятга айлантириш мумкин. Инсон ресурслари жамият тараққиётининг ҳаракатлантирувчи кучи. Шу туфайли уни ривожлантирмасдан туриб иқтисодиётни ҳам, сиёсатни ҳам, маданиятни ҳам тўлақонли тараққий эттириб бўлмайди. Бунини инобатга олиб Президентимиз ўзининг мурожаатномасида “Сўнгги тўққиз йилда биз сизлар билан, эл-юртимиз билан биргаликда катта тараққиёт йулини босиб ўтдик. Эҳнг муҳими, ислохотларимиз самарасини ҳар бир маҳалла, ҳар бир хонадон ва ҳар бир инсон кундалик ҳаётида ҳис қилмоқда”², деб таъкидлагани бежиз эмас албатта. Кўриниб турибдики, ушбу мавзу бугунги кунда ўта долзарб масалалар ечимига бағишланган.

Тадқиқот методологияси. Мақолада Янги Ўзбекистоннинг бойлиги – унинг инсон ресурслари билан ўлчанади йўналишларини қараб чиқиш жараёнида индукция ва дедукция, макон ва замон, миқдор ва сифат, мантикий иқтисодий ва статистик методлар билан боғлиқ усул ва услублардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Янги Ўзбекистоннинг ўзига хос хусусиятларидан бири илм-фаннинг ривожланишига катта аҳамият берилаётганлиги билан аҳамиятлидир. Шу йилларда олий ўқув юртларида асосий эътибор илмий салоҳиятни оширишга қаратилмоқда. Шу туфайли илм-фанга давлат инвестициялари мунтазам равишда оширилмоқда. Булар илмий муассасалар ва лабораторияларни модернизация қилишга, ёш олимлар учун грантлар, стипендиялар ва имтиёзларни кенгайтиришга йўналтирилмоқда.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. 2025 йил 26 декабрь.// “Zarafshon” газетаси. 25 йил 27 декабрь. – 147-148 сон.

² Ўша жойда.

Таълим тизимида илмий салоҳиятнинг ошиш билан бирга, таълим соҳасини ишлаб чиқариш билан ҳам интеграция қилиш жараёнларини тезлаштириш лозимлиги ҳам қайд этилмоқда ва бу амалга оширилмоқда. Чунки, университетлар ҳузурида илмий-тадқиқот марказлари, илмий ишланмаларни амалиётга жорий этиш бўйича корхоналар билан ҳамкорликда инновацион лойиҳаларни биргаликда амалга ошириш ишларига киришилди.

Яна бир муҳим жиҳат, ҳозирги пайтда аксарият олий ўқув ютлари халқаро ҳамкорликни йўлга қўймоқда. Илғор хорижий университетлар ва марказлар билан қўшма таълим ва тадқиқотлар олиб борилмоқда. Охирги пайтларда олимларнинг халқаро грантлар ва лойиҳаларда иштироки ҳам кўпайди., улар ўртасида илмий алмашинув ва стажировкалар ҳам йўлга қўйилган ва бу жараён кундан-кунга кенгайиб бормоқда.

Таълим жараёнида инновацион технологиялардан фойдаланиш билан бирга, уларни яратишга ҳам киришилди. Хусусан, сунъий интеллект, биотехнология, нанотехнология каби соҳаларга ҳам катта аҳамият берилмоқда. Ушбу соҳаларда талабаларни тайёрлаш жараёни ҳам бошланди. Ҳозир турли стартаплар ва технопарклар орқали илмни тижоратлаштириш масаласи ҳам йўлга қўйилдики, бу ҳар томонлама манфаатли ҳисобланади. Биринчидан амалиётга янги ишланмалар жорий қилиниб, инновацион жараёнлар амалга оширилса, иккинчидан илмий-тадқиқот билан шуғулланадиган ходимлар ҳам рағбатлантирилмоқда. Хуллас, ҳозир инсон ресурсларини такомиллаштириш эвазига тараққиётнинг муҳим омилларидан бири бўлган рақамли илм-фан инфратузилмаси яратилмоқда.

Янги Ўзбекистоннинг таълим соҳасидаги ислохотлардан бири илмий эркинлик ва шаффофлик масаласининг илгари сурилаётганлиги билан ҳам боғлиқдир. Бу бевосита илмий изланишларда эркин фикрлаш, диссертация ва бошқа илмий тадқиқотларда очиқликнинг ҳукм суриши, илмий фаолиятни баҳолашда халқаро мезонларга таяниш масаласининг жорий қилиниши билан боғлиқдир. Чунки барча иқтисодий-ижтимоий жараёнлар сингари илм-фан ва таълимда ҳам интеграциялашиш бугунги кунда объектив заруриятга айланиб улгурди.

Таълим ва тарбиянинг натижадорлиги инсон ресурсларини қандай шакллантирилаётганлиги билан изоҳланади. Шу туфайли илмга қизиққан ёшларни эрта аниқлаш, уларда мактабдаёқ тадқиқотчилик кўникмаларини шакллантириш масаласига ҳам аҳамият берилмоқда. Ёшларни илм-фанга қизиқтириш учун ҳозирги пайтда олимлик касбининг жамиятдаги нуфузини оширишга киришилди. Бу масалани янада жадаллаштириш мақсадга мувофиқ, деб ўйлаймиз. Ижодкор, янгиликларни яратувчи олимларнинг кўпайиши том маънода Янги Ўзбекистоннинг мулки ҳисобланади.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, Янги Ўзбекистонда илм-фан жамият тараққиётининг драйвери, иқтисодий ўсиш ва рақобатбардошликнинг асосий омили бўлган инсон ресурсларининг ҳам такомиллашувида муҳим роль ўйнамоқда. Инсон ресурсларининг жамият тараққиётидаги роли ҳал қилувчи ва стратегик аҳамиятга эга. Чунки замонавий тараққиётнинг асосий манбаи табиий бойликлар эмас, балки инсоннинг билими, салоҳияти ва ижодкорлиги натижасида яратилаётган инновацион технологиялар ҳисобланади.

Инсон ресурсларининг асосий ролларидан бири – унинг иқтисодий тараққиётнинг асоси омили эканлиги билан характерлидир. Инсон ресурсларининг такомиллашуви биринчи галда инновация ва янги технологияларни яратганлиги туфайли меҳнат унумдорлигини оширади ва ниҳоят, иқтисодий ўсишнинг барқарорлигини таъминлайди. Бундай салоҳиятли, билимли ва малакали кадрлар мавжуд жамиятда мамлакатнинг ЯИМ тезроқ ўсади ва шу орқали рақобатбардошлик таъминланиш билан бирга камбағаллик ҳам қисқариб боради.

Илм-фан ва инновацияларни ривожлантиришда юқори даражага эга бўлган инсон ресурсларининг роли катта. Бу олимларнинг илмий кашфиётлари орқали рақамли иқтисодиётни шакллантиради, турли стартаплар ва янги бизнес моделларини вужудга келтиради. Инсон ресурсларининг бевосита маҳсули инновация бўлиб, бу ижтимоий тараққиётнинг ҳам барқарорлигини таъминлаш орқали ҳаёт сифатини ҳам ошириб боради. Шу тариқа инсон ресурслари ривожланган жамият шаклланади. Бундай жамиятда таълим ва

тиббӣёт сифати юқори бўлади, камбағаллик камаяди, ижтимоий адолат ва тенглик мустаҳкамланади. Натижада Давлат бошқаруви ва институционал ривожланиш таъминланади. Бундай шароитда салоҳиятли инсонлар шаклланиб, бевосита самарали давлат бошқаруви-ни таъминлайди, коррупцияни камайтиради ҳамда қонун устуворлигини мустаҳкамлайди.

Инсон ресурсларининг ривожланиши миллат рақобатбардошлигини оширади, жаҳон миқёсида давлатлар ўртасида бўладиган мусобақа табиий ресурсларнинг даражаси билан эмас, балка инсон ресурслари даражаси билан ўлчанади. Бунда рақобатлашиш айниқса ҳозирги замонда муҳим бўлиб бормоқда. Чунки, барча инновацион технологиялар, сунъий интеллект кабилар инсон ресурслари орқали яратилмоқда.

Инсон ресурсларини Ўзбекистон мисолида таҳлил қилинадиган бўлса, биринчи галда унинг тушунчасига аҳамият беришни тақозо қилади. Иқтисодий адабиётларда инсон ресурслари тушунчасига кўплаб таърифлар келтирилган. Буларни мунозара қилмасдан, унинг мазмунига қисқача изоҳ бердик. **Инсон ресурслари деганда, инсоннинг билими, касбий малакаси, соғлиғи, тажрибаси, ижодий ва маънавий салоҳияти каби жиҳатларининг йиғиндиси тушунилади.** Замонавий тараққиёт шароитида бу иқтисодий ўсишнинг асосий омили ҳисобланади. Шу туфайли қайси мамлакат рақобатбардош бўлишни, аҳолисининг фаровон яшабини хоҳласи, биринчи галда инсон ресурсларининг такомиллашуви катта аҳамият беришлари лозим.

Ўзбекистонда инсон ресурслари ривожланишининг умумий ҳолати бир мунча ўзига хос томонлари мавжуд. Хусусан, Ўзбекистон аҳолисининг 60 фоиздан ортиғи ёшлардан иборат, бу эса инсон ресурсларининг ривожланиши учун катта демографик имконият ҳисобланади. Сўнгги йилларда “Инсон кадрлари учун” тамойили давлат сиёсатининг марказий ва муҳим масалаларидан бирига айланди. Инсон кадрлари қадирлаш учун, унинг кадрлари кўтариш керак бўлади. Бу албатта унга эътиборни талаб қилади. Мазкур эътибор бир қанча йўналишлардан иборат. Булар:

Биринчидан, инсон ресурсларининг такомиллашувида **таълим соҳасида** ижобий ўзгаришлар содир бўлмоқда. Ҳозирги пайтда мактабгача таълим қамрови сезиларли ошди, олий таълим муассасалари сони кўпайди, хусусий ва хорижий университетлар фаолияти йўлга қўйилди, ёшларни хорижда ўқитиш дастурлари кенгайтирилди, олий таълимга қамров ҳам кўпайди. Шу билан бирга айрим муаммолар ҳам йўқ эмас. Хусусан, таълим сифати ҳудудлар бўйича бир хил даражада эмас, назария ва амалиёт уйғунлиги етарли даражада йўлга қўйилмаган, кадрлар тайёрлаш ҳам бозор талабига тўлиқ мос эмас.

Ҳозирги глобал иқтисодий шароитида ҳар бир мамлакатнинг рақобатга чидамли бўлиши учун малакали касб эгалари ва мутахассислар бошқарадиган замонавий технологиялар ҳал қилувчи аҳамиятга эга эканиги – бу ҳақиқат. Шу туфайли 2025–2030 йилларда таълим соҳасида касбий ва олий таълим тизими сифатини оширишга кенг эътибор қаратилиши қайд этилди. Муҳтарам Президентимизнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномасида “таълим ва тиббӣётда – сифатни янги босқичга олиб чиқадиган илғор хорижий тажрибаларни кенг жорий этиш учун янги технологияларни олиб кирсак, кадрларни илм-фан ва инновацияларга асосланган замонавий касбларга тайёрласак, келгуси беш йилда иқтисодийтимиз ҳажмини 240 миллиард доллардан оширишга барча имкониятларимиз бор”¹, деб таъкидлади.

Таълимни ривожлантириш борасидаги таҳлилий ҳулосаларнинг кўрсатишича, мазкур соҳадаги асосий муаммолар бевосита таълим сифати ва натижадорлигининг пастлиги, илм-фан ва ишлаб чиқариш ўртасида узилишларнинг мавжудлиги, Инсон ресурсларига қўйилган инвестициялар самарадорлигининг пастлиги, малакали кадрларнинг хорижий мамлакатларга “оқиб кетиши” масаласининг мавжудлиги.

Эндиликда таълим сифатини янги босқичга олиб чиқиш учун ўқув дастурларини қайта кўриб чиқиб, уларни такомиллаштириш лозим. Шу асосда ахборот технологияларини яхши биладиган, ўз қарашларини инновация ҳамда тадқиқотга йўналтиришга устуворлик берадиган, IT ва сунъий интеллектга оид касблар бўйича малакали кадрларни

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. 2025 йил 26 декабрь.// “Zarafshon” газетаси. 25 йил 27 декабрь. – 147-148 сон.

тайёрлашга қаратилган масалалар устувор ва долзарб вазифалардан бири ҳисобланади.

Иккинчидан, соғлиқни сақлаш соҳасида ҳам инсон ресурсларининг такомиллашуви учун бир қатор ишлар қилинмоқда. Хусусан, бирламчи тиббий ёрдам ислоҳ қилинмоқда, қишлоқ врачлик пунктлари модернизация қилиниб, янги тиббий технологиялар билан таъминланиш масаласи ҳам жадаллик билан амалга оширилмоқда, соғлом турмуш тарзини тарғиб қилиш ва унга амал қилиш ҳам кучайди. Бундай ижобий жиҳатлар билан бирга мазкур соҳада ҳам айрим муаммолар ҳам йўқ эмас. Буларга малакали тиббий кадрларнинг ҳамон барча ҳудудларда етарли эмаслиги, аҳоли ўртасида профилактикага эътиборнинг сустлиги, айрим ҳудудларда тиббий хизматнинг сифати ҳамон пастлиги, касалликни даволашдан кўра, унинг олдини олиш лозимлиги билан боғлиқ тамойилларнинг ҳамма жойда кенг жорий қилинмаганлиги каби ҳолатларни мисол қилиб келтириш мумкин.

Инсон саломатлигининг бардавомлигида сувнинг роли жуда катта экан. Чунки сув одамнинг иммунитетини яхшилаб, соғломлаштиришдек фазилатга эга экан. Маълумки, инсон танасининг 70-80 %и сувдан иборат экан. Шу туфайли ушбу неъмат инсон ҳаётида жуда катта аҳамиятга эга. Буларни инобатга олиб, одамнинг сочидан озгина олиб, сканер қилиб, 100 дан ортиқ Д.Менделевни микро ва макроэлементларини етишмаслигини аниқлаб, шунга қараб, минерал сувларни таркибини ўрганиб, сув танлаш керак бўлади.

Ҳар бир инсон ресурслари учун соғлом умр кўриш ва самарали меҳнат қилиш қобилиятини мустаҳкамлаш муҳим аҳамият касб этмоқда. Ҳозирда мамлакатимизда умр кўриш муддатларининг мунтазам ошиб бориши билан биргаликда соғлиқ кўрсаткичларининг ҳам яхшиланиши кузатилмоқда. Ушбу масалани 2030 йилгача янада кучайтириш бўйича прогноз қилинмоқда. Чунки, сифатли таълим ва соғлом ҳаёт тарзи инсон ресурсларининг сифатини оширишга хизмат қилади, бу эса узоқ муддатли ижтимоий ва иқтисодий самарани кучайтириш имкониятини яратади.

Ҳар бир инсон ресурслари учун соғлом умр кўриш ва самарали меҳнат қилиш қобилиятини мустаҳкамлаш муҳим аҳамият касб этмоқда. Ҳозирда мамлакатимизда умр кўриш муддатларининг мунтазам ошиб бориши билан биргаликда соғлиқ кўрсаткичларининг ҳам яхшиланиши кузатилмоқда. Ушбу масалани 2030 йилгача янада кучайтириш бўйича прогноз қилинмоқда. Чунки, сифатли таълим ва соғлом ҳаёт тарзи инсон ресурсларининг сифатини оширишга хизмат қилади, бу эса узоқ муддатли ижтимоий ва иқтисодий самарани кучайтириш имкониятини яратади.

Ҳозирги вақтда иқтисодий ва ижтимоий соҳаларга янги технологияларнинг жорий қилиниши, уларни рақамлаштириш ва сунъий интеллект таъсирида дунёда иш ўринларининг сони, шакли ва мазмуни кескин ўзгармоқда. Буларни инобатга олиб, мамлакатимизда ҳам “Яқин беш йилда мавжуд касбларнинг 30 фоизи тўлиқ автоматлаштирилади, 50 фоизи бўйича эса янги малакалар талаб қилинади. Бу жараёнлар бизни ҳам четлаб ўтаётгани йўқ. Саноатда – автоматлашган линиялар, аграр соҳада – ақлли технологиялар, транспортда – интеллектуал бошқарув кундалик ҳодисага айланиб бормоқда. Энди мамлакатимизнинг меҳнат бозори мутлақо янги архитектура асосида – касб, малака, технология ва таълимни бирлаштирадиган ягона механизм сифатида ишлаши зарур”¹ бўлаётганлиги қайд этилди.

Учинчидан, инсон ресурслари билан меҳнат бозори ўртасидаги мувофиқликни таъминлаш. Ҳозирги вақтда иқтисодий ва ижтимоий соҳаларга янги технологияларнинг жорий қилиниши, уларни рақамлаштириш ва сунъий интеллект таъсирида дунёда иш ўринларининг сони, шакли ва мазмуни кескин ўзгармоқда. Буларни инобатга олиб, мамлакатимизда ҳам “Яқин беш йилда мавжуд касбларнинг 30 фоизи тўлиқ автоматлаштирилади, 50 фоизи бўйича эса янги малакалар талаб қилинади. Бу жараёнлар бизни ҳам четлаб ўтаётгани йўқ. Саноатда – автоматлашган линиялар, аграр соҳада – ақлли технологиялар, транспортда – интеллектуал бошқарув кундалик ҳодисага айланиб бормоқда. Энди мамлакатимизнинг меҳнат бозори мутлақо янги архитектура асосида –

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. 2025 йил 26 декабрь.// “Zarafshon” газетаси. 25 йил 27 декабрь. – 147-148 сон.

касб, малака, технология ва таълимни бирлаштирадиган ягона механизм сифатида ишлаши зарур”¹ бўлаётганлиги қайд этилди.

Инсон ресурслари билан меҳнат бозори ўртасидаги мувозанатларни тўғри шакллантириш учун мамлакатимизда бир қанча ишлар амалга оширилди ва оширилмоқда. Яқинда “Ишга марҳамат” мономарказлар ташкил қилинди, касбий таълимни модернизация қилиш бўйича қатор тадбирлар амалга оширилди, стартап ва тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш жараёнлари ҳам жорий қилинди. Бундай кенг қўламли ислохотлар билан бирга айрим муаммолар ҳам ҳамон ўз ечимини кутмоқда. Ҳозирги кунда ёшлар ишсизлиги асосий муаммолардан бири сифатида тўлиқ ҳал қилинган эмас, касб-ҳунар таълими етарлича самарали бўлмаяпти, меҳнат миграцияси натижасида инсон ресурслари чиқиб кетишига сабаб бўлмоқда ва ҳ.к. Буларни ҳам ўнглаш бўйича тегишли чора-тадбирлар кўриломоқда.

Меҳнат бозорининг моҳияти бевосита ишчи кучи (меҳнат таклифи) билан иш берувчиларнинг иш ўринларига бўлган эҳтиёжи (меҳнат талаби) ҳамда меҳнат нархи (иш ҳақи) шаклланадиган ижтимоий-иқтисодий муносабатларни қамраб олади. Бунда меҳнат бозорининг субъектлари ва объекти иштирок этади.

Меҳнат бозорининг субъектларига ишчи кучи эгалари (ходимлар, иш изловчилар), иш берувчилар (корхона, ташкилотлар, давлат) ва Давлат (меҳнат қонунчилиги, бандлик сиёсати орқали) қиради. Объектига эса, инсон ресурси, меҳнат қобилияти қиради. Буларни тартибга солувчи асосий механизмларга меҳнатга талаб ва таклиф, иш ҳақи (меҳнатнинг баҳоси), бандлик ва ишсизлик даражаси қиради.

Қайд этиш жоизки, ҳозирги шароитда меҳнат бозорининг вазифалари ҳам муҳим аҳамиятга эга. Буларга тақсимловчи, рағбатлантирувчи, ахборот берувчи, ижтимоий ҳимоя каби механизмлар қиради. Тақсимловчи босқичида меҳнат ресурсларини соҳалар ва ҳудудлар бўйича тақсимлайди, рағбатлантирувчи босқичда иш ҳақи орқали самарадорликни оширади, ахборот берувчи босқичда эса қайси касбларга талаб юқори ёки паст эканини кўрсатади, ижтимоий ҳимоя босқичида меҳнат ҳуқуқлари ва қафолатларни таъминлайди. Бунда меҳнат бозорининг барча турлари иштирок этади. Буларга ички ва ташқи меҳнат бозори, расмий ва норасмий меҳнат бозори, миллий, ҳудудий ва халқаро меҳнат бозорлари қиради.

Кўриниб турибдики, меҳнат бозори жамиятда бандликни таъминлаш, инсон капиталини ривожлантириш ва иқтисодий ўсиш учун муҳим институт ҳисобланади. Шу йўл билан меҳнат ресурсларидан оқилона фойдаланишга хизмат қилади.

Тўртинчидан, инновация ва рақамли иқтисодиётга мос инсон ресурсларини шакллантириш масаласи ҳам бугунги кунда ўта долзарб масалалардан бири ҳисобланади. Ушбу масалаларни ҳал қилиш учун IT Park ва стартап экотизими шаклланоқда, ёшлар орасида дастурлашга қизиқиш ортмоқда ва шу йўналишда катта ишлар олиб борилмоқда. Аммо илмий тадқиқотлар ва унга қилинадиган харажатлари ҳали паст.

Инновация ва рақамли иқтисодиёт шароитида Инсон ресурслари анъанавий билим билан чекланиб қолмасдан, юқори даражада мослашувчан, ижодкор ва рақамли кўникмаларга эга бўлган инсон бўлиши керак. Инновацион иқтисодиёт учун Инсон ресурслари математика, ахборот технологиялари, муҳандислик, табиий фанларни ҳам билишлари лозим, Бундай кадрларда иқтисодий ва молиявий саводхонлик ҳам етарли бўлиши керак. Шунингдек, замонавий кадрлар менежмент ва лойиҳа бошқаруви асосларини, турли тилларни билишлари лозим. Айниқса халқаро рақамли муҳит учун инглиз тилини ўрганиш ҳам мақсадга мувофиқ.

Замонавий Инсон ресурслари рақамли кўникмаларга эга бўлиб, компьютер ва интернетдан самарали фойдаланиш, маълумотлар таҳлилини шу технологиялар асосида амалга ошириш, сунъий интеллект, блокчейн, булутли технологиялар ҳақида тушунчаларга эга бўлиш, киберхавфсизлик маданиятини билиш, онлайн платформалар ва рақамли сервислар билан ишлаш кўникмасига ҳам эга бўлишни тақозо қилади.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. 2025 йил 26 декабрь.// “Zarafshon” газетаси. 25 йил 27 декабрь. – 147-148 сон.

Шунингдек, замонавий Инсон ресурслари инновацион фикрлаш ва ижодкорлик фазилатларига ҳам эга бўлишлари лозим. Бундай Инсон ресурслари янгича фикрлай оладиган, муаммоларга инновацион ечим топа оладиган, тадқиқот ва тажрибага мойил бўлган, стартаплар ва янги бизнес моделларини ярата оладиган бўлиши зарур. Бундай инновация муҳитда инсон тез мослашувчан, танқидий фикрлайдиган, жамоада ишлай оладиган, коммуникация ва лидерлик қобилиятига эга, масъулиятли ва ташаббускор бўлиши лозим. Бундай ижтимоий ва шахсий сифатларга эга Инсон ресурслари рақамли иқтисодиёт шароитига мос бўлиши, инсон доимий равишда ўз билим ва кўникмаларини янгиллаб бориши, онлайн курслар, қайта тайёрлаш дастурларига доимий иштирок этиб, янгиликларни билишлари, амалий кўникмаларга асосланган таълимни эгаллашлари муҳим аҳамиятга эга. Узлуксиз такомиллаштишни хоҳлаган инсон узлуксиз таълим билан узлуксиз шуғулланиб боришини тақозо қилади.

Инновацион жамиятда инсон ахлоқий ва ҳуқуқий маданиятга ҳам эга бўлиши лозим. Бундай шахслар ахборотдан масъулият билан фойдаланиши, муаллифлик ҳуқуқи ва интеллектуал мулкни ҳурмат қилиши, коррупцияга қарши иммунитетга эга бўлиши, касбий этикага амал қилиши ҳам лозим бўлади. Хуллас, инновация ва рақамли иқтисодиётга мос замонавий Инсон ресурслари (ЗИК) бир қанча фазилатларга эга бўлиши лозим. Буни қуйидаги формула орқали ифодалаш мумкин.

$$\text{ЗИК} = \text{Б} + \text{Рс} + \text{И} + \text{Аб} + \text{Уў};$$

Бунда ЗИК – замонавий Инсон ресурслари;

Б – билимли;

Рс - рақамли саводхонлик;

И – ижодкорлик;

Аб - ахлоқий баркамол;

Уў - узлуксиз ўрганувчи шахс.

Бешинчидан, инсон ресурсларини такомиллаштириш орқали ижтимоий тараққиётга эришиш масаласи ҳам “Ўзбекистон - 2030” стратегиясида кўзда тутилган масалалардан бири. Бунга эришишнинг муҳим йўналишларидан бири камбағалликни қисқартириш эвазига ўрта синфни шакллантиришга қаратилган. Чунки Ўзбекистонда камбағалликни қисқартириш сиёсати айнан Инсон ресурсларини ривожлантиришга қаратилган. Етарли даражадаги Инсон ресурслари фуқаролик жамиятини мустақамлашга ҳам хизмат қилади. Бу эса жамиятнинг нафақат ижтимоий, балки иқтисодий ривожланишини ҳам таъминлашда муҳим омил ҳисобланади.

Ижтимоий тараққиёт жамият ҳаётининг барча соҳаларида сифат жиҳатдан юксалиш, инсоннинг турмуш даражаси ва камолотини таъминлашга қаратилган узлуксиз, қонуний ва мақсадли ривожланиш жараёни сифатида жамиятнинг ривожланишида муҳим аҳамиятга эга. Чунки ижтимоий тараққиёт, бу бевосита ижтимоий муносабатларнинг такомиллашувини, жамият аъзолари ўртасидаги ҳамкорлик ва адолатнинг мустақамланишини, инсон манфаатларининг устуворлигини таъминлашга қаратилганлиги билан аҳамиятли ҳисобланади.

Ижтимоий тараққиётнинг асосий моҳияти инсон фаровонлигида намоён бўлади. Бу аҳолининг ҳаёт сифати яхшиланиши, аҳоли даромадларининг ўсиши, камбағаллик ва ижтимоий тенгсизликнинг қисқаришини кабиларни ўз ичига олади. Бунга эришишнинг муҳим йўлларида бири ижтимоий адолатни қўлга киритишдир. Бунга ҳуқуқ ва имкониятларда тенгликни таъминлаш, ижтимоий ҳимоя тизимининг ривожлантириш, аҳолининг ижтимоий заиф қатламларини қўллаб-қувватлаш орқали эришилади.

Ижтимоий тараққиётга эришишнинг йўлларида бири ҳам таълим-тарбия ва маърифатни юксалтиришга қаратилган. Бунинг учун ҳам сифатли таълимга кенг имкониятлар очиб берилиши, илм-фан ва инновациянинг ривожланишига эришиши Инсон ресурслари салоҳиятининг ошишрилишини тақозо қилади. Ушбу омиллар таркибида соғлиқни сақлаш масаласи ҳам муҳим йўналишлардан биридир. Бунинг учун ҳам замонавий тиббий хизматларни, аҳоли саломатлигини муҳофаза қилиш имкониятларини, умрнинг давомийлигини ошириш лозим бўлади.

Ижтимоий тараққиёт таркибида маънавий-маърифий ривожланиш, хусусан, миллий кадриятлар ва умуминсоний кадриятлар уйғунлигини, ахлоқ, маданият ва маънавият юксалишини таъминлаш масаласи ҳам устувор вазифалардан биридир. Бунга эришиш учун ҳам ижтимоий тараққиёт омиллари, хусусан, иқтисодий ўсиш ва барқарорликнинг таъминланишига, самарали давлат сиёсатини юритишга, инсон ресурслари сифатини мунтазам равишда ошириб боришга, илм-фан ва инновация ҳамда фуқаролик жамияти институтлари имкониятларидан самарали фойдаланишни тақозо қилади.

Ижтимоий тараққиётнинг замонавий хусусиятларини, хусусан жараёнларнинг рақамлашуви ва инновацияларга таянади. Бунда инсон ҳуқуқлари ва эркинликларини устувор ҳисоблаган ҳолда барқарор тараққиёт тамойилларига асосланади. Шу йўл билан жамиятда ижтимоий масъулиятни кучайтиради. Хулоса қилиб айтганда, ижтимоий тараққиёт инсон манфаатларига хизмат қилувчи, адолатли, билимли, соғлом ва маънавий баркамол жамиятни шакллантиришдан иборатдир.

Олтинчидан, инсон ресурсларининг ривожланишида маънавий ва маданий тараққиётнинг ҳам ўзига хос ўрни бор. Етук Инсон ресурслари миллат маънавиятининг, унинг ахлоқи, онгининг миллий кадриятларни асраш ва ривожлантиришга хизмат қиладиган даражада бўлади.

Инсоннинг маънавий-маърифий ривожланиши инсон ва жамиятнинг маънавий кадриятлари, ахлоқи, билим ва тафаккур жиҳатидан юксалиши, шахснинг онги, дунё-қараши ва маданиятининг изчил равишда такомиллашиб бориш жараёни тушунилади.

Маънавий-маърифий ривожланишнинг моҳияти шундаки, бу орқали ривожланиш инсоннинг ички дунёсини бойитади, унинг ахлоқий қарашларини шакллантиради, илм ва маърифатни кучайтириш натижасида жамият тараққиётига хизмат қилади. Маънавий-маърифий ривожланишнинг асосий таркибий қисмларига эътиборни қаратадиган бўлсак, биринчи ўринда **маънавият** туради. Бу инсоннинг иймон-этиқоди, виждон, инсофлилиги, ҳалоллиги, ватанпарварлиги, инсонпарварлиги, миллий ва умуминсоний кадриятларга ҳурматни ўзида ифода этади. Ушбу таркибди **маърифат** ҳам мавжуд. Бу ўз ичига илм ва билимга интилишни, таълим ва тарбиянинг уйғунлигини таъминлашни, инсоннинг ақлий салоҳияти ва тафаккурининг ривожини, танқидий ва мустақил фикрлаш жараёнларини камраб олади.

Шу жиҳатдан, маънавий-маърифий ривожланишнинг жамият ҳаётидаги аҳамияти ҳам катта. Бу бевосита баркамол авлодни тарбиялашда, ижтимоий барқарорликни таъминлашда, илм-фан ва инновацияга замин яратишда, ёт ғояларга қарши маънавий иммунитетни шакллантирда муҳим омил бўлиб хизмат қилади. Бугунги замонавий рақамли муҳитда ҳам маънавий-маърифий ривожланиш ахборотлардан фойдаланиш маданиятини ошириш, ёшларни соғлом тафаккур асосида тарбиялаш, илм-фан ва маънавият уйғунлигини таъминлаш, миллий кадриятларни замонавий тараққиёт билан боғлашга хизмат қилади.

Қисқача қилиб айтганда, маънавий-маърифий ривожланиш инсоннинг ахлоқий поклиги, билимлилиги ва тафаккур юксаклиги орқали жамият тараққиётини таъминловчи асосий омил бўлиб ҳисобланади.

Ўзбекистон келажаги инсон ресурслари ва ундан самарали фойдаланиш билан боғлиқ. Табиий ресурслар чекланган, аммо билимли, соғлом ва ижодкор инсонлар — чекланмас бойликдир. Шу туфайли фақат инсон ресурсларини ривожлантириш орқали Ўзбекистон рақобатбардош, инновацион ва адолатли жамиятга айланиши мумкин. Инсон ресурслари жамият тараққиётининг ҳаракатлантирувчи кучи. Шу туфайли уни ривожлантирмасдан туриб иқтисодийетни ҳам, сиёсатни ҳам, маданиятни ҳам тўлақонли тараққий эттириб бўлмайди.

Хулоса қилиб айтганда, 2025–2030 йилларда Ўзбекистон учун инсон ресурслари жиҳатидан муҳим босқич бўлади. Демографик салоҳият, меҳнат бозорида ўсиш рўй беради, таълим ва соғлиқни сақлаш тизимларининг ривожланиши содир этилади. Пировардида буларнинг барчаси инсон ресурсларини мавжуд имкониятларга айлантириши мумкин.

Юқорида келтирилган натижаларни амалга ошириш учун қуйидагиларга алоҳида аҳамият бериш лозимлигини тавсия қиламиз:

Биринчидан, таълим ва касбга тайёрлаш тизимларини бугунги инновацион ривожланишга мослашган бозор талабига мослаштирган ҳолда ривожлантириш йўллари ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ.

Иккинчидан, малакали кадрлар учун иш жойларини ташкил қилиш имкониятларини яратиш лозим. Чунки замон талаби интеллектуал салоҳиятли ходимларни талаб қилмоқда. Аммо булар бир томондан тўлиқ етишмаётган бўлса, иккинчи томондан мавжудлари ҳам тўлиқ иш билан таъминланиш имконияти ҳам етарли эмас.

Учинчидан, меҳнат миграцияси ва ишсизликни камайитириш сиёсатларини мувофиқлаштириш зарур. Бу бўйича қилинаётган ишларни барча ҳудудларда бир маромда олиб боришни таъминлаш мақсадга мувофиқ бўлади.

Тўртинчидан, юқоридаги йўналишларни амалга ошириш учун яна бир стратегик таклифларимиз, таълим сифатини эмпирик натижага боғлаш, илм-фан, бизнес ва давлат ҳамкорлигини кучайтириш, ёшлар салоҳиятини ҳудудларни ривожлантиришга йўналтириш ва ҳар бир ҳудудда салоҳиятли ёшларни тарбиялаб етиштириш лозим, деб ҳисоблаймиз. Ҳар бир ходимнинг салоҳиятига баҳо бериш учун **инсон ресурслари индекси**га асосланган баҳолаш тизимини жорий этиш ҳам мақсадга мувофиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. 2025 йил 26 декабрь.// “Zarafshon” газетаси. 25 йил 27 декабрь. – 147-148 сон.
2. M.Q.Pardayev, S.A.Babanazarova, O.M. Pardayeva. Mehnat bozori transformatsiyasi. (O‘quv qo‘llanma). – T.: «Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi», 2025, 328 b.
3. Параев М.Қ., Бабаназарова С.А., Пардаева И.М. Меҳнат бозори трансформацияси фани назарияси. Услубий қўлланма. Самарқанд, СамИСИ, 2025 – 52 бет.
4. Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев, Бекруз Шарафитдин ўғли Усманов. Инновацион ёндошувлар орқали инсон ресурсларини ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш йўллари. // “Сервис” илмий-амалий журнал. 2024 йил 4/1-сон. – 17-22 бетлар.
5. M.Q.Pardayev, O.M.Pardayeva, S.A.Babanazarova. Inson resurslari analitikasi (tahlili) fanning predmeti va obyekti bo‘yicha mulohazalar.// Журнал: “Человеческий капитал и социальное развитие”. (“Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish jurnali”). 2025 йил 13-жилд. 1-сон. – 66-70 бетлар.
6. https://www.statista.com/outlook/co/socioeconomic-indicators/uzbekistan?utm_source=chatgpt.com. "Socioeconomic Indicators - Uzbekistan | Market Forecast"
7. https://www.ifs.du.edu/IFs/frm_CountryProfile/UZ/FEMSHRLAB?utm_source=chatgpt.com "Key Development Forecasts for Uzbekistan"
8. https://www.kun.uz/en/news/2024/10/19/uzbekistan-plans-to-halve-poverty-by-the-end-of-2025-through-economic-growth-and-human-capital-investment?utm_source=chatgpt.com. "Uzbekistan plans to halve poverty by the end of 2025 through economic growth and human capital investment"
9. https://one.uz/en/news/uzbekistan/18744-the-labor-force-is-increasing-in-uzbekistan-s-labor-market.html?utm_source=chatgpt.com. "The labor force is increasing in Uzbekistan's labor market - One.uz, 23.08.2025".
10. https://www.uzdaily.uz/uzc/bmt-2025-yilda-o%CA%BBzbekiston-yaim-59-ga-o%CA%BBsadi/?utm_source=chatgpt.com. "БМТ: 2025 йилда Ўзбекистон ЯИМ 5,9% га ўсади — UzDaily.uz"
11. https://www.uzdaily.uz/uzc/markaziy-bank-2026-yilda-real-yaim-o%CA%BBsishi-5565-foizni-tashkil-qilishi-prognoz-qilinmoqda/?utm_source=chatgpt.com. "Марказий банк: 2026 йилда реал ЯИМ ўсиши 5,5–6,5 фоизни ташкил қилиши прогноз қилинмоқда — UzDaily.uz".

М.Пардаев, О.Пардаева Богатство Нового Узбекистана измеряется человеческими ресурсами Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с богатством Нового Узбекистана – его измерением посредством человеческих ресурсов. Дается определение человеческих ресурсов. Оно основано на том, что для оценки человеческой ценности необходимо повышать ее. Для этого предлагаются шесть направлений. К ним относятся образование, здравоохранение, обеспечение соответствия человеческих ресурсов рынку труда, формирование человеческих ресурсов, пригодных для инноваций и цифровой экономики, достижение социального развития посредством совершенствования человеческих ресурсов, а также роль духовно-культурного развития в развитии человеческих ресурсов. Также приводятся научные рекомендации, разработанные по результатам исследования. Ключевые слова: человек, человеческие ресурсы, образование, здравоохранение, рынок труда, инновации и цифровая экономика, социальное развитие, духовно-культурное развитие, высшие учебные заведения, наука, инновационные проекты.	M.Pardaev, O.Pardaeva The wealth of the New Uzbekistan is measured by human resources Abstract. This article examines issues related to the wealth of the New Uzbekistan, as measured by human resources. A definition of human resources is provided, based on the premise that human value must be enhanced to assess it. Six areas are proposed for this purpose. These include education, healthcare, ensuring that human resources are aligned with the labor market, developing human resources suitable for innovation and the digital economy, achieving social development through improving human resources, and the role of spiritual and cultural development in human resource development. Research recommendations based on the research findings are also provided. Keywords: people, human resources, education, healthcare, labor market, innovation and the digital economy, social development, spiritual and cultural development, higher education institutions, science, and innovative projects.
--	---

Сарвар Аюбовна Исхакова – СамИСИ доценти, иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)

ЎЗБЕКИСТОНДА ХИЗМАТЛАР СОҲАСИНИ МОДЕРНИЗАЦИЯ ВА ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ҚИЛИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация. Мақолада иқтисодиётнинг таркибий ўзгаришлари ва рақамлаштириш шароитида хизматлар соҳасини модернизация қилиш ва диверсификациялашнинг асосий йўналишлари ёритилган. Хизматлар соҳасининг иқтисодий ўсиш, рақобатбардошликни ошириш ва аҳоли турмуш сифати яхшилашдаги роли асослаб берилган. Модернизациянинг назарий асослари, диверсификациянинг моҳияти ҳамда уларнинг инновацион ривожланиш ва рақамли трансформация билан боғлиқлиги очиб берилган. Таълим, молия, туризм ва ижтимоий хизматлар каби устувор сегментлар таҳлил қилиниб, хизматлар турини кенгайтириш ва сифатини оширишга қаратилган самарали давлат сиёсати бўйича амалий тавсиялар таклиф этилган.

Калит сўзлар: хизматлар соҳаси, модернизация, диверсификация, рақамли трансформация, сервис иқтисодиёти, сервисга йўналтирилган ривожланиш модели, инновацион хизматлар.

Кириш. XXI асрда хизмат кўрсатиш соҳаси миллий иқтисодиётларнинг етакчи секторига айланди. У ялпи ички маҳсулот, бандлик ва аҳоли турмуш даражасидаги ўзгаришларнинг асосий тенденцияларини белгилайди. Глобаллашув, рақамлаштириш ва билимлар иқтисодиётига ўтиш шароитида хизматлар қўшимча қиймат яратишнинг, инновациялар ва рақобатбардош устунликларнинг асосий манбаига айланиб бормокда.

Халқаро ташкилотларнинг маълумотларига кўра, аксарият ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларда хизмат кўрсатиш соҳаси ЯИМнинг 50-70% дан ортигини ташкил қилади ва унинг ўсиш суръати саноат ва кишлоқ хўжалиги тармоқларидан юқори. Бу ҳолат хизмат кўрсатишга йўналтирилган ривожланиш моделига ўтишни акс эттиради, бунда хизматлар барқарор иқтисодий ўсиш ва ижтимоий барқарорликни таъминлашда муҳим рол ўйнайди.

Ўзбекистон Республикаси учун бу тенденциялар, айниқса, кенг қўламли таркибий ислохотларнинг амалга оширилиши, иқтисодий либерализация ва глобал бозорларга фаол интеграциялашувни амалга ошириш шароитида, айниқса муҳимдир. Жаҳон банки

маълумотларига кўра, 2024-йилда хизмат кўрсатиш соҳасининг мамлакат ялпи ички маҳсулотига қўшган ҳиссаси 47,4% га етди, саноат 23,5%, қишлоқ хўжалиги 20,6% ва қурилиш 7,1%ни ташкил этди.¹ Бу тенденциялар хизмат кўрсатишга йўналтирилган ўсиш моделининг пайдо бўлишидан далолат беради ва хизмат кўрсатиш соҳасининг ижтимоий-иқтисодий ривожланишда асосий омил сифатидаги ролини объектив равишда кучайтиради. Шу билан бир қаторда глобал рақамли трансформация ва билимлар иқтисодиётининг ривожланиши хизматларнинг табиати ва мазмунини тубдан ўзгартириб, уларни юқори технологияли ва капитал талаб қиладиган соҳага айлантирмоқда. Сўнгги йиллардаги инкироз зарбалари, глобал таъминот занжирларидаги узилишлар мавжуд бизнес моделларининг заифлигини очиб берди ва хизмат кўрсатиш соҳаси фаолиятини модернизация қилиш ва диверсификациялашнинг муҳимлигини кучайтирди. Шунингдек, Ўзбекистон учун хизмат кўрсатиш соҳаси иш ўринларини яратиш, даромадларни ошириш ва минтакалардаги ижтимоий-иқтисодий тафовутларни камайтиришнинг муҳим манбаи ҳисобланишини инобатга олсак, хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш ва диверсификация қилишнинг моҳиятини ҳар томонлама очиб бериш, уларнинг асосий йўналишлари ва воситаларини аниқлаш, шунингдек, уларни Ўзбекистон Республикасида амалга ошириш амалиётини таҳлил қилиш муҳим аҳамият касб этади.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили. Хорижий ва маҳаллий илмий манбаларнинг таҳлили шуни кўрсатдики, хизмат кўрсатиш соҳаси ҳозирги вақтда иқтисодий ўсиш ва таркибий ўзгаришларнинг асосий омили бўлиб бормоқда. Хорижий олимлар асарларида² хизмат кўрсатишга йўналтирилган ривожланиш моделига ўтиш хизматлар таркибининг мураккаблашуви, рақамли технологияларнинг жорий этилиши ва истеъмолчиларга йўналтирилган янги бизнес моделларининг пайдо бўлиши билан бирга амалга оширилишини таъкидланмоқда. Бироқ, кўпгина тадқиқотлар модернизация ва рақамлаштиришнинг умумий назарий жиҳатларига қаратилган бўлса-да, хизмат кўрсатиш соҳасида, айниқса ривожланаётган иқтисодиётларда модернизация ва диверсификация жараёнларининг уйғунлиги ҳали етарлича ўрганилмаган.

Маҳаллий илмий тадқиқотчилар асарларининг³ таҳлили хизмат кўрсатиш соҳасида рақамли трансформация ва инновацион ривожланиш масалаларига қизиқишнинг ортиб бораётганлигини кўрсатди. Тадқиқотчилар рақамли платформалар, электрон тижорат, финтех-ечимлари ва онлайн хизматларнинг хизматлар самарадорлиги ва улардан фойдаланиш имкониятини оширишдаги омиллар сифатидаги аҳамиятини таъкидлайдилар. Бироқ, мавжуд тадқиқотлар одатда модернизация ва диверсификацияни алоҳида соҳаларда (туризм, коммуникация, молия, савдо) ёки фақат рақамлаштириш нуқтаи назаридан ўрганади, уларнинг ўзаро боғлиқлиги ва бир-бирини тўлдирувчи табиати ҳақида яхлит тушунчани ривожлантирмайди. Бундан ташқари, хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш ва диверсификация қилиш шароитида давлат сиёсати, институционал механизмлар ва бозор воситаларини уйғунлаштириш масалалари ҳам етарли даражада ҳал қилинмаган. Бу эса ўз навбатида хизмат кўрсатиш соҳасини рақамли трансформацияни назарда тутган ҳолда модернизациялаш ва диверсификация қилиш йўналишларини ҳар томонлама ўрганишни ва хизмат кўрсатиш соҳасининг рақобатбардошлигини ошириш бўйича амалий тавсиялар ишлаб чиқишнинг долзарблигини тақозо қилади.

Тадқиқот методологияси. Тадқиқотда мантикий таҳлил, илмий кузатиш, қиёсий таҳлил ва бошқа усуллар қўлланилган.

Таҳлил ва натижалар. Иқтисодий ривожланишдаги глобал тенденциялар ва Ўзбекистон Республикасининг ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг ўзига хос

¹ Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитасининг расмий сайти. [Электрон ресурс]. Кириш йўли: www.stat.uz. (мурожаат қилинган сана 30.01.2026).

² Bell D. The Coming of Post-Industrial Society. — New York: Basic Books, 1973; Toffler A. The Third Wave. — New York: Bantam Books, 1980; Lovelock, C., & Wirtz, J. Services Marketing. 2016; Buhalis, D., & Leung, D. Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. International Journal of Hospitality Management. 2018.

³ Абдуллаев М.О. Тенденции и перспективы развития сферы услуг в Узбекистане — междисциплинарный анализ ключевых сегментов служб. 2025; Исакова С.А. Цифровая трансформация в сфере услуг. 2026; Усмонова В. The Role of Digitalization in the Development of the Service Sector. 2024; Насиров Д., Нуриддинова У., Мусурмонова П. и Чориев Я. Тенденции инновационного развития сферы услуг в Узбекистане. 2025; Гафурова Р.Р. Диверсификация услуг связи на основе цифровых технологий. 2026.

хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда, хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш ва диверсификация қилиш кенг қамровли ва тизимли бўлиши керак. Бу бир вақтнинг ўзида хизмат кўрсатиш фаолиятининг технологик, институционал, ташкилий, бошқарув ва инсон ресурслари компонентларини янгилашни, шунингдек, кўрсатиладиган хизматлар тури ва шакллари кенгайтиришни ўз ичига олади.

Рақамли трансформация хизмат кўрсатиш соҳасини модернизация қилишнинг асосий йўналиши бўлиб, онлайн платформалар, мобил иловалар ва хизмат кўрсатиш жараёнларини бошқаришда ахборот тизимларини жорий этишни ўз ичига олади. Рақамли технологиялардан фойдаланиш хизмат кўрсатишнинг узлуксизлигини таъминлайди, транзакция харажатларини камайтиради ва хизмат кўрсатиш бозори иштирокчилари ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг шаффофлигини оширади.

Ўзбекистон Республикасида туризм, овқатланиш, логистика, молиявий хизматлар ва таълим хизматлари соҳаларида рақамли хизматларни ривожлантириш бўйича лойиҳалар аллақачон амалга оширилмоқда. Электрон платформаларнинг ривожланиши истеъмолчилар билан бевосита ўзаро алоқага йўналтирилган янги бизнес моделларининг пайдо бўлишига ёрдам бермоқда ва кичик ва ўрта бизнес учун имкониятларни кенгайтиради.

Инфратузилмани технологик модернизация қилиш, айниқса транспорт, алоқа, энергетика ва коммунал хизматлар каби капитал талаб қиладиган соҳаларда хизматлар сифати ва мавжудлигини ошириш учун жуда муҳимдир. Ақлли бошқарув тизимлари, рақамли сенсорлар ва автоматлаштирилган мониторинг платформаларини жорий этиш хизмат кўрсатиш ишончилигини оширади ва операцион харажатларни камайтиради.

Транспорт ва рақамли инфратузилмани модернизация қилиш, замонавий меҳмонхоналар қуриш ва экологик тоза турар жой вариантларини ривожлантириш туризм ва минтақавий хизмат кўрсатиш кластерларини ривожлантириш учун айниқса муҳимдир. Ўзбекистонда бу соҳалар туризм ва минтақавий инфратузилмани ривожлантириш бўйича давлат дастурларида мустаҳкамланган.

Хизмат кўрсатиш соҳасидаги модернизациянинг табиати ва суръатига институционал муҳит ҳал қилувчи таъсир кўрсатади. Норматив-ҳуқуқий базани такомиллаштириш, маъмурий масалаларни соддалаштириш, рақобатни ривожлантириш ва истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш хизмат кўрсатиш компанияларида инвестицияларни жалб қилиш ва инновацияларни рағбатлантириш учун шароит яратади.

Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш корхоналарини рўйхатдан ўтказишни осонлаштириш, хизмат сифатини стандартлаштириш ва экспортга йўналтирилган хизматларни қўллаб-қувватлаш чоралари долзарбдир. Рақамли платформалар, онлайн тўловлар ва электрон тижорат хизматларини тартибга солиш учун ҳуқуқий асосни ишлаб чиқиш алоҳида аҳамиятга эга.

Замонавий хизмат кўрсатиш компаниялари тобора кўпроқ рақамли воситалар ва маълумотлар таҳлиliga асосланган мижозларга йўналтирилган бошқарув моделларига ўтмоқда. CRM тизимлари, тежамкор технологиялар ва мослашувчан лойиҳаларни бошқариш усуллари жорий этиш хизмат кўрсатиш вақтини қисқартиришга ва мижозлар қониқишини оширишга ёрдам беради.

Хизмат кўрсатишга йўналтирилган иқтисодиётни ривожлантириш бўйича жаҳон тажрибаси шуни кўрсатадики, хизмат кўрсатиш экотизимларини ва кенг қамровли таклифларни яратадиган компаниялар юқори рентабеллик ва барқарорликка эришадилар. Ўзбекистон корхоналари учун бундай ёндашувлар, айниқса, туризм, логистика ва саноат хизматлари соҳаларида долзарбдир.

Хизмат кўрсатиш сифатини инсон капиталини ривожлантиришга сармоя киритмасдан кўтариш мумкин эмас. Кадрлар модернизацияси рақамли, бошқарув ва коммуникация компетенцияларини ривожлантириш, юмшоқ кўникмаларни ривожлантириш ва узлуксиз ўқув дастурларини амалга оширишни ўз ичига олади.

Ўзбекистон Республикаси учун АКТ хизматлари, молия сектори, туризм ва креатив соҳалари учун кадрлар тайёрлаш устувор вазифа ҳисобланади. Дуал таълимни ва олий таълим ташкилотлари ҳамда бизнес ўртасидаги ҳамкорлик ривожлантириш меҳнат бозори талаблари ва касбий тайёргарлик тизими ўртасидаги тафовутни камайтиришга ёрдам беради. Хизмат кўрсатиш соҳасини диверсификация қилиш янги турдаги хизматларни

ишлаб чиқиш ва мавжуд корхоналарнинг маҳсулот турларини кенгайтиришни ўз ичига олади. АТ-аутсорсинг, консалтинг, таълим ва тиббий хизматларни ўз ичига олган билимларга асосланган хизматларни ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилади.

Корхоналар миқёсида диверсификация қўшимча хизматларни қўшиш орқали амалга оширилади: меҳмонхоналар спа ва конференция хизматларини ривожлантирмоқда, банклар масофавий хизмат кўрсатиш ва номолиявий хизматларни ривожлантирмоқда, логистика компаниялари эса омборхона ва ахборот хизматларини ривожлантирмоқда. Бундай стратегиялар корхоналар фойдасини ошириш ва даромадлар барқарорлигига ҳисса қўшади.

Худудий диверсификация худудларнинг рақобатбардошлигини ҳисобга олган ҳолда хизмат кўрсатиш кластерларини ривожлантиришни ўз ичига олади. Ўзбекистонда маданий-тарихий ва табиий ресурсларга бой худудлар туризм ва логистика кластерларини ташкил этиш бўйича катта салоҳиятга эга.

Тармоқлараро диверсификация саноат ва қишлоқ хўжалиги соҳалари билан хизматларни интеграциялашувини назарда тутиб, у иқтисодиёт бўйича умумий унумдорликнинг ўсишига ҳисса қўшади. Ишлаб чиқариш хизматлари, агросервис хизматлари ва логистика хизматларининг ривожланиши даромадлар барқарорлигини ва базавий тармоқларнинг рақобатбардошлигини оширади.

Хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш ва диверсификация қилишнинг таклиф этилаётган йўналишларининг амалий қўлланилишини баҳолаш учун биз Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатиш соҳаларини ривожлантиришнинг ҳозирги тенденцияларини акс эттирувчи бир қатор умумлаштирилган ҳолатларни кўриб чиқамиз.

Электрон брон қилиш платформалари, онлайн тўловлар ва рақамли гидларнинг ривожланиши сайёҳлик компанияларига мижозлар доирасини кенгайтириш ва хизмат кўрсатиш сифатини яхшилаш имконини берди. Меҳмонхона бизнеси ва умумий овқатланиш корхоналарида рақамли хизматларнинг жорий этилиши хизматларни индивидуллаштириш ва кенг қамровли сайёҳлик маҳсулотларини яратишга ёрдам беради. Тажриба шуни кўрсатадики, рақамли маркетинг ва мижозлар билан муносабатларни бошқариш воситаларидан фойдаланадиган меҳмонхоналарда хоналарнинг бандлик даражасининг юқори кўрсаткичларини ва ўртача чекни намоён қилганлигини кўрсатади, бу эса ўз навбатида молиявий натижаларга ижобий таъсир кўрсатади.

Молия секторида мобил банкинг, электрон тўлов тизимлари ва финтех-ечимларининг фаол жорий этилиши жисмоний шахслар ва кичик бизнес учун молиявий хизматлардан фойдаланиш имкониятини сезиларли даражада оширди. Масофавий хизмат кўрсатиш каналларининг кенгайиши операцион харажатларни камайтирди ва молиявий операцияларни тезлаштирди.

Рақамли сервислар асосида хизмат кўрсатадиган молиявий институтлар кучли рақобат шароитида мижозларга йўналтирилган фаолиятнинг юқори даражасини ва барқарорликни намоён этмоқдалар, бу эса рақамли трансформациянинг хизматларни модернизация қилишнинг самарали йўналиши эканлигини тасдиқлайди.

Ўзбекистонда логистика хизматларини модернизация қилиш юкларни ташишни бошқаришда ахборот бошқарув тизимларини, рақамли ҳужжатлар оборотини ва юкларни кузатишни реал вақт режимида жорий этишни ўз ичига олади. Бу юкларни етказиб бериш вақтини қисқартиришга, логистика харажатларини камайтиришга ва операциялар шаффофлигини оширишга ёрдам беради.

Мултимодал логистика марказлари ва хизмат кўрсатиш кластерларининг ривожланиши мамлакатнинг транзит салоҳиятини мустаҳкамлайди ва миллий иқтисодиётнинг минтақавий транспорт йўлакларига интеграциялашувини рағбатлантиради.

Хулоса ва таклифлар. Хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш ва диверсификация қилиш Ўзбекистон Республикасининг барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг стратегик омилларидир. Халқаро тажриба ва миллий хусусиятларни таққослаш рақамли, институционал ва кадрларни модернизация қилишни ўз ичига олган комплекс ёндашувнинг мақсадга мувофиқлигини кўрсатади.

Тизимли модернизация мультипликатив самарани таъминлайди, бу эса аҳоли банд-

лиги ўсиши, даромадларининг ошиши ва миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигининг кўтарилишида намоён бўлади. Айниқса, узоқ муддатли иқтисодий ўсиш манбаларини яратиши мумкин бўлган билимларга асосланган ва экспортга йўналтирилган хизматларни ривожлантириш муҳим аҳамиятга эга.

Модернизация ва диверсификацияни муваффақиятли амалга ошириш давлат, бизнес ва таълим муассасаларининг қуйидагиларга қаратилган мувофиқлаштирилган ҳаракатларини талаб қилади:

1. Хизмат кўрсатиш жараёнларининг **рақамли трансформацияси**, онлайн платформалар, мобил иловалар ва ахборотни бошқариш тизимларини жорий этиш.

2. **Платформа бизнес моделларини ривожлантириш** ва хизматларни саноат, агросектор ва туризм кластерлари билан интеграциялаш.

3. Рақамли платформалар, электрон тижорат ва маълумотларни ҳимоя қилиш учун норматив-ҳуқуқий базани ўз ичига олган инновацион **хизматларни институционал қўллаб-қувватлаш**.

4. **Инсон капиталига инвестициялар**, жумладан, АКТ, молия сектори, туризм ва креатив соҳалар учун кадрлар тайёрлаш, шунингдек, дуал таълим ва малака ошириш дастурларини ривожлантириш.

Ушбу йўналишларни амалга ошириш хизмат кўрсатиш соҳасида барқарор ўсишни таъминлайди, унинг ЯИМ ва бандликка қўшган ҳиссасини оширади ҳамда Ўзбекистоннинг минтақавий ва глобал иқтисодиётдаги мавқеини мустаҳкамлайди. Хизмат кўрсатиш соҳасини модернизация қилишга комплекс ва тизимли ёндашув рақобатбардош, инновацион ва барқарор иқтисодиётни ривожлантириш учун шароит яратади.

С. Исхакова	S. Iskhakova
Основные направления модернизации и диверсификации сферы услуг в Узбекистане	Key directions for modernization and diversification of the service sector in Uzbekistan
Аннотация. В статье рассматриваются ключевые направления модернизации и диверсификации сферы услуг в условиях структурных преобразований экономики и цифровизации. Обоснована возрастающая роль услуг в обеспечении экономического роста, конкурентоспособности и повышения качества жизни населения. Раскрыты теоретические основы модернизации и сущность диверсификации, их связь с инновационным развитием и цифровой трансформацией. Проанализированы приоритетные сегменты сферы услуг (образовательные, финансовые, туристические и социальные), а также предложены практические рекомендации по формированию эффективной государственной политики, направленной на расширение спектра и повышение качества услуг. Ключевые слова: сфера услуг, модернизация, диверсификация, цифровая трансформация, сервисная экономика, сервисно-ориентированная модель развития, инновационные услуги, структурные изменения, конкурентоспособность, Узбекистан.	Abstract. The article analyzes key directions of modernization and diversification of the service sector in the context of economic restructuring, digitalization, and the transition to a service-oriented development model. It highlights the growing importance of services for economic growth, competitiveness, and quality of life. The study examines theoretical approaches to modernization, the essence of diversification, and their links with innovation and digital transformation. Priority areas such as education, finance, tourism, and social services are considered, and practical recommendations are proposed to support effective state policy, stimulate innovation, and improve the accessibility and quality of services. Keywords: service sector, modernization, diversification, digital transformation, service economy, service-oriented development model, innovative services.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 60-сонли "Янги Ўзбекистоннинг 2022–2026 йилларга мўлжалланган ривожланиш Стратегияси тўғрисида"ги Фармони. 2022-йил 28-январ.
2. "Рақамли Ўзбекистон – 2030" Стратегияси. Тошкент, 2020.
3. Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш концепцияси. Тошкент, 2021.
4. Абдуллаев М.О. Тенденции и перспективы развития сферы услуг в Узбекистане — междисциплинарный анализ ключевых сегментов служб. 2025.
5. Bell D. The Coming of Post-Industrial Society. — New York: Basic Books, 1973.

6. Buhalis, D., & Leung, D. Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*. 2018.
7. Гафурова Р.Р. Диверсификация услуг связи на основе цифровых технологий. 2026.
8. Исхакова С.А. Цифровая трансформация в сфере услуг. 2026.
9. Lovelock, C., & Wirtz, J. *Services Marketing*. 2016.
10. Нуриддинова У., Мусурмонова П. и Чориев Я. Тенденции инновационного развития сферы услуг в Узбекистане. 2025.
11. Toffler A. *The Third Wave*. — New York: Bantam Books, 1980.
12. Усмонова В. The Role of Digitalization in the Development of the Service Sector. 2024.
13. Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитасининг расмий сайти. [Электрон ресурс]. Кириш йўли: www.stat.uz. (мурожаат қилинган сана 30.01.2026).

Anvar Nematovich Xoliqulov – SamISI Iqtisodiy tahlil va statistika kafedrasi mudiri, i.f.n., professor

SERVIS SIFATI TUSHUNCHASINING NAZARIY TALQINI

Annotatsiya. Maqolada xizmat ko‘rsatish faoliyati, “Servisologiya”, “Servis sifati” tushunchalarining nazariy talqini, ayniqsa xizmatlar tasnifi, xizmatlarni turli sohalarida qo‘llanish turlari, sifatga bog‘liqligi keng yoritib berilgan.

Kalit sozlar: xizmat, xizmat ko‘rsatish, xizmat ko‘rsatish faoliyati, xizmatlar tasnifi, xizmat turlari, servis sifati.

Kirish. Ko‘plab ijtimoiy va gumanitar fanlarda tahlilning aniq darajasi amaliyot faoliyatida olingan ilmiy natijalarni qo‘llash muhim ahamiyat kasb etadi. Xizmat ko‘rsatish faoliyati haqidagi fanda aniq daraja o‘ta muhim ahamiyatga ega bo‘lib, xizmat ko‘rsatishni aholiga xizmat ko‘rsatish haqidagi bir qancha savollar, shu doira ishchilari, davlat hokimiyati tashkilotlari, hamda ko‘p sonli iste‘molchilar uchun o‘ta muhimdir. Har qanday obyektning ilmiy tahlilidagi asosiy ma‘no predmeti ega bo‘lib, xizmat ko‘rsatish mohiyatini to‘liq namoyon bo‘lishini ta‘minlaydi. Xizmatlar to‘g‘risidagi nazariy tushunchalar ularning boshlang‘ich etapidagi tahlili iqtisodiyotda yaqqol yo‘nalishga ega. XX – asrning o‘rtalarida xizmat ko‘rsatish faoliyatini tushunish xalqaro me‘yorlar xarakteri xususiyatiga ega bo‘lib, ushbu holatda iqtisodiy, ijtimoiy, boshqaruv va boshqa aspektlar tahlili teng huquqli deb qaraldi. Tarixiy amaliyotda xizmatni ilmiy tahlili imperik faktlarni yig‘ish bilan emas, balki iqtisodiy va ijtimoiy tabiatni aniqlash bilan boshlagan. Bu jarayon 18-19- asrlarda Angliya siyosiy iqtisodiyotida yuzaga keldi.

Angliya siyosiy iqtisodchilari xizmatni iqtisodiy munosabatlarni tarkibiy qismi deb qaradi. Shuning uchun olimlar xizmatni nomoddiy foydaga kiritishdi. Xizmat harakterini tushunishda yana bir asosiy xususiyat foydali mehnat bo‘lib, bu texnika yaratish kundalik ehtiyoj mollari bilan bog‘liqligini xizmat doirasida foydasiz mehnatga nisbati sifatida qaraldi. Xizmat ko‘rsatish faoliyatida moddiy ishlab chiqarishda foydali mehnatdan foydasiz mehnatni xizmatni ko‘p turini ko‘rsatadi va sezilmaydigan mehnatlarning xususiyatlarini bir-biridan farqlaydi.

XX – asrning 50-60 yillaridan boshlab Shimoliy Amerika va G‘arbiy Yevropa davlatlari iqtisodiyotda xizmatni jadal rivojlanish jarayoni obekti sifatida qaraladi. XX – asr o‘rtalarida iqtisodiyot amaliyotida yuzaga kelgan o‘zgarishlar ta‘sirida G‘arb mamlakatlarida ommaviy psixologik hamda nazariy fikrlarni kengaytirib, iqtisodiy rivojlanishni har tomonlama to‘liq o‘rganishni taqazo yetadi. Iqtisodiyot fanida xizmat foydali mehnat elementi sifatida qaraladi. Insoniyatga foyda keltiradigan har qanday foydali xizmat foydali mehnat deb ataladi. Xizmat doirasidagi bozor munosabatlari elementlarining tovar ishlab chiqarish doirasida xizmat ko‘rsatish faoliyati o‘ziga xos xususiyatlariga ega.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Xizmat ko‘rsatish korxonalari samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar masalalari bo‘yicha o‘zbekistonlik olimlardan¹ M.Q.Pardayev, M.M. Muxammedov, Q.J. Mirzayev, O.M.Pardayev, I.S.Tuxliyev va boshqalarning ilmiy ishlari

¹ Мухаммедов М.М., Мардонов Б.Б. Хизмат кўрсатиш соҳасида аҳоли бандлиги ва даромадлари. Монография. «Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи». 2021. 186 б.; Пардаев М.Қ., Мирзаев Қ.Ж., Пардаев О.М. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. – Т.: “ИҚТИСОД-МОЛИЯ”, 2014. – 384 б.;

bag‘ishlangan. Ushbu muammolarni o‘rganishga xorijlik olimlardan¹, Boden M., Miles I., Yeichengreen B., Gupta P., Yeschenbach F., Xoekman B., Triplett Y. Ye., Bosvortx B. P., Korszyński L. M., Burmenko T.D., Danilenko N.N., Turenko T.A., Sosunova L.A., Chernova D.V., Bass A.Ya., Razomasova Ye. A., Plotnikov V.A., Ivanenko M.G., Xayrullina D.R. va boshqalar tomonidan tadqiq etilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot jarayonida jamlash, guruhlash, induksiya va deduksiya, tahlil va sintez hamda iqtisodiy tahlilning an‘anaviy usullari ko‘llanildi.

Tahlil va natijalar. Turli xil jamiyatlarda xizmat ko‘rsatish faoliyatini ilmiy tushunish tarixiy evolyutsiya tahlilini hozirgi zamonga xosligini ifodalaydi.

Bizning fikrimizcha, xizmat ko‘rsatish faoliyati deganda – Bu odamlar faoliyatini jamoaviy hamda individial xizmatlarini o‘zaro ta‘siri amalga oshirishining namoyon bo‘lishidir. Bu o‘zaro ta‘sirilar bir tomondan turli xil talablarni o‘zlashtirib, belgilangan foydani olishni ho‘xlaydi. Boshqa tomondan esa aniq xizmatni ko‘rsatib, ularga ham xuddi shunday foydani olishni namoyon qiladi. Bu munosabatlarning maqsadi moddiy boyliklar to‘plash emas balki insoniyat talabini qondirishdir. Tarixda o‘zini – o‘zi ta‘minlash va qarindoshchilik o‘zaro yordamidan o‘tib chiqib, servis xizmati muvaffaqiyatli bozor munosabatida yaxlit holatga keltirildi. Bu ishchilar mehnatini kasbga bo‘linishini hamda ularning korxona egalarini bozordagi xizmati faolligini shartlab qo‘ydi. Bu xizmat ko‘rsatish faoliyatini iqtisodiyotga bog‘liq bo‘lmagan xususiyati ijtimoiy va ta‘sirchan qat‘iyligini kuchayishidan dalolat beradi. Xizmat ko‘rsatish faoliyatining murakkab xususiyati servisologiyadir.

Servisologiya – xizmat ko‘rsatish faoliyati haqidagi fan bo‘lib, ya‘ni hozirgi kun dunyo analitikasida xalqaro intizom, teoritik va amaliy tekshirishlari sohalari shakllanib borayotgan fandir. Xizmat ko‘rsatish doirasidagi mehnatdan sanoat yoki qishloq xo‘jaligida ishlab chiqarish mehnati farq qilinishi aniqlanganligiga ancha vaqt bo‘lgan. Ammo o‘z – o‘zidan xizmat ko‘rsatish xususiyati uzoq vaqt tekshiruvchilar uchun, uzoq vaqtgacha noaniqligicha qolib keldi. Xizmat ko‘rsatish xususiyatini odamlar madaniy hayotida jamoa ishlab chiqarish bog‘liqligiga ko‘p vaqt kerak bo‘ladi. Quyida xizmat ko‘rsatish faoliyati ilmiy tahlilini asosiy va shakllanish bosqichlarini ko‘rib chiqamiz. Xizmat ko‘rsatish faoliyatini o‘rganishni umumiy nazariy va ilmiy tahlil xususiyatlarini ochishdan boshlaymiz. Hozirgi vaqtda xizmat ko‘rsatish faoliyatini ilmiy tahlil boshqa har qanday ilmiy yo‘nalishlar kabi o‘zining predmetini turli daraja va komponentlarga ega sifatida qaraladi. Xizmat ko‘rsatish faoliyati haqidagi ma‘lumotlar yig‘ilib empirik daraja bosqichli tahlili amalga oshiriladi. Bu yerda xizmat ko‘rsatish faoliyati tabiati aniqlanadi uning fakt jarayonlari xususiyati tavsiflanib, uning asosiy qismi va chegaralari aniqlanadi. Xizmat ko‘rsatish faoliyati haqidagi umumlashgan nazariy tushunchalarni yuzaga kelishi bilan bog‘liq holda ancha murakkab tahlillarni bilishni keyingi bosqichlarda amalga oshiriladi. Umumiy nazariy tahlil jamiyatda xizmat ko‘rsatish faoliyatini anglashni to‘liq qondirilish sifatining yuqori darajasi tushuniladi. Ushbu darajadagi anglashni nazariy aspektlarini bilish xizmat ko‘rsatishning metodologik tahlillarni ishlab chiqishga yo‘l qo‘yadi. Metodologik tahlil ostida umumnazariy tahlil tushunchalar tizimini bilish qonuniyatlari, uning mohiyatini tushuntirishdagi o‘rni, tarixiy evolyutsiyasidagi qonuniyatlari, hamda jamiyat ishlab chiqarishda sotsial tuzilishi va amaliyotdagi o‘rni tushuniladi.

Xizmat ko‘rsatish faoliyatida metodologik tahlilning nazariy madaniy – antropologik, politologik, ijtimoiy psixologik hamda ijtimoiy tushunchalar qo‘llana boshlanishi bilan boyidi.

Yuqoridagi g‘oyalarga asosan xizmatlar jamiyat va individual turlarga bo‘linadi. Xizmat doirasini rivojlanishini sotsiologlar bevosita hozirgi zamon ishlab chiqarishdagi ishchilarning vaqtini oshirish bilan bog‘laydi. Bu haqda sotsiologiya fanida bir qancha bilimlar rivojlanib bordi. Sog‘lomlashtirish va tibbiy xizmatni o‘rganishda biologiya, psixologiya va meditsina fanlarining bilim va yutuqlarini o‘rganish bilan amalga oshiriladi.

¹ Boden M., Miles I. (ed.). Services and the Knowledge-based Economy. – Psychology Press, 2000.; Eichengreen B., Gupta P. The two waves of service-sector growth //Oxford Economic Papers. – 2013. – № 1. – pp. 96-123.; Eschenbach F., Hoekman B. Services policy reform and economic growth in transition economies, 1990-2004. – The World Bank, 2005.; Triplett J.E., Bosworth B.P. Productivity in the US services sector: new sources of economic growth. – Brookings Institution Press, 2004.; Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг: Экономика: учебное пособие// М.: кнорус. – 2007. -Т. 328 с.; Плотников В.А., Иваненко М.Г. Подходы к анализу понятий «сервис» и «услуга». Журнал. Техничко-технологические проблемы сервиса №3(33) 2015, стр.70.; Хайруллина Д.Р. Повышение эффективности управления развитием малых предприятий сферы услуг: дис. канд. экон. наук. 2014. – 230 с.;

Turizm va sayohat bilan bog‘liq bo‘limida geografiya landshaftlar iqlim haqida ilmiy ma’lumotlar qo‘llaniladi. Xizmat ko‘rsatish samaradorligini oshirishda marketing va reklamaning imkoni bo‘yicha qo‘llash amaliyotda biznes tavsiya etiladi.

Xizmat ko‘rsatish faoliyatini tekshirishda asosiy yo‘nalish ishlab chiqarish menejmenti haqidagi tushunchalar shakllanishi bilan bog‘liq bo‘lib, bunga menejment xizmat ko‘rsatish faoliyatining o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olib yondoshadi. Menejment tahliliga korxona tabiati va mohiyatini undan tashqari bozor sharoitida samaradorligini baholash bilan bog‘liq holda tushuniladi. Shu o‘rinda nazariy menejment tushunchasi asta sekin umumlashib va murakkablashib bormoqda. Korxona xizmat ko‘rsatish faoliyatining boshqaruvi ko‘p funksiyalari sifatida qaraladi. Ya’ni bunda korxonalarining faqatgina ishchilar boshqaruvi va moddiy moliyaviy tahlilni har tomonlama nazarda tutilgan. Bundan tashqari menejment xizmatiga joriy va strategik boshqaruv, ishchilar boshqaruvi, moliyaviy investitsion, tabiatni qo‘riqlash yo‘nalishidagi xizmatlar kiradi.

Servisni baholash uchun uning ta’rifidan kelib chiqmoq lozim. Ammo bu masala iqtisodiy adabiyotlarda yetarli darajada yoritilmagan. Shu tufayli uning umumiy ta’rifini berishni maqsadga muvofiq, deb topdik. Bunga zarurat shu bilan bog‘liqki, aynan xizmat ko‘rsatish servisiga ta’rif berish uchun ham uning umumiy tushunchasiga berilgan ta’rifdan kelib chiqish lozim bo‘ladi. Bizning kuzatuvlarimiz va tadqiqotlarimiz natijasi shuni ko‘rsatdiki, xizmat sifatiga tarif berishda ham iste’molchilarning nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy ehtiyojlarini ham qondirishga qaratilgan bo‘lishi lozim. Agar ushbu nazariy xulosadan kelib chiqiladigan bo‘lsak, xizmat sifatiga quyidagicha ta’rif berish mumkin. Servis sifati deganda jamiyatning (odamlarning, korxonalarining, davlatning) xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojini to‘laligicha yuqori saviyada qondirishga qaratilgan va ularga kam harajatlar bilan tegishli darajada moddiy va ma’naviy jihatdan naf keltiradigan nuqsonsiz xizmatlar majmuasi tushuniladi.

Xulosa va takliflar. Ushbu ta’rifda xizmat sifatini to‘liq ifoda etish uchun tegishli jihatlar o‘z o‘rnini topgan. Bular quyidagilarda namoyon bo‘ladi.

Birinchidan, mazkur ta’rifda servisning iste’molchilari o‘z ifodasini topgan bo‘lsa, ikkinchidan, xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojning to‘laligicha yuqori saviyada qondirilishi lozimligi aytilgan. Uchinchidan, har qanday sifat kam harajatlar bilan amalga oshirilsa mulkdor uchun samarali bo‘ladi. Shu tufayli mazkur ta’rifda kam harajatlar bilan tegishli darajada naf keltiradigan xususiyatlar majmuasi ham o‘z ifodasini topgan. Eng muhimi, servis sifati deganda 100 % nuqsonsiz xizmat tushuniladi. Ko‘rinib turibdiki, servis sifatiga berilgan mazkur ta’rifning hamma jihatlarini qamrab olgan. Shu jihatdan uni bugungi kun talabiga javob beradigan ta’rif deb baholash mumkin.

Bozor munosabatlari sharoitida xizmatlarning sifatini davlat organlari ularga litsenziya va sertifikat berish orqali nazorat qiladi. Chunki, hozirgi paytda xizmatlar ham boshqa tovarlar singari litsenziyalanadigan, ma’lum talablarga javob beradigan bo‘ldi. Ammo uni iste’mol qilish jarayonida iste’molchining o‘zi ham nazorat qilish imkoniga ega bo‘ladi. Bu esa xizmatning xizmat iste’molchisi bo‘lgan inson hayoti uchun ham va uni tashkil qilgan mulkdor uchun ham, undan manfaatdor bo‘lib turgan davlat va jamiyat uchun ham naqadar muhimligidan hamda uning sifatini baholash lozimligi o‘ta dolzarb masala ekanligidan dalolat beradi.

Xizmatlarning sifatini baholash boshqa tarmoqlardan farq qiladi. Agar ishlab chiqariladigan tovarlarga bir xil standartlar qo‘llanilsa, xizmatlarning turlariga qarab turli xil baholash usullaridan va ko‘rsatkichlardan foydalanish mumkin.

A.Холикулов Теоретическая интерпретация концепции качества обслуживания	A.Kholikulov Theoretical interpretation of the concept of service quality
Аннотация. В статье представлен широкий обзор теоретической интерпретации понятий сервисной деятельности, сервисологии и качества услуг, в частности, классификации услуг, типов использования услуг в различных областях и их зависимости от качества. Ключевые слова: услуга, сервис, сервисная деятельность, классификация услуг, типы услуг, качество услуг.	Abstract. The article provides a broad overview of the theoretical interpretation of the concepts of service activities, Servicology and Service Quality, especially the classification of services, types of use of services in various fields, and their dependence on quality. Keywords: service, service, service activities, classification of services, types of services, service quality.

Зухриддин Санжар ўғли Рашидов – СамИСИ ассистенти

КОРХОНА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШНИ МЕХНАТ РЕСУРСЛАРИ ХАРАКАТИ БИЛАН БОҒЛАНИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация. Ушбу мақолада инновацион иқтисодиёт шароитида корхона самарадорлигини оширишда меҳнат ресурслари ҳаракатининг (ишга қабул қилиш, ички ротация, касбий ўсиш, меҳнат миграцияси, ишдан бўшатиш) ўрни ва ўзига хос хусусиятлари комплекс таҳлил қилинган. Меҳнат ресурслари ҳаракатининг самарадорликка таъсири институционал, ташкилий, технологик ва ижтимоий омиллар кесимида баҳоланган. Шунингдек, инсон капитали назарияси, динамик қобилятлар концепцияси ҳамда рақамли трансформация шароитида меҳнат ресурсларини бошқаришнинг замонавий механизмлари асосли ёритилган.

Калит сўзлар: корхона самарадорлиги, меҳнат ресурслари ҳаракати, инсон капитали, инновацион иқтисодиёт, рақамли трансформация, меҳнат унумдорлиги, институционал муҳит.

Кириш. Инновацион иқтисодиёт шароитида корхоналар фаолиятини баҳолашда анъанавий ресурс самарадорлиги кўрсаткичлари билан бир қаторда инсон капитали сифат ва динамикаси ҳал қилувчи аҳамият касб этмоқда. Замонавий корхонада меҳнат ресурслари фақат ишчи кучи эмас, балки интеллектуал, ижодий ва инновацион потенциал манбаи сифатида намоён бўлади.

Шу нуқтаи назардан, меҳнат ресурслари ҳаракати - яъни кадрлар кириши ва чиқиши, ички ротация, қайта тайёрлаш, малака ошириш ва вертикал ёки горизонтал ўсиш жараёнлари - корхона самарадорлигини белгилайдиган стратегик омилга айланади.

Глобаллашув, рақамли технологиялар ва билимларга асосланган иқтисодиёт шароитида меҳнат ресурслари ҳаракати интенсив ва сифат жиҳатдан мураккаб тус олмоқда. Бу эса корхона самарадорлигини ошириш механизмларини қайта кўриб чиқишни талаб этади.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили/ Ушбу мавзу бўйича маҳаллий ва хорижий адабиёт манбалари таҳлили, меҳнат ресурслари соҳасида фундаментал тадқиқотлар қаторида Т.У.Шульц [1], Г.С.Беккер [2], Д.Дж.Тисси [3], О.И.Уильямсон [4], П.Ф.Друкер [5] сингари хорижий олимларнинг, Қ.Абдурахмонов[6], З.Б.Эрматова [7], Р.Ҳакимов [8], сингари маҳаллий иқтисодчи олимларнинг меҳнат ресурслари соҳасидаги турли масалалари бўйича илмий тадқиқот ишларини олиб бормоқдалар.

Тадқиқот методологияси. Мақолада Корхона самарадорлигини оширишни меҳнат ресурслари ҳаракати билан боғланишининг ўзига хос хусусиятларини тадқиқ қилишда макон ва замон, индукция ва дедукция, шакл ва мазмун, миқдор ва сифат, мантикий ёндашув, омилли таҳлил, математик моделлаштириш каби усуллардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Инсон капитали назариясига кўра, ходимларнинг билим, кўникма ва компетенциялари корхонанинг қўшимча қиймат яратиш имкониятини белгилайди. Меҳнат ресурслари ҳаракати эса ушбу капиталнинг шаклланиши ва қайта тақсимланишини таъминлайди.

Меҳнат ресурслари ҳаракатини стратегик ва тизимли асосда бошқариш замонавий иқтисодиёт шароитида корхоналарнинг барқарор рақобатбардошлигини таъминловчи муҳим омиллардан бири ҳисобланади. Инсон капитали нафақат ишлаб чиқариш жараёнининг ижрочиси, балки инновацион ғоялар, институционал тажриба ва корпоратив билимларнинг ташувчиси сифатида намоён бўлади. Шу боис меҳнат ресурслари ҳаракатини самарали тарзда мувофиқлаштириш корхонада инновацион фаолликнинг ошишига, меҳнат унумдорлигининг барқарор ўсишига, трансакцион харажатларнинг қисқаришига ҳамда билимларни институционаллаштириш жараёнларининг мустаҳкамланишига хизмат қилади.

Биринчи навбатда, кадрлар ҳаракатини илмий асосда режалаштириш ва бошқариш инновацион муҳитни шакллантиради. Ходимларнинг компетенцияларини мақсадли ривожлантириш, уларни стратегик вазифалар билан уйғунлаштириш ҳамда билим алмашинувини рағбатлантириш орқали ташкилот ичида янги ғоялар генерацияси кучаяди. Бу эса маҳсулот ва хизматлар диверсификацияси, технологик янгиланиш ҳамда бозор

талабларига мослашувчанликни оширади.

Иккинчидан, меҳнат ресурслари ҳаракатининг барқарорлиги меҳнат унумдорлигининг ўсишига олиб келади. Ходимларнинг ташкилотда узоқ муддат фаолият юритиши уларнинг касбий маҳорати ва институционал хотирасини чуқурлаштиради. Натижада иш жараёнларидаги такрорий хатолар камаёди, ишлаб чиқариш цикллари қисқаради ва ресурслардан фойдаланиш самарадорлиги ортади. Бунда инсон капиталини ривожлантиришга қаратилган инвестициялар ўзини иқтисодий жиҳатдан оқлайди.

Учинчидан, кадрлар айланишининг паст даражаси трансакцион харажатларни сезиларли камайтиради. Янги ходимларни излаш, саралаш, ишга қабул қилиш ва мослаштириш билан боғлиқ харажатлар қисқаради. Шунингдек, ички коммуникация жараёнлари соддалашади, ишонч муҳити мустаҳкамланади ва корпоратив маданият барқарор тус олади. Бу омиллар корхонанинг умумий операцион самарадорлигига ижобий таъсир кўрсатади.

Тўртинчидан, меҳнат ресурслари ҳаракатини тизимли бошқариш билимларнинг институционаллашувини таъминлайди. Корпоратив билимлар фақат алоҳида ходимларга боғланиб қолмасдан, регламентлар, стандартлар, рақамли маълумотлар базалари ва ўқув дастурлари орқали ташкилотнинг интеллектуал активига айланади. Бу эса билимларнинг йўқолиш хавфини камайтиради ва улардан такрорий фойдаланиш имкониятини кенгайтиради. Аксинча, кадрлар айланишининг юқори даражаси интеллектуал капиталнинг йўқолишига, корпоратив билимлар тарқоклашувига ва бошқарув самарадорлигининг пасайишига сабаб бўлади. Бундай ҳолатда ташкилот стратегик барқарорлигини йўқотиши, инновацион салоҳияти заифлашиши ва бозордаги позицияларини сусайтириши мумкин. Шу боис кадрлар сиёсатида мотивация тизимини такомиллаштириш, адолатли меҳнат муносабатларини йўлга қўйиш, касбий ўсиш имкониятларини кенгайтириш ва корпоратив маданиятни ривожлантириш устувор вазифа сифатида қаралиши лозим.

1-жадвал

Меҳнат ресурслари ҳаракатининг амалий таҳлили

Йўналиш	Асосий инструментлар	Қисқа муддатли таъсир	Узоқ муддатли таъсир	Хавф омиллари
Ташқи ҳаракат	Селекция, рекрутинг, headhunting	Янги ғоялар кириб келиши	Инновацион компетенциялар кенгайиши	Адаптация харажатлари, билим йўқотилиши
Ички ҳаракат	Ротация, лавозим ўсиши, малака ошириш	Мотивация ошиши	Институционал билим сақланиши	Ички рақобат, нотўғри тайинлов
Функционал мобиллик	Кросс-функционал жамоалар	Лойиҳа самарадорлиги ошиши	Кўп функцияли компетенция	Роль ноаниқлиги
Рақамли мобиллик	Масофавий иш, платформавий бандлик	Меҳнат бозори кенгайиши	Глобал интеграция	Корпоратив идентификация пасайиши

Амалий нуқтаи назардан юқоридаги таҳлил натижасидан келиб чиқиб, меҳнат ресурслари ҳаракатини самарали бошқариш учун қуйидаги чора-тадбирларни жорий этиш мақсадга мувофиқ: стратегик HR-аналитикани қўллаш, компетенциялар модели асосида кадрлар захирасини шакллантириш, билимларни бошқариш тизимини (knowledge management) рақамлаштириш, ходимларнинг қониқиш даражасини мунтазам мониторинг қилиш ҳамда корпоратив таълим дастурларини ишлаб чиқиш. Ушбу ёндашувлар инсон капиталидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш билан бирга, ташкилотнинг узоқ муддатли иқтисодий барқарорлигини таъминлашга хизмат қилади. Меҳнат ресурслари ҳаракатини стратегик бошқариш инновацион ривожланиш, иқтисодий самарадорлик ва институционал барқарорликнинг ўзаро боғлиқлигини таъминлайдиган комплекс бошқарув

механизми ҳисобланади. Ушбу механизмни илмий асосланган ва амалий жиҳатдан йўналтирилган тарзда жорий этиш замонавий корхоналарнинг рақобат устунлигини шакллантиришда ҳал қилувчи аҳамият касб этади.

2-жадвал

Стратегик HR-аналитика модели (инновацион иқтисодиёт учун)

Баҳолаш кўрсаткичи	Формула ёки мазмун	Стратегик аҳамияти
Кадрлар айланиш коэффициенти	(Ишдан кетганлар / Ўртача ходимлар сони) x 100%	Барқарорликни баҳолаш
Ички мобиллик индекси	Ички тайинловлар / Жами тайинловлар	Институционал билим сақланиши
Skill gap таҳлили	Мавжуд компетенция - Талаб этилган компетенция	Рақамли трансформация тайёргарлиги
Меҳнат унумдорлиги KPI	Даромад / Ходимлар сони	Инсон капитали самарадорлиги

Замонавий корхоналарда меҳнат ресурслари ҳаракати қатор рақамли инструментлар орқали баҳоланади: кадрлар айланиш коэффициенти, ички мобиллик индекси, компетенциялар гаплари (skill gap) таҳлили ҳамда иш унумдорлигига доир KPI кўрсаткичлари. Маълумотларга асосланган бошқарув қарорлари меҳнат ресурслари ҳаракатининг иқтисодий самарадорликка таъсирини аниқ ҳисоблаш, хавфларни прогноз қилиш ва оптимал кадрлар стратегиясини ишлаб чиқиш имконини беради. Стратегик HR-аналитика моделидан амалиётда инновацион иқтисодиёт шароитида корхона ва ташкилотлар меҳнат ресурсларини жалб қилиш ва уларни сифатини бошқаришда фойдаланиши тавсия этилади.

Динамик қобилиятлар концепциясига кўра, корхона ўз ресурсларини тез ўзгарувчан муҳитга мослаштириш қобилияти орқали рақобат устунлигига эришади. Меҳнат ресурслари ҳаракати ушбу мослашувчанликнинг асосий инструменти ҳисобланади. Инновацион иқтисодиёт шароитида меҳнат ресурслари ҳаракати анъанавий маъмурий ёндашув доирасидан чиқиб, стратегик ривожланиш омилига айланади. Замонавий иқтисодий муҳитда функционал мобиллик, кросс-функционал жамоалар фаолияти, лойиҳа асосида ишлаш ва рақамли кўникмалар устуворлиги ташкилот рақобатбардошлигини белгилайдиган асосий омиллар ҳисобланади. Бу жараёнлар меҳнат ресурслари ҳаракатини фақат кадрлар алмашинуви сифатида эмас, балки билимлар, компетенциялар ва институционал тажрибанинг динамик айланиши сифатида талқин қилишни тақозо этади.

Меҳнат ресурслари ҳаракати икки йўналишда намоён бўлади: ташқи ва ички. Ташқи ҳаракат янги ходимларни жалб қилиш ва ишдан бўшатиш жараёнларини қамраб олади. У инновацион ғоялар, илғор компетенциялар ва янги бошқарув маданиятини ташкилотга олиб кириш имконини беради. Бироқ ташқи ҳаракатнинг ортикча юқори даражаси адаптация харажатларини ошириб, корпоратив билимлар тарқалишига ва барқарорликка таҳдид солиши мумкин. Ички ҳаракат эса лавозим алмашуви, касбий ротация ва малака ошириш орқали амалга оширилади. Инновацион иқтисодиёт шароитида айнан ички ҳаракат устувор аҳамият касб этади, чунки у институционал билимларни сақлаш, ташкилотнинг мослашувчанлигини ошириш ва корпоратив маданият барқарорлигини таъминлашга хизмат қилади. Ички мобиллик ходимларнинг кўп функцияли компетенциясини шакллантириб, уларни лойиҳавий иш услубига тез мослашувчан қилади. Меҳнат унумдорлиги меҳнат ресурслари ҳаракати билан узвий боғлиқдир. Сифатли селекция жараёни орқали юқори малакали кадрларни жалб қилиш унумдорликни оширади. Касбий ротация кўп тармоқли тажриба ва тизимли фикрлашни шакллантиради. Малака ошириш дастурлари технологик янгиланишларга тез мослашиш имконини беради. Карьера ўсиш имкониятларига асосланган мотивация механизмлари эса ходимларнинг фаоллигини рағбатлантириб, натижавийликни оширади. Шу билан бирга, юқори кадрлар айланиши қисқа муддатда адаптация ва ўқитиш харажатларини

кўпайтириб, самарадорликни пасайитириши мумкин. Рақамли иқтисодиёт шароитида меҳнат ресурслари ҳаракати янги хусусиятларга эга бўлмоқда. Масофавий иш формати, глобал меҳнат бозорига интеграция, платформавий бандлик моделлари ва гибрид ташкилий тузилмалар кадрлар бошқарувига янги талабларни қўяди. Бу эса ташкилотлардан стратегик HR-аналитикага таянган ҳолда қарор қабул қилишни талаб этади.

Иزلаниш натижаси шуни кўрсатадики, инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида меҳнат ресурслари ҳаракатини стратегик, институционал ва рақамли ёндашувлар уйғунлигида бошқариш корхонанинг барқарор ривожланиши, интеллектуал капитални сақлаш ва меҳнат унумдорлигини оширишнинг асосий шартидир. Маълумотларга асосланган HR-бошқарув модели эса ушбу жараёнларнинг самарадорлигини аниқ баҳолаш ва узоқ муддатли рақобат устунлигини шакллантириш имконини яратди.

Хулоса ва таклифлар. Инновацион иқтисодиёт шароитида меҳнат ресурслари ҳаракатини стратегик ёндашув асосида бошқариш корхона самарадорлигини оширишнинг устувор йўналиши ҳисобланади. Илмий асосланган ва амалиётга йўналтирилган қуйидаги илмий амалий таклифлар корхоналарда инсон капиталидан фойдаланиш самарадорлигини оширишга ҳамда узоқ муддатли барқарор ривожланишни таъминлашга хизмат қилади.

Тадқиқот натижаларига таянган ҳолда амалиётга йўналтирилган қуйидаги таклифлар ишлаб чиқилди:

1. Кадрларни стратегик режалаштиришни жорий этиш орқали меҳнат ресурслари ҳаракатини корхонанинг узоқ муддатли ривожланиш мақсадлари билан уйғунлаштириш зарур. Бу кадрлар эҳтиёжини прогноз қилиш, компетенциялар харитасини шакллантириш ва истиқболли лавозимлар учун захира тайёрлашни назарда тутди. Ушбу ёндашувлар инсон капиталидан фойдаланиш самарадорлигини оширишга ва ташкилотнинг узоқ муддатли иқтисодий барқарорлигини таъминлашга хизмат қилади.

2. Ички мобиллик механизмларини ривожлантириш орқали вертикал (лавозим бўйича ўсиш) ва горизонтал (функционал йўналишлар кесимида) ротацияни тизимли равишда қўллаб-қувватлаш ходимларнинг кўп қиррали компетенцияларини шакллантиради, инновацион фикрлашни рағбатлантиради ва кадрлар оқимини камайтиради. Бу ўз навбатида ишлаб чиқарилган маҳсулот ва хизматларнинг сифатини ошишига хизмат қилади.

3. Корпоратив таълим марказлари ёки корпоратив университет модели орқали узлуксиз малака ошириш экотизимини шакллантириш натижасида билим ва кўникмаларни мунтазам янгилаш инсон капитали сифатини ҳамда корхона самарадорлигини оширади. Бунда рақамли таълим платформалари, менторлик ва амалий тренинглардан фойдаланиш самарали ҳисобланади.

4. Маълумотларга асосланган бошқарув қарорларини қабул қилиш учун HR-аналитикани ривожлантириш орқали кадрлар бўйича таҳлилий кўрсаткичлар тизимини жорий этиш зарур. Бу меҳнат унумдорлиги, кадрлар айланиши, компетенциялар даражаси ва мотивация индекси каби кўрсаткичларни комплекс баҳолаш имконини беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Пардаев М.К., Абдукаримов И.Т., Исроилов Б.И. Корхонанинг иқтисодий салоҳияти таҳлили. Т.: “Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси” нашриёт уйи, 2003.- 256 бет.
2. Пардаев М.Қ, Шоалимов А.Х., Пардаев И.Р., Исроилов Ж.И. Бошқарув таҳлили. Ўқув қўлланма. Т.: “Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси” нашриёт уйи, 2005.- 328 бет.
3. Ikhtiyarov F.A. *Strategic Human Resource Management as a Driver of Sustainable Competitive Advantage: Evidence from Uzbekistan*. International Journal of Artificial Intelligence, 2026.
4. Ibrokhimova K.A., Imomov I.A. *Mechanisms for Improving Personnel Management in Enterprises to Enhance Financial Sustainability*. Labor Economics and Human Capital Journal, 2025.

5. Jamoliddin Kambarov, Gulxon Melibayeva. *The Impact Of Human Capital And Human Resources On Competitiveness In Small Enterprises*. Global Trends and Innovations in Multidisciplinary Research Conference Proceedings.
6. O‘zbekiston iqtisodiy axborotnomasi: O‘zbekistonda mehnat resurslari mobilligining ekonometrik tahlili, *EVU Journal*. (evu.uz)

3. Рашидов Особенности связи повышения эффективности предприятия с перемещением трудовых ресурсов	Z. Rashidov Specific features of linking increasing enterprise efficiency with the movement of labor resources
Аннотация. В данной статье всесторонне анализируется роль и специфические характеристики движения трудовых ресурсов (набор персонала, внутренняя ротация, профессиональный рост, трудовая миграция, увольнение) в повышении эффективности предприятия в условиях инновационной экономики. Влияние движения трудовых ресурсов на эффективность оценивается с точки зрения институциональных, организационных, технологических и социальных факторов. Анализ проводится также на основе теории человеческого капитала, концепции динамических возможностей и современных механизмов управления трудовыми ресурсами в контексте цифровой трансформации. Ключевые слова: эффективность предприятия, движение трудовых ресурсов, человеческий капитал, инновационная экономика, цифровая трансформация, производительность труда, институциональная среда.	Abstract. This article comprehensively analyzes the role and specific characteristics of the movement of labor resources (recruitment, internal rotation, professional growth, labor migration, dismissal) in improving the efficiency of the enterprise in the conditions of the innovative economy. The impact of the movement of labor resources on efficiency is evaluated in terms of institutional, organizational, technological and social factors. It is also based on the theory of human capital, the concept of dynamic capabilities, and modern mechanisms of labor resource management in the context of digital transformation. Keywords: enterprise efficiency, movement of labor resources, human capital, innovative economy, digital transformation, labor productivity, institutional environment.

Mexrangiz Axtam qizi Mullayeva – Sharof Rashidov nomidagi SamDU tayanch doktoranti

XIZMAT KO‘RSATISH SOHASIDA FAOLIYAT YURITUVCHI KORXONALARNI DAVLAT TOMONIDAN QO‘LLAB-QUVVATLASHNING USTUVOR YO‘NALISHLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada 2024–2025-yillar kesimida xizmat ko‘rsatish sohasida faoliyat yurituvchi korxonalarni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning ustuvor yo‘nalishlari tahlil qilindi. So‘nggi ikki yilda xizmatlar sohasining YAImdagi ulushi, o‘shish sur‘atlari, bandlik ko‘rsatkichlari hamda moliyaviy qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari ilmiy-statistik asosda o‘rganildi. Tadqiqot natijasida xizmat ko‘rsatish sektorini rivojlantirishda soliq yengilliklari, kreditlash tizimi, raqamlashtirish, infratuzilmani kengaytirish va hududiy differensial qo‘llab-quvvatlash ustuvor ahamiyat kasb etishi asoslandi. Kalit so‘zlar: xizmatlar sohasi, davlat qo‘llab-quvvatlashi, YaIM, bandlik, kichik biznes, soliq imtiyozlari, raqamli iqtisodiyot, infratuzilma.
--

Kirish. Global iqtisodiy transformatsiya sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasi milliy iqtisodiyotlarning barqaror o‘shishini ta‘minlovchi strategik tarmoqqa aylandi. Jahon banki va xalqaro iqtisodiy tahlillar natijalariga ko‘ra, xizmatlar sektori rivojlangan mamlakatlarda YaIMning 70–80 foizini tashkil etadi.[1] O‘zbekiston iqtisodiyotida ham so‘nggi yillarda xizmat ko‘rsatish sohasi barqaror yuqori o‘shish sur‘atlarini namoyon etib, iqtisodiy rivojlanishning asosiy drayverlaridan biriga aylandi. Davlat statistika agentligi ma‘lumotlariga ko‘ra, 2025-yilda xizmatlar hajmi YAImdagi ulushi 48,6 foizni tashkil etgan. Bu esa xizmatlar sektorining iqtisodiyot tarkibidagi ulushi sanoat va qishloq xo‘jaligi tarmoqlariga nisbatan izchil ortib borayotganini ko‘rsatadi.[2]

Xizmat ko‘rsatish tarmog‘ini rivojlantirish davlat iqtisodiy siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida belgilangan. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Taraqqiyot strategiyasida xizmatlar hajmini keskin oshirish, hududlarda servis infratuzilmasini kengaytirish hamda xizmatlar eksportini ko‘paytirish ustuvor vazifalar qatoriga kiritilgan. Mazkur strategiyada 2026-yilga qadar xizmatlar ulushini YAIMda 50 foizdan yuqori darajaga yetkazish maqsadi belgilangan.[3]

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Xizmat ko‘rsatish iqtisodiyoti rivojlanishi, innovasion iqtisodiyot shakllanishi, resurslardan samarali foydalanish, raqobatning shakllanishi, ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik masalalarining fundamental asoslari xorijlik olimlar, jumladan, J.M.Keyns, M.Porter, Y.A.Shumpeter, A.Marshall, M.Fisher, A.Pigu, P.Druker, K.X.Xaksever, B.R.Render, R.S.Rassel, R.G.Merdik, R.D.Erenberg va boshqa olimlar tomonidan tadqiq qilingan.

Ushbu muammolarni o‘rganishga o‘zbekistonlik olimlardan Pardayev M.Q., Po‘latov M.E., Muxammedov M.M., Zaynalov D.R., Mirzayev Q.J., Tuxliyev I.S., Z.Ya.Xudoyberdiyev, G.Q.Abduraxmanova, Arabov N.U., Aslanova D.X. va boshqalarning ilmiy ishlari bag‘ishlangan.

Ammo yuqorida keltirilgan olimlarning asarlarida xizmat ko‘rsatish sohasida kichik biznes faoliyatini rivojlantirish va uni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning ayrim jihatlari o‘rganilgan. Shuningdek, xizmat ko‘rsatish kichik korxonalar faoliyati samaradorligini oshirish masalalari kompleks tadqiqot sifatida qisman o‘z aksini topgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda xizmat ko‘rsatish sohasida faoliyat yurituvchi korxonalarni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning ustuvor yo‘nalishlarini aniqlash maqsadida tizimli va kompleks yondashuv, tahlil va sintez, qiyosiy taqqoslash, iqtisodiy-statistik tahlil, induksiya va deduksiya usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Iqtisodiy faoliyat turlari bo‘yicha YaIM tarkibida xizmatlarni ulushi va qaysi xizmat turlari jadal rivojlanib borayotganligini tahlil qilish orqali xizmatlar sohasining 2024–2025-yillardagi rivojlanish dinamikasi, tarkibiy o‘zgarishlari va iqtisodiy o‘sishdagi rolini ilmiy asosda baholash imkoniyati yuzaga keladi. (1-jadval)

1-jadval

“Xizmatlar sohasining hajmi va o‘sish sur‘atlari (2024–2025-yillar)”[2]

	Hajmi, mlrd so‘m		O‘sish sur‘atlari
	2024-yil yanvar-dekabr	2025-yil yanvar-dekabr	
Xizmatlar sohasi - jami	711 294,3	859 891,4	108,5
shu jumladan:			
Savdo xizmatlari	89 288,2	107 595,5	113,6
Yashash va ovqatlanish bo‘yicha xizmatlar	87 520,1	107 898,9	110,4
Tashsish va saqlash	78 555,1	97 301,4	110,1
Axborot va aloqa	36 978,8	52 207,4	123,9
Boshqa xizmatlar	418 952,1	494 888,2	105,4

Quyidagi jadvalda 2024–2025-yillarda xizmatlar sohasining hajmi va o‘sish sur‘atlari aks etgan bo‘lib, ma‘lumotlarni ilmiy-uslubiy yondashuv asosida tahlil qilish mumkin. 2024-yilda xizmatlar sohasi jami hajmi 711 294,3 mlrd so‘mni tashkil etgan bo‘lsa, 2025-yilda bu ko‘rsatkich 859 891,4 mlrd so‘mga yetgan.

Bu esa xizmatlar sektorida sezilarli kengayish jarayoni kechayotganini ko‘rsatadi. O‘sish sur‘ati 108,5 % ni tashkil etib, real sektorda xizmatlar ulushining barqaror ortib borayotganidan dalolat beradi. Mazkur tendensiya iqtisodiyotda servislash tirish jarayonining chuqurlashayotganini anglatadi. 2024-yilda 89 288,2 mlrd so‘m, 2025-yilda 107 595,5 mlrd so‘m bo‘lib, o‘sish sur‘ati – 113,6 %.

Savdo xizmatlaridagi yuqori o‘sish ichki iste‘mol talabining kengayishi, chakana savdo infratuzilmasining rivojlanishi hamda elektron savdo platformalarining faollashuvi bilan izohlanadi. 2024-yilda 87 520,1 mlrd so‘m, 2025-yilda 107 898,9 mlrd so‘m. o‘sish sur‘ati – 110,4 %.

Mazkur yo‘nalishdagi o‘shish turizm oqimining ortishi, mehmonxona va umumiy ovqatlanish korxonalari sonining ko‘payishi hamda aholining real daromadlari o‘shishi bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin. 2024-yilda 78 555,1 mlrd so‘m, 2025-yilda 97 301,4 mlrd so‘m. o‘shish sur‘ati – 110,1 %.

Transport-logistika xizmatlarining o‘shishi tashqi savdo aylanmasining kengayishi va hududlararo iqtisodiy integratsiya jarayonlari bilan uzviy bog‘liqdir. 2024-yilda 36 978,8 mlrd so‘m, 2025-yilda 52 207,4 mlrd so‘m. o‘shish sur‘ati – 123,9 %.

Axborot va aloqa xizmatlari eng yuqori o‘shish sur‘atiga ega yo‘nalish bo‘lib, raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanayotganini ko‘rsatadi. Telekommunikatsiya xizmatlari, IT-xizmatlar, raqamli platformalar va elektron hukumat tizimlarining kengayishi asosiy drayver hisoblanadi. 2024-yilda 418 952,1 mlrd so‘m, 2025-yilda 494 888,2 mlrd so‘m. o‘shish sur‘ati – 105,4 %.

Hajm jihatidan eng katta ulush aynan shu guruhga to‘g‘ri keladi. Biroq o‘shish sur‘ati nisbatan pastroq. Bu xizmatlar tarkibida an‘anaviy va nisbatan barqaror segmentlar ulushi yuqoriligini anglatadi.

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki:

- Eng yuqori o‘shish – axborot va aloqa sohasida (123,9 %).
- Eng katta hajm – boshqa xizmatlar guruhida saqlanib qolmoqda.
- Savdo, yashash-ovqatlanish va transport xizmatlari o‘rtacha 110–114 % diapazonda o‘smoqda.

Bu holat iqtisodiyotda quyidagi strukturaviy o‘zgarishlarni anglatadi:

1. Raqamli transformatsiya jarayoni tezlashmoqda.
2. Iste‘molga yo‘naltirilgan xizmatlar kengaymoqda.
3. Logistika infratuzilmasining ahamiyati ortmoqda.
4. Xizmatlar sohasining YAIMdagi ulushi oshish tendensiyasiga ega bo‘lishi mumkin.

Yuqoridagilardan kelib chiqib quyidagilarni xulosa qilish mumkin:

1. 2024–2025-yillarda xizmatlar sohasi barqaror va diversifikatsiyalashgan o‘shish bosqichida bo‘lgan.
2. O‘shishning asosiy drayveri – axborot-kommunikatsiya texnologiyalari hamda savdo xizmatlari.
3. Xizmatlar sektorida strukturaviy modernizatsiya jarayoni kuzatilmoqda.
4. Kelgusida yuqori qo‘shilgan qiymat yaratuvchi xizmatlar (IT, logistika, turizm) iqtisodiy o‘shishning asosiy omiliga aylanishi mumkin.

Bugungi kunda dunyoning aksariyat rivojlangan davlatlarida kichik biznes subyektlari faoliyatini rivojlantirish maqsadida soliq yukini kamaytirish choralari ko‘rilmoqda. Masalan, Buyuk Britaniyada kichik biznes subyektlari daromadlariga soliq stavkalari pasaytirildi, kichik biznesning yangi yuqori riskli sohalariga investisiyalar uchun soliq kamaytirildi, soliq imtiyozlari taqdim etildi, firmalarning qo‘shilishi va ajralib chiqishining moliyaviy tartibi soddalashtirildi, daromad solig‘i stavkalari pasaytirildi, eng yuqori stavka bo‘yicha soliqqa tortiladigan ish haqi chegarasi oshirildi.[4]

Xizmat ko‘rsatish sohasidagi kichik biznesni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash moliyaviy, mulkiy, tashqi iqtisodiy faoliyat sohasi, konsalting xizmatlari va tadbirkorlar faolligini oshirish kabi yo‘nalishlarda qo‘llab-quvvatlash kerakligini ko‘rsatmoqda. Xizmat ko‘rsatish korxonalarini rivojlantirishga to‘sqinlik qilayotgan asosiy muammolar orasida kredit foiz stavkasining yuqoriligi muammosi va maqbul shartlar asosida subsidiya olishdagi qiyinchiliklarni keltirish mumkin. Shunga ko‘ra, xizmat ko‘rsatish korxonalarida tadbirkorlik faoliyatini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash darajasi nisbatn past darajada baholanmoqda.

Bizning fikrimizcha, xizmat ko‘rsatish sohasida kichik biznesni moliyaviy resurslar bilan ta‘minlash muammosi asosiy ustuvor vazifalardan biri hisoblanadi. Bunda xizmat ko‘rsatish korxonalarini davlat tomonidan moliyaviy-iqtisodiy qo‘llab-quvvatlash yo‘nalishlarini tizimlashtirgan holda ushbu jarayonni hududiy darajada boshqarish alohida ahamiyatga ega.

Xizmat ko‘rsatish sohasida kichik biznesni rivojlantirishni boshqarish metodologiyasini amalga oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar va moliyaviy qo‘llab-quvvatlash vositalari quyidagilardan iborat:

1)Xizmat ko‘rsatish sohasida kichik biznesni mikromoliyalash. Mikromoliyalash – bu kichik biznes subyektlariga boshlang‘ich kapitali va kredit tarixi bo‘lmagan taqdirda tadbirkorlik faoliyatini boshlash imkonini beruvchi moliyaviy xizmatlar ko‘rsatish bilan bog‘liq faoliyat. Mikromoliya – bu kichik miqdordagi moliyaviy xizmatlardir.

2)Foiz stavkalarini subsidiyalash. Hozirgi vaqtda xizmat ko‘rsatish sohasida kichik biznes rivojiga to‘sqinlik qilayotgan muammolardan biri banklar tomonidan kichik biznes subyektlari uchun nomaqbul bo‘lgan kreditlar bo‘yicha yuqori foiz stavkalari belgilanishini ko‘rsatmoqda. Kichik biznes subyektlarining moliyaviy resurslardan foydalanishi muammosini hal qilish yo‘llaridan biri bank kreditlari bo‘yicha foiz stavkasini subsidiyalashdir.

3)Kreditlar va qarzlar uchun kafolatlar berish. Kichik biznes subyektlari boshlang‘ich kapital va likvid garov ta‘minoti yo‘qligi sababli banklar uchun qarz oluvchilarning eng xavfli kategoriyasi hisoblanadi. Jahon amaliyoti shuni ko‘rsatadiki, kichik biznesga yordam berishning asosiy shakllaridan biri – bu qarz mablag‘larini kafolatlashdir. Bu muammoni qisman kichik biznes subyektlarining majburiyatlari bo‘yicha kafolatlar beradigan kafolat fondlari hal qiladi. Banklarga kafolatlar kafolat zahirasi mablag‘lari hisobidan amalga oshiriladi. Banklarning kafillik jamg‘armalari boshqaruvchilariga bo‘lgan ishonchi tufayli kichik biznesni kreditlashda risk kamaymoqda.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahmasining “O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi G‘aznachiligi huzurida Davlat qarziga xizmat ko‘rsatish bo‘yicha kafolat jamg‘armasi faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida”gi qaroriga muvofiq, Moliya vazirligi G‘aznachiligi huzurida Davlat qarziga xizmat ko‘rsatish bo‘yicha kafolat jamg‘armasi tashkil etilgan. Qarorga ko‘ra, davlat qarzi hisobiga moliyalashtirilgan loyiha va dasturlar bo‘yicha qarzдор tashkilotlar yoki qayta moliyalashtiruvchi banklar o‘z qarz to‘lovlarini vaqtida va to‘liq amalga oshirmagan holatlarda mazkur qarzдорlik, birinchi navbatda jamg‘arma mablag‘lari, jamg‘arma mablag‘lari yetarli bo‘lmasa Davlat byudjeti mablag‘lari hisobiga qoplanadi.

4) Imtiyozli kreditlar berish. Kichik biznes subyektlariga imtiyozli kreditlar berish kichik biznes uchun mablag‘ olishning eng oson usullaridan biridir. Bunday kreditlarni olish kamroq rasmiyatchiliklarni o‘z ichiga oladi, bundan tashqari, banklar kreditni to‘lash bo‘yicha kechiktirishni ta‘minlashi mumkin. Biroq, ushbu usulning samaradorligi davlat kafolatlarining samarali tizimini yaratishga bog‘liq, chunki imtiyozli kreditlar berish kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash jamg‘armalari, shuningdek, mahalliy byudjetlar hisobidan amalga oshiriladi.

5) Venchur moliyalashtirish. Odatda kichik biznes subyektlari intellektual faoliyat natijalariga bo‘lgan huquqlarni qo‘lga kiritish va yangi mahsulotlar (xizmatlar)ni ishlab chiqish va tashkil etish uchun mablag‘larga ega bo‘lmaydi. Innovatsion faoliyatni moliyalashtirishning o‘rnatilgan tizimi mavjud bo‘lmagan taqdirda, samaradorligi jahon amaliyotida tasdiqlangan venchur moliyalashtirishga murojaat qilish maqsadga muvofiq.

Shuningdek fikrimizcha, kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash infratuzilmasini rivojlantirishni boshqarish quyidagi yondashuvlarga asoslanishi kerak:

1) infratuzilmaning kichik korxonalarning rivojlanish darajasiga va mahalliy tadbirkorlarning mavjud ehtiyojlariga muvofiqligi, kichik biznes faoliyatining eng dolzarb muammolariga yechimlar jamlanganligi;

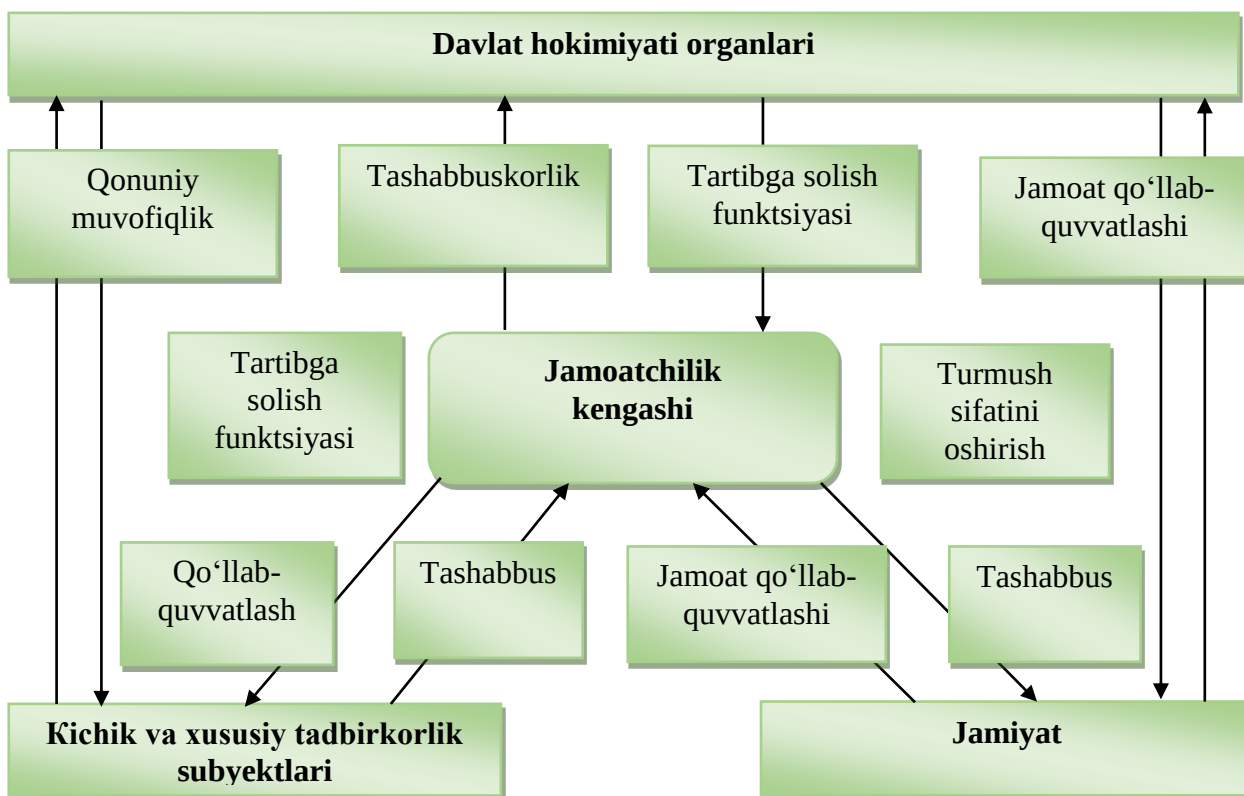
2) har bir infratuzilma obyekti uchun kichik biznes subyektlariga ko‘rsatiladigan xizmatlarning minimal to‘plamini belgilaydi va ularning sifati standartlarini ishlab chiqadi;

3) infratuzilmaning tadbirkorlar uchun qulay joylashuvi; ayrim hududlarda zarur infratuzilma obyektlari mavjud bo‘lmagan taqdirda, bunday hududlarda yashovchi tadbirkorlar uchun xizmatlar boshqa hududlarda joylashgan infratuzilma obyektlaridan masofadan turib ko‘rsatilishi kerak;

4) hududlardagi infratuzilma obyektlari faoliyati to‘g‘risida mahalliy tadbirkorlarni xabardor qilish bo‘yicha tadbirlarni amalga oshirish;

Hududiy hokimiyat organlari, tadbirkorlik tuzilmalari, jamoat tashkilotlari va aholi o‘rtasidagi o‘zaro manfaatlar uyg‘unligini ta‘minlagan holda davlat, kichik biznes va jamiyatning o‘zaro hamkorligini tashkil etish modeli ishlab chiqilgan bo‘lib, taklif etilayotgan modelning o‘ziga xos xususiyati kichik va o‘rta biznesni davlat tomonidan tartibga solish funksiyalarini

amalga oshirishga asoslangan davlat-xususiy sheriklik doirasida davlat va tadbirkorlik tuzilmalarining o‘zaro hamkorligi subyektlarining oshkor etilishidan iborat(1-chizma).



1-chizma. Davlat, kichik biznes va jamiyatning o‘zaro hamkorligini tashkil etish modeli.[5]

Xulosa va takliflar. 2024–2025-yillar tahlili shuni ko‘rsatadiki, xizmat ko‘rsatish sohasi milliy iqtisodiyotning eng dinamik va barqaror rivojlanayotgan tarmoqlaridan biriga aylandi. Uning YAIMdagi ulushi 50 foizga yaqinlashayotgani mazkur sektor iqtisodiy o‘shishning asosiy drayveri sifatida shakllanayotganini tasdiqlaydi.

Xizmatlar sohasi:

- aholi bandligini ta‘minlashda muhim o‘rin egallamoqda (ayniqsa, ayollar va yoshlarni ish bilan ta‘minlashda);
- kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning asosiy faoliyat maydoniga aylangan;
- hududiy iqtisodiy rivojlanishda muhim multiplikativ ta‘sir ko‘rsatmoqda;
- raqamli iqtisodiyotning kengayishi bilan yanada yuqori o‘shish salohiyatiga ega.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, xizmat ko‘rsatish korxonalarini davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning eng samarali yo‘nalishlari — bilvosita moliyaviy mexanizmlar (mikromoliyalash, foiz subsidiyalari, kredit kafolatlari), soliq imtiyozlari, infratuzilmani rivojlantirish va raqamlashtirish jarayonlarini jadallashtirish hisoblanadi. Shu bilan birga, kredit foiz stavkalarining yuqoriligi, venchur moliyalashtirish mexanizmlarining yetarlicha shakllanmaganligi, hududiy infratuzilma nomutanosibligi va raqamli kompetensiyalar yetishmasligi sohaning barqaror rivojlanishiga to‘sqinlik qilmoqda. Yuqoridagi tahlillarga asoslanib, xizmat ko‘rsatish tarmog‘ida faoliyat yurituvchi korxonalarni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashni takomillashtirish bo‘yicha quyidagi amaliy takliflar ishlab chiqildi:

1. Moliyaviy qo‘llab-quvvatlashni kuchaytirish

- Xizmat ko‘rsatish sohasi uchun alohida maqsadli kredit liniyalarini joriy etish;
- Foiz stavkalarini subsidiyalash mexanizmini soddalashtirish va hududlar kesimida differensiallash;
- Kafolat jamg‘armalari kapitalini oshirish orqali kredit olish imkoniyatlarini kengaytirish;
- Innovatsion xizmat ko‘rsatish korxonalari uchun venchur fondlar tashkil etish.

2. Soliq siyosatini takomillashtirish

- Yangi tashkil etilgan xizmat ko‘rsatish korxonalariga 2–3 yillik soliq imtiyozlari berish;
 - Raqamli va eksportbop xizmatlar uchun soliq preferensiyalarini kengaytirish;
 - Hududiy iqtisodiy rivojlanish darajasiga qarab soliq stavkalarini moslashtirish.
3. Raqamlashtirishni jadallashtirish
- Kichik biznes uchun bepul yoki subsidiyalangan raqamli platformalar yaratish;
 - Elektron hisob-kitob va soliq tizimlarini soddalashtirish;
 - Tadbirkorlar uchun raqamli savodxonlik bo‘yicha maxsus o‘quv dasturlarini joriy etish.
4. Infratuzilmani rivojlantirish
- Har bir hududda biznes-inkubator va konsalting markazlari tarmog‘ini kengaytirish;
 - Xizmat ko‘rsatish klasterlarini shakllantirish;
5. Hududiy qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarini takomillashtirish
- Past rivojlangan hududlar uchun maxsus subsidiya paketlarini ishlab chiqish;
 - Turizm, logistika, IT va maishiy xizmatlar bo‘yicha hududiy ixtisoslashuv dasturlarini amalga oshirish;
 - Davlat-xususiy sheriklik asosida servis infratuzilmasini kengaytirish.

Xizmat ko‘rsatish sohasini davlat tomonidan tizimli, kompleks va hududiy moslashuvchan yondashuv asosida qo‘llab-quvvatlash iqtisodiyotning tarkibiy diversifikatsiyasini chuqurlashtiradi, aholi bandligini oshiradi va barqaror iqtisodiy o‘shishni ta‘minlaydi. Shu bois, xizmatlar sektorini rivojlantirishga qaratilgan moliyaviy, institutsional va raqamli qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarini yanada takomillashtirish mamlakatning uzoq muddatli iqtisodiy strategiyasida ustuvor yo‘nalish bo‘lib qolishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. World Bank. World Development Report 2025: Digital Transformation and Services Sector Development. – Washington D.C., 2025.
2. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika agentligi. O‘zbekiston Respublikasining 2025-yil yakunlari bo‘yicha ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish ko‘rsatkichlari. – Toshkent, 2025.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. 2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risidagi Farmon. – Toshkent, 2022.
4. Русаков СВ. Финансово-экономические механизмы развития малых предприятий за рубежом / СВ. Русаков, М.С Русаков, А.Н. Казаков // Управление собственностью: теория и практика. – 2007. - № 4. – С. 57-64.
5. Ibroximova Nafosat Abdusattor qizi. “Xizmat ko‘rsatish sohasida kichik korxonalar faoliyatisamaradorligini oshirish”. Avtoreferat, Samarqand-2024, 22-bet

М. Муллаева Приоритетные направления государственной поддержки предприятий, осуществляющих деятельность в сфере услуг	М. Mullayeva Priority Directions of State Support for Enterprises Operating in the Service Sector
Аннотация. В данной статье проанализированы приоритетные направления государственной поддержки предприятий, осуществляющих деятельность в сфере услуг, в разрезе 2024–2025 годов. За последние два года на основе научно-статистического анализа изучены доля сферы услуг в ВВП, темпы её роста, показатели занятости, а также механизмы финансовой поддержки. По результатам исследования обоснована приоритетная роль налоговых льгот, системы кредитования, цифровизации, расширения инфраструктуры и территориально дифференцированных мер поддержки в развитии сектора услуг. Ключевые слова: сфера услуг, государственная поддержка, ВВП, занятость, малый бизнес, налоговые льготы, цифровая экономика, инфраструктура.	Abstract. This article analyzes the priority directions of state support for enterprises operating in the service sector in the context of 2024–2025. Over the past two years, the share of the service sector in GDP, its growth rates, employment indicators, and financial support mechanisms have been examined on the basis of scientific and statistical analysis. The study substantiates that tax incentives, credit mechanisms, digitalization, infrastructure expansion, and territorially differentiated support measures play a priority role in the development of the service sector. Keywords: service sector, state support, GDP, employment, small business, tax incentives, digital economy, infrastructure.

SANOAT VA QISHLOQ XO‘JALIGI

Фарида Абдухалимовна Ахмеджанова – к.т.н., Самаркандский институт экономики и сервиса

РОЛЬ ЭСТЕТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ТКАНЕЙ В ФОРМИРОВАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ И ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ СВОЙСТВ ИЗДЕЛИЙ

Аннотация. В статье рассмотрены основные эстетические показатели тканей и проанализировано их влияние на качество текстильных изделий. Раскрыта роль внешнего вида, цвета, фактуры, блеска и драпируемости в формировании потребительских свойств изделий. Показано, что эстетические характеристики являются важным фактором конкурентоспособности текстильных изделий и оказывают существенное влияние на их эксплуатационные и функциональные показатели.

Ключевые слова: текстильные изделия, эстетические показатели, функциональные свойства тканей, колористические свойства тканей, туше ткани, драпируемость ткани, показатели эстетической ценности, потребительская ценность.

Введение. Эстетические показатели являются неотъемлемой частью комплексной оценки качества тканей и отражают их способность удовлетворять художественные, эстетические и эмоциональные потребности потребителей. Эти показатели представляют собой совокупность свойств, характеризующих внешний вид и художественную выразительность материала. Они определяются как природными характеристиками волокон, так и структурой ткани, типом переплетения, отделкой и окрашиванием.

Основными эстетическими показателями тканей являются цвет и колористические свойства. Цвет является одним из важнейших эстетических показателей, оказывающим психологическое воздействие на потребителей. Гармония оттенков, насыщенность цвета и его устойчивость к стирке и свету напрямую влияют на качество и долговечность текстильных изделий.

Фактура и структура поверхности также имеют важное значение. Фактура ткани определяется видом переплетения, толщиной нитей и характером отделки. Гладкая, зернистая или рельефная поверхность влияет на визуальное и тактильное восприятие материала, что отражается на его воспринимаемом качестве, функциональной пригодности и области применения.

Блеск ткани зависит от природы волокна и применяемых отделочных процессов. В зависимости от интенсивности блеск может усиливать декоративные характеристики материала или создавать эффект строгости и сдержанности, что актуально для функциональных и швейных изделий.

Драпируемость характеризует способность ткани образовывать мягкие складки и волны. Этот показатель особенно важен для швейных изделий, так как определяет посадку, силуэт и комфорт при носке. Эстетические показатели тесно связаны с эксплуатационными свойствами тканей. Например, неравномерность окраски или структуры снижает не только внешний вид, но и общую оценку качества продукции. Хорошая драпируемость и приятное туше повышают комфорт изделий, что положительно отражается на потребительской ценности.

Кроме того, эстетические характеристики играют важную роль в формировании бренда и рыночной привлекательности текстильной продукции. Изделия с высокими эстетическими показателями воспринимаются как более качественные и современные.

Обзор литературы. В области оценки эстетических показателей текстильных материалов выполнено множество исследований как зарубежными, так и отечественными авторами. В ряде обзоров¹ эстетические свойства тканей рассматриваются как совокупность визуальных характеристик — таких как стиль, текстура, драпируемость и устойчивость формы — которые влияют на восприятие внешнего вида и

¹ Review on Functional and Aesthetic Properties of Textiles Vol. 6 No. 3 (2021)

привлекательность изделия. Отмечается, что эстетические показатели тесно связаны с функциональными свойствами тканей и могут улучшаться не только традиционными отделочными методами, но и новыми технологическими подходами.

Работа «*Эстетические свойства тканей, структура переплетения и качество ткани*»¹ посвящена оценке эстетических свойств мелкоузорчатых тканых материалов для одежды. Она включает анализ влияния видов переплетений и структурных параметров ткани на визуальные качества и потребительские свойства.

Авторы² исследования по проектированию эстетических параметров материалов предложили методику создания денима с заданной драпируемостью, что относится к одной из ключевых эстетических характеристик ткани — способности красиво ложиться и формировать силуэт изделия.

Соотношение эстетических и эргономических свойств обсуждается в работе «*Эргономические и эстетические подходы в разработке моделей детской одежды*»³, подчёркивая их взаимосвязь и влияние на общую оценку качества ткани.

Имеющиеся данные по изучению спроса на ткани и изделий из них свидетельствуют о том, что в последние годы повышается значение эстетического оформления изделий. Эти требования всё чаще выходят на первый план, опережая требования надёжности и даже гигиеничности. Несмотря на важность эстетических показателей и туше, их влияние на комплексную оценку качества тканей учитывается ещё недостаточно.

Методы исследования. Оценка эстетических характеристик тканей осуществлялась с применением экспертного и социологического методов. В качестве методической основы использовалась методика определения эстетической ценности и туше текстильных материалов, разработанная и представленная в трудах профессора В.П.Скляnnикова⁴.

Анализ и результаты. Комплексные показатели по группам свойств, а также интегральные показатели эстетической ценности и туше рассчитывались на основе оценок, полученных от экспертов и респондентов, с учётом коэффициентов весомости методом средней геометрической.

Средние значения коэффициентов весомости оценочных характеристик распределились следующим образом: соответствие назначению — 0,28; мода — 0,16; новизна и оригинальность — 0,18; композиционная целостность — 0,11. Значения коэффициентов весомости физико-морфологических свойств составили: цвет и рисунок — 0,32; жёсткость — 0,18; блеск и прозрачность — 0,21; фактура — 0,16; туше — 0,13.

Анализ полученных данных показал, что при оценке эстетической ценности потребители в первую очередь обращают внимание на цвет и рисунок, блеск, соответствие ткани её назначению и национальным традициям.

Показатели эстетической ценности (Эм), определённые экспертами, варьировали в пределах от 0,50 до 0,86. Среди исследованных образцов тканей 37,5 % получили оценку «отлично» (Эм = 0,76–1,00), а 62,5 % — оценку «хорошо» (Эм = 0,51–0,75).

Оценки респондентов по показателю Эм изменялись в диапазоне от 0,60 до 0,80: 31,3 % тканей были отнесены к категории «отлично», 68,7 % — к категории «хорошо».

Комплексные показатели эстетической ценности тканей в целом находились в среднем и нижнем диапазонах оценочных категорий «хорошо» и «отлично». Основными причинами снижения показателей являлись неполное соответствие национальным традициям и модным тенденциям, а также недостаточная степень новизны и оригинальности.

Туше тканей является важным критерием их эстетической и потребительской оценки. Результаты экспертного анализа показали, что значения показателя туше

¹ Ortiqov, O. A., & Tadjieva, S. A. (2025). Оценка эстетических свойств одежных тканей. Yangi O'zbekistonda yangi izlanishlar. Ташкентский институт текстильной и лёгкой промышленности, Узбекистан

² Rakhimkhodzhaev, S. S., Sobirova, G. N., & Asanov, E. R. (2022). Designing the aesthetic properties of denim fabric according to a given drapeability. ResearchJet Journal of Analysis and Inventions.

³ Yuldashaliyeva, Z. O. (2025). Ergonomic and aesthetic approaches in the development of children's clothing models. Journal of Science-Innovative Research in Uzbekistan

⁴ В.П.Скляnnиков. Оценка эстетических свойств и туше текстильных материалов. Москва “Экономика”-1998.

варьировали в пределах от 0,50 до 0,86: 40 % образцов получили оценку «очень приятное», 53,3 % — «приятное», 6,7 % — «средней приятности».

Оценки респондентов изменялись в диапазоне от 0,57 до 0,80: 20 % тканей были охарактеризованы как «очень приятные», 73,3 % — «приятные», 6,7 % — «средней приятности».

Снижение показателей туше в основном обусловлено повышенной жёсткостью, твёрдостью и плотностью тканей, не в полной мере соответствующих условиям жаркого и сухого климата.

Был проведён корреляционный анализ зависимости эстетической ценности тканей от физико-морфологических свойств (цвета, рисунка, блеска, прозрачности, жёсткости, драпируемости, фактуры, туше), а также от соответствия назначению, национальным традициям, модным тенденциям, новизне, оригинальности и композиционной целостности. Установленные зависимости носили линейный характер. Коэффициенты корреляции были высокими (0,87–0,98) практически по всем показателям, за исключением зависимости от национальных традиций и моды (0,60 и 0,65 соответственно). Это свидетельствует о том, что не все исследованные ткани в полной мере соответствуют эстетическим показателям.

Математическая обработка результатов оценки эстетической ценности выявила тесную корреляционную связь ($r = 0,85$) между оценками экспертов и респондентов, что подтверждает возможность использования экспертного метода как надёжного и менее трудоёмкого способа изучения потребительских предпочтений, особенно при оценке новых изделий и материалов.

Выводы и предложения. На основании проведённых исследований установлено, что спрос на ткани определяется не всей совокупностью их свойств, а прежде всего эстетическими характеристиками и показателем туше, которые потребитель способен оценить органолептически. При оценке эстетических свойств наибольшее внимание уделяется цвету и рисунку, а также соответствию ткани её назначению, национальным традициям и вкусам населения региона. Указанные показатели оказывают определяющее влияние на формирование общей эстетической ценности ткани.

Таким образом, эстетические показатели являются важнейшим компонентом комплексной оценки качества тканей. Они оказывают существенное влияние на потребительское восприятие продукции, её конкурентоспособность и соответствие современным требованиям рынка.

На основании результатов проведённого исследования в целях насыщения рынка качественными и доступными по цене тканями отечественного производства, соответствующими национальным традициям, современным модным тенденциям и требованиям потребителей, рекомендуется:

- при производстве тканей необходимо учитывать показатели эстетических свойств, имеющие определяющее значение для потребителя, а именно: цветовое решение, рисунок, текстуру поверхности, а также соответствие национальным традициям и современным модным тенденциям;
- в целях повышения уровня потребления тканей отечественного производства целесообразно расширять ассортимент продукции с национальными рисунками и традиционным колоритом, ориентированной на различные категории потребителей;
- при проектировании новых видов тканей обоснованным является применение метода экспертного опроса, как надёжного и экономически целесообразного инструмента оценки эстетической ценности текстильных материалов и прогнозирования потребительских предпочтений.

Использование данного подхода способствует снижению рисков при выводе новой продукции на рынок и повышению её востребованности.

Список использованной литературы:

1. Валиева, М.Р. *Потребительские свойства текстильных материалов*. Ташкент, 2021.

2. Кузнецова, Л.А. *Материаловедение в текстильной промышленности*. Москва: Легпром, 2020.
3. Тохирова, Д.А. Влияние структуры тканей на их эстетические свойства. *Текстильная промышленность*, №3. 2023.
4. ISO 9001:2015. *Системы менеджмента качества – Требования*.
5. ГОСТ 3811-2019. *Ткани текстильные – Методы определения внешнего вида*.

F.Axmedjanova Matolarning estetik ko'rsatkichlarining mahsulotlar iste'mol va ekspluatatsion xususiyatlarini shakllantirishdagi roli	F.Akhmedjanova The role of aesthetic indicators of fabrics in shaping the consumer and operational properties of products
Annotatsiya. Maqolada matolarning asosiy estetik ko'rsatkichlari ko'rib chiqilgan va ularning to'qimachilik mahsulotlari sifatiga ta'siri tahlil qilingan. Mahsulotlarning iste'mol xususiyatlarini shakllantirishda matolarning tashqi ko'rinishi, rangi, fakturasi, jilosi va drapirovkasining roli ochib berilgan. Estetik harakteristikalar to'qimachilik mahsulotlarining raqobatbardoshligining muhim omili ekanligi va ularning ekspluatatsion hamda funksional ko'rsatkichlariga sezilarli ta'sir ko'rsatishi isbotlangan. Kalit so'zlar: to'qimachilik mahsulotlari, estetik ko'rsatkichlar, gazlamalarning funksional xususiyatlari, gazlamalarning koloristik xususiyatlari, matoning teginish xususiyatlari, estetik qiymat ko'rsatkichlari, iste'mol qiymati.	Abstract. The article examines the main aesthetic indicators of fabrics and analyzes their influence on the quality of textile products. The role of appearance, color, texture, luster, and drapability of fabrics in the formation of consumer properties of products is revealed. It is shown that aesthetic characteristics are an important factor in the competitiveness of textile products and are directly related to their performance and functional indicators. Keywords: textile products, aesthetic indicators, functional properties of fabrics, coloristic properties of fabrics, fabric touch, fabric drape, indicators of aesthetic value, consumer value.

Рузибой Нормакматов – СамИСИ, профессори, т.ф.д.

Акром Гафуров – СамИСИ, катта ўқитувчиси

Баҳора Тўлкинова – СамИСИ, ООТ 125, I босқич талабаси

В₁- ВИТАМИН (ТИАМИН): ВА УНИНГ ИНСОН СОҒЛИГИНИ САҚЛАШДАГИ АҲАМИЯТИ

Аннотация. Мақолада инсон соғлигини сақлашда муҳим аҳамиятга эга бўлган В₁ витамини (тиамин) ва унинг очилиш тарихи, бу витаминнинг инсон организмида борадиган биокимёвий жараёнларда иштирок этиши, уларнинг қайси озиқ – овқат маҳсулотлари таркибида бўлиши ҳақида атрофлича маълумотлар келтирилади. Калит сўзлар: витамин, тиамин, озиқ-овқат, витамин етишмаслиги, биологик фаол моддалар, микронутриентлар.
--

Кириш. Бугунги кунда соғлом турмуш тарзига амал қилиб фаол яшаш, инсон соғлигини сақлашнинг ва узок умр кўришининг муҳим элементларидан бири эканлиги ҳеч кимда шубҳа ўйотмайди. Соғлом турмуш тарзи кенг тушунча бўлиб, жимсоний фаоллик, шахсий гигиена қоидаларига риоя қилиш, зарарли одатлардан воз кечиш (ғиёҳвандлик, тамаки чекиш, спиртли ичимликларни ичиш), руҳий соғломликни сақлаш, тўғри ва мувозанатлашган овқатланишни ҳаёт тарзига айлантириш ва бошқаларни ўз ичига олади. Инсон организмига таъсир этувчи кўпчилик омиллар орасида у истеъмол қилаётган таомлар ва озиқ-овқат маҳсулотлари таркибида витаминлар ва микроэлементларнинг тавсия этилган меъёрлар даражасида бўлиши етакчи ўринни эгаллайди.

Инсон организми витаминларни синтез қила олмаслиги сабабли, уларни инсон озиқ-овқат маҳсулотлари орқали олади. Шу соҳа мутахассисларининг таъкидлашича, бугунга қадар 30 га яқин витаминлар ва витаминларга ўхшаш фаол моддалар очилган ва ўрганилган. Ана шу витаминлар орасида инсон организми учун жуда зарур бўлган ва хоссалари яхши ўрганилган витаминлардан бири В₁ витамини (тиамин) ҳисобланади.

Шуни алоҳида қайд этиш лозимки, “витамин” деган сўзнинг луғат бойлигимизга киришида, айнан В₁ витаминининг (тиамин) очилиши ва унинг кимёвий формуласининг аниқланиш асосий сабаб бўлиб ҳисобланади.

1890 йилда Голландия олими Христиан Эйкман “бери-бери” касаллиги билан касалланишнинг асосий сабаби, сайқалланган оқ гуруч билан таомланиш ва бу касалликни даволашда гуруч кепаги қўшиб тайёрланган озиқ-овқат маҳсулотларини истеъмол қилиш ёрдам беришини аниқлаган. Шу асосда Х. Эйкман гуруч кепагида “бери-бери” касаллигидан ҳимоя қилувчи қандайдир фаол модда бор деган хулосага келади. Кейинчалик бу тадқиқот ишлари учун Христиан Эйкманга 1924 йилда Нобель мукофоти берилади. Христиан Эйкманнинг тадқиқотларини Польшалик биохимик Казимир Функ давом эттириб, 1911 йилда гуруч кепагидан кам миқдорда таркибида азот сақловчи моддани ажратиб олади ва бу модда инсонларни “бери-бери” касаллигининг белгиларидан холос этишини ҳам кузатади. Бу моддани олим “ҳаёт амини” (vita amine) деб атайди. Шу тариқа бу модда витамин деган номни олади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Мамлакатимизда ҳам бу соҳада илмий тадқиқот ишлари олиб борилган. Бундай олоимлар қаторига Ё.Х.Турақулов, С.Н. Далимов, М.Н. Валихонов, А.С. Содиқов, А.А. Абдувахобов, Ш.И. Салихов, А.С. Тураев, Н.Қ. Мухаммадиев ва бошқа кўплаб ўзбек олимларини киритиш мумкин. Бу борада илмий тадқиқот ишларини олиб борган рус олимлари қаторига Н.И. Лунин, В.В. Пашутин, С.А. Сосин, В.Н. Букин, В.А. Девяткин, А.А. Шмидт, А.Е.Любарцев, В.А. Тутельян ва бошқаларни киритиш мумкин.

Тадқиқот методологияси. Олиб борилган изланишлар натижасида таҳлил, иқтисодий таҳлил, илмий мушоҳада, маълумотларини гуруҳлаш усулларидан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар. Бугунги кунда В₁ витаминини истеъмол қилмаслик юрак тўқималарининг турли касалликларини келтириб чиқаради. Тиаминнинг етишмаслиги асосий овқати тозаланган гуручдан тайёрланган таомлар ёки юқори даражада тозаланган углеводларни истеъмол қилувчи ривожланаётган мамлакатлар аҳолиси орасида кенг тарқалган касаллик ҳисобланади.

Маълумки, инсоннинг ҳаёт фаолияти жараёнида доимий равишда модда алмашинуви рўй беради. Ана шу модда алмашинувида, айниқса углеводлар алмашинувида фаол иштирок этадиган витаминлардан бири В₁ витамини (тиамин) ҳисобланади. Бунда витамин В₁ гликолиз жараёнида глюкозанинг (углеводларнинг) энергия алмашилиш жараёнида иштирок этадиган муҳим ферментларнинг фаоллигига ижобий таъсир кўрсатади (1,2).

В₁ витаминининг муҳим хусусиятларидан бири асаб тизимининг нормал ишлашида жуда муҳим ҳисобланади.

Қўп сонли тадқиқот ишлари натижасида узоқ муддат таркибида В₁ витамини кам бўлган озиқ-овқат маҳсулотларини истеъмол қилиш марказий асаб тизими функциясининг бузилишига олиб келиши аниқланган (2,6). Шунингдек, В₁ витамини юрак қон томири тизимини мустаҳкамлаб, юрак мушакларининг нормал ишини таъминлайди, юрак уруши бузилишини олдини олади (1). Бундан ташқари В₁ витамини инсоннинг иммун тизимини мустаҳкамлаб, инфекция ва микроорганизмларга қарши курашиш қобилиятини ҳам оширади (3).

Баъзи бир бажарган тадқиқот ишлари шундан далолат берадики, организмда В₁ витамини (тиамин) нинг етишмаслиги тўқималарда пирозум ва сут кислоталарининг тўпланишини келтириб чиқаради. Натижада ацетил холин синтезининг бузилишига олиб келади. Бунинг натижасида асаб, юрак-қон томирлари ва овқат ҳазм қилиш фаолиятининг ёмонлашуви рўй беради. Шунингдек, тиамин антиоксидант сифатида, организмнинг эрта қаришидан ҳимоя қилиб, алкоголь ва тамакининг таъсирини камайитиришни таъминлашда ҳам иштирок этади (4,5).

Шу нарса аёнки, Ўзбекистон Республикасининг иссиқ иқлим шароити, яъни атроф - муҳитнинг юқори ҳарорати қўп даражада инсон терлашининг келтириб чиқаради. Бу эса организмда В₁ витамини сингари сувда эрувчи витаминларнинг камайишига сабаб бўлади.

Масалан, 32^oC да инсон организми 18^oC га қараганда икки баробар кўп сувда эрувчи витаминларни талаб қилар экан (7). Табиийки, ўз соғлигига бефарқ бўлмаган ҳар бир инсон рациониди В₁ витаминининг суткалик меъёрини таъминлаш учун, бу витаминнинг асосий манбалари қайси озиқ-овқат маҳсулотлари ва хом ашёлари эканлигини билиши зарур ҳисобланади. Биз кўпчилик манбаларни ўрганиш асосида бу витаминларнинг асосий озиқ-овқат маҳсулотларида қанча миқдорда бўлишини 1-жадвал маълумотларида килтирдик.

1- жадвал

В₁ витаминининг асосий манбалари

т/р	Озиқ-овқат маҳсулотлари	Миқдори, мг/100г
1	Гуруч кепаги	2,8
2	Сули кепаги	1,2
3	Соя дони	0,94
4	Тозаланган нўхат	0,90
5	Писта	0,87
6	Кунгабоқар ҳолваси	0,80
7.	Бугдой кепаги	0,75
8	Бугдой дони	0,44
9	Сули дони	0,44
10	Жавдар дони	0,45
11	Гречиха ёрмаси	0,43
12	Юнон ёнғоғи	0,39
13	Товуқ тухуми	0,40
14	Чўчка гўшти	0,70
15	Форель (балик)	0,40
16	Товуқ жигари	0,30
17	Қизил икра	0,30
18	Мол буйраги	0,39

1-жадвал маълумотлари шундан далолат берадики, В₁ витаминининг асосий манбалари дон ва дон маҳсулотлари экан. Шунингдек, ҳайвон маҳсулотларидан чўчка гўшти, мол жигари, буйраги, товуқ тухумининг сариқ қисми ҳам В₁ витаминига бойлиги билан ажралиб туради.

В₁ витаминининг катта ёшдаги одамлар учун меъёри суткасига 1,5-2,0 мг қилиб белгиланган. В₁ витамини етишмаслигининг олдини олиш учун ҳар бир киши ўз рациониди етарли миқдорда бугдой унининг паст навларидан (жойдори ун) тайёрланган нон, дуккакли донлар, гречиха ёрмаси, ёнғоқлар, уруғлар, сабзавотлар, (исмалоқ, карам), шунингдек мол жигари, буйраги, мол гўшти, товуқ тухуми каби маҳсулотларнинг бўлишини таъминлаши мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Шунингдек, алкоголь ичимликларини ичиш, тамаки маҳсулотларини чекиш каби зарарли одатлардан сақланиш ҳам В₁ витамини профилактикасида иштирок этади.

Хулоса ва таклифлар. Юқоридагилардан шундай хулоса келиб чиқадики:

1. В₁ (тиамин) витаминининг инсон организмида етишмаслиги марказий асаб, юрак қон томирлари тизими фенкцияларининг бузилишига олиб келади.

2. В₁ (тиамин) витаминининг асосий манбалари дон ва дон маҳсулотлари, товуқ тухуми, мол гўшти, жигари ва қизил икра ҳисобланади.

3. В₁ (тиамин) витамини инсон организмида синтез бўлмаганлиги сабабли, бу витаминга бой маҳсулотларни ҳар куни истеъмол қилиниши тавсия этилади.

4. Ҳар бир киши ўз рациониди ортиқча шакар ва оқ ундан тайёрланган маҳсулотларни, шунингдек энергетик, кола, қаҳва ичимликларини ичишни чеклаши керак. Бунинг сабаби, зикр этилган маҳсулотлар ва ичимликлар В₁ витаминига бўлган эҳтиёжни оширади.

5. Бу витаминнинг асосий манбаи ҳисобланадиган ёрма ва сабзавотлардан таомлар тайёрлаганда зангламайдиган пўлатдан ёки эмаль қатлами мавжуд бўлган жиҳозлардан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир, чунки В₁ витамини мис ва темир ионлари таъсирида тезда парчаланadi.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Степычева Н.В., Степанова А.А. Роль витамина В₁ в питании кровоснабжении сердечной мышцы. Инновационная наука, № 121-1, 2021.
2. Витамины и её предупреждении сердечно-сосудистой заболевании у мужчин. Кардиология, 2009, Т.49, №3.
3. Ковалёва Э.А., Рамазонов Г.Р., Рык А.А. Роль тиамин в развитии Энцефалопатия Вернике. Журнал им. Н.В. Склифосовского “ Неотложная медицинская помощь”, 2025, 14 (1), с. 166-177.
4. Морозов Т.Е., Дурнецова Е.С. Витамины группы в клинической практике. Медицинский совет, 2014, 18, 72-75.
5. Кузина Л.А., Кайшибаева Г.С. Витамины группы В – возможности мультидисциплинарного применения. Consilium medicum, 2023, 25 (2), с. 128-131.
6. Шайхова Г. Тошкент, Ўзбекистон, 2015, 25- бет.
7. Худойшукуров Т.А. ва бошқалар Витамины и здоровье. Тошкент, «Медицина», 1982, с.7.

Р.Нормакматов, А. Гафуров, Б.Тулкинова	R.Normakhmatov, A.Gafurov, B.Tulkinova
Витамин В1 (тиамин): историческое значение, источники, профилактика дефицита	Vitamin B1 (Thiamine): Historical Significance, Sources, and Deficiency Prevention
Аннотация. В статье представлена подробная информация о витамине В ₁ (тиамине), имеющий большое значение для поддержания здоровья человека, его истории открытия, значения и об источниках. Авторы также дают рекомендации по мере дефицита этого витамина. Ключевые слова: витамин, тиамин, продукты питания, дефицит витаминов, биологически активные вещества, микронутриенты.	Abstract. This article provides detailed information about vitamin B1 (thiamine), which is essential for maintaining human health, its discovery, significance, and sources. The authors also provide recommendations for managing this vitamin deficiency. Keywords: vitamin, thiamine, food, vitamin deficiency, biologically active substances, micronutrients.

Junaydillo Sadiyevich Fayziyev – SamISI dotsenti, texnika fanlari nomzodi

ATROF-MUHITGA CHIQRILAYOTGAN SUT ZARDOBI TARKIBIDAGI ZARDOB OQSILLARI MIQDORINI KAMAYTIRISH TEXNOLOGIYASI

Annotatsiya. Mazkur maqolada atrof-muhitga chiqarilayotgan sut zardobi tarkibidagi zardob oqsillari miqdorini kamaytirish texnologiyasi o'rganilgan. Shuningdek, bu yangi texnologiyani amaliyotga tadbqiq etish bo'yicha xam tavsiyalar berilgan..
Kalit so'zlar: chiqindisiz texnologiya, sut zardobi, termokislotali koagulyatsiya, zardob oqsillari, quruq moddalardan foydalanish darajasi.

Kirish. Atrof-muhitni muhofaza qilish va aholi salomatligini yaxshilash iqtisodiy siyosatning ajralmas qismi hisoblanadi. Sog'lom ekologiya — sog'lom inson garovidir. Sog'lom aholi – yuqori mehnat unumdorligi va barqaror iqtisodiy o'sish omili hisoblanib inson kapitali nazariyasiga ko'ra, sog'liqqa sarflangan investitsiyalar iqtisodiy samaradorlikni oshiradi.

Oxirgi yillarda iqtisodiy o'sishni ta'minlagan holda atrof-muhitga zararni kamaytirish, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish va aholi salomatligini muhofaza qilishga qaratilgan “Yashil iqtisodiyot” rivojlanish modelini ahamiyati tobora oshib bormoda.

O'zbekistonda yashil iqtisodiyotga o'tish strategiyasi 2019-yilda rasman qabul qilingan, uning ijrosini ta'minlash uchun 2022-yilda yangi chora-tadbirlar ham tasdiqlangan. Bu strategiya

iqtisodiy o'sishni ekologik barqarorlik, energiya samaradorligi va aholi salomatligi bilan uyg'unlashtirishga qaratilgan davlat siyosati bo'lib, uning amalga oshirilishida xalqaro hamkorlik va milliy monitoring mexanizmlari faol ishtirok etmoqda [1].

Sut zardobi tvorog, pishloq kabi achitilgan sut mahsulotlari ishlab chiqarish chiqindisi hisoblanadi. Sut zardobi tarkibida ko'p miqdorda hayvon oqsili va uglevodlar mavjud bo'lib, ular atrof-muhitga tushganda parchalanadi va hududning barqaror organik ifloslanishini keltirib chiqaradi. Sanoat miqyosida xosil bo'layotgan sut zardobining 42% ga yaqini hayvonlar uchun ozuqa va o'g'it kabi past qiymatli mahsulotlarni ishlab chiqarish uchun ishlatiladi yoki shunchaki suv havzalariga tashlanadi, bu esa evtofikatsiya tufayli ekotizimlarni buzadi [2].

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Zamonaviy ishlab chiqarish o'zining ko'lamini va o'sish sur'atlari bilan rivojlanib borgan sari kam va chiqindisiz texnologiyalarni ishlab chiqish va joriy etish muammolari tobora dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Chiqindisiz texnologiya atrof-muhitning ifloslanishini bartaraf etishni ta'minlaydi va shu bilan katta ekologik ahamiyatga ega [3]. Keyingi paytlarda deyarli hamma joyda vujudga kelgan ekologik vaziyat bir qator dolzarb vazifalarni hal etishni taqozo etmoqda. Birinchi navbatda, bu atrof-muhitga har tomonlama salbiy ta'sir ko'rsatadigan biogen kelib chiqishli chiqindilarni utilizatsiya qilish muammosini hal qilishdir. Olimlarning hisob-kitoblariga ko'ra, dunyoda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning umumiy massasida biologik chiqindilar hajmi 10 dan 30% gacha. Shu bilan birga, bu chiqindilar biotexnologiya uchun arzon xomashyo bazasi hisoblanadi [4]. Sut sanoatida chiqindisiz texnologiya tamoyillarini amalga oshirish oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish uchun sutning barcha tarkibiy qismlaridan kompleks foydalanish yoki tarkibiy qismlarni alohida ajratib olish va keyinchalik yog'siz sut xom ashyosi va oraliq mahsulotlarni qayta ishlash asosida mumkin [3, 5].

Sut zardobi tarkibida ko'p miqdorda hayvon oqsili va uglevodlar mavjud bo'lib, ular atrof-muhitga tushganda parchalanadi va atrof-muhitga tushganda hududning barqaror organik ifloslanishini keltirib chiqaradi. Tuproqqa sut zardobi (yoki uning tarkibidagi suv) to'kilganda o'simliklarning rivojlanishi susayadi, ifloslantiruvchi modda uzoq vaqt davomida tushganda esa tuproq deyarli unumsiz bo'lib qoladi. Aniqlanishicha, bir litr sut zardobining to'liq oksidlanishi uchun 50 litrgacha kislorod talab etiladi, shuning uchun u suv havzalariga tushganda suvning kislorod bilan kuchli darajada kambag'allashishi, uning yetishmovchiligi yuzaga keladi, bu esa ushbu suv havzasining flora va faunasining nobud bo'lishiga olib keladi. Shu sabablarga ko'ra, sut sanoati ikkilamchi xomashyosini qayta ishlash muammosini hal qilishda yanada jiddiy va qat'iy yondashuv talab etiladi [4, 6]. Sut zardobi qimmatli ikkilamchi xom ashyo hisoblanadi, uning tarkibida sutning o'zida mavjud bo'lgan deyarli barcha biologik faol moddalar mavjud. Sut zardobini qayta ishlash va undan foydalanishning zamonaviy texnologiyalari quyidagilarni potensial sifatida ko'rib chiqish imkonini beradi: quritish, quyultirish, ultrafiltrlash va oqsil konsentratlarini ishlab chiqarish, keyinchalik oziq-ovqat sanoati tarmoqlarida foydalanish uchun sut shakari va uning hosilasi - laktuloza ishlab chiqarish, etil spirti ishlab chiqarish [7, 8]. Shunga qaramay, butun dunyoda u sut ishlab chiqarishning juda yirik (160,7 mln. m³/yil) qo'shimcha mahsuloti bo'lib qolmoqda [2]. Tadqiqotning maqsadi sut oqsillarining termokislotali koagulyatsiya jarayonini o'rganish bo'lib, u ishlab chiqarishning kam chiqindililigi va atrof-muhitni himoya qilishni ta'minlaydigan kazein bilan kompleksda zardob oqsillarini maksimal darajada ajratib olishga qaratilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda induksiya-deduksiya, abstrakt fikrlash, qiyosiy tahlil, iqtisodiy talil va standart fizik-kimyoviy tadqiqot usullaridan foydalanildi.

Tahlil natijalari. Qizdirish haroratlarining maqbul oraliqlarini o'rnatish, shuningdek, turli xil qizdirish haroratlarining fizik-kimyoviy, organoleptik ko'rsatkichlarga va quruq moddalardan foydalanish darajasiga ta'sirini o'rganish uchun yog'sizlantirilgan sut quyidagi harorat qiymatlarigacha qizdirildi: 80, 85, 90 va 95 °S. Yog'sizlantirilgan sutga yuqorida ko'rsatilgan harorat qiymatlarida oldindan tayyorlangan kislotali zardob idish devori bo'ylab ehtiyotkorlik bilan aralashtirilib, ingichka oqim bilan kichik qismlarda kiritildi. Zardob sut hajmining 10% miqdorida olindi. Aralashma 5 daqiqa davomida tinch holatda qoldirildi. Ajratib olingan oqsillar lavsan matosi orqali filtrlandi va 1-2 soat davomida o'z-o'zidan presslandi. Yog'sizlantirilgan sut va zardob aralashmasining umumiy hajmi 1,5 l ni tashkil etdi. Olingan oqsil massalari va ajralib chiqqan zardobni o'rganish natijalari 1-jadvalda keltirilgan.

Issiqlik ta'sirining davomiyligini oqsil massasining quruq moddalaridan foydalanish darajasiga ta'sirini o'rganish sutni isitish haroratida (95°S) va sut hajmining 10% miqdorida zardobning optimal dozasi amalga oshirildi. 95°S da turlicha davomiylik o'rganildi: 10-15 sek, 5 min, 10 min va 20 min. Sut oqsillarining koagulyasiya haroratining olinadigan oqsil massalarining xususiyatlari va sifatiga ta'sirini o'rganish uchun dastlabki xom ashyo (yog'sizlantirilgan va massasi 1,1 foizdan ko'p bo'lmagan normallashtirilgan yog'li sut) sut oqsillarini maksimal darajada ajratib olish uchun avval o'rnatilgan rejimlarda (5 daqiqa davomida 95°S) issiqlik bilan ishlov berildi va $95, 85, 75$ va 65°S haroratda 5 daqiqa davomida nordon sut zardobi bilan ivitildi. Zardob ajratilgandan va 60 daqiqa davomida o'z-o'zidan presslangandan so'ng, olingan oqsil massasi va ajralib chiqqan zardob tekshiruvdan o'tkazildi.

1-jadvaldan ko'rinib turibdiki, qizdirish harorati 95 dan 80°S gacha pasayishi bilan quruq moddalardan foydalanish darajasi 44,7 dan 22,9% gacha kamayadi. Qizdirish harorati 95°S gacha ko'tarilganda ajralib chiqqan zardobdagi oqsillar va quruq moddalarning massa ulushi 80°S da qizdirishga nisbatan mos ravishda 30,95 va 11,72% ga kamayadi. Qizdirish haroratining oshishi bilan oqsil massalarining quruq moddalaridan foydalanish darajasining oshishi zardob oqsillarini denaturatsiyasi va kazein bilan birgalikda ajralib chiqishi bilan bog'liq. Zardob oqsillarining denaturatsiya darajasi nafaqat qizdirish haroratiga, balki uning ta'sir qilish davomiyligiga ham bog'liq bo'lganligi sababli, biz ushbu omilning ta'sirini ham o'rgandik. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, issiqlik ta'sirining davomiyligi oshishi bilan oqsil massalarining quruq moddalari massa ulushining sezilarli darajada oshishi va ajralib chiqqan zardobda eruvchan zardob oqsillari miqdorining kamayishi kuzatildi. Shunday qilib, issiqlik ta'sirining davomiyligini 10-15 soniyadan 5 va 20 daqiqagacha oshirish yog'sizlantirilgan va yog'li oqsil massalarining quruq moddalaridan foydalanish darajasini mos ravishda 0,3, 1,2% va 1,9, 3,0% ga oshiradi va zardobdagi zardob oqsillarining massa ulushini mos ravishda 0,36 va 2,6% ga kamaytiradi. Biroq, quruq moddalardan foydalanish darajasining biroz oshishiga qaramay, uzoq muddatli issiqlik ta'siri sutning fizik-kimyoviy xususiyatlarini sezilarli darajada o'zgartiradi va katta energiya sarfi bilan bog'liq. Shuni hisobga olgan holda, keyingi tajribalarda issiqlik ta'sirining davomiyligi 5 daqiqadan oshmadi.

1-jadval

Turli xil isitish haroratlarning sutning fizik-kimyoviy, organoleptik ko'rsatkichlariga va quruq moddalardan foydalanish darajasiga ta'siri

Koagu- lyasiya haro- rati, $^{\circ}\text{S}$	Оқсил массаси				Зардоб	
	Quruq moddalar- dan foyda- lanish darajasi, %	pH	Ta'mi va hidi	Konsistensiyasi	Oqsil- ning massa ulushi, %	Quruq moddalar- ning massa ulushi, %
80	22,9	$6,00 \pm 0,01$	Kuchsiz pasterizatsiya ta'mi bilan toza	Dag'al, sochiluvchan	$0,520 \pm 0,003$	$7,00 \pm 0,035$
85	39,7	$6,01 \pm 0,01$	Kuchsiz pasterizatsiya ta'mi bilan toza	Dag'al, sochiluvchan	$0,443 \pm 0,003$	$6,55 \pm 0,030$
90	43,1	$6,00 \pm 0,01$	Pasterizatsiya ta'mi bilan toza	Zich, donador	$0,397 \pm 0,004$	$6,35 \pm 0,037$
95	44,7	$6,03 \pm 0,01$	Pasterizatsiya ta'mi bilan toza	Qattiq, rezinasimon	$0,359 \pm 0,005$	$6,18 \pm 0,030$

Kislotali zardob kiritilgandan so'ng koagulyasiya haroratida aralashmani saqlash davomiyligini o'rganish shuni ko'rsatdiki, bu oqsil massalarining quruq moddalari massasiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. 5 daqiqa davomida ushlab turilganda oqsil massalari quruq moddalarining massasi 20% ga ortadi, aralashmani ushlab turishni yanada oshirish oqsil massalari quruq moddalarining massasiga deyarli ta'sir ko'rsatmaydi.

Shuning uchun sutning quruq moddalaridan foydalanishning eng yuqori darajasini

ta'minlaydigan termokislotali koagulyasiyaning eng maqbul rejimi quyidagilardir: qizdirish harorati 95 °S, 5 daqiqa davomida ushlab turish, 35 - 40 °S haroratda kislotaliligi 135 - 140 °T bo'lgan 10% li sut zardobini kiritish, aralashmani koagulyasiya haroratida 5 daqiqa davomida ushlab turish.

Sutga yuqori haroratda dastlabki issiqlik bilan ishlov berish tufayli sut oqsillarining koagulyasiya haroratini yanada pasaytirish oqsil massalarining quruq moddalaridan foydalanish darajasiga sezilarli ta'sir ko'rsatmasligi aniqlandi. Olingan ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, sut oqsillarining koagulyasiya harorati 95 dan 65 °S gacha pasayganda, yog'sizlantirilgan va yog'li oqsil massalarining quruq moddalaridan foydalanish darajasi koagulyasiya harorati 95 °S darajasida bo'ladi. Bu fakt sut oqsillarining turli koagulyasiya haroratlarida ajralib chiqqan zardobdagi qoldiq zardob oqsillari qiymatlarining doimiyligi (0,369-0,332%) bilan ham tasdiqlanadi. Bundan tashqari, sut oqsillarining koagulyasiyalanish haroratining o'zgarishi olinadigan oqsil massalarining namligiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Koagulyasiya haroratining 95 dan 65 °S gacha pasayishi yog'sizlantirilgan oqsil massasining namligini 2,92% ga, yog'li oqsil massasini esa 3,04% ga ortishiga olib keladi.

Xulosa va takliflar. Umuman olganda, taklif etilayotgan texnologiya bir vaqtning o'zida ikkita muhim muammoni hal qilish imkonini beradi. Birinchidan, ushbu texnologiyani qo'llash natijasida olingan sut zardobi an'anaviy pishloq va tvorog ishlab chiqarish texnologiyalarida olingan dastlabki zardob tarkibiga nisbatan minimal zardob oqsillari qoldiq miqdoriga ega. Bu fakt zardob oqsillarining atrof-muhitga salbiy ta'siri hatto uni kanalizatsiyaga oqizilgan holatlarda ham sezilarli darajada kamayishini ko'rsatadi. Ikkinchidan, ushbu texnologiyadan foydalanganda olinadigan oqsil massalari zardob oqsillarini kazein bilan birgalikda ajratib olinishi tufayli yuqori biologik qiymatga, chiqishga va organoleptik ko'rsatkichlarga ega bo'lib, bevosita iste'mol qilinadigan oqsil mahsulotlari assortimentini kengaytirishda katta ahamiyatga ega. Atrof-muhitga sut zardobi tashlanishining jiddiy salbiy ekologik oqibatlarini va sut ishlab chiqarishni ekologizatsiyalash zarurligini hisobga olgan holda, sut sanoatining sut zardobi kabi qimmatli biologik chiqindisining atrof-muhitga tashlanishini kamaytirishning ushbu texnologiyasi soddaligi va tejamkorligi tufayli sut sanoati korxonalari keng joriy etish tavsiya etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Strategy for Transition to Green Economy approved. UzDaily.uz <https://www.uzdaily.uz/en/strategy-for-transition-to-green-economy-approved/> Accessed 07 October 2019.
2. Не выливай — переработай! Как решить проблему молочной сыворотки и заработать на ней. <https://svoefermerstvo.ru/svoemedia/articles/ne-vylivaj-pererabotaj-kak-reshit-problemu-molochnoj-syvorotki-i-zarabotat-na-nej>. Дата обращения: 05 декабря 2023.
3. Н.Н. Максимюк, А.Н. Денисенко, Д.С. Мисак. Биотехнологические аспекты переработки белковых отходов животного происхождения. *Ж. Фундаментальные исследования*, 9, 44, (2006)
4. Е.А. Лебедянцева, М.Н. Иванцова, И.С. Селезнева, Переработка молочной сыворотки, в материалах конференции Энерго- и ресурсосбережение. Энергообеспечение. Нетрадиционные и возобновляемые источники энергии. Атомная энергетика, Уральский Федеральный Университет, Екатеринбург, Российская федерация, December 09–13, December 09–13 (2019), 469. https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/88111/1/eir_2019_113.pdf.
5. А. Г. Храмцов, П. Г. Нестеренко. Безотходная технология в молочной промышленности (Агропромиздат, Москва, 1989).
6. Спрос на молочную сыворотку в мире высок. В числе крупнейших экспортеров — Беларусь. <https://www.sb.by/articles/silnyy-eksportnyy-kozyr.html>. Дата обращения: 09 апреля 2023.
7. А.А. Гец, Направления диверсификации производственной деятельности молокоперерабатывающих предприятий, in Proceedings of the conference Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы, Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь, April 23-25, April 23-25 (2009), 1, 14. <https://rep.polessu.by/handle/123456789>.
8. М.Н. Kozhakhmetova. Characterization of functional and microbial profile of whey recovered from cottage cheese and cheese manufacturing, *J. Experimental Biology*, 1(94), 57, (2023). <https://bb.kaznu.kz/index.php/biology/article/view/1847/1585>

Дж. Файзиев Технология снижения содержания сывороточных белков в молочной сыворотке, выбрасываемой в окружающую среду Аннотация. В данной статье рассматривается технология снижения содержания сывороточных белков в молочной сыворотке, выбрасываемой в окружающую среду. Также даны рекомендации по внедрению этой новой технологии в практику. Ключевые слова: безотходная технология, молочная сыворотка, термокислотная коагуляция, сывороточные белки, степень использования сухих веществ.	J.Fayziev Technology for reducing serum protein content in milk serum emitted into the environment Abstract. This article examines the technology for reducing serum proteins in milk serum released into the environment. Recommendations were also given on the implementation of this new technology in practice. Keywords: waste-free technology, milk whey, thermoacid coagulation, whey proteins, the degree of use of dry matter.
---	---

Ro‘ziboy Normaxmatov – SamISI professori, texnika fanlari doktori

Zakirjon Erkinovich Mamarasulov – SamISI, “Servis” kafedrasi dotsenti v.b.

Ravshan Pirmatov – SamISI Sat-k-122 guruh talabasi

ASKORBIN KISLOTASI (C VITAMINI) VA UNING AHAMIYATI

Annotatsiya. Mazkur maqolada asosiy vitaminlardan biri C vitaminining inson organizmidagi roli va uning manbalari haqida atroflicha ma’lumotlar keltiriladi. Shuningdek, bu muhim vitamanga bo’lgan talabni qanday qondirish kerakligi bo’yicha ham tavsiyalar berilgan.

Kalit so’zlar: vitamin, C vitamini, mevalar, sabzavotlar, makroelementlar, mikroelementlar, erkin radikal, antioksidant, xolesterin.

Kirish. Bizning mamlakatimizda inson sog’ligini saqlash davlat ahamiyatiga ega bo’lgan masalalardan biri sanaladi. Aholi sog’ligini saqlashning muhim elementlaridan biri esa o’z vaqtida profilaktik tadbirlarni amalga oshirib, aholining sog’lom ovqatlanishini tashkil etish hisoblanadi.

Bugungi kunda zamonaviy tibiyotda va ovqatlanish haqidagi fanda erishilgan yutuqlar inson organizmining to’g’ri rivojlanishi uchun hayotining birinchi kunlaridanoq uning iste’mol qiladigan ovqatlari tarkibida oqsil, yog‘, uglevodlar va mikronutrientlardan tashqari hayot uchun juda muhim bo’lgan vitaminlar bo’lishi kerakligini ko’rsatadi.

Shuni alohida qayd qilish lozimki, vitaminlar inson organizmida sintez qilinmaydi, shu sababli ular inson organizmiga iste’mol qilinayotgan tabiiy o’simlik va hayvonot mahsulotlari orqali kelib tushadi. Shu sohada mutaxassislarning ta’kidlashicha hozirgi vaqtda 30 ga yaqin vitaminlar ochilganligini va o’rganilganligini qayd etadilar. Ana shu vitaminlar orasida inson organizmi uchun juda zarur bo’lgan va xossalari yaxshi o’rganilgan vitaminlardan biri askorbin (askorbat) kislotasi, ya’ni C vitamini hisoblanadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. “Vitamin” so’zi lotin tilidan olingan bo’lib – vita amine, ya’ni hayot uchun “juda muhim amin” degan ma’noni anglatadi. Bunday nom berilishining sababi, dastlabki ajratilgan vitamin tarkibida aminoguruhi topilgan.

Mamlakatimizda ham bu sohada ilmiy-tadqiqot ishlari olib borilgan. Bular qatoriga Yo.X.Turaqulov, S.P.Dalimov, M.N.Valixanov, A.S.Sadikov, A.A.Abduvaxobov, Sh.I.Salixov, A.S.Turaev, N.K.Muxammadiyev va boshqa ko’plab o’zbek olimlarini keltirish mumkin. Bu sohada ilmiy-tadqiqot ishlari bajargan rus olimlari qatoriga N.I.Lunin, V.V.Pashutin, S.A.Sosin, V.N.Bukin, B.A.Kudryashov, V.A.Devyatnin, A.A.Shmidt, A.Ye.Lyubarev, V.A.Tutelyan va boshqalarni kiritish mumkin.

Tadqiqot metodologiyasi. Olib borilgan izlanishlar natijasida tahlil, iqtisodiy tahlil, fizikaviy va kimyoviy usullardan foydalandik. Shuningdek, Askorbin kislotasining miqdori 0,001 normalli 2,6-dixlorfenolindofenol natriy etiriasi bilan titirlash yo’li bilan aniqlandi.

Tahlil natijalari. Ma’lumki, insonning hayot faoliyati jarayonida doimiy ravishda modda almashinuvi ro’y beradi. Ana shu modda almashinuvida faol ishtirok etadigan muhim vitaminlardan biri C vitamini hisoblanadi.

Askorbin kislotasi qalqonsimon bez garmonlari va buyrak usti bezi qobig'i garmonlari sintezida ishtirok etadi [1]. Shuningdek, C vitamini dofamin, adrenalin va noadrenalin fermentlarining faolligini ta'minlashda ishtirok etadi. Bularning barchasi miyaga nerv impulslarining uzatilishida juda muhim hisoblanadi. Shu sababli C vitamini yetishmaganda aqliy faollik pasayib, hatto depressiya avj olishi mumkin [2].

C vitamini temir moddasining yaxshi hazm bo'lishini ta'minlaganligi uchun temir yetishmasligi sababli yuzaga keladigan kamqonlik kasalligining oldini olishga ham xizmat qiladi [3].

C vitamini yurak-qon tomiri tizimining mustahkamlanishiga ham xizmat qiladi. U tomirlarning holatini yaxshilab, zararli xolesterinning miqdorini kamaytiradi. Shu bilan birga qonni suyultirib, trombozning profilaktikasida ham ishtirok etadi [4].

C vitaminining tananing immunitet tizimini mustahkamlashda va infeksiyalarga qarshi kurashishda ham muhimligi ko'p bor ilmiy-tadqiqot ishlari natijasida tasdiqlangan. Shuningdek, u yuqumli virusli kasalliklarning davomiyligi va tarqalishini kamaytiradi.

C vitaminining yana bir muhim xususiyati uning tabiiy antioksidant ekanligi bilan ham diqqatga sazovordir. Ma'lumki, organizmda hosil bo'ladigan erkin radikallar zararli birikmalar bo'lib, organizmda hujayralarning shikastlanishii va muddatidan oldin qarishiga olib keladi. Aynan C vitamini ana shu erkin radikallarning ta'siridan himoya qiladi.

So'nggi yillarda bajarilgan tadqiqot ishlari esa C vitaminining organizmda kollagen ishlab chiqarilishiga ijobiy ta'sir ko'rsatib, terining sog'lom bo'lishini ta'minlaydi.

Shuni alohida qayd etish lozimki, C vitaminiga bo'lgan ehtiyoj insonning yoshi, jinsi, kasbiy faoliyati, qanday sharoitda yashashi, sog'ligi va mehnat qilish intensivligiga qarab o'zgaruvchan bo'ladi.

Shu narsa ayonki, O'zbekiston Respublikasining issiq iqlim sharoiti, ya'ni atrof-muhitning yuqori harorati ko'p darajada inson tanasining terlashini keltirib chiqaradi. Bu esa organizmda suvda eruvchi vitaminlarning kamayishini keltirib chiqaradi. Masalan, +32°C da inson organizmi 18°C dagiga qaraganda ikki barobar ko'p suvda eruvchi vitaminlarni talab qilar ekan [5]. Katta yoshdagi odamlar uchun C vitaminining sutkalik normasi 70 mg qilib belgilangan [6].

Tabiiyki, har bir inson o'z ratsionida C vitaminining sutkalik normasini ta'minlashi uchun, bu vitaminning asosiy manbalari qaysi oziq-ovqat mahsulotlari va xom ashyolari ekanligini bilishi zarur hisoblanadi. Bi ko'pchilik manbalarni o'rganish asosida bu vitaminlarning miqdori bo'yicha o'rtacha ma'lumotlarni 1-jadvalda keltiramiz.

1-jadval

Askorbin kislotasining asosiy manbalari

T/r	Oziq-ovqat mahsulotlari	Miqdori, 100 g.da mg.larda
1	Kartoshka	10-20
2	Sabzi	10-15
3	Bosh piyoz	15-25
4	Olma	10-20
5	Nok	15-25
6	Behi	25-30
7	Shaftoli	10-15
8	O'rik	15-20
9	Pomidor	20-30
10	Limon	40-50
11	Apelsin	50-60
12	Mandarin	30-40
13	Oq boshli karam	40-60
14	Qora smorodina	180-300
15	Qizil bulg'or qalampiri	120-200
16	Shipovnik (itburun)	400-1000

Jadvalda keltirilgan ma'lumotlar shundan dalolat beradiki, C vitaminining asosiy manbalari ho'l mevalar va sabzavotlar ekan. Biz kundalik iste'mol qiladigan mahsulotlarimizdan kartoshka, sabzi, bosh piyoz kabi sabzavotlarda ko'p bo'lmasada 100 grammida 15-25 mg C

vitamini bo‘lar ekan. Olma, nok, behi, shaftoli, o‘rik mevalari tarkibida ham C vitaminining miqdori sabzavotlardagidek ekan. Lekin, sitrus mevalari yuqorida qayd etilgan mevalar va sabzavotlarga qaraganda C vitaminiga 2 barobar boyroq ekanligini ko‘rishimiz mumkin. 1-jadvalda keltirilgan ma’lumotlar tahlili shundan dalolat beradiki, shipovnik (itburun), qora smorodina, qizil bulg‘or qalampiri C vitaminiga eng boy mahsulotlar hisoblanar ekan.

Xulosa va takliflar. Demak, oziq-ovqat mahsulotlarini va xom ashyolarini C vitaminlik nuqtai nazaridan qarasak O‘zbekiston Respublikasida qariyb hamma mevalar va sabzavotlar yetishtirilgan ekan. Aynan shu yetishtirilayotgan mevalar va sabzavotlar suvda eruvchan C vitaminining asosiy manbalari hisoblanadi.

Shular asosida quyidagi takliflar beramiz:

1. C vitamini inson organizmi uchun juda muhim biologik faol modda hisoblanib, immun tizimini mustahkamlaydi va organizmning turli infeksiya va kasalliklarga qarshi kurashish qobiliyatini oshiradi.

2. C vitamini antioksidant xususiyatiga ega bo‘lib, erkin radikallarning zararli ta’sirini kamaytiradi va shamollash bilan kasalliklarning oldini oladi.

3. Inson o‘zining taomlanish rasionida doimiy ravishda ho‘l meva va sabzavotlarni, ayniqsa C vitaminiga boy limon, apelsin, mandarin, na‘matak, qoraqat kabi mevalarning, karam, kartoshka va bulg‘or qalampiri kabi sabzavotlarni iste’mol qilishi zarur.

4. C vitamini parchalanishining oldini olish uchun ho‘l meva va sabzavotlarni salqin, qorong‘i, quyosh nuri tushmaydigan xonalarda saqlash tavsiya etiladi. Ularni saqlash uchun optimal harorat 0⁰ dan +4⁰S gacha bo‘lgan harorat hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Диденко В.А., Голубев М.А. Витамин С (Аскорбиновая кислота). Электронный ресурс. // медабоутме: медицина обо мне. Режим доступа: <https://medboutme.ru>.

2. Прозоровский В. Витамин С. Как его понимать? Электронный ресурс. // Элемент – Режим доступа: <https://elementy.ru>.

3. Медведева Н.А. Биодоступность железа и влияние ионов кальция на ее эффективность. Электронный ресурс. Лечащий врач – режим доступа: <https://www.Ivrach.ru>.

4. Витамин и ее в предупреждении сердечно-сосудистых заболеваний у мужчин. Кардиология. 2009, Т 49, №3.

5. Т.Худайшукуров, Н.К.Бабаходжаев. Витамин и здоровье. Ташкент, «Медицина», 1982 г.

6. Скурихин И.М., Волгарева М.Н. Химический состав пищевых продуктов (Справочное таблиц содержания аминокислота, жирных кислот, витаминов, макро- и микроэлементов, органических кислот и углеводов). М.: ВО «Агропромиздат», 1987.

Р.Нормахматов, З.Мамарасулов, Р.Пирматов Аскорбиновая кислота (витамин С) и ее значение	R.Normaxmatov, Z.Mamarasulov, R.Pirmatov Ascorbic acid (vitamin C) and its importance
Аннотация. В данной статье представлена подробная информация о роли одного из основных витаминов, витамина С, в организме человека и его источниках. Также даны рекомендации о том, как удовлетворить потребность в этом важном витамине. Ключевые слова: витамин, витамин С, фрукты, овощи, макроэлемент, микроэлемент, свободный радикал, антиоксидант, холестерин.	Abstract. This article provides detailed information on the role of one of the main vitamins, vitamin C, in the human body and its sources. Recommendations were also given on how to meet the need for this important vitamin. Keywords: vitamin, vitamin C, fruits, vegetables, macroelements, microelements, free radical, antioxidant, cholesterol.

TADBIRKORLIK, MEHNAT, BANDLIK VA KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISH

Феруз Нематуллаевич Абилов – Самарқанд вилоят ҳокимининг биринчи ўринбосари,
СамЙСИ тадқиқотчиси

ХУДУДЛАРДА КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШНИНГ ИННОВАЦИОН ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация. Мақолада ҳудудларда камбағалликни қисқартиришнинг инновацион йўналишлари қараб чиқилган. Бунда камбағалликни қисқартиришнинг аҳоли томорқаларидан фойдаланишнинг аниқ чора-тадбирлари ишлаб чиқилган. Бунда аҳолининг камбағал қатлами тадбиркорлар томонидан томорқасидан фойдаланиш учун барча ёрдамларни кўрсатиб, етштирилган маҳсулотини ҳам бозор нархида сотиб олиб тўлиқ даромад қилиш имкониятларини яратади. Бу билан ҳар бир камбағал оила доимий иш ўринларига эга бўлади ва уларни тадбиркорларга қўшиш орқали камбағалликдан ҳам чиқариш йўллари қараб чиқилган.
Калит сўзлар: камбағаллик, камбағалликни қисқартириш, ишсизлик, бандлик, иш ўринлари, тадбиркорликка жалб этиш, томорқа, ундан самарали фойдаланиш, ерларни ижарага бериш.

Кириш. Мамлакатимизда камбағалликни қисқартириш борасида тизимли ишлар амалга оширилмоқда. Булардан бири қишлоқ жойларда агросервис хизматларини жонлантириш орқали амалга ошириш кўзда тутилган. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2024 йил 30 сентябрдаги “Республикада агросаноат соҳасига янги бозор механизмларини жорий этиш ҳамда саноатлашган боғ ва токзорларни барпо қилишнинг қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-151- сонли Фармони қабул қилинди. Булар албатта тегишли натижаларга эришиш учун ҳам асос бўлиб хизмат қилмоқда. Шунингдек, ушбу масала юзасидан Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2025 йил 26 декабрдаги Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномасида “Жорий йилда 5 миллион аҳолимиз даромадли бўлиб, ишсизлик даражаси 5,5 фоиздан 4,9 фоизга тушди. Қарийб 1,5 миллион эҳтиёжманд аҳоли камбағалликдан чиқди, илк бор 1 минг 435 та маҳалла “камбағалликдан холи” ҳудудга айланди”¹, деб таъкидлаб ўтди. Бу бир йилда эришилган жуда катта ютуқ. Яна таъкидладик, “Бир эсланг, бу ишларни бошлаганимизда аҳолимизнинг учдан бир қисми камбағаллик чегарасида яшарди. Кредит, субсидия, компенсация каби 100 дан зиёд хизматлар орқали ижтимоий ҳимоянинг мутлақо янги тизимини йўлга қўйганимиз ва буларни маҳалладаги “еттилик”нинг ўзига берганимиз натижасида 8,5 миллиондан зиёд одам камбағалликдан чиқди, ишсизлик 2 карра қисқарди. Натижада уч йил олдин Камбағалликни 2026 йил якуни билан 2 карра қисқартириш бўйича олган маррамизни шу йилнинг ўзида уддаладик”². Кўриниб турибдики, бу тадбирлар мамлакатимиз ва унинг ҳар бир ҳудудларида ҳам амалга оширилди. Ушбу ҳолатлар мазкур масаланинг ўта долзарб мавзуга бағишланганлигидан далолат беради.

Тадқиқот методологияси. Ҳудудларда камбағалликни қисқартиришнинг инновацион йўналишлари қараб чиқиш жараёнида тизимли ёндашув, қиёсий таҳлил, индукция ва дедукция, анализ ва синтез, абстракт фикрлаш, замон ва макон, монографик ва мантикий ёндашув каби усуллардан фойдаланилган. Мавзунинг долзарблигидан келиб чиқиб, тегишли амалий тавсияларни асослашда мантикий ёндошувлардан ҳам фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Ҳудудларда камбағалликни қисқартиришнинг инновацион йўналишларини изоҳлаш учун масалага комплекс ёндашувни талаб қилади. Бунда асосан рақамли иқтисодиёт ва сунъий интеллект билан боғлиқ йўналишларни қарашни тақозо қилади. Бу жараёни қамраб олиш учун бир қанча йўналишларни инобатга олиш лозим. Булар қуйидаги жадвалда келтирилган (1-жадвал).

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. //

² Ўша жойда.

Худудларда камбағалликни қисқартиришнинг кўп қиррали инновацион йўналишлари

Т /р	Асосий йўналишлар	Асосий йўналишларнинг изоҳи
1.	Рақамли иқтисодиёт ва технологиялар	Буни амалга оширишда: электрон хизматлар орқали аҳолига ижтимоий хизматларни тез ва шаффоф ҳолда етказиш, *рақамли платформа ва маркетплейслар орқали маҳаллий маҳсулотларни сотиш, *кам таъминланган аҳоли учун онлайн касб-ҳунар ўқув курслари ташкил қилиш лозим бўлади.
2.	Инновацион тадбиркорликни ривожлантириш	Бунда: стартап лойиҳалар ва ижтимоий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш, *ёшлар ва аёллар учун инкубатор ва акселераторлар ташкил этиш, *камбағал оилаларни оилавий бизнесга жалб қилиш муҳим аҳамият касб этади.
3.	Қишлоқ хўжалигида инновациялар	Ушбу ҳолатда: агростартаплар, томорқадан самарали фойдаланиш учун интенсив боғдорчилик, иссиқхоналар-ни ташкил қилиш, *сув тежовчи технологияларни, хусусан, томчилатиб ва ёмғирли шаклда суғориш, *қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишлаш ва қиймат занжирини яратиш ҳам муҳим ҳисобланади.
4.	Касбий таълим ва инсон капитали	Булар: ҳудуд эҳтиёжларига мос бўлган касб-ҳунар таълими, *дуал таълим тизими жорий қилиниб, таълим + амалиёт шаклида фаолиятни йўлга қўйиш, *камбағал аҳоли учун қайта тайёрлаш ва малака ошириш дастурлари ва йўналишларини амалиётга жорий қилиш.
5.	Молиявий инновациялар	Мазкур ҳолатда: микромолия ва микрокредитларни жорий қилиш, *ислом молияси инструментларидин, хусусан, мурабаҳа, мудораба кабилардан фойдаланишни йўлга қўйиш, *финтех хизматлари орқали молиявий инклюзияни кенгайтириш лозим бўлади.
6.	Ижтимоий ҳимоянинг инновацион механизмлари	Бунда: манзилли ижтимоий ёрдамни (Big Data асосида) ташкил қилиш, *ижтимоий контрактларни, яъни ёрдам + мажбурият принципини жорий қилиш, *камбағалликдан чиқиш бўйича индивидуал “йўл хариталари”ни ишлаб чиқиш ва буларни тўлиқ амалга ошириш лозим бўлади.
7.	Худудий ривожланиш ва кластер ёндашуви	Мазкур ҳолатда: саноат ва агрокластерларни бевосита қишлоқлар билан ҳамкорликда ташкил этиш, *туризм, ҳунармандчилик, хизматлар соҳасида маҳаллий кластерларни ташкил этиш, *худудий ресурслардан самарали фойдаланиш бўйича илғор тажрибалардан фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади.
8.	Давлат–хусусий шериклик (DXSh)	Муҳим жиҳат: инфратузилма ва ижтимоий лойиҳаларда хусусий секторни жалб қилиш, *камбағал худудларда инвестициявий жозибadorликни ошириш лозим бўлади.
9.	Ижтимоий инновациялар	Бунда ҳам: нодавлат-нотижорат ташкилотлари (ННТ) ва фуқаролик жамияти иштирокида биргаликда лойиҳаларни амалга ошириш, *“Self-help” ва кооперация моделларидан фойдаланиш, *маҳалла тизими орқали инновацион ёндашувларни амалга ошириш лозим бўлади.

Мазкур жадвалда ифода этилган худудларда камбағалликни қисқартиришнинг инновацион йўналишларида барча жиҳатларнинг қисқача изоҳи келтирилган. Бунда учрайдиган айрим янги ва интернационал атамаларнинг мазмунини ҳам очиб беришга

ҳаракат қиламиз. Бунда маркетплейслар сўзи келтирилган. Бунинг мазмунида асосан маркетплейс платформасидаги маълумотлар, контент ва маҳсулот тавсифи тушунилади. Бунда маҳсулот ва хизматлар тавсифи, яъни номи, расмлари, нархи, техник хусусиятлари, рейтинг ва шарҳлар. Шунингдек, фойдаланувчилар маълумотлари, хусусан, сотувчи профили, рейтинглари, фикр-мулоҳазалари ҳам ўз аксини топади. Яна савдо шартлари ва қоидалари ҳам акс эттирилади, яъни тўлов усуллари, етказиб бериш шarti, қайтариш сиёсати кабилар. Булардан ташқари платформа контенти, яъни реклама баннерлари, акциялар, тавсиялар ва янгиликлар ҳам шунда берилади. Булардан хулоса қилиш мумкинки, маркетплейс атамасининг мазмуни бевосита савдо платформасида фойдаланувчи ва сотувчи учун тақдим этилган барча ахборот ва маълумотлар йиғиндиси ўз ифодасини топар экан.

Мазкур йўналишнинг иккинчи бандида инкубатор ва акселераторлар келтирилган. Инкубатор ва Акселератор сўзлари кўпинча стартап ва тадбиркорлик муҳитида қўлланилади, лекин уларнинг мақсади ва фокуси бир-биридан фарқ қилади. **Инкубатор** деганда, стартап ёки янги бизнес ғояларини ташкилий равишда ривожлантириш ва тайёрлаш учун яратилган муҳит тушунилади. Бундан мақсад ғояларни реал бизнесга айлантириш, асосий бизнес қўникмаларини бериб, уларни ресурслар билан таъминлашга қаратилган бўлади. Чунки буларнинг муддати ҳам одатда узоқ бўлиб, 6 ойдан 2 йилгач елгиланади. Инкубатор офис жойи, менторлик, ҳуқуқий ёрдам, бизнес режа тайёрлашда ҳам кўмакчилик вазифасини бажаради ва тегишли ресурслар билан таъминлайди. Қисқача қилиб айтганда, инкубатор ғояни тўлиқ амалиётга тадбиқ қилиб, ундан иқтисодий-ижтимоий ўсиш жараёнида фойдаланишдан ибоят бўлади.

Акселератор деганда, аллақачон ишлайдиган стартапларни жуда қисқа муддатда тез ривожлантириш ва инвестицияга тайёрлаш дастури тушунилади. Бунинг мақсади ҳам бизнесни тезроқ кенгайтириш, инвестицияларни жорий қилиш ва бозорга киритишга қаратилган бўлади. Бунинг муддати одатда қисқа бўлиб, 3–6 ойни ташкил қилади. Менторлик, инвестиция имкониятини оширади, бизнесни ривожлантириш, маркетинг ва савдо стратегиясининг амалга оширишда тезда ёрдам беради. Қисқача қилиб айтганда, ишлаб турган стартапни янада тезлаштириш ва ривожлантириш учун замин яратади.

Инкубатор билан акселератор маълум маънода бир биридан фарқ қилади. Масалан, инкубатор ғояни бойитади ва тайёрлайди. Акселератор эса, ишлайдиган стартапни тез ривожлантириб, инвестиция ва бозорга чиқишга ёрдам беради. Булардан ҳам кўриниб турибдики, ҳудудларда камбағалликни қисқартиришнинг инновацион йўналишлари бевосита рақамлаштириш, тадбиркорлик, таълим, молиявий кўмаклашиш ва манзилли ижтимоий ҳимоя уйғунлигини таъминлашдан иборатдир. Ушбу ёндашувлар ҳудудий шароитларни, яъни қишлоқ ва шаҳар ҳудудларини ва улардаги имкониятларини ҳисобга олган ҳолда амалга оширилса, барқарор натижа беради.

Мазкур ҳолатни 2025 йил статистикасига кўра (миллий рўйхатлар ва жаҳон банки билан ҳамкорликда ўтказилган уй ҳўжаликлари бўйича сўров натижаларига кўра) берилган маълумотлардан ҳам кўриш мумкин. Бугунги кунда, камбағал аҳолининг умумий кўрсаткичлари Ўзбекистон Республикада камайиб бориши кузатилмоқда. Мамлакатимизда 2025 йилда камбағаллик даражаси тахминан 5.8 %ни ташкил қилади. Ушбу аҳоли камбағаллик чегараси поёнида яшайди. Бу кўрсаткич 2024 йилдаги 8.9 %дан сезиларли даражада паст. Чунки 2022–2025 йиллар давомида камбағаллик даражаси камайиш тенденциясига эга бўлиб келмоқда (1-расм).

Ушбу расмдан кўриниб турибдики, мамлакатимизда камбағаллик даражасини камайтириш бўйича анча ютуқлар қўлга киритилган. Чунки камбағаллик даражаси 2022 йилда 14,0 % бўлган бўлса, 2023 йилга келиб, ушбу кўрсаткич 11,0 %га туширилди. 2024 йилда эса 8,9 %ни ташкил қилган бўлса, 2025 йилга келиб ушбу кўрсаткич 5,8 %га тушди. 2026 йилда эса ушбу кўрсаткични 4,5 %га тушириш мақсад қилиб олинган. Шу туфайли жуда катта ишлар амалга оширилмоқда. Биргина 2025 йилда мамлакатимизда 302 мингта оила камбағалликдан чиқарилди. Агар ҳудудлар бўйича қарайдиган бўлсак, Хоразм вилоятида камбағаллик даражаси жуда юқори ва унинг даражаси 6,7 %ни ташкил қилади. Ушбу кўрсаткич Қорақолпоғистонда 6,6 %га тенг. Қашқадарё (6,5 %), Сирдарё (6,2 %), Сурхандарё (6,1 %), Самарқанд (6,1 %), Бухора (6,0 %) вилоятларида камбағаллик



1-расм. Ўзбекистонда ҳудудлар бўйича камбағаллик даражасининг 2022-2025 йиллардаги ҳолати¹

даражаси 6,0 %дан зиёд. Навоий вилоятида 4,2 %ни ташкил қилса, энг минимал даражадаги камбағаллик даражаси, яъни 3,5 % Тошкент шаҳрига тўғри келмоқда.

Аҳолининг даромадлилик даражаси ҳам ижобий томонга ўзгармоқда. Буни аҳолининг даромадларининг тенгсизлик даражасининг қисқаришида ҳам кўриш мумкин. Буни қуйидаги расмда кўриш мумкин (2-расм).



2-расм. Ўзбекистон аҳолиси даромадларининг 2024-2025 йиллардаги ўзаришлари²

Расмдан кўриниб турибдики, даромадлилик даражасининг индекси энг юқориси 1,0 квинтил бўлса, энг кам кўрсаткич 5,0 квинтилга тенг. Бироқ мамлакатимиз аҳолисининг

¹ https://dunyo.info/en/ekonomika/ceir-predstavil-analiz-urovnya-bednosti-i-dohodov-naseleniya-v-uzbekistane?utm_source=chatgpt.com

² https://dunyo.info/en/ekonomika/ceir-predstavil-analiz-urovnya-bednosti-i-dohodov-naseleniya-v-uzbekistane?utm_source=chatgpt.com

даромадлари ҳали анча паст. 2024 йилда 6,3 баробарни ташкил қилган бўлса, 2025 йилда 5,5 баробарга тенг бўлган. Бу Жинни коэффиценти бўйича 21024 йилдаги 0,35 дан, 2025 йилга келиб 0,33 га тенг бўлган. Бу ерда кескин ўзгаришлар Тошкент шаҳрида (2024 йилда 0,32 дан, 2025 йилга келиб 0,28 га пасайган), Сирдарё вилоятида (2024 йилда 0,32 дан, 2025 йилга келиб 0,28 га пасайган) ва Қарақолпоғистон республикасида (2024 йилда 0,32 дан, 2025 йилга келиб 0,28 га пасайган) содир бўлган.

Шу билан бирга, умумий камбағаллар сони мамлакат бўйича тахминан 2.2 миллион киши (аёллар, эркаклар ва болалар) деб баҳоланмоқда¹. 2025 йил маълумотларига кўра камбағалликнинг ҳудудий тақсимланиши қуйидаги ҳолатда (2-жадвал).:

2-жадвал

Камбағаллик даражасининг мамлакатимиз ҳудудлари бўйича тақсимланиши²

Т/р	Ҳудуд тоифаси	Камбағал-лик дара-жаси ³ , %	Изоҳ
1.	Шаҳарларда	5.2	Камбағаллик даражаси шаҳарларда юқори эмас, аммо пастроқ тенденцияда.
2.	Қишлоқ ҳудудларида	6.4	Қишлоқда камбағалликнинг улуши шаҳарларга нисбатан бир оз юқори

Кўриниб турибдики, шаҳарларда камбағаллик даражаси қишлоқдагиларга нисбатан анча паст. Шаҳарларда ушбу кўрсаткич 5,2 %ни ташкил қилса қишлоқда камбағаллик даражаси 6,4 %ни ташкил қилади. Агар мамлакат аҳолисини тахминан 37–38 миллион деб оладиган бўлсак (2025 йил якунлари бўйича) умумий камбағаллар сони 2.2 миллион кишини ташкил қилади. Шаҳардаги камбағаллар 5.2 %ни ташкил қилганда камбағаллик шаҳар аҳолиси умумий аҳолининг қарийб ярмини (50 %) ташкил қилганда ҳам шаҳарда яшаётганларнинг 0.51–0.55 миллион кишиси камбағал бўлиши мумкин. Қишлоқдаги камбағаллар 6.4 %га тенг бўлганда қишлоқ аҳолиси (яъни қолган ~50 % 0.64–0.70 миллион киши қишлоқда камбағал бўлиши мумкин.

Қайд этиш жоизки, шу йилларда қишлоқларда камбағаллик камаяётган бўлса-да, шаҳарларга миграция ҳолатлари рўй бермоқда. Шу билан бирга, камбағалликнинг сифат таркибига ишсизлик, даромадларнинг камлиги, ижтимоий хизматлардан фойдаланиш етарли эмаслиги каби омиллар ҳам катта таъсир кўрсатади.

Хулоса ва таклифлар. Хулоса қилиб айтганда, мамлакатимизда охириги йилларда камбағаллик даражаси қисқариш тенденциясига эга. Бироқ, ҳудудларида шаҳар ва қишлоқлар миқёсида ҳамда вилоятлар кесимида ҳам камбағаллик даражаси бир хил эмас. Айрим вилоятларда Тошкент шаҳрига нисбатан икки баробар юқориликча сақланиб қолмоқда. Буларни инобатга олиб қуйидаги тавсиялар ишлаб чиқилди:

Биринчидан, ҳудудларда мамлакат аҳолисини камбағалликдан чиқариш учун “Йўл харитаси”ни ишлаб чиқишда кўп қиррали инновацион йўналишларини киритиш ва унинг бажарилишини тизимли равишда назорат қилишни йўлга қўйиш мақсадга мувофиқ.

Иккинчидан, аҳолини камбағалликдан чиқариш учун ижтимоий инновацияларни ишга солиш, бунда нодавлат-нотижорат ташкилотлари (ННТ) ва фуқаролик жамияти иштирокида биргаликда лойиҳаларни амалга ошириш, аграр соҳада “Self-help” ва кооперация моделларидан фойдаланиш ва маҳалла тизими орқали инновацион ёндашувларни амалга ошириш лозимлиги ҳам асосланган.

Учинчидан, инкубатор ва акселераторлардан стартап ёки янги бизнес ғояларини ташкилий равишда ривожлантириш ва тайёрлаш учун яратилган муҳитни яхшилаш, булардан фойдаланишни тезлаштириш лозимлиги ҳам асосланган.

¹ https://nuz.uz/uz/2026/01/02/yzbekistonda-2025-jil-yakunlari-byjicha-kambarallik-darazhasi-va-axoli-daromadlari-taxlili-infografika/?utm_source=chatgpt.com.

² Dunyo.info. https://dunyo.info/en/ekonomika/ceir-predstavil-analiz-urovnya-bednosti-i-dohodov-naseleniya-v-uzbekistane?utm_source=chatgpt.com.

³ Булар тахминан ҳисобланган рақамлар, чунки шаҳар/қишлоқга асосланган аниқ сониялар кўпинча статистиканинг тегишли жадвалларида берилади.

Тўртинчидан, камбағаллик даражасининг мамлакатимиз ҳудудлари бўйича тақсимланишида камбағаллик даражаси қишлоқларда шаҳарга нисбатан катталиги кузатилмоқда. Бу эса қишлоқларга саноат ва агрокластерларнинг бевосита ҳамкорлигини ташкил этиш, ҳудудий ресурслардан самарали фойдаланиш бўйича илғор тажрибаларни ишга солиш муҳим аҳамият касб этиши кўрсатиб ўтилган.

Бешинчидан, қишлоқларда янги иш ўринларини яратиш, бандликни ошириш ва камбағалликни қисқартириш учун туризм, ҳунармандчилик, хизматлар соҳасида маҳаллий кластерларни ташкил этиш ҳам мақсадга мувофиқдир.

Буларнинг амалга оширилиши мамлакатимизда аҳолини бандлигини ошириш, янги иш ўринларини яратиш натижасида камбағалликни қисқартиришга эришилади ва бу амалдаги “Ўзбекистон - 2030” стратегиясида қўйилган вазифаларни бажаришга хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 26 мартда имзоланган “Иқтисодиётни ривожлантириш ва камбағалликни қисқартиришга оид давлат сиёсатини тубдан янгилаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги пф-5975-сонли фармони
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 26 мартда имзоланган “Ўзбекистон Республикаси Иқтисодий тараққиёт ва камбағалликни қисқартириш вазирлиги ҳамда унинг тизим ташкилотлари фаолиятини ташкил этиш тўғрисида” пқ-4653-сонли қарори.
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти 2022 йил 27 январда “Хизматлар соҳасини ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори.
4. Пардаев М.Қ., Пардаев О.М. Камбағалликни баҳолаш ва уни камайтириш йўллари. Илмий-услубий тавсия. Самарқанд: СамИСИ. – 2020. – 68 бет.
5. Абдурахмонов Қ.Х., Холмўминов Ш.Р. “Меҳнат иқтисодиёти ва социологияси”. Ўқув қўлланма -Т.: Ўзбекистон ёзувчилар уюшмаси Адабиёт жамғармаси нашриёти, 2004 й.
6. Ricardo, David (1817) On the Principles of Political Economy and Taxation. Piero Sraffa (Ed.) Works and Correspondence of David Ricardo, Volume I, Cambridge University Press, 1951, p. 135.
7. Мухаммедов М. (2020) 1,9 АҚШ долларида кам маблағга кун кечираётганлар //“Zarafshon” газетаси. 2020 йил 23 июнь. 68 сон. 2-бет.
8. Ҳамидов Б. (2020) Ўзбекистонда камбағаллик даражаси. Камбағалликни камайтириш учун нима қилиш керак? (Hamidov B. (2020) "Poverty rate in Uzbekistan. What should be done to reduce poverty?") review.uz/oz/au1 09.06.2020 15:13 780.

Ф.Абилов Инновационные направления сокращения бедности в регионах	F.Abilov Innovative approaches to reducing poverty in regions
Аннотация. В статье рассмотрены инновационные направления сокращения бедности в регионах. При этом разработаны конкретные меры по эффективному использованию приусадебных земель населения в целях сокращения бедности. В данном процессе предприниматели оказывают всестороннюю поддержку малообеспеченным слоям населения в использовании их приусадебных участков, а также выкупают выращенную продукцию по рыночным ценам, создавая тем самым возможности для получения полного дохода. В результате каждая малообеспеченная семья обеспечивается постоянными рабочими местами, а также рассматриваются пути вывода их из бедности путем интеграции с предпринимательской деятельностью. Ключевые слова: бедность, сокращение бедности, безработица, занятость, рабочие места, вовлечение в предпринимательство, приусадебный участок, эффективное использование, аренда земель.	Abstract. The article examines innovative approaches to reducing poverty in regions. In this context, specific measures for the effective use of household land plots have been developed as a means of poverty reduction. Entrepreneurs provide comprehensive support to low-income groups in utilizing their household plots and purchasing the produced goods at market prices, thereby creating opportunities for generating full income. As a result, each low-income family gains access to permanent employment, and ways of lifting them out of poverty through integration with entrepreneurial activities are explored. Keywords: poverty, poverty reduction, unemployment, employment, jobs, involvement in entrepreneurship, household plots, efficient use, land leasing.

XIZMAT KO‘RSATISH VA SERVIS

Обид Мамаюнусович Пардаев – ЎзР Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Энергия самарадорлиги миллий агентлиги директорининг 1-ўринбосари

КОММУНАЛ ХИЗМАТЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ МАЪМУРИЙ-БОШҚАРУВ ВА ИНФРАТУЗИЛМАВИЙ ИНСТИТУТЦИОНАЛ АСОСЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация. Мақолада коммунал хизматларни ривожлантиришнинг маъмурий-бошқарув ва инфратузилмавий институтционал асосларини замон талабидан келиб чиққан ҳолда такомиллаштириш ва буларни коммунал хизматлар соҳасига мослаштириш масалалари тадқиқ қилинган. Шунингдек, мамлакатимизда маъмурий-бошқарув институтларига кирувчи асосий тузилмалар ва тармоқлар ҳамда уларнинг таркиби ўрганилган. Ушбу соҳани ривожлантиришнинг объектив заруриятларидан келиб чиқиб, бир қанча илмий-амалий тавсиялар ишлаб чиқилди

Калит сўлар: коммунал хизматлар, маъмурий-бошқарув, инфратузилма-вий институтлар, давлат ижроия ҳокимияти, ҳокимликлар, маҳаллий ижро органлари, ҳуқуқни муҳофаза қилиш органлари, давлат назорати органлари, давлат хизматлари, маъмурий судлар, маҳалла.

Кириш. Охирги пайтларда маъмурий ислохотларга ҳам алоҳида аҳамият берилмоқда. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 25 январдаги "Республика ижро этувчи ҳокимият органлари фаолиятини самарали йўлга қўйишга доир биринчи навбатдаги ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида"ги ПФ-14-сон Фармони ижросини, шунингдек, фуқароларнинг ҳуқуқ ва эркинликларига сўзсиз риоя этилишини таъминлаш, уларга кўрсатилаётган давлат ва ҳуқуқий хизматлар кўламини кенгайтириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2024 йилнинг 24 майида "Маъмурий ислохотлар доирасида адлия органлари ва муассасаларининг масъулиятини янада ошириш ҳамда ихчам бошқарув тизимини шакллантириш тўғрисида"ги ПФ-80-сонли фармони эълон қилинди. Бунда коммунал хизматларни кўрсатувчи субъектларга ҳам бир қанча вазифалар юклатилган. Хусусан, "давлат хизматлари кўрсатиш соҳасидаги қонунчилик ҳужжатлари-ни бузганлик учун давлат органлари ва бошқа ташкилотлар, шу жумладан хўжалик бирлашмалари, уй-жой коммунал ва фойдаланиш хўжалиги ташкилотлари мансабдор шахсларига нисбатан маъмурий жазо қўллаиди"¹, деб таъкидланган. Кўриниб турибдики, бугунги кунда кенг кўламли коммунал хизматларни ривожлантиришнинг маъмурий-бошқарув ва инфратузилмавий институтционал асослари тегишли идораларнинг диққат эътиборида. Бу эса мазкур маъмурий-бошқарув ва инфратузилмавий институтларни тадқиқ қилишга қаратилган мавзуга бағишланган ишнинг долзарблигидан далолат беради.

Тадқиқот методологияси. Коммунал хизматларни ривожлантиришга маъмурий-бошқарув ва инфратузилмавий институтционал асосларини такомиллаштириш масалаларини ёзиш жараёнида гуруҳлаш, таққослаш, замон ва макон, индукция ва дедукция, шакл ва мазмун, тизимли ва қиёсий таҳлил, мантикий ёндошув ва статистик усуллардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Маъмурий-бошқарув коммунал хизматлар соҳасида давлат ва маҳаллий бошқарув органлари томонидан хизматларни самарали ташкил этиш, тартибга солиш ва назорат қилишга қаратилган чора-тадбирлар мажмуаси сифатида намоён бўлади. Ушбу бошқарув усули аҳолини узлуксиз ва сифатли коммунал хизматлар билан таъминлашда муҳим аҳамиятга эга.

Ҳозирги пайтда ушбу соҳани бошқарув бир қанча йўналишларга эга. Булардан асосий йўналишлардан бири ташкилий бошқарув бўлиб ҳисобланади. Бу бошқарув коммунал корхоналар фаолиятини режалаштириш, уларнинг ваколатлари ва жавобгарлигини белгилаш вазифасини ўтайди. Ушбу ҳолатларнинг ҳаммаси меъёрий-ҳуқуқий

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2024 йил 24 майдаги "Маъмурий ислохотлар доирасида адлия органлари ва муассасаларининг масъулиятини янада ошириш ҳамда ихчам бошқарув тизимини шакллантириш тўғрисида"ги ПФ-80-сон Фармони 7-иловасида.

тартибга солиш орқали амалга оширилади. Бунда турли тарифларга, стандартларга, санитария ва техник талабларни белгиланган даражада амал қилиш таъминланади.

Маъмурий-бошқарувнинг коммунал хизматларда қўлланилишида маъмурий назорат тизими ҳам катта рол ўйнайди. Бунда хизмат сифати, хавфсизлик қоидалари ва ресурслардан оқилона фойдаланиш масалаларини тизимли равишда текшириб борилади. Ушбу жараёнларда муҳим йўналишлардан бири ижро интизомидир. Бунда қабул қилинган қарорлар, стратегик дастурларни ўз вақтида бажарилишини таъминлаш бўйича тизимли иш олиб борилади.

Коммунал хизматларда бир қанча йўналишлар мавжуд. Буларга сув таъминоти ва сув оқава (канализация), электр ва газ таъминоти, иссиқлик таъминоти, чиқиндиларни йиғиш ва утилизация қилиш ишлари, кўп қаватли уй-жойларни бошқариш масалалари киради. Буларнинг ҳаммаси маъмурий-бошқарув тизими орқали бошқарилади.

Бугунги кунда маъмурий бошқарув тизимининг фаолият кўрсатилиши бир қанча афзалликларга эга. Энг аввало бу марказлашган бошқарув орқали барқарорлигини таъминлайди. Муҳими, ушбу ҳолат аҳоли манфаатларини ҳимоя қилиш имконини беради. Яна бир муҳим жиҳат, табиий монополиялар устидан давлатнинг кучли назорати ҳам ўрнатилади. Бироқ ташқи назоратнинг айрим камчиликлари ҳам йўқ эмас. Биринчидан, ортқча бюрократия ва қарор қабул қилиш секинлик билан амалга ошади. Иккинчидан, маълум даражада бозор механизмларининг чекланиши рўй беради. Шунга мос равишда инновацияларни жорий этишда сунъий тўсиқлар пайдо бўлади. Шуни таъкидлаш жоизки, тадқиқотлар ва сўровлар, мутахассисларнинг кузатувлари кўрсатдики, коммунал хизматларни кўрсатуви корхоналарни ўз ихтиёрига қолдириб бўлмас экан. Улар қттиқ назорат қилиниб турилмаса, аҳолининг турли норозигарчиликларини келтириб чиқаради. Шу туфайли ҳам маъмурий, ҳам ихтиёрий йўл билан фаолият кўрсатишини таъминлаб, соҳанинг смарадорлигини оширишга эришиш лозим бўлмоқда.

Бугунги инновацион ривожланиш ҳолатидан келиб чиқиб, коммунал хизматларнинг самарадорлигини оширишнинг бир қанча йўллари мавжудлигини қайд этишни лозим, деб топдик. Биринчидан, соҳага рақамли бошқарув тизимларини жорий этиш мақсадга мувофиқ. Агар шундай бўлса, жараённинг бошида туриб эмас, балки масофадан туриб ҳам назоратни амалга ошириш мумкин бўлади. Шунингдек, коррупцион омиллар ҳам бартараф қилинади. Иккинчидан, давлат-хусусий шерикликни ривожлантириш лозим. Ҳозир мавжуд албатта. Аммо соҳада бошқа тармоқларга нисбатан камроқ. Бунга ҳам тадбиркорларни жалб қилиш мақсадга мувофиқ. Учунчидан, соҳа фаолиятига шаффофликни янада ойдинлаштириб, жамоатчилик назоратини кучайтириш лозим, деб ҳисоблаймиз

Кўриниб турибдики, маъмурий-бошқарув тизими коммунал хизматлар соҳасида асосий бошқарув воситаси бўлиб, уни замонавий бошқарув усуллари билан уйғунлаштириш хизматлар сифати ва самарадорлигини оширишга хизмат қилади.

Ҳозирги кунда мамлакатимизда маъмурий-бошқарув институтлари давлат ва жамиятда бошқарув, назорат, тартибга солиш ва ижро этиш функцияларини амалга оширувчи ташкилотлар, қоидалар ва механизмлар мажмуаси сифатида шаклланган. Буларнинг асосий вазифаси — давлат апаратининг самарали ишлаши, ижтимоий тартиб ва қонунийликни таъминлашдан иборат. Бу ҳам бир қанча тузилмалардан иборат. Қуйида маъмурий-бошқарув институтларига кирувчи асосий тузилмаларга эътиборингизни қаратишни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Булар қуйидаги жадвалда келтирилган (1-жадвал).

1-жадвал

Мамлакатимизда маъмурий-бошқарув институтларига кирувчи асосий тузилмалар ва уларнинг таркиби

Т/р	Маъмурий-бошқарув институтларининг номи	
1.	Давлат ижроия ҳокимияти институтлари	Ушбу идоралар давлат сиёсатини амалга оширишда ижро етакчиси сифатида хизмат қилади, Буларга: Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси, Президент Администрацияси, вазирликлар, қўмиталар ва агентликлар киради.

2.	Ҳокимликлар ва маҳаллий ижро органлари	Мазкур ташкилотларнинг вазифаси ҳудудий бошқарув, муаммоларни жойларда ҳал этишдан иборат. Булар таркибига: Вилоят, туман ва шаҳар ҳокимликлари, маҳаллий кенгашлар ижро аппарати, туман ва шаҳарларнинг иқтисод, молия, бандлик, таълим ва ҳ.к. бўлимлари киради.
3.	Ҳуқуқни муҳофаза қилиш органлари	Буларнинг вазифаси жамоат тартибини, аҳолининг ҳавфсизлигига, қонун устуворлигини таъминлашдан иборат. Булар таркибига Ички ишлар вазирлиги, Миллий гвардия, Давлат ҳавфсизлик хизмати, Божхона ва миграция хизматлари киради.
4.	Давлат назорати органлари	Ушбу идораларнинг вазифаларс қонунларнинг ижроси ва давлат маблағларидан фойдаланиш устидан назоратни ўрнатишдан иборат. Булар таркибига: Прокуратура, ҳисоб палатаси, антикоррупция агентлиги, давлат санитария-эпидемиология назорати.
5.	Давлат хизматлари институти	Ушбу соҳа инновацион омилларга таянган бўлиб, бир қанча идораларни ўз ичига олдди. Буларнинг асосий вазифаси аҳолига маъмурий хизмат кўрсатишда бюрократияни камайтириш-дан иборат. Буларга қуйидагилар: Давлат хизматлари агентлиги, “Янги авлод” давлат хизматчилари тайёрлаш тизими, Электрон ҳукумат (E-gov) кабилар киради.
6.	Маъмурий судлар ва маъмурий ҳуқуқ институти	Ушбу ташкилотларнинг вазифаларига фуқаролар ва давлат низоларини ҳал этишга қаратилган. Булар таркибига: Маъмурий судьялар фаолияти маъмурий кодексга асосланган ҳолда маъмурий иш юритиш тартибини амалга оширувчи идоралар киради.
7.	Бошқарув ва тартибга солиш агентликлари	Ушбу соҳага оид ташкилотларнинг вазифалари соҳа бўйича давлат сиёсати ва стандартларни белгилаш билан боғлиқдир. Мазкур гуруҳга қуйидагилар киради: Энг аввало, антимонополия қўмитаси, монополияга қарши кураш агентликлари, энергетика, транспорт ва телекоммуникацияни тартибга солувчи идоралар киради.
8.	Маҳалла ва жамоат бошқаруви институтлари	Ушбу институтнинг вазифаси жамоатчилик асосида бошқарувни назорат қилиш, аҳоли билан уларнинг муаммолари ва КХ сифати тўғрисида мулоқот. Бунга: Маҳалла фуқаролар йиғинлари, ёшлар иттифоқи, хотин-қизлар кенгаши каби нодавлат ташкилотлари киради.

Жадвалдан кўриниб турибдики, маъмурий-бошқарув институтлари бевосита давлат бошқарув тизимини ташкил этувчи барча ижро органлари, назорат тузилмалари ва маъмурий хизмат кўрсатувчи механизмларни ўз ичига олар экан.

Коммунал хизматлар соҳасининг ривожланишида **инфратузилма институтлари** ҳам муҳим роль ўйнайди. Булар таркибига ахборот инфратузилмаси, логистика ва транспорт тизими, коммуникация тармоқлари, энергетика таъминоти кабилар киради. Буларни назарий жиҳатдан таҳлил қилиш ва амалий жиҳатдан такомиллаштириш учун унинг таърифини ишлаб чиқишни тақозо қилади. Буни инобатга олиб, ушбу категориянинг таърифини ишлаб чиқдик. **Инфратузилма институтлари деганда, иқтисодий ва ижтимоий ҳаётнинг барқарор ишлаши учун зарур бўлган хизматлар, тармоқлар ва ташкилотлар мажмуаси тушунилади.** Улар иқтисодиётнинг “асоси” бўлиб, коммунал хизматларни ишлаб чиқариш, транспорт, алоқа, хизмат кўрсатишнинг бошқа соҳалари ва ижтимоий соҳаларни бир-бири билан боғлаб туради. Инфратузилма институтларига қирувчи асосий тармоқлар қуйидаги жадвалда келтирилган (2-жадвал).

Инфратузилма институтига кирувчи асосий тармоқлар ва уларнинг таркиби

т/р	Инфратузилма институтларининг номлари	Инфратузилма институтларининг таркибий тузилиши ва изоҳи
1.	Транспорт инфратузилмаси институтлари	Мазкур инфратузилманинг вазифаси бевосита одамлар ва товар-ларни ташиш, турли субъектлар ва ҳудудлар ўртасида иқтисодий алоқаларни таъминлашга қаратилган. Булар таркибига: автомобиль йўллари, темир йўллари, аэропортлар ва авиация хизматлари, метро ва шаҳар транспорти, логистика марказлари киради.
2.	Энергетика инфратузилмаси	Мазкур инфратузилманинг вазифаси иқтисодиётнинг асосий ресурслари бўлган энергия билан таъминлашга қаратилган. Булар таркибига: электр энергияси тармоқлари, газ таъминоти билан шуғулланувчи субъектлар, нефть ва газ қувурлари, истеъмолчиларга энергия етказиб берувчи компаниялар каби соҳага оид субъектлар киради.
3.	Коммуникация ва ахборот инфратузилмаси	Ҳозирги замонда муҳим бўлган ушбу инфратузилманинг асосий вазифасига ахборот алмашинуви таъминлаш, рақамли хизматлар каби йўналишларни амалга оширади. Булар таркибига: телекоммуникация тармоқлари, интернет-провайдерлар, почта хизмати, ахборот марказлари киради. Буларнинг вазифаларидан яна бири соҳани рақамлаштириш орқали муносабатларда инсон омилини пасайтириш билан бирга вақтни тежаш имкониятларини ҳам яратади.
4.	Коммунал хизматлар инфратузилмаси	Бунинг вазифаси бевосита аҳоли ва корхоналарни маиший ва санитар хизматлар билан таъминлашга қаратилган. Булар таркибига: сув таъминоти ва канализация, иситиш тизимлари, чиқиндиларни йиғиш ва қайта ишлаш, инфратузилма таркибидаги мавжуд коммунал хизматлар ўз соҳасига ҳам таъсир қилади.
5.	Молиявий инфратузилма институтлари	Молиявий инфратузилма кўп институтлар таркибида мавжуд, чунки унинг вазифаси иқтисодий айланмаларни таъминлаш, кредит ва инвестиция жараёнларини тартибга солиш ишлари билан шуғулланади. Булар таркибига: Банклар, молия компаниялари, суғурта хизматларини кўрсатувчи ташкилотлар, қимматли қоғозлар бозори инфратузилмаси киради.
6.	Ижтимоий инфратузилма институтлари	Мазкур инфратузилма институларининг вазифаси бевосита аҳолининг ижтимоий эҳтиёжларини қондиришга қаратилган. Булар таркибига: мактаблар, коллежлар, университетлар, поликлиника ва шифохоналар, маданият муассасалари, спорт иншоотлари кабилар киради.
7.	Санитар ва экология инфратузилмаси	Ушбу инфратузилманинг вазифаси бевосита соғлом ва барқарор муҳитни таъминлашга қаратилган. Булар таркибига: Экологик мониторинг марказлари, Санитария-эпидемиология хизматини кўрсатувчи муассасалар, Ободонлаштириш ташкилотлари каби шу соҳа билан боғлиқ субъектлар киради.
8.	Бозор инфратузилмаси институтлари	Ушбу институтнинг вазифаси товар айланмаси ва бозор тизимини қўллаб-қувватлашга қаратилганлиги билан характерли. Буларга: биржалар, савдо марказлари, логистика хизматлари ва омбор хўжалиги, сертификатлаштириш ва стандартлаштириш органлари каби ташкилотлар киради.

Жадвалдан кўриниб турибдики, инфратузилма институтлари, лўнда қилиб айтганда, транспорт, алоқа, коммунал хизматлар, энергия, ижтимоий ва молиявий хизматлар каби жамият ва иқтисодиётни ҳаракатга келтирувчи асосий тармоқлар мажмуасидан иборат экан.

Коммунал хизматларни кўрсатишдаги навбатдаги йўналиш бу **маданий ва ахлоқий институтлардир**. Ушбу институт билан коммунал хизматлар ўртасида бевосита ҳамда билвосита алоқалари бор.

Бевосита алоқаларга коммунал хизматларнинг жамиятга ва маданиятига таъсирида ўз ифодасини топади. Мазкур соҳада тоза ва барқарор хизмат кўрсатиш натижасида

одамларда масъулият ва шу билан бирга ишончини ошади. Агар соҳада сифатсиз хизмат кўрсатилса, одамларда норозиликларни келтириб чиқаради. Бу соҳа ходимларининг бепарволиги ва хизмат кўрсатиш қоидаларни бузганлиги натижасида содир бўлади.иш

Коммунал хизматларнинг ижтимоий институти сифатида уларнинг жамоат манфаатига хизмат қилиши, барча ҳаракатларда қонун, қоида ва жавобгарликка асосланиши, ижтимоий адолат ва тенглик масалалари билан боғлиқ тамойилларга таянган ҳолда амалга ошириши, бевосита хизмат сифатини ошириш билан бирга, ижтимоий хулқ-атвори, аҳолининг розилигини шакллантиришда ҳам муҳим омил бўлиб ҳисобланади. Буларнинг ҳаммаси ахлоқий институтлар доирасида туташади. Истеъмолчи ва хизмат кўрсатувчилар ўртасида бир-бирига ишонч ва ҳурмат амал қилиб бошлайди. Бу маънавий барқарорлик, иқтисодий самарадорликка ҳам олиб келади.

Коммунал хизматларга муносабатини шакллантирадиган **билвосита алоқага** одамларнинг маданий ва ахлоқий институтлари оила, таълим, дин, анъана, жамоатчилик кадриятлари орқали амалга оширилади. Бу сув, газ, электр эээнергиясини тежаб ишлатиш, умумий мулкка (подъезд, лифт, қувурлар) эҳтиёткорона муносабатда бўлиш, барча қоидаларга риоя қилиш ва навбатни сақлаш, тўловларни ўз вақтида амалга ошириш жараёнларни ўз ичига олади. Булар одамларнинг ахлоқий тарбияси ва маданий даражасига бевосита боғлиқдир.

Маданий институтлар таркибига санъат, миллий мерос, миллий анъаналар, ижод ва маданиятни ривожлантирувчи бошқа тузилмалар ҳам киради. Ахлоқий институтлар эса, жамият ахлоқини тарбияловчи, инсон хулқини назорат қилувчи институтларни қамраб олади. Ушбу институтлар коммунал хизматлар билан бевосита ва билвосита боғлиқлигини инобатга олиш лозимдир.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, маданий ва ахлоқий институтлар коммунал хизматларни қандай қабул қилиши ва улардан қандай фойдаланишни белгилар экан. Мос равишда коммунал хизматлар жамиятнинг маданий ва ахлоқий муҳитини мустаҳкамлашга ҳам хизмат қилади. Агар акс ҳол рўй берадиган бўлса албатта бу омиллар заифлаштиради.

Хулоса ва таклифлар. Хулоса қилиб айтганда, институтционал омиллар иқтисодиётнинг, шу жумладан, коммунал хизматлар соҳасининг ҳам ривожланишида қўлланиладиган “қоидалар тизими” ҳисобланади. Уларнинг сифатли бўлиши иқтисодий ўсиш, сармоялар оқимини киритиш, бизнес муҳитини яхшилаш ва давлат бошқарувининг самарадорлигини белгилашда муҳим роль ўйнайди. Ушбу ҳолатларни инобатга олиб, бир қанча илмий-амалий тавсиялар ишлаб чиқилди. Булар:

Биринчидан, мамлакатимизда коммунал хизматларни кўрсатувчи маъмурий-бошқарув институтларига кирувчи асосий тузилмалар юқоридаги саккизта йшналишдан иборатлиги қайд этилиши мақсадга мувофиқ. Ушбу маъмурий-бошқарув институтлари таркибига қуйидаги субъектларни киритиш мумкин. Буларга давлат ижроия ҳокимияти институтларини, ҳокимликлар ва маҳаллий ижро органларини, ҳуқуқни муҳофаза қилиш органларини, давлат назорати органларини, давлат хизматлари институтини, маъмурий судлар ва маъмурий ҳуқуқ институтини, бошқарув ва тартибга солиш агентликларини маҳалла ва жамоат бошқаруви институтлари ва уларнинг таркиби киритилган ва бу шундай қолиши ҳам керак.

Иккинчидан, коммунал хизматларни кўрсатиш соҳасига рақамли бошқарув тизимларини жорий этиш мақсадга мувофиқ. Агар шундай бўлса, тегишли мутасаддила жараённинг бошида туриб эмас, балки масофадан туриб ҳам назоратни амалга ошириш мумкин бўлади. Шунингдек, коррупцион омиллар ҳам бартараф қилинади.

Учинчидан, коммунал хизматлар соҳасини, айниқса яшил энергияларни ишлаб чиқишда, давлат-хусусий шерикликни ривожлантириш лозим бўлмоқда. Бунга ҳам тадбиркорларни жалб қилиш мақсадга мувофиқ бўлмоқда.

Тўртинчидан, соҳа фаолиятига шаффофликни янада ойдинлаштириб, жамоатчилик назоратини кучайтириш лозим, деб ҳисоблаймиз. Шу йўл билан истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини тўлақонли қондиришга, аҳолининг розилигини олишга эришиш мумкин бўлади.

Бешинчидан, инфратузилма институтига кирувчи асосий тармоқлар ва уларнинг таркиби қуйидагилардан иборатлиги қайд этилишини мақсадга мувофиқ, деб топди. Булар

таркибига инфратузилма институтларининг таркиби сифатида транспорт инфратузилмаси институтлари, энергетика инфратузилмаси, коммуникация ва ахборот инфратузилмаси, коммунал хизматлар инфратузилмаси, молиявий инфратузилма институтлари, ижтимоий инфратузилма институтлари, санитар ва экология инфратузилмаси ва бозор инфратузилмаси институтларини киритиш тавсия қилинмоқда. Чунки, булар соҳанинг ривожланишида муҳим омиллар сифатида майдонга чиқади.

Булардан шундай хулоса қилиш мумкинки, юқоридаги илмий-амалий тавсиялар иқтисодиёт, хусусан коммунал хизматларни кўрсатувчи корхоналар амалиётига қўлланилса, соҳага оид белгиланган стратегик вазифаларнинг бажарилиши ва барқарор ривожланишига хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 25 январдаги "Республика ижро этувчи ҳокимият органлари фаолиятини самарали йўлга қўйишга доир биринчи навбатдаги ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида"ги ПФ-14-сон Фармони.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2024 йилнинг 24 майида “Маъмурий ислохотлар доирасида адлия органлари ва муассасаларининг масъулиятини янада ошириш ҳамда ихчам бошқарув тизимини шакллантириш тўғрисида”ги ПФ-80-сонли фармони.

3. Пардаев М.Қ., ва бошқалар. Макроиктисодий таҳлили. Ўқув қўлланма. 6-жилд. (Ҳаммуаллифлар; Ш.С.Олтаев, Ю.П.Уринбаева, О.М.Пардаев, З.С.Артиков) –Т.: «Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi», 2025. 396 бет.

4. Пардаев М.Қ., ва бошқалар. Меҳнат бозори трансформацияси. Ўқув қўлланма. 15-жилд. (Ҳаммуаллифлар; С.А.Бабаназарова, О.М.Пардаева) –Т.: «Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi», 2025. 328 бет.

5. Пардаев М.Қ., Иқтисодий таҳлил назарияси. Дарслик. 5-нашр. –Т.: «Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi», 2024. 588 бет.

6. Пардаев М.Қ., ва бошқалар. Бошқарув таҳлили. Ўқув қўлланма. 4-жилд. (Ҳаммуаллифлар; М.Э.Пўлатов, О.М.Пардаев, А.Н.Холикулов, Т.И.Яхёев) –Т.: «Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi», 2024. 324 бет.

7. Пардаев М.Қ., Инсон салоҳияти, инсон капитали ва инновация билан боғлиқ категорияларнинг назарий масалалари. Монография. (Ҳаммуаллифлар: С.А.Бабаназарова, О.Пардаева, О.Пардаев, Ҳ.Н. Очилова, М.О.Мамаюнусова, Қ.Б.Дилманов) –Т.: «Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi», 2024. 204 бет.

О.Пардаев Улучшение административно-инфраструктурных институциональных основ развития муниципальных услуг	O.Pardaev Improving the administrative and infrastructural institutional framework for municipal service development
Аннотация. В статье рассматриваются вопросы совершенствования административно-институциональных основ развития муниципальных услуг в соответствии с требованиями времени и их адаптации к сфере муниципальных услуг. Также изучены основные структуры и секторы, входящие в состав административно-институциональных органов власти в нашей стране, и их состав. На основе объективных потребностей развития этой сферы разработан ряд научно-практических рекомендаций. Ключевые слова: муниципальные услуги, административно-институциональные, инфраструктурные органы власти, государственная исполнительная власть, хокимияты, органы местного самоуправления, правоохранительные органы, органы государственного контроля, государственные службы, административные суды, махалля.	Abstract. This article examines the improvement of the administrative and institutional framework for municipal service development in line with current requirements and their adaptation to the municipal services sector. It also examines the main structures and sectors comprising administrative and institutional authorities in our country, as well as their composition. Based on the objective development needs of this sector, a number of scientific and practical recommendations have been developed. Keywords: municipal services, administrative and institutional, and infrastructural authorities, state executive authorities, khokimiyats, local governments, law enforcement agencies, state oversight bodies, government services, administrative courts, mahallas.

Акмал Алимжонович Салимов – и.ф.ф.д. (PhD), профессор, Тошкент Ахборот технологиялар университети мустақил изланувчиси

РИВОЖЛАНГАН МАМЛАКАТЛАРНИНГ ОЛИЙ ТАЪЛИМ ХИЗМАТЛАРИ СИФАТИНИ ОШИРИШ ТАЖРИБАЛАРИДАН ЎЗБЕКИСТОНДА ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация. Мақолада ривожланган мамлакатларда олий таълим хизматларини ташкил этиш, сифатини ошириш бўйича тажрибалари ўрганилган. Шунингдек, глобал олий таълим хизматлари бозорида таълим сифати бўйича ТОП мамлакатлар таркиби таҳлил этилган. Таҳлил натижалари бўйича ривожланган мамлакатларда олий таълимни сифатини ошириш тажрибаларини мамлакатда фойдаланиш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган.

Калит сўз: олий таълим муассасалари, олий таълим, олий таълим хизматлари, таълим сифати, халқаро таълим стандартлари.

Кириш. Ривожланган мамлакатларда олий таълим хизматлари сифатини ошириш, жумладан, унинг ташкилий-иқтисодий механизмлари самарадорлигини оширишда бозор иқтисодиёти шаклланаётган ва ривожланаётган мамлакатларга нисбатан кенг тажрибаларни шакллантириш билан биргаликда, мазкур йўналишда глобал ташкилотлар томонидан ишлаб чиқилган тавсиявий кўрсаткичлар тизимига нисбатан юқори натижаларни қайд этиб келаётганлиги билан ажралиб туради.

Шу билан бирга, ушбу мамлакатлар гуруҳида олий таълим хизматлари сифатини ошириш борасида амалга оширилаётган ислохотларда мамлакатнинг миллий инсон капиталини инвестициялаш самарадорлигини оширишга сезиларли даражада юқори устуворлик қаратилиб, инновацион иқтисодий ривожланиш самарадорлиги олий таълим муассасалари билан хусусий сектор вакиллари ўртасидаги кадрлар тайёрлаш ва инновацион ривожланиш бўйича ўзаро ҳамкорлик алоқаларининг мустаҳкам ўрнатилганлиги билан характерланади. Умумий ҳолатда тараққий этган мамлакатлар амалиёти Ўзбекистон сингари бозор иқтисодиёти ривожланаётган мамлакатларда олий таълим хизматлари сифатини ошириш, жумладан унинг ташкилий-иқтисодий механизмлари самарадорлигини таъминлаш борасидаги ислохотларни амалга оширишнинг устуворликлари, давлат дастурларининг таркибий тузилиши, бу турдаги хизматлар сифатини белгилаш стандартлари, уни назорат қилиш каби йўналишлардаги чора-тадбирларни ишлаб чиқишда ижодий фойдаланиш учун тажрибавий намуна сифатида хизмат қилади.

Адабиётлар таҳлили. Ўзбекистонда олий таълим хизматлари сифатини ошириш, сифат даражасини халқаро стандартлар тизимига интеграциялашувини кучайтириш, жумладан, мазкур йўналишдаги чора-тадбирларнинг ташкилий-иқтисодий механизмининг такомиллаштиришда тараққий этган мамлакатлар гуруҳига кирувчи АҚШ ва Буюк Британия тажрибаларини қиёсий таққослашни лозим топдик. Ушбу мамлакатлар амалиётини чуқур қиёсий таҳлил қилишда дастлаб халқаро стандартлар тизими бўйича олий таълим хизматлари сифатини белгиловчи айрим чегараларга эътиборни қаратиш зарур бўлади. Жаҳон банки¹, Иқтисодий ҳамкорлик ва тараққиёт ташкилоти (ИХТТ²), Юнеско³, QS халқаро олий таълим рейтинги агентлиги⁴, Ellucian⁵, Microsoft⁶ каби глобал ташкилот ва йирик компаниялар томонидан олий таълим хизматлари сифати бугунги кунда олий таълим муассасаларининг академик салоҳияти (AP), илмий тадқиқот фаолияти самарадорлиги (R&D), бошқарув тизими (MS), молиялаштириш манбалари (F), ҳамда рақамлаштириш даражалари (D) каби таркибий элементлар ўртасидаги ўзаро

¹ Parajuli D., Vo D.K., Salmi J., Anh Tran N.T. Improving the Performance of Higher Education in Vietnam: Strategic Priorities and Policy Options. International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank, October, 2020. – 87 pages.

² Ensuring Quality in VET and Higher Education: Getting Quality Assurance Right. OECD Education Policy Perspectives, Directorate for Education Skills, No. 118, OECD, 2025. – 57 pages.

³ Data for Education: A Guide for Policymakers to Leverage Education Data. UNESCO Institute for Statistics, UNESCO, 2023. – 41 pages

⁴ World Future Skills Index: Transforming higher education for the skills economy. QS Agency, 2025. – 63 pages.

⁵ The Student Voice Report: Insights on Enrollment Drivers, Stop-Out Factors, and Bridges to Lifelong Learning. Annual Report, 2025 Edition, Ellucian, 2025. – 23 pages

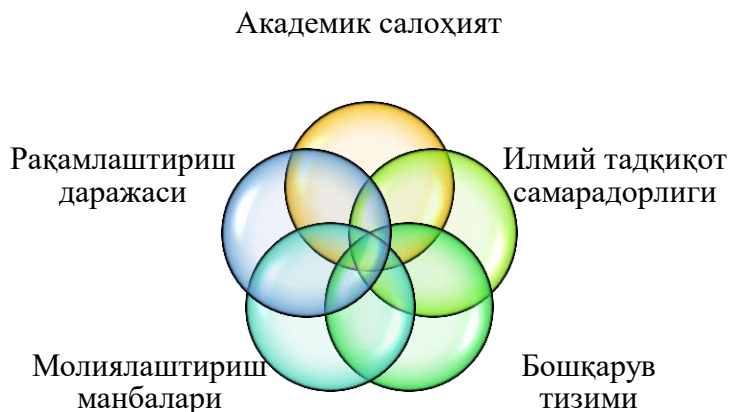
⁶ 2025 AI in Education: A Microsoft Special Report, Microsoft, 2025. – 42 pages.

мутаносибликнинг таъминланганлиги 1-расм даражасидан келиб чиққан ҳолда таҳлил қилиниб, сифат кўрсаткичини (I_Q) қуйидаги тенглама орқали изоҳлаш мумкин бўлади:

$$I_Q = f(AP + R\&D + MS + F + D)$$

Тадқиқот методологияси. Ушбу тадқиқот жараёнида илмий мушоҳадалаш, жадвал ва график, тизимли таҳлил, статистик гуруҳлаш, таққослаш каби методлардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Шу ўринда “Ellucian”¹ ташкилоти томонидан глобал олий таълим хизматлари бозорининг амал қилиш хусусиятларини тадқиқ этишга қаратилган тадқиқотлар натижаларига эътиборни қаратишни лозим топдик. Ташкилот томонидан халқаро даражада ўтказилган тадқиқотлар “жаҳондаги ТОП-1000 таликка кирувчи олий таълим муассасаларининг бакалаврият таълим босқичида таҳсил олаётган жами талабаларнинг 32 фоизи илмий тадқиқот ишларини бошлаш ва уни амалга ошириш жараёнлари тўғрисидаги билим, кўникма ва малакаларига тўлиқ эга эмас”²лиги аниқланган. Ушбу ҳолат глобал ташкилот экспертлари томонидан олий таълим хизматлари сифатига сезиларли даражада салбий таъсир кўрсатиб, келажак касблари бўйича иш берувчи талабаларига мос кадрлар тайёрлаш амалиётини шаклланишига тўсиқ бўлувчи устувор омиллар қаторига киритилган.



1-расм. Глобал олий таълим хизматлари бозорида хизмат сифатининг таркибий элементлари³

Жумладан, юқорида келтирилган глобал ташкилотлар томонидан олий таълим хизматлари сифатини баҳолашда олий таълим муассасаларининг ресурс имкониятлари билан профессор-ўқитувчилар салоҳиятидан самарали фойдаланиш асосида таълим жараёнининг самарадорлигини ошириш ҳисобига битирувчилар натижалари ва уларнинг меҳнат бозори талабларига мос келиши (Outcome-Based Education) учун йўналтирилган замонавий олий таълим хизматлари бозорини шакллантиришга қаратилган ислохотларга устуворлик қаратилади. Бу турдаги олий таълим хизматлари сифатини ошириш амалиёти шаклланиши ҳолатини баҳолаш мақсадида нуфузли “QS” халқаро рейтинг агентлиги томонидан ўтказилган тадқиқотлар натижалари АҚШ, Буюк Британия ва Германия мамлакатларида юқори сифатли олий таълим хизматлари бозорини ривожлантиришга эришилганлигини кўрсатди.⁴

Жумладан, глобал ташкилот томонидан олий таълим хизматлари сифатини баҳолашда 100,0 баллик тизим асосида битирувчилар кўникмаларининг меҳнат бозори талабига мослиги, академик сифат (ўқитиш, таълим бериш сифати), келажак касбларига мос келадиган таълим хизматларининг ташкил этилганлиги ва олий таълим хизматлари ҳисобига эришилган иқтисодий трансформация даражаси каби таркибий элементлар

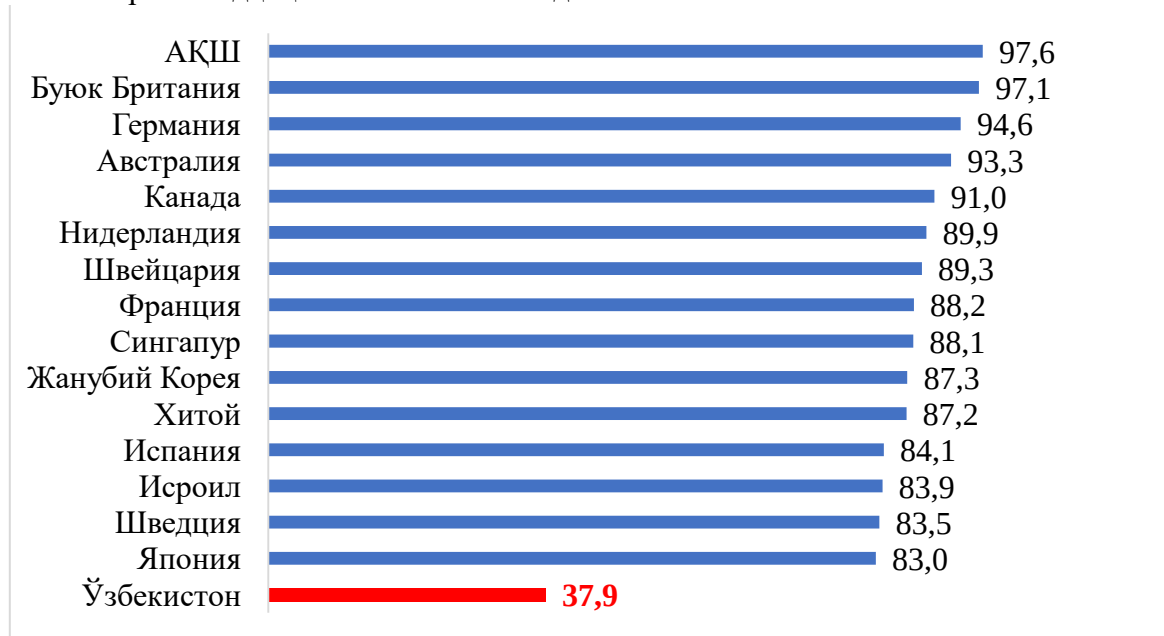
¹ Ellucian Company LLC. URL: <https://www.ellucian.com/>

² The Student Voice Report: Insights on Enrollment Drivers, Stop-Out Factors, and Bridges to Lifelong Learning. Annual Report, 2025 Edition, Ellucian, 2025. – 23 pages

³ Муаллиф томонидан тузилган

⁴ World Future Skills Index: Transforming higher education for the skills economy. QS Agency, 2025. – 63 pages маълумотлари асосида тузилган.

бўйича ўтказилган баҳолаш натижаларини умумлаштирган ҳолда, замонавий таълим сифати индексини баҳолаш натижалари 2-расмда келтириб ўтилди. Глобал ташкилот томонидан олий таълим хизматлари сифати индекси бўйича ўтказилган баҳолаш натижалари ушбу хизматлар бозоридаги бугунги глобал тенденциялар тобора мураккаблашиб бораётганлигидан далолат бермоқда, деган хулосага келиш имконини беради. Ушбу вазиятни инобатга олиб, айрим тараққий этган мамлакатлар амалиётларини чуқур таҳлил қилиш орқали улардан Ўзбекистон шароитида ижодий фойдаланиш имкониятларини тадқиқ этишни лозим топдик.



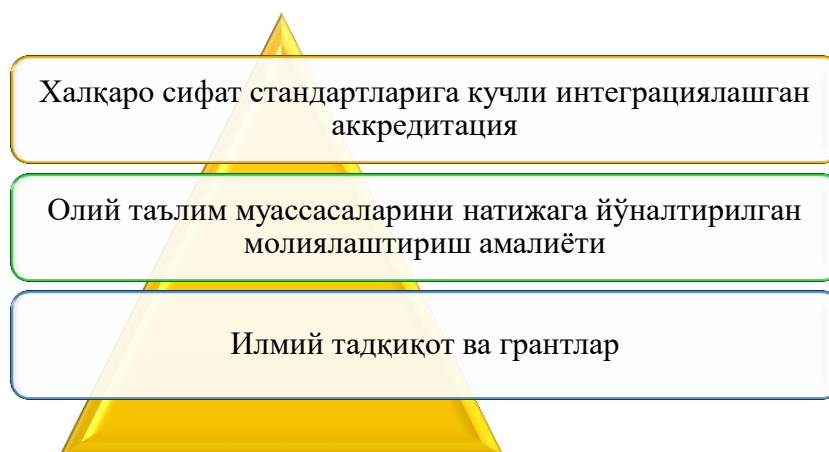
2-расм. Глобал олий таълим хизматлари бозорида таълим сифати бўйича ТОП мамлакатлар (2025 й.)¹

АҚШ олий таълим хизматлари бозорининг ривожланиш трендлари бугунги кунда мамлакатни жаҳондаги илмий-инновацион ривожланишдаги етакчилиги, ҳамда глобал даражадаги олий таълим муассасаларининг рейтинглари тизимидаги ТОП мамлакатлар қаторидан ўрин олишига хизмат қилиши турли иқтисодий тадқиқотларда илмий ва амалий жиҳатдан исботланганлиги билан характерланади. Таҳлилларга кўра, мамлакатда олий таълим хизматлари сифатини таъминлашда халқаро сифат стандартларига тўлиқ мослаштирилган аккредитциялаш, олий таълим муассасаларини натижага (мақсадга) йўналтирилган тартибда молиялаштириш, ҳамда турли йўналишдаги тадқиқотлар учун грантлар ажратиш каби элементлардан ташкил топган (3-расм) ташкилий-иқтисодий механизмдан устувор даражада фойдаланилиб, уларни қуйидаги тартибда изоҳлаш мумкин бўлади:

халқаро сифат стандартларига тўлиқ мослаштирилган аккредитциялаш – бунда ҳар бир олий таълим муассасаси таълим сифати бўйича юқори рақобатбардошликка эришиш мақсадида, нафақат талабаларни ўқитиш, балки олий таълим муассасаларининг илмий-инновацион фаолияти самарадорлигини оширишга қаратилган стратегик ривожланиш дастурлари ва ушбу дастурларни амалга ошириш механизмларидан ташкил топган, жумладан, глобал даражадаги етакчиликка эришиш имкониятларидан тўлиқ фойдаланиш имкониятини тақдим этувчи чора-тадбирлар тизимларини ишлаб чиққанлигида ифодасини топади;

олий таълим муассасаларини натижага (мақсадга) йўналтирилган тартибда молиялаштириш – олий таълим хизматларини давлат ёки маҳаллий бюджетлардан молиялаштирилиши, жумладан, шартномавий механизм асосида олий таълим муассасаси томонидан кўрсатиладиган хизматлар белгиланган натижаларга эришиш имкониятини бермаган ҳолатда, олий таълим муассасаси фаолиятини молиялаштириш учун йўналтирилган харажатлар муассаса томонидан қайтариб, тўлиқ қоплаб берилиши ва

¹ World Future Skills Index: Transforming higher education for the skills economy. QS Agency, 2025. – 63 pages маълумотлари асосида тузилган



3-расм. АҚШда олий таълим хизматлари сифатини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизми самарадорлигини таъминлаш таркибий элементлари¹

кейинги даврда уни молиялаштириш ҳажми олий таълим муассасасининг фаолияти самарадорлигидан келиб чиққан ҳолда белгиланиши амалиёти шаклланган бўлиб, ушбу амалиёт олий таълим муассасалари томонидан олий таълим хизматлари сифатини мунтазам ошириб боришга қаратилган “қатъий сифат интизоми” шаклланиши билан биргаликда, маҳаллий олий таълим хизматлари бозоридаги рақобат кураши глобал даражадаги рақобат даражасидан ҳам кучли даражада ривожланишига сабаб бўлган;

турли йўналишдаги тадқиқотлар учун грантлар – АҚШ олий таълим муассасалари глобал даражада илмий фундаментал ва амалий грантларни амалга ошириш, улар асосида эришилган натижаларни амалиётга жорий этиш ва илмий тадқиқот ишларини тижоратлаштириш бўйича етакчилиги билан биргаликда, юқори рақобатбардошликка эга эканлиги билан ажралиб туради.



4-расм. АҚШ олий таълим хизматлари бозорида хизматлар сифатини ошириш устуворликлари (олий таълим хизматлари сифати билан кўрсаткичлар ўртасидаги боғлиқлик даражаси, фоизда, 2025 й.)²

Глобал даражада олий таълим муассасалари фаолияти рейтингини баҳолаш билан шуғулланувчи “QS” рейтинг ташкилоти маълумотларига кўра, АҚШ олий таълим хизматлари бозорида сифатли таълим хизматлари кўрсатилиши ҳисобига, мамлакатдаги иқтисодий трансформациялашув даражасининг таркибий субиндекслари ҳисобланган иқтисодий салоҳиятнинг ортиши, инновацион ва барқарор ривожланиш бўйича хусусий сектор талабларини аввалдан аниқланиши ҳамда келажак касблари бўйича мутахассисларни ўқитишга тайёрлиги ҳолати бўйича бошқа тараққий этган мамлакатларга

¹ Муаллиф томонидан тузилган

² World Future Skills Index: Transforming higher education for the skills economy. QS Agency, 2025. – 63 pages маълумотлари асосида тузилган

нисбатан юкори натижага эришган ҳисобланади. Жумладан, АҚШ олий таълим муассасалари олий таълим хизматлари сифатини оширишда меҳнат бозори талабларига мос келадиган кадрларни тайёрлашда инсон капиталини инвестициялаш самарадорлигини ошириш, талабаларда тадбиркорлик қобилияти ва инновацион фикрлаш имкониятларини ривожлантириш, олий таълим орқали меҳнат бозоридаги келажакда кутилаётган ўзгаришларга нисбатан мослашувчан кўникмаларни шакллантириш, ҳамда, юкори самарадорлик ва ахлоқий меъёрларга тўлиқ жавоб берадиган кадрларни тайёрлашга устуворлик (4-расм) қаратилиши аниқланган.

Хулоса ва таклифлар. Юқорида АҚШ тажрибалари асосида билдирилган илмий таклиф ва амалий тавсияларга мувофиқ Ўзбекистонда олий таълим хизматлари сифатини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштирилиши ҳисобига қуйидаги амалий натижаларга эришилиши мумкин бўлади:

биринчидан, мамлакатдаги маҳаллий олий таълим муассасаларининг автономиясини бозор талаблари асосида кучайтириб, сифат бўйича ўзаро рақобатлашув амалиётига ўтиш тенденцияларини кучаяди;

иккинчидан, сифатни оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизми амал қилишида давлат ва хусусий сектор ўртасидаги функционал тақсимот оптималлашиб, хусусий сектор сифатни таъминлашга, давлат эса сифатни назорат қилишга йўналтирилган фаолиятни юритиш амалиётига ўтади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Parajuli D., Vo D.K., Salmi J., Anh Tran N.T. Improving the Performance of Higher Education in Vietnam: Strategic Priorities and Policy Options. International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank, October, 2020. – 87 pages.
2. Ensuring Quality in VET and Higher Education: Getting Quality Assurance Right. OECD Education Policy Perspectives, Directorate for Education Skills, No. 118, OECD, 2025. – 57 pages.
3. Data for Education: A Guide for Policymakers to Leverage Education Data. UNESCO Institute for Statistics, UNESCO, 2023. – 41 pages
4. World Future Skills Index: Transforming higher education for the skills economy. QS Agency, 2025. – 63 pages.
5. The Student Voice Report: Insights on Enrollment Drivers, Stop-Out Factors, and Bridges to Lifelong Learning. Annual Report, 2025 Edition, Ellucian, 2025. – 23 pages.
6. 2025 AI in Education: A Microsoft Special Report, Microsoft, 2025. – 42 pages.
7. Ellucian Company LLC. URL: <https://www.ellucian.com/>.
8. The Student Voice Report: Insights on Enrollment Drivers, Stop-Out Factors, and Bridges to Lifelong Learning. Annual Report, 2025 Edition, Ellucian, 2025. – 23 pages.
9. World Future Skills Index: Transforming higher education for the skills economy. QS Agency, 2025. – 63 pages маълумотлари асосида тузилган.

А.Салимов	A.Salimov
Возможности использования опыта развитых стран по повышению качества услуг высшего образования в Узбекистане Аннотация. Статья рассматривается опыт организации и повышения качества услуг высшего образования в развитых странах. Также проанализирован состав ведущих стран по качеству образования на мировом рынке услуг высшего образования. На основе результатов анализа разработаны предложения по использованию опыта повышения качества высшего образования в развитых странах. Ключевые слова: высшие учебные заведения, высшее образование, услуги высшего образования, качество образования, международные стандарты образования.	Opportunities for Applying the Experience of Developed Countries to Improve the Quality of Higher Education Services in Uzbekistan Abstract. The article examines the experiences of higher education services organization and quality improvement in developed countries. Also, the composition of the TOP countries in terms of quality of education in the global market of higher education services was analyzed. Based on the results of the analysis, proposals were developed to use the experiences of improving the quality of higher education in developed countries. Keywords: higher education institutions, higher education, higher education services, quality of education, international education standards.

UDK 332.1:338.46

Firuz Kurbanovna Achilova – Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

MINTAQADA XIZMATLAR SEKTORINING RIVOJLANISHINING ZAMONAVIY MODELLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada mintaqada xizmatlar sektorining rivojlanishining zamonaviy modellarining qo'llash imkoniyatlari yoritilgan. Shuningdek, Qashqadaryo viloyati mintaqada xizmatlar sektorining rivojlanishining zamonaviy modellaridan samarali foydalanish yuzasidan xulosalar bayon etilgan.

Kalit so'zlar: mintaqada, xizmat, xizmatlar sektori, model, mahsulot, tadqiqot, iqtisodiyot.

Kirish. Globallashuv jarayonlarining jadallashuvi, iqtisodiyotning tarkibiy transformatsiyasi hamda raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi sharoitida xizmatlar sektori milliy va mintaqaviy iqtisodiyotning eng dinamik rivojlanayotgan tarmoqlaridan biriga aylanmoqda. Xizmatlar sohasi nafaqat yalpi hududiy mahsulot tarkibida yuqori ulushni egallashi, balki bandlikni ta'minlash, aholi daromadlarini oshirish, tadbirkorlik muhitini shakllantirish va investitsion jozibadorlikni kuchaytirishda ham muhim omil hisoblanadi. Ayniqsa, hududlar kesimida xizmatlar sektorining rivojlanish darajasi mintaqaning iqtisodiy salohiyati va raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy mezonlardan biri sifatida namoyon bo'lmoqda.

Zamonaviy iqtisodiy sharoitda xizmatlar sektorining rivojlanishi an'anaviy ekstensiv yondashuvlardan innovatsion, raqamli va integratsiyalashgan modellarga o'tishni taqozo etadi. Xizmatlar ko'rsatish jarayonlarida raqamlashtirish, raqamli iqtisodiyot elementlari, klasterlashuv, davlat-xususiy sheriklik mexanizmlari hamda yashil iqtisodiyot tamoyillarining qo'llanilishi yangi rivojlanish modelini shakllantirmoqda. Bu esa mintaqaviy iqtisodiyotni diversifikatsiyalash, tarkibiy muvozanatni ta'minlash va barqaror iqtisodiy o'sishga erishishda xizmatlar sektorining rolini yanada oshirmoqda.

Mintaqalarda xizmatlar sektorini rivojlantirishning zamonaviy modellari hududiy resurs salohiyati, demografik omillar, infratuzilma darajasi va institutsional muhit bilan chambarchas bog'liqdir. Shu bois mazkur sohani rivojlantirishda yagona universal modeldan ko'ra, hududiy xususiyatlarni inobatga olgan differensial yondashuvni qo'llash maqsadga muvofiqdir. Ayniqsa, iqtisodiyotning raqamli transformatsiyasi sharoitida xizmatlar sektorining yangi tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini ishlab chiqish dolzarb ilmiy-amaliy vazifa sifatida namoyon bo'lmoqda.

Mazkur tadqiqotning dolzarbligi mintaqalarda xizmatlar sektorini rivojlantirishning nazariy-metodologik asoslarini takomillashtirish, zamonaviy rivojlanish modellarini tizimli tahlil qilish hamda ularni hududiy iqtisodiyotga moslashtirish zarurati bilan belgilanadi. Tadqiqotning maqsadi – mintaqada xizmatlar sektorining rivojlanishining zamonaviy modellarini ilmiy jihatdan asoslash va ularni samarali joriy etish bo'yicha taklif hamda tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Mintaqaviy iqtisodiyot va xizmatlar sektorini rivojlantirish masalalari iqtisodiy adabiyotlarda keng yoritilgan bo'lib, ularning asosiy e'tibori sektoral struktura transformatsiyasi, iqtisodiy o'sish va barqaror rivojlanish mezonlariga qaratilgan. B.M.Nelson, J.M.Cohen va boshqalar an'anaviy iqtisodiy nazariyadagi klassik tadqiqotlar xizmatlar sektorini yalpi ichki mahsulot tarkibidagi ulushi, bandlik va sektorlararo almashinuv orqali tahlil etadi. Xizmatlar sohasining iqtisodiyotdagi rolini umumiy iqtisodiy rivojlanish kontekstida o'rganish xizmatlar bozorining dinamik xususiyatlari, uning ichki segmentlari va ularnikining innovatsion jarayonlarga integratsiyasi kabi jihatlarni aniqlashga yo'naltirilgan.

Keyingi o'n yilliklar ichida xizmatlar sektorining xususiyatlarini tahlil etishda fanlararo integratsiyalashgan yondashuv jadal rivojlandi. Xususan, xizmatlar iqtisodiyoti kontseptsiyasi xizmatlar bozorining raqamlashtirilishi, intellektual kapital va infratuzilma resurslari orqali o'sish modellari bilan uzviy bog'liqligini ko'rsatdi. Porterning klaster nazariyasi mintaqaviy xizmatlar infratuzilmasini tahlil qilishda katta ahamiyat kasb etdi, chunki u innovatsion tarmoqlar va jonli bozorlarga asoslangan raqobatbardosh ustunliklar hosil bo'lishini ta'kidlaydi.

So'nggi ilmiy tadqiqotlarda xizmatlar sektorining barqaror rivojlanishi konsepsiyasi

alohida urg‘u bilan ko‘rib chiqilmoqda. Barqaror rivojlanish tamoyillari xizmatlar bozorida iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy omillarni uyg‘unlashtirishni talab qiladi. Misol uchun, J. Elkingtonning “Uch yo‘nalishli samaradorlik” modeli xizmatlar sektorining yashil iqtisodiyot bilan integratsiyasi bo‘yicha tadqiqotlar raqamli va ekologik innovatsiyalarning iqtisodiy rentabelligiga ta‘sirini yoritadi.

Mintaqaviy tadqiqotlar yo‘nalishidagi adabiyotlar mintaqaviy sharoitlarda xizmatlar sektorining o‘sinh modellari va strategiyalarini tahlil etadi. Hududiy iqtisodiyot nazariyasi bo‘yicha Alyona Ilyina, Piter Nigrini kabi tadqiqotchilar hududlararo farqlar, resurs taqsimoti va institutlararo integratsiya nuqtai nazaridan xizmatlar sektorining barqaror o‘shishi mexanizmlarini ko‘rib chiqqan. Raqamli transformatsiya kontseptsiyasi xizmatlar sektorini platforma iqtisodiyoti, ma‘lumotga asoslangan xizmatlar va innovatsion startaplar orqali qayta shakllanishi jarayonlarini yoritadi. Bu yondashuvlar xizmatlar bozorining raqobatbardoshligini oshirish, ishlab chiqarish va iste‘mol bozorlarini samarali o‘zaro aloqadorligini ta‘minlash kabi jarayonlarni modellashtirish imkonini beradi. Ilgari olib borilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, xizmatlar sektorini modellashtirishda mintaqaviy xususiyatlarni hisobga olgan holda innovatsion va integratsiyalashgan yondashuvlarni qo‘llash zaruratini ta‘kidlaydi. Shu bilan birga, ko‘plab adabiyotlarda xizmatlar sektorining rivojlanishini baholashda statistik ko‘rsatkichlar va komparativ tahlil metodlari ustunlik qilmoqda, biroq ko‘p hollarda kompleks indikatorlar to‘plami yetarli darajada ishlab chiqilmaganligi qayd etilgan.

Adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, zamonaviy ilmiy tadqiqotlar xizmatlar sektorini tahlil qilishda klassik iqtisodiy yondashuvlar bilan bir qatorda innovatsion, barqaror va raqamli modellarni integratsiya qilishga katta e‘tibor qaratmoqda. Shu nuqtai nazardan, mintaqa kontekstida xizmatlar sektorining rivojlanishining zamonaviy modellari bo‘yicha chuqur, tizimli va empirik asoslangan tadqiqotlar olib borish dolzarb ilmiy vazifa sifatida qolmoqda.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda statistik tahlil usullari muhim o‘rin egalladi. Xususan, dinamik qatorlar tahlili orqali xizmatlar sektorining so‘nggi yillardagi o‘sinh sur‘atlari, tarkibiy siljishlari va rivojlanish tendensiyalari aniqlashtirildi. Shuningdek, taqqoslama tahlil asosida turli mintaqalar kesimida xizmatlar sektorining rivojlanish darajasi solishtirildi. Bu yondashuv hududlar o‘rtasidagi differensial xususiyatlarni aniqlash hamda zamonaviy rivojlanish modelini shakllantirish uchun asos bo‘lib xizmat qildi.

Tadqiqotda ilmiy abstraksiyalash, induksiya va deduksiya, mantiqiy umumlashtirish usullaridan ham foydalanildi. Ushbu usullar yordamida xizmatlar sektorining rivojlanish modellari konseptual jihatdan asoslandi hamda ularning mintaqaviy iqtisodiyotga moslashtirilgan varianti taklif etildi.

Tahlil va natijalar. Ma‘lumki, xizmatlar tovarlardan farqli o‘laroq bevosita iste‘molchiga taqdim etiladigan amaliy yordamlar majmuasi sifatida ularning asosiy maqsadi inson yoki biznes ehtiyojlarini qondirishga qaratiladi. Xizmatlar iqtisodiyoti bugungi kunda raqamli, innovatsion va uzluksiz o‘sayotgan iqtisodiy komponent bo‘lib, u global o‘sinhda markaziy rol o‘ynaydi. Xizmatlar sektori an‘anaviy chegaralarni yo‘qotmoqda. Ya‘ni, sanoat, savdo, transport, sog‘liqni saqlash va ta‘lim kabi yo‘nalishlar bir-biriga integratsiya qilinmoqda. Ushbu jarayon servis-industrial iqtisodiyotning shakllanishini tezlashtirib, xizmatlarni yanada murakkab va ko‘p qirrali qiladi. Bu borada xizmat ko‘rsatish sohasi zamonaviy global iqtisodiyotda tobora mustahkam o‘rin egallab bormoqda.

Tadqiqotlarda keltirilishicha, iqtisodiyotdagi asosiy tendentsiyalar qatoriga xizmat ko‘rsatish ishlab chiqarishning o‘shishi, xizmat ko‘rsatish daromadlarining oshishi, xizmat ko‘rsatish sohasida raqobatning kuchayishi, xizmat ko‘rsatish sohasida bandlikning oshishi va xizmat ko‘rsatish importi va eksportining ulushining ortishi kiradi [1]. Bu borada xizmatlar sohasi rivojlanishida mintaqaviy va tarmoq nomutanosibliklarini miqdoriy baholash tadqiqotlari muhim ahamiyat kasb etadi. Yana bir tadqiqot ishining asosiy vazifalari esa xizmat ko‘rsatish sohasining zamonaviy iqtisodiyotdagi roli to‘g‘risida to‘liqroq ma‘lumot berish, uni nazariy ma‘lumotlar va haqiqiy raqamlar bilan tasvirlash va xizmat ko‘rsatish sohasining o‘zgarganligi va iqtisodiyotga o‘zgarishlar kiritganligini o‘rganishga qaratilgan [2]. Ular qatorida xizmatlar sohasining rivojiga aholining makonga oid taqsimoti va iqtisodiy faoliyatiga ta‘sir ko‘rsatadi.

Mintaqada xizmatlar sektorining rivojlanishining zamonaviy modellari o‘rganish

yuzasidan tadqiqotlar olib borilgan. Masalan, taklif etilgan uch sektorli modelda iqtisodiy faoliyat birlamchi (resurslar qazib olish), ikkilamchi (sanoat) va xizmatlar sektori kabi uchta bo'limga bo'linadi. Mazkur model bo'yicha xizmatlar sektori iqtisodiyotning eng yuqori rivojlangan bosqichida asosiy joyni egallab, ishlab chiqarish bo'limidan farqli ravishda xizmatlarni yaratish asosida o'sadi. Bu borada mintaqaviy tafovutlarni baholashda oddiy modeldan mintaqadagi statistik vaziyatni tahlil qilishda foydalaniladi [3]. Bu boradagi raqamli transformatsiya modeli xizmatlar sektorida raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali xizmatlarning soddalashtirilgan va tezkor tizimini yaratishga qaratiladi. Ushbu modelning noyob jihati shundaki, an'anaviy xizmatlar (savdo, transport va sayyohlik) bevosita raqamli xizmatlar (e-savdo, telemeditsina va onlayn konsultatsiyalar) bilan uzviy bog'lanib, ular birlashtirilgan iqtisodiyot tarkibiga kiradi.

Yana bir tadqiqot esa iste'molning oqilona darajasini, mumkin bo'lgan resurslar cheklovlarini va ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga ega koeffitsientlarni aniqlash imkonini beruvchi xizmat ko'rsatish sohasining optimallashtirilgan va dinamik modelini ishlab chiqishga bag'ishlanadi [4]. Ushbu modellarning xususiyatlari ma'lumotlar asosida samarali qaror qabul qilish, raqamli xizmatlar ekotizimini yaratish va innovatsion xizmatlarni modul tarzda tatbiq etishga asoslanadi. Bu model orqali xususiy xizmat ko'rsatish, turizm, transport va moliyaviy xizmatlar katta o'sishga erishadi. Bank, sug'urta, lizing, konsalting va boshqa turdagi bozor xizmatlari jadal rivojlanmoqda. Bu esa mamlakatda xususiy sektor va kichik biznesni rivojlantirishga imkon beradi [5]. Ekotizim asosidagi modelda esa xizmatlar sektori birlashtirilgan raqamli ekotizim sifatida qaraladi. Unda turli xizmatlar (savdo, turizm, moliya va sog'liqni saqlash) o'zaro bog'liq tizimda hamkorlik qiladi. Ekotizim modellarida mijoz, xizmat ko'rsatuvchi subyekt va texnologik platformalar o'rtasida interaktiv aloqalar mavjud bo'ladi. Shu bois, ushbu model ko'pincha ma'lumotlarga asoslangan xizmatlar uchun qo'llanadi.

Olib borilgan boshqa yana bir tadqiqotlarga asosan, davlat xizmati sohalarini rivojlantirishning modellashtirish asoslari, hozirgi dolzarb masalalardan biri bo'lgan innovatsion rivojlanishning tashkiliy va iqtisodiy mexanizmlari va uni takomillashtirishga qaratilgan bir qator olimlarning fikrlari bayon etiladi [6]. Ya'ni, unda davlat xizmatining hududiy ixtisoslashuvi tuzilishi ko'rsatilgan. Ular bilan birgalikda strategik innovatsion modellar sifatida quyidagi modellar ham qo'llaniladi:

- “servicification” modeli. Bu model ishlab chiqarish va xizmatlar o'rtasida to'liq integratsiyalangan yondashuvni tasvirlaydi. Masalan, sanoat korxonalari o'z mahsulotlari bilan birga texnik xizmat, qo'llab-quvvatlash va onlayn monitoring kabi xizmat paketlarini ham taklif qiladilar. Bu esa trend xizmatlar sektorini yanada kengaytirib, iqtisodiyotdagi qiymat zanjirining uzviy qismiga aylanadi.

- innovatsion xizmatlarning iqtisodiy modeli. Bu model xizmatlar sektorini iqtisodiy o'sishning strategik manbai sifatida qabul qiladi. Masalan, xizmatlar sektori mintaqa yalpi hududiy mahsulotning o'sishiga sezilarli hissa qo'shadi. Ular tarkibiga savdo, transport va moliyaviy xizmatlar kabilar kiradi. Bu model bo'yicha xizmatlar iqtisodiyotning barqaror o'sishi va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlashga hissa qo'shadi.

Yana bir olib borilgan tadqiqot obyekti esa mintaqaviy xizmat ko'rsatish sohasining innovatsion biznes modelini tadqiq qilishga qaratiladi [7]. Ushbu model boshqaruv muammosini tizimlashtiradi. Bu borada xizmatlar sohasining zamonaviy modeli raqamli xizmatlar bo'lib, ularda mobil ilovalar va platformalar asosida xizmat yetkazib beriladi. Bu esa xizmatlar foydalanuvchi tajribasini oshirib, xizmatlar salohiyatini yanada kengaytiradi. Zarur kompetentsiyalarni egallash sohasida O'zbekiston xizmatlarning tegishli kichik tarmoqlarida ishlash uchun zarur bo'lgan asosiy ko'nikma va bilimlarni rivojlantirishga ko'proq sarmoya kiritishi kerak [8].

Ushbu xizmatlar sektorining strategik rivojlanish modeli esa ko'plab iqtisodiy va boshqaruv jihatlarini birlashtiradi. Bu esa iqtisodiy boshqaruvning eng muhim qismini tashkil etadi. Ushbu sohani o'rganishga bag'ishlangan ko'plab tadqiqotlarning aksariyati milliy ilmiy maktabga xos bo'lgan strategik menejmentga katta hajmli taqvim yondashuvining an'anaviy jihatida amalga oshiriladi. Bunday yondashuv soxta strategik mezonlarni shakllantiradi. Xizmatlar sektori ushbu sharoitda alohida ilmiy qiziqish uyg'otadi. Chunki, ko'plab mamlakatlarda xizmatlarni rivojlantirish modelini jalb qilish uchun ijtimoiy ishlab chiqarish tuzilmasi postindustrial

iqtisodiyot turiga o'tishni taklif qiladi. Bu holatda xizmatlar sektori iqtisodiyotning tizimni qo'llab-quvvatlovchi sektori bo'lib hisoblanadi.

Bugungi kunda yangi texnologiyalar xizmat xizmatlarini samarador, tezkor va qo'shimcha qiymat yaratadigan yo'nalishga aylantiradi. Ushbu texnologiyalar orqali turizm, sog'liqni saqlash, logistika kabi xizmatlar yanada raqobatbardosh bo'ladi. Iste'molchi talabining raqamli va sifatli xizmatlarga o'sishi xizmatlar sektorida innovatsion yondashuvlarni talab qiladi. Raqamlashtirish va mijoz tajribasini shaxsiylashtirish bevosita modelning asosiy unsuri bo'lib qaraladi.

Ayniqsa, mintaqaviy rivojlanishning zamonaviy modellari sifatida quyidagi modellar tadqiq qilinadi:

- xizmatlarni klasterlashtirish modeli. Bu modelda xizmatlar sektorining rivojlanishi uchun geografik, funksional va ijtimoiy bog'langan xizmat klasterlari yaratiladi. Masalan, turizm, transport va logistika sektorlari birgalikda mintaqaviy xizmat klasterini hosil qiladi.

- raqamli ekotizim modeli. Xizmatlar sektorining barcha subyektlari (korxonalar, mijozlar va davlat organlari) raqamli platformalar orqali uzviy bog'lanadi. Bu tarzda xizmatlar ekotizimi xizmatlarni birlashtirib, mijoz tajribasini oshiradi.

Shunday ekan, innovatsion xizmatlar modellari mintaqaviy xizmatlar sektorini yanada dinamik, raqamli va integratsiyalashgan tizimga aylantiradi. Ushbu jarayon sektorning xalq xo'jaligidagi ulushini oshiradi, yangi ish o'rinlari yaratadi va raqobatbardoshlikni mustahkamlaydi.

Manbalar asosida tuzilgan ilmiy asos sifatida turli sektorli model iqtisodiyot bo'yicha xizmatlar sektorining o'sish bosqichlarini tasvirlaydi. Innovatsion xizmatlar va raqamli transformatsiya xizmatlar sohasida strategik yo'nalishlarni belgilaydi. Bu borada mintaqada xizmatlar sektorining rivojlanishining zamonaviy modellari mazmunini hududning quyidagi iqtisodiy xususiyatlari aks ettiradi (1-jadval).

1-jadval

Qashqadaryo viloyatining hududiy iqtisodiy xususiyatlari tavsifi¹

Hududiy omillar	Xususiyatlari	Bevosita xizmatlarga ta'siri
Agrar-sanoat hududi	Qishloq xo'jaligi va gaz-neft resurslari ustuvordir	Agroservis, logistika va moliyaviy xizmatlarga talab yuqori bo'ladi
Demografik o'sish	Yoshlar ulushi yuqori bo'ladi	Ta'lim, IT va onlayn xizmatlarga talab ortadi
Turizm salohiyati	Shahrisabz va madaniy meros obyektlari mavjud	Turizm va mehmonxona xizmatlari rivojlanadi
Yirik qishloq aholisi ulushi	Infratuzilmada nomutanosiblik seziladi	Mobil xizmatlar va telexizmatlarga ehtiyoj

Ushbu 1-jadvalga asosan, Qashqadaryo viloyatida xizmatlar sektorining hududiy xususiyatlarini agrar-sanoat yo'nalishning ustuvorligi, demografik o'sishning yuqoriligi, turizm salohiyatining mavjudligi va qishloq hududlarning ulushi kattaligi ko'rsatadi. Ushbu omillar xizmatlar sektorini klasterlashgan raqamli ekotizim asosida rivojlantirishni talab qiladi.

Qashqadaryo viloyatining hududiy iqtisodiy xususiyatlari quyidagicha izohlanadi:

- viloyat agrar-sanoat modeliga ega bo'lsa-da, ammo xizmatlar ulushi o'sish tendensiyasiga ega;

- tabiiy resurslar sanoat barqarorligini ta'minlaydi;
- yosh mehnat resurslari innovatsion xizmatlar uchun baza yaratadi;
- turizm va logistika sohalarida katta zaxira mavjud;
- raqamli transformatsiya orqali iqtisodiy diversifikatsiyani kuchaytirish mumkin.

Shunday ekan, Qashqadaryo viloyati hududiy iqtisodiyoti resurslarga boy, mehnat zaxirasi yetarli va diversifikatsiya imkoniyati yuqori bo'lgan hudud bo'lib hisoblanadi. Bu borada kelgusida xizmatlar sektorini raqamlashtirish, agrosanoat klasterlarini kengaytirish va turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish orqali viloyat yalpi hududiy mahsulotini sezilarli darajada

¹ Muallif ishlanmasi.

oshirish mumkin.

Shulardan kelib chiqib, Qashqadaryo viloyatida xizmatlar sektorining hududiy xususiyatlari, ustuvor xizmat turlari va iste'molchilar ehtiyojlarini hisobga olgan holda innovatsion va raqamli ehtiyojlar modelidan foydalanish imkoniyatlari asoslandi (2-jadval):

2-jadval

Qashqadaryo viloyati xizmatlar sektori: innovatsion-raqamli ehtiyojlar modeli¹

№	Ustuvor xizmat turi	Hududiy talab manbai	Iste'molchi segmenti	Raqamli yechim	Innovatsion vosita
1	Agroservis xizmatlari	Qishloq xo'jaligini yuqori ulushi	Fermerlar va klasterlar	AgroTech platforma	IoT sensor va dron monitoringi
2	Turizm va mehmonxona xizmati	Shahrisabz tarixi	Turistlar	Onlayn bronlashtirish	VR-tur va QR-gid
3	Logistika va transport xizmati	Eksport-import faolligi	Tadbirkorlar	GPS-treker	Smart logistika
4	Moliyaviy xizmatlar	Kichik biznes soni ko'payishi	Kichik biznes subyektlari	FinTech mobil ilovasi	Onlayn kredit skoringi
5	Ta'lim xizmatlari	Yoshlar ulushi yuqoriligi	Talaba va o'quvchilar	E-learning platformasi	Sun'iy intellekt test tizimi
6	Sog'liqni saqlash xizmati	Qishloq hududlariga egaligi	Aholi	Telemeditsina	Elektron tibbiy karta

Mazkur 2-jadvalga asosan, innovatsion-raqamli ehtiyojlar modeli o'z strukturasi ega bo'ladi. Bu borada ushbu model quyidagi bosqichlardan iborat bo'ladi:

- hududiy tahlil (resurslar, demografiya va infratuzilmani baholash);
- iste'molchi segmentatsiyasi (yosh, biznes, turist va fermer);
- raqamli transformatsiya (onlayn platformalar va mobil xizmatlar);
- innovatsion integratsiya (sun'iy intellekt, IoT, Big Data va VR texnologiyalari);

Mazkur model xizmatlarni an'anaviy shakldan raqamli ekotizimga o'tkazishni nazarda tutadi.

Xulosa va takliflar. Xulosa shuki, viloyatda innovatsion va raqamli ehtiyojlar modeli xizmatlar sifatini oshirish, mijozlarga yaqinlashish, raqobatbardoshlikni kuchaytirish, yangi ish o'rinlari yaratish va hudud iqtisodiy barqarorligini ta'minlash kabi chora-tadbirlarni belgilab beradi. Shular qatorida strategik taklif sifatida Qashqadaryo viloyati uchun eng maqbul model “agrar-turizm-logistika” raqamli klaster modelini taklif qilish mumkin. Bu model tarkibi “agroservis + logistika + moliya”, “turizm + mehmonxona + raqamli marketing” va “ta'lim + IT + startup markazlari” kabi unsurlar birlashtirilgan holda xizmatlar ekotizimi shakllantiriladi. Natijada, platforma xizmatlarga bo'lgan talabni prognozlashtirish, xizmat sifati monitoringi, mijozlar xatti-harakatini tahlil qilish hamda biznes subyektlar uchun personallashtirilgan tavsiyalar ishlab chiqish imkoni yaratiladi. Shunday ekan, Qashqadaryo viloyatida xizmatlar sektorini zamonaviy modellar asosida rivojlantirish iqtisodiy barqarorlikni ta'minlovchi asosiy yo'nalish bo'lib hisoblanadi. Unga xos bo'lgan, raqamli transformatsiya, klasterlash, smart service va FinTech modellari xizmatlar samaradorligini oshiradi, xarajatlarni kamaytiradi va aholi ehtiyojlariga tezkor javob berish imkonini beradi. Agar ushbu modellar kompleks ravishda joriy etilsa, YaHMda xizmatlar ulushi 8-10 foizga oshishi mumkin, yangi ish o'rinlari 15-20 mingtagacha yaratilishi mumkin, soliq tushumlari hajmi 25-30 foizga o'sishi mumkin hamda innovatsion faollik indeksi esa sezilarli darajada yaxshilanadi. Eng muhimi, xizmatlar sektorining raqamlashuvi hududiy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilishga, yoshlar bandligini ta'minlashga va tashqi investitsiyalarni jalb qilishga xizmat qiladi.

¹ Muallif ishlanmasi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

- [1]. Матюшкина И.А. Современные тенденции развития сферы услуг. // Научный журнал «Экономика. Социология. Право», 2017, №1(5). - с. 23.
- [2]. Šajbidor M., Mikolasik M. (2023). Research on the Service Sector in the Modern Economy. In: Kryvinska N., Greguš M., Fedushko S. (eds) Developments in Information and Knowledge Management Systems for Business Applications. Studies in Systems, Decision and Control, vol 462. Springer, Cham.
- [3]. Зияева М.М. Республика минтақаларида хизматлар соҳасини ривожлантириш йўналишлари. // “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий-электрон журнари, №6, ноябрь-декабрь, 2017. - 1 б.
- [4]. Хижняк А.Н., Леонова Ж.К. Оптимизационная модель развития сферы услуг. // Известия МГТУ «МАМИ», т.3, №2(14), 2012. - с. 179.
- [5]. Кудратов З.Г. Основные тенденции развития сферы услуг в Узбекистане. // Молодой ученый, 2016, №11 (115). - с. 791-793. URL: <https://moluch.ru/archive/115/30907>
- [6]. Rakhimov A., Uralov T. Modeling basis of the development of public service industries. // Наука и инновации в системе образования, 4(4), 2025. - с. 129-135. извлечено от <https://inlibrary.uz/index.php/sies/article/view/82134>
- [7]. Semenov V.L., Zakharova A.N., Lavina T.A., Dulina G.S. Designing Innovative Business Model Of The Regional Service Sector. // Selection and peer-review under responsibility of the Organizing Committee of the conference. The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS, 2020.
- [8]. <https://www.vsemirnyjbank.org/ext/ru/home>

Ф.Ачилова	F.Achilova
Современные модели развития сектора услуг в регионе	Modern models of service sector development in the region
Аннотация. В данной статье рассматриваются возможности применения современных моделей развития сектора услуг в регионе. Также сделаны выводы об эффективном использовании современных моделей развития сектора услуг в Кашкадарьинской области.	Abstract. This article discusses the possibilities of applying modern models of service sector development in the region. Also, conclusions are drawn on the effective use of modern models of service sector development in the Kashkadarya region.
Ключевые слова: регион, услуги, сектор услуг, модель, продукт, исследование, экономика.	Keywords: region, service, service sector, model, product, research, economy.

Нажмиддин Раҳматуллаевич Абдувоҳидов – СамЙСИ мустақил изланувчиси,
Самарқанд вилояти солиқ бошқармаси ходими

**ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА СОХТА ИҚТИСОДИЁТНИНГ АЙРИМ
КЎРИНИШЛАРИ ВА УНИ БАРТАРАФ ЭТИШНИНГ АМАЛИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ**

Аннотация. Мақола муаллифи томонидан хизмат кўрсатиш соҳасидаги субъектларда сотилган товар, бажарилган иш ва хизматлар ҳажмини қўшиб ёзиш яъни сохта иқтисодиётга йўл қўйилаётганлиги (Самарқанд вилоятидаги хўжалик юритувчи субъектлари мисолида) ҳолати ўрганилиб, унинг макроиқтисодий кўрсаткичларга таъсири тадқиқ этилган. Муаллиф томонидан расмий сектордаги сотилган товар, бажарилган иш ва хизматлар ҳажмини қўшиб ёзиш, яъни сохта иқтисодиётни бартараф этиш ва олдини олиш бўйича ўз амалий таклиф ва хулосалари баён этилган. Калит сўзлар: расмий сектор, яширин иқтисодиёт, сохта (қалбаки) иқтисодиёт, иқтисодиётда қўшиб ёзиш, солиқ ва статистик ҳисоботлар, рақамлаштириш, рақамли иқтисодиёт, ялпи ички маҳсулот (ЯИМ), ялпи ҳудудий маҳсулот (ЯҲМ).
--

Кириш. Яширин иқтисодиётнинг намоён бўлишининг бир шакли бўлган *сохта*(қалбаки) иқтисодиёт ўз табиатига кўра жуда катта микдорда бюджет маблағларини

талон-тарож қилинишига, мамлакатда коррупция даражасини ошишига хизмат қилувчи иқтисодий жараёндир.

Сохта иқтисодиёт барча мамлакатларда мавжуд ва у турли кўринишларда намоён бўлади, жумладан, бажарилмаган иш ва хизматларни бажарилган деб кўрсатиш орқали маблағларни ўзлаштириш, сотилмаган товарларни сотилди деб расмийлаштириш, маҳсулот иш ва хизматларни қийматидан қиммат нархларда сотилди деб расмийлаштириш орқали пул ювиш, ҳақиқатда ишламаган ходимларга иш ҳақи ва бошқа тўловлар ҳисоблаб ўзлаштириш, давлат бюджетидан сохта ҳужжатлар орқали ҳисобланган солиқ тўловларини қайтариб олиш, сохта ҳужжатлар билан бюджетдан субсидияларни олиш, омбордаги товарларни сохта ҳужжатлар асосида ҳисобдан чиқариш ва шу каби бошқа жараёнларда вужудга келади.

Амалиётда мамлакатимизда сохта иқтисодиётнинг яна бир кўриниши ҳам мавжудки, бу жараён бюджет маблағларини талон-тарож қилинишидан ҳам кўра салбий оқибатларни келтириб чиқармоқда.

Бу маҳаллий ҳокимликлар ва тегишли масъул идоралар томонидан шаҳар ва туманларнинг иқтисодий кўрсаткичларини ўтган йилларнинг мос даврига нисбатан ижобий томонга ўзгартириш мақсадида, ҳўжалик субъектларнинг расмий статистик ҳисоботларига сохта маълумотлар киритиш орқали амалга оширилади.

Бу эса мамлакат ЯИМ ва ҳудудларнинг ЯХМлари миқдорини, аҳоли жон бошига тўғри келадиган макроиқтисодий кўрсаткичларни сунъий равишда ошишига олиб келиб, бу мамлакатни халқаро миқёсдаги имижига, инвестиция муҳитига салбий таъсир қилиш билан биргаликда, ҳукумат томонидан стратегик қарорлар қабул қилинишида чалкашликларни келтириб чиқаради ва аҳолининг камбағаллашувига сабаб бўлади, мамлакатга ташқи қарз маблағларини жалб этишда салбий оқибатларни келтириб чиқаради. Энг ачинарлиси шундаки сохта иқтисодиётнинг мазкур кўриниши йил сайин камайиш ўрнига аксинча ошиб бораётганлигини кузатиш мумкин.

Мазкур тадқиқотимизда Самарқанд вилоятидаги хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият юритаётган кичик бизнес субъектлари мисолида бажарилган иш ва хизматлар ҳажмини кўшиб(камайтириб) ёзиш, яъни сохта(қалбаки) иқтисодиёт кўрсаткичлари таҳлил этилиб, уни бартраф этиш бўйича амалий хулосалар қилинган.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили. Сохта иқтисодиёт бўйича халқаро миқёсда ҳам, мамлакатимизда ҳам, назарий-ўқув услубий адабиётларда кўплаб тадқиқотлар мавжуд бўлсада, иқтисодиёт тармоқларидаги амалий жараёнлар бўйича илмий тадқиқотлар деярли учрамайди.

Мазкур масала хорижий олимлардан Ж.К.Скотт, Х.Ж.Чанг, Н.Н.Хадсон, М.Маццукамо, М. Талеб,Т.Пикетти каби¹ тадқиқотларида қараб чиқилган. Ушбу масала МДХ ва мамлакатимиз олимларидан А.Некlessа, Г.Ханин, В.Селюнин, И.Нигматулин, А.Ўлмасов, М.Қ.Пардаев, Ш.Қобилов, Ш.Шодмонов, М.Рахматов каби² тадқиқотларида назарий жиҳатдан эътибор қаратилган.

Тадқиқот методологияси. Сохта иқтисодиётни бартараф қилиш бўйича айрим тавсиялар билан боғлиқ масалаларни тадқиқот қилиш жараёнида мантикий ёндошув, киёсий таҳлил, гуруҳлаш, индукция ва дедукция, макон ва замон, таҳлил ва синтез ҳамда иқтисодий таҳлилнинг бошқа усулларида фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Биз аввалги тадқиқотларимизда сохта иқтисодиёт тушун-

¹ James C.Scott.-“Seeing Like a State:How Certain Shemes to Improve the Human Condition Have Failed” -1998-
<https://www.jstor.org/stable/j.ctt1nq3vk>, Ha-Joon Chang.-“Kissing Away the Ladder:Development Strategy in Historical Perspective”- Paperback – July 1, 2002, Mariano Mazzucato-“The value of Everything:Making and Taking in the global economy”-2018, Michael Hudson.-“Killing the Host:How Financial Parasites and Debt Destroy the Global Economy”- Paperback – August 20, 2015., Nassim Nicholas Taleb.-“The Black Swan”- 2007., Thomas Piketty,“Capital in the Twenty-First Century”-2013.

² Г.Ханин.-«Луковая цифра:30 лет спустя»-журнал «Идеи и идеали» -2018, №2, т1, стр 139-143, В.Селюнин и И.Нигматулин.-«Плановая система: цифры и факты», «Огонёк» журналы -1989., А.Ўлмасов, Ш.Қобилов.-«Ўзбекистон миллий энциклопедияси»-Я харфи, 6-банди-сохта иқтисодиёт, Parдав М.К., Abduvohidov N.R., “The concept of the shadow economy and some recommendations for its elimination”-Web of Discoveries:Journal of Analysis and Inventions-volume 3, Issue 7, July-2025, ISSN(E):2938-3773, 13-бет., Ш.Шодмонов, М.Рахматов,-“Иқтисодиёт назарияси” дарслик -2021.

часини таҳлил этиб, уни тизимлаштириб мазкур тушунчаларга таъриф берган эдик.¹ Бугунги тадқиқотимизда Самарқанд вилоятидаги юридик шахс мақомидаги хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият юритувчи субъектлар томонидан сотилган товар, бажарилган иш ва хизматлар ҳажмини статистик ҳисоботларга сохта маълумотлар киритилган ҳолда тақдим этиб, сотилган товар, иш ва хизматлар ҳажмини сунъий равишда ошириб кўрсатишни 2022-2024 йиллар маълумотлари асосида тадқиқ қилиб, хизмат кўрсатиш соҳасидаги сохта иқтисодиёт кўрсаткичлари салмоқли ҳиссани ташкил этиши аниқланди.

Биз тадқиқотимиз давомида Самарқанд вилояти бўйича давлат статистика органларига хизматлар ҳажми бўйича 2022 йил якуни бўйича 14966 та, 2023 йил якуни бўйича 14003та, 2024 йил якуни бўйича 18224та субъектлар томонидан ҳажм кўрсатган ҳолда сатистик ҳисоботлар тақдим этган субъектлар устида тадқиқот ўтказиб, уларнинг кўрсатилган йиллар бўйича солиқ органларига тақдим этган солиқ ҳисоботлари билан солиштириб кўрганимизда 1-жадвалда кўрсатилган ҳолатлар маълум бўлди.

1-жадвал

Самарқанд вилоятида хизмат кўрсатиш соҳасидаги кичик бизнес субъектлари томонидан соҳалар кесимида товар ва иш-хизматлар ҳажми юзасидан 2022-2024 йиллар бўйича аниқланган сохта иқтисодиёт кўрсаткичлари*

Кўрсаткичлар	Хизмат кўрсатиш тармоқлари соҳалари бўйича											
	Чакана ва улгуржи савдо	Транспорт, почта ва кўчма хизмати	Меҳмонхона ва умумий овқатланиш	Ахборот ва алоқа	Молия ва страхо-вания	Кўчмас мулк билан операциялар	Професионал илмий техник фаолият	Бошқарув ва ёрдамчи хизматлар бўйича фаолиятлар	Таълим хизматлари	Тиббиёт ва ижтимоий хизматлар	Бошқа хизматлар	Жами
2022 йил												
Маҳсулот сотиш ва иш-хизматлар ҳажми бўйича сохта иқтисодиёт аниқланган субъектлар сони	1254	80	255	62	16	57	45	72	43	107	42	2033
Қўшиб ёзилган реализация суммаси, млн сўм	622628,4	365629,3	77929,4	333185,0	12882,3	76136,9	39227,7	35638,6	5408,0	11237,7	5526,6	1585430,3
2023 йил												
маҳсулот сотиш ва иш-хизматлар ҳажми бўйича сохта иқтисодиёт аниқланган субъектлар сони	2720	134	767	81	33	78	89	121	93	192	92	4400

¹ Pardaev M.K., Abdvohidov N.R., “The concept of the shadow economy and some recommendations for its elimination”-Web of Discoveries:Journal of Analysis and Inventions-volume 3, Issue 7, July-2025, ISSN(E):2938-3773, 13-бет., Абдувоҳидов Н.Р., “Яширин иқтисодиёт”га методологик ёндашувни такомиллаштириш-Инсон капитали ва ижтимоий ривожланиш журна-ли-2025 йил, 15-жилд, 3-сон, ISSN 3030-3672, 17-бет., Абдувоҳидов Н.Р., “Хизмат кўрсатиш соҳасида иш ўринларини яратишда сохта иқтисодиёт ва уни бартараф этишнинг амалий йўналишлари”-Сервис –илмий-амалий журна-ли, 2025 йил №3,75-76-бетлар.

Кўшиб ёзилган реализация суммаси, млн. сўм	1206193,6	72481,9	193925,6	25959,2	27160,4	22814,8	32787,0	49428,8	30313,1	58733,1	25188,5	1744986,2
2024 йил												
Маҳсулот со-тиш ва иш-хизматлар ҳажми бўйича сохта иқтисодиёт аниқланган субъектлар сони	2980	129	836	83	43	113	107	124	76	212	79	4782
Кўшиб ёзилган реализация суммаси, млн. сўм	3564529,9	346448,3	448868,9	285502,4	15532,1	29084,5	46839,5	34882,0	14069,5	41868,1	13201,1	4840826,7

*Статистика ва давлат солиқ идоралари маълумотлар базаси асосида муаллиф томонидан тайёрланган.

Мазкур жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, 2022 йилда хизмат кўрсатиш бўйича давлат статистика органларига ҳажмли ҳисобот топширган 14966 та субъектдан 2033 тасида ёки 13,6 фоизда, 2023 йилда 14003 та субъектдан 4400 тасида ёки 31,4 фоизда, 2024 йилда эса 18224 та субъектдан 4782 тасида ёки 26,2 фоизда товар, иш ва хизматлар сотуви бўйича сохта иқтисодиёт (кўшиб ёзиш)га йўл қўйилганлиги маълум бўлмоқда. Бу эса ўтган 2 йил давомида сохта иқтисодиётга йўл қўяётган субъектлар улуши икки ҳиссага ошганлигини кўрсатмоқда.

Хизмат кўрсатиш соҳасида товар иш ва хизматлар реализацияси бўйича сохта иқтисодиётга йўл қўяётган субъектларда *чакана ва улгуржи савдо хизмати* корхоналари улуши энг юқори даражани ташкил этмоқда, жумладан, 2022 йилда 61,7 фоиз (1254/2033*100), 2023 йилда 61,8 фоизни (2720/4400*100), 2024 йил якуни билан эса 62,3 фоизни (2980/4782*100) ташкил этмоқда.

Бу таҳлиллардан кўриниб турибдики, хизмат кўрсатиш соҳасининг савдо хизмати соҳасида сохта иқтисодиётни олдини олиш ва бартараф этиш бўйича қатъий амалий чора-тадбирлар ва илмий тадқиқотлар олиб борилиши лозимлигини кўрсатмоқда.

Худди шундай сохта иқтисодиётнинг ҳажми бўйича таҳлил қилинадиган бўлса, 2022 йилда 2033 та субъект томонидан 1585430,3 млн сўмлик, шундан 622628,4 млн сўми ёки 39,2 фоизи савдо хизмати субъектларига, 2023 йилда 1744986,2 млн сўмлик, шундан 1206193,6 млн сўми ёки 69,1 фоизи савдо хизмати субъектларига, 2024 йилда эса 4840826,7 млн сўмни ташкил этиб, шундан 3564529,9 млн сўми ёки 73,6 фоизи савдо хизмати субъектлари ҳиссасига тўғри келмоқда.

Демак хизматлар соҳасида сохта иқтисодиёт улушида *савдо хизмати* ҳажми охириги икки йил давомида икки ҳиссага ошганлиги кузатилмоқда. Физик ҳажм миқдорида эса 5,7 (3564529,9/622628,4) баробарга ошган. Мазкур тадқиқот маълумотларидан шу нарса маълум бўладики, сохта иқтисодиёт ҳажми хизмат кўрсатиш тармоқларида кескин ошиши кузатилмоқда. 2024 йилда 2022 йилга нисбатан ҳолатлар сони 2,3 баробарга ошган бўлса, сохта иқтисодиёт физик миқдори 3,0 баробарга ошган.

Мазкур ҳолатларни иқтисодий оқибатлари нималарга олиб келади:

Биринчидан, вилоят ЯҲМ шунингдек мамлакат ЯИМ нореал иқтисодий кўрсаткичлар ҳисобига шаклланишига шунингдек аҳоли жон бошига тўғри келадиган макроиқтисодий кўрсаткичлар, шу жумладан хизматлар ҳажми сунъий равишда ошириб кўрсатилишига олиб келади;

Иккинчидан, бу ҳолат халқаро экспертлар ва мустақил молия институтлари томонидан эътироф этилиб, мамлакатнинг халқаро миқёсдаги имижига ва инвестиция муҳитига ёмонлашувига сабаб бўлади;

Учинчидан, мамлакатга ташқи қарз маблағларини жалб қилишда халқаро молия ташкилотларининг кескин эътирозига сабаб бўлади;

Тўртинчидан, гарчи аҳоли жон бошига ЯИМ ёки ЯХМ ҳажми миқдори йил сайин ошиб бориши ҳисоботларда қайд этилсада, аҳолининг иқтисодий аҳволига таъсир этмайди.

Бешинчидан, хўжалик субъектларига бюджетдан ажратиладиган субсидиялар ва бошқа ажратмаларни талон-тарож бўлишига сабаб бўлади.

Олтинчидан, давлат бюджетига юкламаларни ҳал этилишида муаммоларни келтириб чиқаради.

Еттинчидан, давлат статистик маълумотлар ҳаққонийлигига путур етади.

Биз аввалги тадқиқотларимизда хизматлар соҳасида норасмий бандликни бартараф этишда амалиётда вужудга келаётган сохта иқтисодиётни тадқиқ этгандик¹. Мазкур тадқиқотимизда эса, хизматлар соҳаси корхоналари томонидан сотилган товар, бажарилган иш ва хизматларни қўшиб ёзиш муаммосига бағишладик.

Сохта иқтисодиёт мамлакат иқтисодиёт тармоқларининг барчасида мавжуд, у маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмлари, реализацияси, иш ўринларини расмийлаштириш, давлат харидлари соҳасида, субсидиялар ажратиш, давлат бюджетидан ажратилган маблағларни турли сохта ҳужжатлар асосида талон-тарож қилиниши ва бошқа йўналишларда кузатилмоқда.

Сохта иқтисодиётни табиатидан келиб чиқиб, ушбу жараёни “*пуфак иқтисодиёт*” ёки “*кўпик иқтисодиёт*” деб аташ мумкин.

Сохта иқтисодиёт бу фақатгина расмий иқтисодиёт(тегишли тартибда рўйхатдан ўтган) субъектлари томонидан амалга ошириладиган иқтисодий жараёнлардир².

Хулоса ва таклифлар. Юқоридаги тадқиқот натижасида хизматлар соҳасида сохта иқтисодиётни бартараф этиш бўйича қуйидаги хулосаларга келиниб, амалий тавсиялар ишлаб чиқилди.

- бугунги кунда барча солиқ ва статистик ҳисоботлар электрон тарзда тақдим этилишидан келиб чиқиб, солиқ ва статистика ҳисоботларини интеграциялаш, яъни солиқ идораларига ҚҚС ва ягона солиқ тури бўйича тақдим этиладиган солиқ ҳисоботларини, статистика идораларига тақдим этиладиган 1-кб ҳисоботи билан интеграция қилиб, солиқ идораларига тақдим этилган ҳисобот рақами билан статистика идораларига тақдим этиладиган рақамлар(сотилган товар, бажарилган иш ва хизматлар ҳажми) ўртасида фарқ вужудга келганда, ҳисобот дастурий маҳсул орқали сабабини кўрсатган ҳолда рад этиш тизимини яратиш лозим. Бу мазкур жараёнда инсон омили таъсирини чеклайди ва сохта иқтисодиётни олди олинади.

-хўжалик субъектларини сохта иқтисодиётга даъват этаётган (босим ўтказаетган) масъул ходимлар жавобгарлигини кучайтириш, яъни қонунчиликга тегишли ўзгартиришлар киритиш лозим.

-Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2025 йил 10 декабрдаги “Нақдсиз ҳисоб-китобларни оммалаштириш ва яширин иқтисодиёт улушини қисқартиришга қаратилган қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ги ПФ-246-сон фармонининг 2-илоvasи билан тасдиқланган “Яширин иқтисодиётни қисқартиришга қаратилган биринчи навбатда амалга ошириладиган ЧОРА-ТАДБИРЛАР ДАСТУРИ” 10-бандида -Статистик ҳисоботларни шакллантириш ва давлат органларига тақдим этишни назарда тутувчи ягона ҳисоботлар тизимини 2026-йил 1-февралгача жорий этиш топширилган, мазкур тизимни ишлаб чиқишда юқоридаги таклифни инобатга олиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Хулоса қилиб айтганда, ушбу тавсиялар амалиётга жорий қилиниши мамлакатда яширин иқтисодиётнинг намоён бўлиш шаклларида бири бўлган сохта иқтисодиёт улуши камайиб, ЯИМ ва ЯХМлар таркибида сохта(қўшиб ёзилган) ҳажмлар камайиб, мамлакат иқтисодиётининг барқарорлиги таъминланиб, мамлакатнинг халқаро миқёсдаги имижии ижобий томонга ўзгаради ҳамда инвестиция муҳити шаффофлашади.

¹ Абдувоҳидов Н.Р.,-“Хизмат кўрсатиш соҳасида иш ўринларини яратишда сохта иқтисодиёт ва уни бартараф этишнинг амалий йўналишлари”-Сервис –илмий-амалий журнали, 2025 йил №3,75-76-бетлар

² Абдувоҳидов Н.Р.,-“Яширин иқтисодиёт”га методологик ёндашувни такомиллаштириш-Инсон капитали ва ижтимоий ривожланиш журнали-2025 йил, 15-жилд, 3-сон, ISSN 3030-3672, 17-бет.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2025 йил 10 декабрдаги “Нақдсиз ҳисоб-китобларни оммалаштириш ва яширин иқтисодиёт улушини қисқартиришга қаратилган қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ги ПФ-246-сон фармони
2. Pardaev M.K., Abduvohidov N.R., “The concept of the shadow economy and some recommendations for its elimination”-Web of Discoveries: Journal of Analysis and Inventions- volume 3, Issue 7, July-2025, ISSN(E):2938-3773.
3. Абдувоҳидов Н.Р., “Хизмат кўрсатиш соҳасида иш ўринларини яратишда сохта иқтисодиёт ва уни бартараф этишнинг амалий йўналишлари”-Сервис –илмий-амалий журнали, 2025 йил №3
4. Абдувоҳидов Н.Р., “Яширин иқтисодиёт”га методологик ёндашувни такомиллаштириш-Инсон капитали ва ижтимоий ривожланиш журнали-2025 йил, 15-жилд, 3-сон, ISSN 3030-3672.
5. Статистика ва солиқ идоралари маълумотлар базаси асосида муаллиф томонидан тайёрланган таҳлилий маълумотлар.

Н.Абдувоҳидов Некоторые проявления ложной экономики в секторе услуг и практические направления ее устранения	N.Abduvohidov Some manifestations of a false economy in the service sector and practical ways to eliminate it
Аннотация. В статье исследована ситуация с занижением объема проданных товаров, выполненной работы и услуг, то есть ложной экономикой, в субъектах сферы услуг (на примере хозяйствующих субъектов Самаркандской области) и ее влияние на макроэкономические показатели. Автор изложил свои практические предложения и выводы по устранению и предотвращению занижения объема проданных товаров, выполненной работы и услуг в государственном секторе, то есть ложной экономики. Ключевые слова: государственный сектор, скрытая экономика, ложная (фиктивная) экономика, занижение в экономике, налогово-статистическая отчетность, цифровизация, цифровая экономика, валовой внутренний продукт (ВВП), валовой региональный продукт (ВРП).	Abstract. This article examines the underreporting of goods sold, work performed, and services rendered — that is, a false economy — in service sector entities (using the example of economic entities in the Samarkand region) and its impact on macroeconomic indicators. The author outlined his practical proposals and conclusions for eliminating and preventing the underreporting of goods sold, work performed, and services rendered — that is, a false economy — in the public sector. Keywords: public sector, hidden economy, false (fictitious) economy, underreporting in the economy, tax and statistical reporting, digitalization, digital economy, gross domestic product (GDP), gross regional product (GRP).

Xusnora Dilmurod qizi Umarova – Qoraqalpog davlat universiteti tayanch doktoranti

OROLBO‘YI MINTAQASIDA XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINI INNOVATSION BOSHQARISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Annotatsiya. Mazkur ilmiy maqolada O‘zbekistonning ekologik jihatdan eng murakkab hududlaridan biri hisoblangan Orolbo‘yi mintaqasi, xususan Qoraqalpog‘iston Respublikasi va Xorazm viloyatida xizmat ko‘rsatish sohasini innovatsion boshqarish masalalari chuqur tahlil qilinadi. Tadqiqotda mintaqada xizmatlar sektorining hozirgi holati, rivojlanish tendensiyalari va mavjud tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarning samaradorligi baholanadi.

Kalit so‘zlar: Orolbo‘yi mintaqasi, xizmat ko‘rsatish sohasi, innovatsion boshqaruv, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm, klaster, raqamli iqtisodiyot, hududiy rivojlanish.

Kirish. Hozirgi kunda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining strategik maqsadlarini amalga oshirishni qo‘llab-quvvatlash uchun Orolbo‘yi mintaqasida BMTTD tomonidan ko‘mak berilayotgan tashabbuslarda tizimli innovatsiyaviy yondashuv tadbiriq etilmoqda. Bunday

yondashuv mintaqadagi atrof muhit va bir qator zaiflik omillarining ta'siri ostiga tushib qolishi mumkin bo'lgan aholi uchun ijobiy va keng qamrovli natijalarga erishishga yordam beradi hamda mazkur hududni tabiiy ofat munosabati bilan yodga olinadigan mintaqadan Ekologik innovatsiyalar va texnologiyalar hududiga aylantirishga ko'maklashadi. Muvaffaqiyatga erishilgan holatda ushbu tajribaviy yechimlarni tadbqiq etish ko'lam keyinchalik milliy va xalqaro darajalarda kengaytirilishi mumkin. Xalqaro muxatassis Efrat Yovel xonim va Orolbo'yi mintaqasida BRMni integratsiya qilish bo'yicha tashabbusning millik muvofiqlashtiruvchisi Ravshan Yunusov rahbarliklari ostidagi o'quv tadbqiqi hozirgi vaqtda Orolbo'yi mintaqasida amalga oshirilayotgan 38ta loyihadan iborat boshlang'ich ro'yxatdan dastlab tanlab olingan 24ta loyihadan iborat loyihalar portfelini amalga oshirish tajribasiga bag'ishlandi. Tadbqiqirining birinchi kuni tizimli innovatsiyaviy yondashuvga qisqacha ta'rif berish, uni tadbqiq qilish yo'lidagi ehtimoliy to'siqlarni aniqlash, Orolbo'yi mintaqasida amalga oshirilayotgan loyihalarning o'zaro bog'liqligini o'rganish hamda barqaror va o'zaro bog'liq loyihalar portfelini yaratishdagi ehtiyojlarni ko'rib chiqish kabi masalalardan boshlandi. Tadbqiqirida 40 nafarga yaqin milliy va xalqaro darajadagi mutaxassislar qatnashdilar, jumladan loyihaning O'zbekistondagi BMTTDdan va Innovatsion rivojlanish vazirligi boshchiligidagi milliy sheriklardan vakillari, shuningdek nodavlat tashkilotlar va fuqarolik jamiyati tashkilotlari vakillari ishtirok etdilar. Mintaqadagi innovatsiyalarning yo'nalishlari suv manbalarining boshqaruvini takomillashtirish, energiya samaradorligini ta'minlash va qishloq xo'jaligi yuritishning zamonaviy uslublarini tadbqiq etish, hayot darajasini oshirish, tabiiy resurslarni muxofaza qilish, infratuzilmani rivojlantirish va jamoatlar barqarorlini ta'minlash kabi chora-tadbqiqirlarni o'z ichiga qamrab oladi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Jahon iqtisodiyotida xizmat ko'rsatish sohasining innovatsion rivojlanishi masalalarini dastlab tadbqiq etgan olimlardan biri P. Drucker bo'lib, u innovatsiyalarni nafaqat texnologik yangiliklar, balki boshqaruv va tashkiliy yondashuvlar bilan bog'liq jarayon sifatida talqin qiladi. Uning fikriga ko'ra, xizmatlar sektorida innovatsion boshqaruv raqobatbardoshlikni ta'minlashning asosiy omili hisoblanadi. Shuningdek, M. Porter tomonidan ishlab chiqilgan klaster nazariyasi hududiy xizmatlar bozorini rivojlantirishda muhim ilmiy asos bo'lib xizmat qiladi. Porterga ko'ra, xizmatlar klasterlari mintaqada bilimlar almashinuvi, innovatsiyalarni tez joriy etish va samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi.

Xizmat ko'rsatish sohasida raqamli transformatsiya masalalarini tadbqiq etgan AQSHlik iqtisodchilar (Brynjolfsson, McAfee) xizmatlar sektorida raqamli platformalarning mehnat unumdorligini 20–30 foizga oshirish imkoniyatini ilmiy jihatdan asoslab bergan. Ularning tadbqiqotlariga ko'ra, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlangan raqamli infratuzilma xizmatlar sohasida innovatsion boshqaruvning asosiy tayanchi hisoblanadi. Bu yondashuv Orolbo'yi mintaqasi kabi chekka hududlar uchun ayniqsa dolzarbdir.

O'zbekiston iqtisodchi olimlarining tadbqiqotlarida ham xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish masalalari muhim o'rin egallaydi. Jumladan, S. G'ulomov, B. Xodiev, D. Qodirov va boshqa olimlar xizmatlar sektorining milliy iqtisodiyotdagi ulushini oshirish, hududiy tafovutlarni kamaytirish va servis infratuzilmasini modernizatsiya qilish masalalarini chuqur tahlil qilgan. Ularning ilmiy ishlarida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishda davlat siyosatining roli, soliq rag'batlari va investitsiya mexanizmlarining ahamiyati alohida ta'kidlanadi.

Material va metod. Mazkur ilmiy maqolada Orolbo'yi mintaqasida xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish masalalari kompleks ilmiy metodologiya asosida tadbqiq etildi. Tadbqiqot jarayonida zamonaviy iqtisodiy tahlil usullari, statistik va ekonometrik modellar, shuningdek, tizimli yondashuv keng qo'llanildi.

Tahlillar va natijalar. 2020–2025 yillar davomida Orolbo'yi mintaqasida xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishiga qaratilgan qator davlat dasturlari amalga oshirildi. Jumladan, “Orolbo'yi mintaqasini rivojlantirish davlat dasturi” doirasida servis, turizm, sog'liqni saqlash va ta'lim xizmatlarini kengaytirishga yo'naltirilgan loyihalar moliyalashtirildi. Shunga qaramay, xizmatlar sohasida innovatsion boshqaruv mexanizmlarining yetarli darajada joriy etilmagani, institutsional muhitning sustligi va raqamli texnologiyalarni qo'llash darajasining pastligi ushbu sohaning to'liq salohiyatini ro'yobga chiqarishga to'sqinlik qilmoqda. Xizmat ko'rsatish sohasining strategik ahamiyati, birinchidan, aholi bandligini tezkor oshirish imkoniyati bilan bog'liq. Statistika agentligi ma'lumotlariga ko'ra, 2023 yilda Qoraqalpog'iston Respublikasida

band aholining qariyb 38 foizi xizmatlar sektorida faoliyat yuritgan bo'lsa, Xorazm viloyatida bu ko'rsatkich 41 foizni tashkil etgan. Ikkinchidan, servis sohasida innovatsiyalarni joriy etish nisbatan kam kapital talab etadi va ekologik yuklamani kamaytiradi, bu esa Orolbo'yi mintaqasi uchun muhim omil hisoblanadi. Shu sababli, Orolbo'yi mintaqasida xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish nafaqat ilmiy, balki yuqori amaliy ahamiyatga ega masala sifatida namoyon bo'lmoqda. Ushbu maqolada mazkur muammo kompleks yondashuv asosida tahlil qilinadi va hudud sharoitiga mos innovatsion yechimlar taklif etiladi.

Orolbo'yi mintaqasida xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanish holatini baholashda Qoraqalpog'iston Respublikasi va Xorazm viloyatining 2020–2025 yillardagi asosiy ijtimoiy-iqtisodiy ko'rsatkichlari tahlil qilindi. Ushbu hududlar ekologik muammolarning yuqori darajasi bilan ajralib turgan bo'lsa-da, xizmatlar sohasi mintaqaviy iqtisodiyotni barqarorlashtirishda muhim drayverga aylanish imkoniyatiga ega.

Xizmat ko'rsatish sohasining hududiy iqtisodiyotdagi o'rni ya'ni, statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2020–2024 yillar davomida Orolbo'yi mintaqasida xizmatlar sektorining yalpi hududiy mahsulotdagi ulushi ijobiy o'sish tendensiyasini namoyon etdi. Xususan, Qoraqalpog'iston Respublikasida xizmatlar sohasining YaHMDagi ulushi 2020 yilda 34,8 foizni tashkil etgan bo'lsa, 2024 yilga kelib bu ko'rsatkich 39,6 foizga yetdi. Xorazm viloyatida esa ushbu ko'rsatkich mos ravishda 37,2 foizdan 42,8 foizgacha oshdi. Xizmatlar sektorining o'sishi, asosan, savdo, transport-logistika, ta'lim, sog'liqni saqlash va axborot-kommunikatsiya xizmatlari hisobiga ta'minlandi. Ayniqsa, 2022 yildan boshlab raqamli xizmatlar va onlayn platformalar ulushining ortishi mintaqada servis xizmatlari tarkibining sifat jihatidan o'zgarishiga olib keldi.

Xizmatlar sohasida bandlik va investitsion faollik asosan bandlik ko'rsatkichlari tahlili shuni ko'rsatadiki, xizmat ko'rsatish sohasi Orolbo'yi mintaqasida aholini ish bilan ta'minlashning eng muhim manbalaridan biri hisoblanadi. 2023 yil yakunlariga ko'ra, Qoraqalpog'iston Respublikasida xizmatlar sohasida band aholining ulushi 38 foizni, Xorazm viloyatida esa 41 foizni tashkil etdi. Bu ko'rsatkichlar 2020 yilga nisbatan mos ravishda 6–7 foiz band punktiga oshgan. Investitsiyalar hajmi ham xizmatlar sektorining rivojlanishida muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda. 2020–2024 yillarda Orolbo'yi mintaqasida xizmatlar sohasiga yo'naltirilgan investitsiyalar hajmi qariyb 1,8 barobarga oshdi. Biroq investitsiyalarning katta qismi savdo va transport xizmatlariga yo'naltirilgan bo'lib, innovatsion servis turlari (IT-xizmatlar, konsalting, ekologik xizmatlar) ulushi nisbatan pastligicha qolmoqda.

Xizmatlar sohasining tarkibiy tahlili natijalari shuni ko'rsatadiki, Orolbo'yi mintaqasida xizmatlar bozorida past qo'shilgan qiymatga ega tarmoqlar ustunlik qilmoqda. Jumladan, 2024 yilda savdo xizmatlari umumiy xizmatlar hajmining 32–35 foizini, transport xizmatlari 18–20 foizini tashkil etgan. Bunga qarshi ravishda, bilimga asoslangan xizmatlar (IT, ilmiy-texnik xizmatlar, biznes-konsalting) ulushi 6–8 foizdan oshmayapti. Bu holat xizmatlar sohasini innovatsion boshqarish mexanizmlarining yetarli darajada shakllanmaganligini ko'rsatadi. Xususan, startap infratuzilmasining zaifligi, malakali kadrlar yetishmasligi va raqamli xizmatlarga talabning pastligi asosiy cheklovchi omillar sifatida namoyon bo'lmoqda.

SWOT-tahlil natijalari ham orolbo'yi mintaqasida xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanish imkoniyatlari va cheklovlarini aniqlash maqsadida SWOT-tahlil amalga oshirildi va uni quyidagi tomonlarini ko'rishimiz mumkin.

Kuchli tomonlar:

- Davlat tomonidan Orolbo'yi mintaqasiga alohida e'tibor va maxsus dasturlar mavjudligi
- Mehnat resurslarining nisbatan arzonligi
- Xizmatlar sohasida kichik biznes ulushining yuqoriligi

Zaif tomonlar :

- Innovatsion boshqaruv va raqamli texnologiyalarni joriy etish darajasining pastligi
- Past qo'shilgan qiymatli xizmatlar ustunligi
- Institutsional va infratuzilmaviy cheklovlar

Imkoniyatlar:

- Ekologik, tibbiy va ijtimoiy xizmatlar bozorining kengayishi
- Raqamli platformalar orqali hududiy cheklovlarni bartaraf etish

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2020–2024 yillar davomida Orolbo'yi mintaqasida xizmatlar sektorining yalpi hududiy mahsulotdagi ulushi ijobiy o'sish tendensiyasini namoyon etdi. Xususan, Qoraqalpog'iston Respublikasida xizmatlar sohasining YaHMDagi ulushi 2020 yilda 34,8 foizni tashkil etgan bo'lsa, 2024 yilga kelib bu ko'rsatkich 39,6 foizga yetdi. Xorazm viloyatida esa ushbu ko'rsatkich mos ravishda 37,2 foizdan 42,8 foizgacha oshdi.

Xizmatlar sektorining o'sishi, asosan, savdo, transport-logistika, ta'lim, sog'liqni saqlash va axborot-kommunikatsiya xizmatlari hisobiga ta'minlandi. Ayniqsa, 2022 yildan boshlab raqamli xizmatlar va onlayn platformalar ulushining ortishi mintaqada servis xizmatlari tarkibining sifat jihatidan o'zgarishiga olib keldi.

Xulosa va takliflar. Mazkur ilmiy maqolada O'zbekistonning ekologik jihatdan eng murakkab hududlaridan biri hisoblangan Orolbo'yi mintaqasi, xususan Qoraqalpog'iston Respublikasi va Xorazm viloyatida xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish masalalari kompleks tahlil qilindi. Tadqiqot jarayonida xizmatlar sektorining hududiy iqtisodiyotdagi o'rni, rivojlanish tendensiyalari va mavjud muammolar 2020–2025 yillar statistik ma'lumotlari asosida baholandi.

Olib borilgan tahlillar shuni ko'rsatdiki, Orolbo'yi mintaqasida xizmat ko'rsatish sohasi iqtisodiy o'sish va bandlikni ta'minlashda muhim strategik ahamiyatga ega bo'lsa-da, uning innovatsion rivojlanish darajasi respublika o'rtacha ko'rsatkichlaridan pastligicha qolmoqda. Xizmatlar tarkibida past qo'shilgan qiymatga ega tarmoqlarning ustunligi, raqamli boshqaruv mexanizmlarining yetarli darajada joriy etilmagani va institutsional cheklovlar sohaning raqobatbardoshligini pasaytirmoqda.

Mazkur muammolarni bartaraf etish maqsadida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishning innovatsion tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi taklif etildi. Ushbu mexanizm xizmatlar klasterlarini shakllantirish, raqamli platformalar asosida boshqaruvni joriy etish hamda soliq va moliyaviy rag'batlantirish vositalarini kengaytirishni o'z ichiga oladi. Isroil va AQSH tajribasi asosida ishlab chiqilgan mazkur yondashuv Orolbo'yi mintaqasi sharoitiga moslashtirildi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. "Orolbo'yi mintaqasini kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish va aholi bandligini ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi tegishli dasturlari (2020–2025 yy.).
2. Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row. (Maqolada innovatsiyalarning boshqaruvdagi o'rni bo'yicha keltirilgan).
3. Porter, M. E. (1998). *On Competition*. Harvard Business Review Book. (Klaster nazariyasi bo'yicha).
4. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company. (Raqamli platformalar unumdorligi bo'yicha).
5. Gulomov, S. S. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda innovatsion texnologiyalar. O'quv qo'llanma va ilmiy maqolalar to'plami.
6. Xodiev, B. Y., Berdomurodov, A. A. O'zbekiston iqtisodiyotini modernizatsiya qilishda xizmat ko'rsatish sohasining roli. Ilmiy tadqiqotlar tahlili.
7. Qoraqalpog'iston Respublikasi va Xorazm viloyati Statistika boshqarmalari hisobotlari. (2020–2024 yillar). "Yalpi hududiy mahsulot va aholi bandligi ko'rsatkichlari".
8. O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. (2023). Xizmatlar sohasini rivojlantirishning asosiy ko'rsatkichlari. Statistik to'plam. Toshkent.
9. BMT Taraqqiyot Dasturi (BMTTD/UNDP). (2024). "Orolbo'yi mintaqasida tizimli innovatsiyaviy yondashuv va loyihalar portfelini boshqarish" bo'yicha hisobot va metodik tavsiyalar.
10. Yovel, E., & Yunusov, R. (2024). Orolbo'yi mintaqasida BRMni integratsiya qilish va innovatsion loyihalar portfelini amalga oshirish tajribasi. Xalqaro seminar materiallari.
11. O'zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi. Mintaqaviy innovatsion infratuzilmani rivojlantirish strategiyasi (2022–2026).

Х.Умарова Совершенствование организационно-экономических механизмов инновационного управления сферой обслуживания в Приаральском регионе Аннотация. В данной научной статье проводится глубокий анализ вопросов инновационного управления сферой услуг в районе Приаралья, одном из экологически наиболее сложных регионов Узбекистана, в частности в Республике Каракалпакстан и Хорезмской области. В исследовании оцениваются текущее состояние сектора услуг в регионе, тенденции его развития и эффективность существующих организационно-экономических механизмов. Ключевые слова: регион Приаралья, сфера услуг, инновационное управление, организационно-экономический механизм, кластер, цифровая экономика, территориальное развитие.	Kh.Umarova Improving the organizational and economic mechanisms of innovative management in the service sector in the Aral Sea region Abstract. This scientific article provides an in-depth analysis of the issues of innovative management in the service sector in the Aral Sea region, one of the most ecologically challenging areas of Uzbekistan, particularly in the Republic of Karakalpakstan and the Khorezm region. The study evaluates the current state of the service sector in the region, development trends, and the effectiveness of existing organizational and economic mechanisms. Keywords: Aral Sea region, service sector, innovative management, organizational and economic mechanism, clusters, digital economy, regional development.
--	---

Jahongir Aktamovich Haydarov – SamISI, Real iqtisodiyot kafedrası dotsenti v.b., PhD

LOGISTIKADA TRANSPORT XIZMATLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASHNING KOMPLEKS YONDASHUVLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada avtotransport xizmatlari bozorida raqobatning rivojlanishi va korxonaning raqobatbardoshligini oshirish zahiralari bugungi kunda transport infratuzilmasi va xizmatlarini sotish ishtirokchilari uchun amaliy ahamiyatga ega bo'lgan dolzarb muammolari yoritilgan. Maqola orqali transport xizmatlari raqobatbardoshligini baholash bo'yicha ilmiy ishlanmalarni o'rganish va avtotransport korxonasi raqobatbardoshligi omillarini aniqlashdan iborat. Kalit so'zlar: avtotransport xizmatlari; sifat; raqobatbardoshlik; mezon; rentabellik; boshqaruv; narx.
--

Kirish. Bozor iqtisodiyoti sharoitida logistika tizimining samarali faoliyat yuritishi transport xizmatlari sifati, tezkorligi va iqtisodiy samaradorligiga bevosita bog'liqdir. Global integratsiya jarayonlarining jadallashuvi, xalqaro savdo hajmining ortishi, elektron tijoratning rivojlanishi hamda yetkazib berish zanjirlarining murakkablashuvi transport xizmatlariga bo'lgan talabni sifat jihatidan yangi bosqichga olib chiqdi. Natijada transport xizmatlari nafaqat yuk va yo'lovchilarni tashish vositasi, balki logistika zanjirining strategik elementi sifatida namoyon bo'lmoqda. Xususan, transport infratuzilmasini rivojlantirish, logistika zanjirlarini optimallashtirish, multimodal tashuvlarni kengaytirish hamda xizmatlar sifati xalqaro standartlar darajasiga yetkazish ustuvor vazifalar sifatida belgilangan. Ushbu vazifalarning samarali bajarilishi transport xizmatlarini innovatsion rivojlantirishga xizmat qiluvchi iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtirishni taqozo etadi. Jumladan, mavjud transport xizmatlari bozori kon'yunkturasini chuqur iqtisodiy tahlil qilish, hududiy transport-logistika klasterlarini shakllantirish, sohaning institutsional-huquqiy asoslarini mustahkamlash va ilmiy asoslangan boshqaruv mexanizmlarini joriy etish zarurati ortib bormoqda.

Bunday sharoitda transport xizmatlarining raqobatbardoshligini ta'minlash va uni ilmiy asoslangan mezonlar asosida baholash dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi. Ayniqsa, logistika tizimida transport xizmatlari ko'rsatishning samaradorligi, ishonchliligi, moslashuvchanligi va innovatsion salohiyati raqobat ustunligini shakllantiruvchi asosiy omillar sifatida namoyon bo'ladi. Shu bois mazkur maqolada logistika tizimida transport xizmatlari raqobatbardoshligini baholashning kompleks yondashuvlari nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilinadi. Natijada kapitalning avtomobil transporti sohasiga va boshqa tarmoqlar o'rtasida tezkor migratsiyasi kuzatilmoqda. Avtotransport korxonalari faoliyatida xizmatlarning amaldagi raqobatbardoshlik darajasi bilan bozor talablarining mos kelmasligi doimiy xavf sifatida namoyon bo'ladi. Mazkur nomuvofiqlik kritik darajadan oshgan taqdirda, korxona tomonidan unga yetarli e'tibor

berilmasligi biznesning barqarorligi va uzoq muddatli rivojlanish istiqbollari salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Bozor talablariga muvofiq ravishda avtotransport xizmatlarining raqobatbardoshligini ta'minlashning eng samarali vositasi boshqaruv tizimini takomillashtirishdir. Boshqaruv bu – biznes maqsadlariga erishish yo'lida xizmat ko'rsatish obyekti maqsadli va tizimli ta'sir ko'rsatish jarayonidir. Shu bois, avtomobil transporti xizmatlari raqobatbardoshligini boshqarish tizimida boshqaruv obyektini aniq belgilash, uning tarkibiy elementlari va baholash mezonlarini ilmiy asoslash muhim vazifa hisoblanadi. Mazkur tadqiqot transport xizmatlari ko'rsatish sohasida raqobatbardoshlikni oshirishning nazariy-uslubiy asoslarini takomillashtirish hamda amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga qaratilganligi bilan ahamiyatlidir.

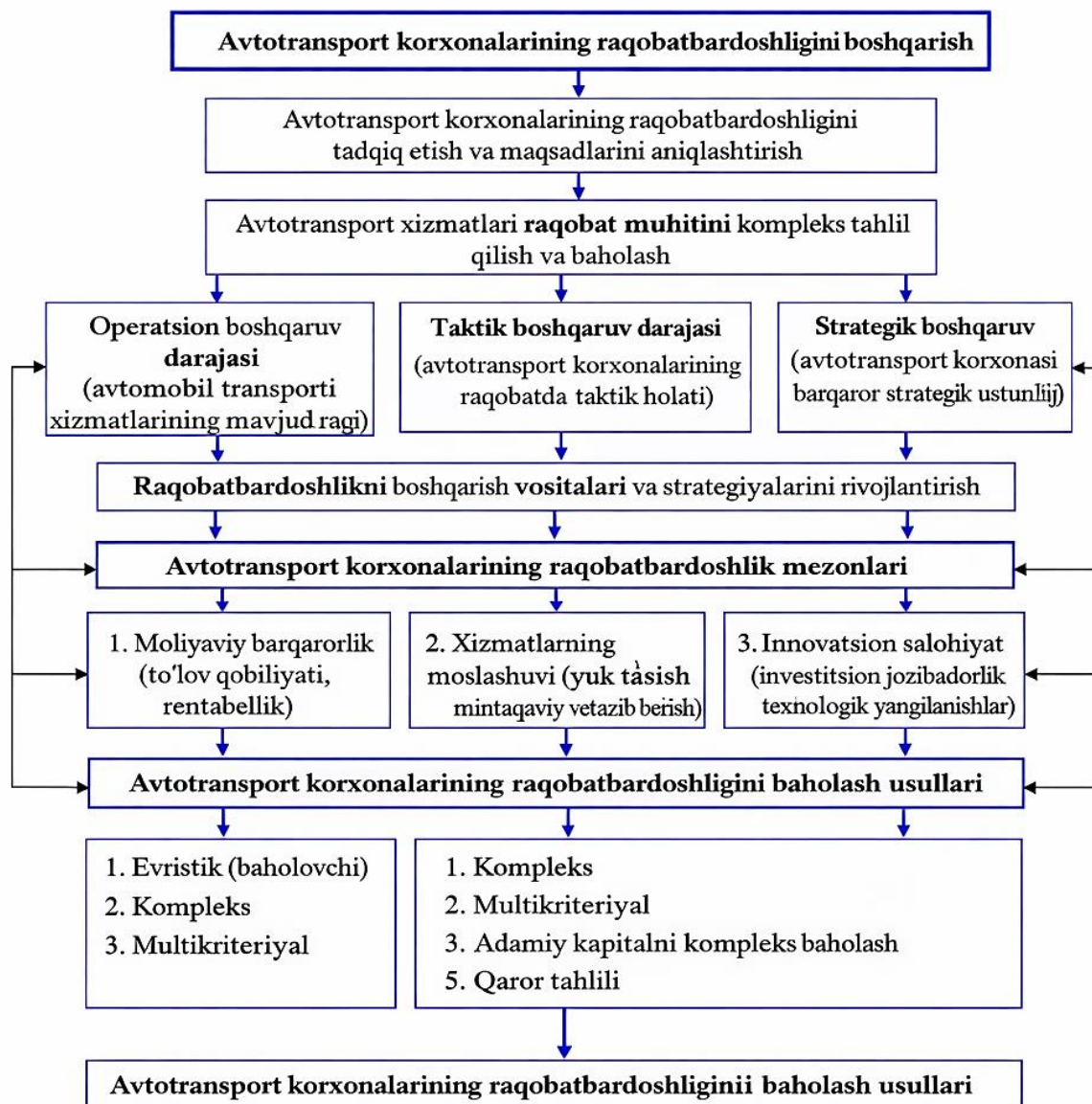
Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Avtomobil transporti xizmatlarining raqobatbardoshligi tushunchasi avtotransport korxonasi tomonidan iste'molchiga ko'rsatiladigan xizmatlar xususiyatlarining avtomobil transportining boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlari bilan solishtirganda farqlanishini nazarda tutadi. Avtomobil transporti xizmatlarining raqobatbardoshligini avtomobil transporti xizmatlarining mavjud afzalliklarini nisbiy baholash sifatida ko'rib chiqish mumkin, bu esa ushbu xizmatlar xaridorlarining doimiy o'sib borayotgan ehtiyojlarini maksimal darajada qondirish imkonini beradi. Avtomobil transporti xizmatlarining raqobatbardoshligi avtomobil transporti xizmatining bozorning ma'lum bir segmentida bir xil maqsaddagi o'xshash xizmatlar bilan raqobatlasha olish qobiliyatini tavsiflaydi [1].

Raqobat nazariyasining rivojlanishiga ko'plab iqtisodchilar katta hissa qo'shgan. P.Xaygne fikricha [2] raqobatning asosiy maqsadi mahsulot, ishlar va xizmatlarga bo'lgan real talabni eng yuqori darajada qondirish istagi deb hisoblaydi. Boshqa bir tadqiqotchining fikricha, raqobat - bu juda ko'p sonli raqobatdosh obyektlar faoliyat yuritadigan, ammo ular mustaqil bo'lgan muhitdir [3]. Taniqli iqtisodchilar K.R.Makkonnel, S.L.Bryu, rus olimi N.A.Yankovskiylar [4;5] raqobatni tovar va xizmatlar bozoriga erkin kirishga yordam beruvchi mexanizm deb hisoblaydilar. J. Shumpeterning fikricha, raqobat, avvalo, eskining yangi bilan, yangilik bilan raqobatidir [6].

Ko'pgina ilmiy soha xodimlarining ishlari transport xizmatlarining raqobatbardoshligini boshqarish muammosini hal qilishga bag'ishlangan: I.M.Aksenov, V.L.Dikan, O.N.Krivoruchko, E.N.Sich, N.V.Yakimenko, V.V.Proxorova va boshqalar. Shu bilan birga, ushbu ishlarda obyekt va boshqaruv tizimini asoslash, avtotransport xizmatlarining raqobatbardoshligini baholash va tahlil qilish usullarini takomillashtirish va boshqalar kabi masalalar yetarli darajada ko'rib chiqilmagan. Shunday qilib avtotransport xizmatlari bozoridagi raqobat avtotransport xizmatlari iste'molchilari tomonidan ularning ahamiyati, murakkabligi, qoniqishi, samaradorligi, narxi, xavfsizligi va boshqalar bo'yicha birgalikda baholanadigan xizmatlarning narxi va sifati bilan belgilanadi xulosaga kelish mumkin.

Tadqiqot metodologiyasi. Maqolada transport xizmatlari raqobatbardoshligini baholashda iqtisodchi olimlarining mavzuga bag'ishlangan ilmiy asarlari o'rganilgan. Tadqiqot metodologiyasi sifatida adabiyotlarning qiyosiy tahlili va farazni asoslash usullaridan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Logistika avtomobil transporti xizmatlarining raqobatbardoshligini avtomobil transporti xo'jalik yurituvchi subyekti (avtotransport korxonasi) xizmat ko'rsatuvchi ishlab chiqaruvchining raqobatbardoshligi bilan bir butun sifatida taqqoslaylik. Avtotransport xizmatlarining raqobatbardoshligiga ta'sir qilishning uzluksiz jarayoni uchun optimal natijalarga erishish uchun raqobatbardoshlikni boshqarish san'atini egallash, avtotransport xizmatlarining raqobatbardoshligi bo'yicha tezkor faoliyat, taktika va strategiyani aniq belgilab olish kerak. Avtotransport xizmatlarining raqobatbardoshligini ta'minlash uchun avtotransport korxonasi xizmatlarning raqobatbardoshligini va avtotransport korxonasining raqobatbardoshligini boshqarishning tezkor, taktik va strategik darajalarida raqobatbardoshligini ta'minlash muammolarini hal qilishga majbur. Ushbu maqsadlar uchun biz avtotransport korxonasining raqobatbardoshligini boshqarishning kompleks sxemasini va uning raqobatbardoshligi mezonlarini ishlab chiqamiz (1-rasm). Mezon deganda biror narsani baholash, ta'riflash, tasniflash amalga oshiriladigan belgilar, o'lchovlar tushuniladi.



1-rasm. Avtotransport korxonasining raqobatbardoshligini boshqarishning kompleks sxemasi va uning raqobatbardoshligi mezonlari¹

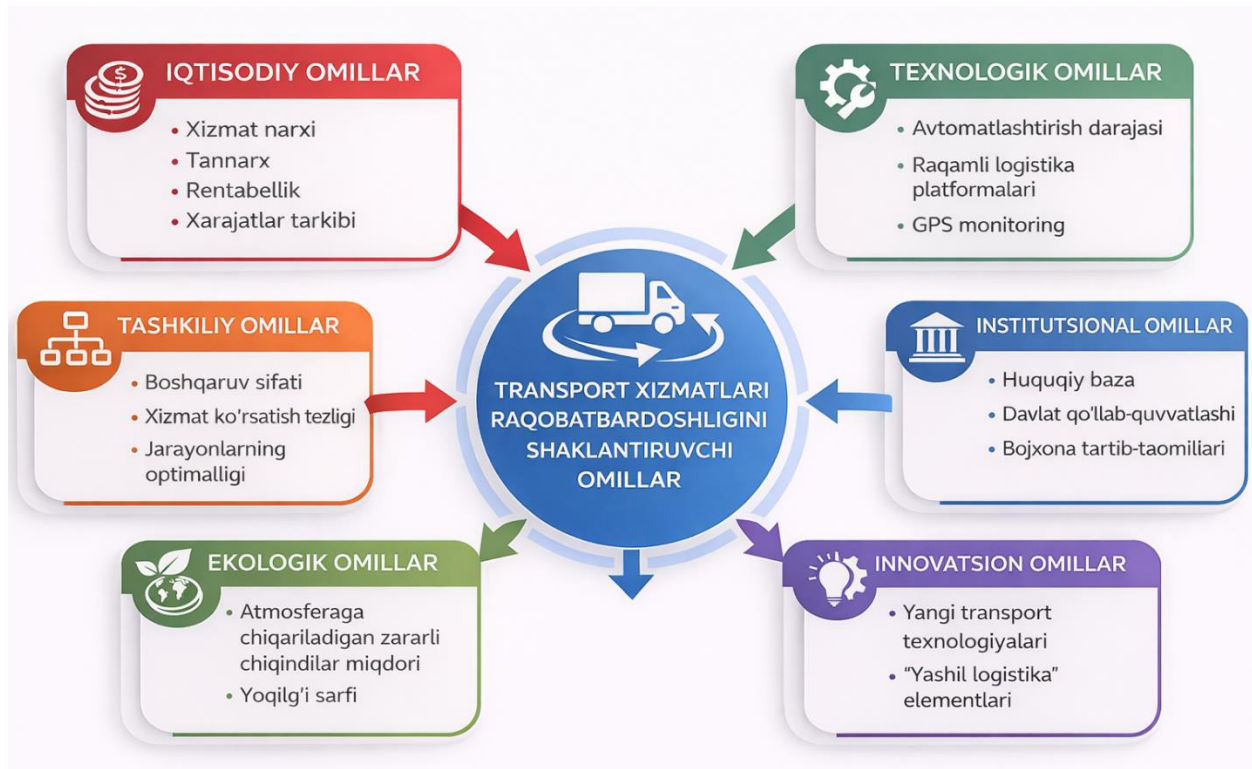
Raqobatbardoshlik - bu subyektning bozor sharoitida o'z raqobatchilariga nisbatan ustunlikka ega bo'lish, talabni qondirish hamda barqaror daromad olish qobiliyatidir. Transport xizmatlari kontekstida raqobatbardoshlik xizmatning iste'molchi ehtiyojlariga mosligi, narx va sifat nisbatining maqbulligi, yetkazib berish tezligi, xavfsizlik darajasi va qo'shimcha servis imkoniyatlari bilan belgilanadi.

Logistika tizimida transport xizmatlari raqobatbardoshligi ko'p qirrali iqtisodiy kategoriya bo'lib, uni baholashda tizimli, jarayonli va multikriterial yondashuvlarni uyg'unlashtirish maqsadga muvofiqdir. Kompleks baholash modeli transport xizmatlarining iqtisodiy, texnologik, tashkiliy va innovatsion jihatlarini bir butun holda tahlil qilish imkonini beradi.

Transport xizmatlari raqobatbardoshligini shakllantiruvchi omillarni quyidagi guruhlariga ajratish mumkin (2-rasm).

Demak, transport xizmatlari raqobatbardoshligi ko'p omilli va ko'p mezonli iqtisodiy kategoriya hisoblanadi. Avtotransport korxonasining raqobatbardoshligini boshqarishning operatsion darajasida biz moliyaviy barqarorlik ko'rsatkichlarini o'z ichiga olgan avtotransport xizmatlarining raqobatbardoshligi muammolarini hal qilishni ta'minlaymiz. Avtotransport korxonasining moliyaviy barqarorligi deganda, uning o'z va qarz mablag'lari o'rtasidagi moliyaviy muvozanat

¹ Muallif ishlanmasi



2-rasm. Transport xizmatlari raqobatbardoshligini shakllantiruvchi omillar¹

shartiga muvofiq to'lov qobiliyati tushuniladi. Yaxshi moliyaviy barqarorlik bilan avtotransport korxonasi to'lovga qodir, ya'ni o'z majburiyatlarini to'lash qobiliyatiga ega.

Avtotransport xizmatlarining raqobatbardoshligini baholashning asosiy uslubiy tamoyillari quyidagilardan iborat:

- avtotransport xizmatlari raqobatbardoshligining ichki va tashqi omillari majmuasining o'zaro ta'sirini baholashni o'z ichiga olgan tizimli va keng qamrovli;
- avtomobil transporti xizmatlari raqobatbardoshligi omillari o'rtasidagi bog'liqliklarning yaxlitligi, chuqurlashishi va aniqlanishini ta'minlash;
- ishlab chiqarishning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda, unga muvofiq baholash tizimi o'ziga xos tarmoq xususiyatlarini aks ettiruvchi ko'rsatkichlarni o'z ichiga olishi va ularning avtomobil transporti xizmatlarining raqobatbardoshligiga ta'sirini hisobga olishi kerak;
- avtotransport xizmatlari bozorining turli segmentlarining xususiyatlarini hisobga olgan holda, ma'lum bir hududda (bozor segmentida) iste'molchilarning ehtiyojlarini eng aniq aniqlash va ularni to'liq qondirish asosida;
- bozor kon'yunkturasining kvazibarqarorligi, bunda har bir aniq daqiqada samarali talab tuzilmasi aniq aniq bo'ladi va avtotransport xizmatlari sifatining individual ko'rsatkichlarining ahamiyati (ahamiyati) bo'yicha iste'molchilarni segmentlarga bo'lish imkonini beradi;
- tizimga kiritilgan ko'rsatkichlar ierarxiyasi, ular umumiydan xususiyygacha tartiblanishi kerak;
- axborot xavfsizligi – tizim ko'rsatkichlarni o'z ichiga olishi kerak, ularning hisobi to'liq, ishonchli va o'z vaqtida olingan ma'lumotlar bilan statistik hisobot bilan ta'minlanishi mumkin;
- uzluksizlik - tizim ko'rsatkichlarining mumkin bo'lgan tuzatishlarini yoki avtomobil transporti xizmatlari yoki atrofdagi raqobat muhiti to'g'risida yangi ma'lumotlar paydo bo'lishi bilan qo'shimcha ko'rsatkichlarni kiritishni hisobga oladi[8].

Tarmoqni raqobatbardosh rivojlantirish maqsadida tegishli indeks va koeffitsientlar qiymatidan kelib chiqib, tarmoq va tarmoq bozorining raqobat muhitining joriy holatini xolis baholash muhim omil hisoblanadi. Raqobatning intensivligi va uning shakllari sanoat bozorining turiga, uning to'yinganlik darajasiga, raqobatdosh firmalarning soni va kuchiga bog'liq.

¹ Nazariy ma'lumotlar asosida muallif ishlanmasi

Shuni ta’kidlash kerakki, bozorning mahsulot chegaralari o’rganish obyekti - avtotransport xizmatlari iste’mol xususiyatlarining taqqoslanishi, ularni ko’rsatish bo’yicha xizmatlarning o’zaro almashinish imkoniyati va xizmatlar bozorida taklif etilayotgan raqobat tamoyillariga asoslanib belgilanishi kerak.

Ushbu muammolarni hal qilish avtotransport xizmatlariga bo’lgan talabni qondirish uchun harakatlanuvchi tarkibni ta’minlash, avtotransport xizmatlari bozorini tahlil qilish, tariflash choralari, shuningdek, avtotransport xizmatlariga bo’lgan ehtiyojni qondirish bilan bog’liq boshqa kechiktirib bo’lmaydigan chora-tadbirlar orqali marketing faoliyati orqali amalga oshirilishi kerak. Avtotransport korxonasining foydasiga avtotransport xizmatlarini ko’rsatish xarajatlarini iqtisodiy tahlil qilish, tashish jarayoni xarajatlarini tahlil qilish va tariflarni qo’llash, shuningdek, yuk va yo’lovchilarni tashish uchun avtomobil transportining harakatlanuvchi tarkibidan oqilona va samarali foydalanishni tashkil etish, tashishning yuqori rentabelligini ta’minlovchi ilg’or texnologiyalardan foydalanish orqali erishiladi. Avtotransport korxonasining ishlab chiqarish darajasidagi raqobatbardoshligi mezonini avtotransport xizmatlari raqobatbardoshligining ajralmas ko’rsatkichidir.

Ko’rib chiqilayotgan omillar avtomobil transporti xizmatlarining raqobatbardoshligini ta’minlaydigan tizimdir. Turli omillarning ahamiyati avtomobil transporti xizmatlari bozori, raqobat darajasi, xizmatlarning hayot aylanishi va boshqa jihatlarga qarab farqlanadi. Shuni ham ta’kidlash kerakki, avtotransport korxonasining raqobatbardoshligining taqdim etilgan omillarining o’zaro ta’sirining sinergik ta’siri mavjud. Avtotransport korxonasining raqobatbardoshligini belgilovchi omillarni aniqlash va tasniflashda muallifning yondashuvi omillarni tahlil qilishda korxona faoliyati va raqobatchilar faoliyatidagi kuchli va zaif tomonlarni aniqlash mumkin degan gipotezaga asoslanadi. Bu, bir tomondan, raqobatning eng shiddatli shakllaridan qochishga, ikkinchidan, raqobatchilarning afzalliklari va zaif tomonlaridan foydalanishga imkon beradi. Ushbu yondashuv avtomobil transporti orqali taqdim etilayotgan xizmatlarning raqobatbardoshligini oshirish va uning muvaffaqiyatini ta’minlash, tegishli bozorda avtomobil transporti xizmatlarini ko’rsatishda uning ulushini o’zgartirishga yordam beradigan chora-tadbirlar va vositalarni ishlab chiqishga, shuningdek, avtotransport xizmatlari iste’molchilarining ehtiyojlarini qondirishga yordam beradi.

Xulosa va takliflar. Amalga oshirilgan tadqiqotlar natijasida avtotransport xizmatlarining raqobatbardoshligini baholash va tahlil qilish metodologiyasi yanada ishlab chiqildi. Avtotransport korxonasi o’z faoliyatini mijozlarning so’rovlarini va tashishga bo’lgan samarali talab dinamikasini har tomonlama o’rganish asosida foyda olishni ta’minlaydigan transport xizmatlarini ko’rsatishni tashkil qiladi. Shunday qilib, u savdo bozorlarini zabt etish uchun marketing siyosatini olib boradi. Muayyan bozorni sotishda uning qismlari (segmentlari) o’zining ishlab chiqarish va moliyaviy imkoniyatlarini hisobga olgan holda kompaniya ehtiyojlarini qondirishni rejalashtirgan mijozlar guruhlarini tahlil qilinadi. O’z mijozlarining bozor segmentlari ko’rinishida ifodalangan ehtiyojlarini tushunish kompaniyaga eng ko’p talab qilinadigan xizmatlar ro’yxatini aniqroq aniqlash va ularni bajarish sifatini oshirish imkonini beradi. Shunday qilib, transport korxonalari, mulkchilik shaklidan qat’i nazar, transport bozorida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishlari uchun transport xizmatlarining yuqori sifat ko’rsatkichlarini, transport ishlab chiqarish samaradorligini va transport xizmatlarining tegishli raqobatbardoshligini ta’minlashlari kerak. Taqdim etilgan usullar va modellar avtomobil transporti korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish bo’yicha takliflar to’plamini ishlab chiqish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati:

1. Муромцев Д. Ю., Муромцев Ю. Л., Тютюнник В. М., Белоусов О. А. Экономическая эффективность и конкурентоспособность: учеб. пособие. Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2007. 96 с
2. Хайгне П. Экономический образ мышления / П. Хайгне; пер. с англ. - 2-е изд. - М.: Дело, при участии Catallaxy, 1993. - 704 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Глобальная конкурентоспособность. На стол современному руководителю. – М.: Стандарты и качество, 2013. - 464 с.
4. Макконелл К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконелл, С. Л.

- Брю / Пер. с англ. - М.: Республика, 1995. – 425 с.
5. Yankovsky N.A. Management with Enterprise at World Markets: Macro- and Microlevels. – Donetsk: Donbass National University, 2004. – 398 pp.
 6. Shumpeter G. Economy Development Theory// G. Shumpeter: translation from Yerman. – М.: Progress, 1982. – 455 pp.
 7. Hayek F.A. Cognition, Competition and Freedom // F.A. Hayek. – SPb.: Pnevma, 1999. – 132 pp.
 8. Абалонин С.М. Конкурентоспособность транспортных услуг. М.: ИКЦ «Академкнига», 2004. 172с.

Дж.Хайдаров	J.Haydarov
Методические подходы к оценке конкурентоспособности транспортных услуг Аннотация. В данной статье освещены развитие конкуренции на рынке автотранспортных услуг и ресурсы повышения конкурентоспособности предприятия, которые сегодня имеют практическое значение для участников транспортной инфраструктуры и продажи услуг. Целью статьи является изучение научных разработок по оценке конкурентоспособности транспортных услуг и определение факторов конкурентоспособности автотранспортного предприятия. Ключевые слова: автотранспортные услуги, качество, конкурентоспособность, критерий, рентабельность, управление, цена.	Methodological approaches to assessing the competitiveness of transportation services Abstract. In this article, the development of competition in the market of motor transport services and the resources for increasing the competitiveness of the enterprise are highlighted, which are of practical importance for the participants in the transport infrastructure and sale of services today. The article aims to study the scientific developments on the evaluation of the competitiveness of transport services and to determine the factors of the competitiveness of the motor transport enterprise. Keywords: motor transport services, quality, competitiveness, criterion, profitability, control, price.

ORCID: 0009-0003-4377-2086

Farrux Shadiyrovich Shanazarov – SamISI mustaqil izlanuvchi

IJTIMOIY XIZMATLARNING INSON KAPITALIGA TA’SIRI VA IJTIMOY-IQTISODIY RIVOJLANISHDAGI FUNKSIYALARI

Annotatsiya. Maqolada ijtimoiy xizmatlarning inson kapitalini shakllantirish va rivojlantirishdagi oʻrni hamda ularning barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga ta’siri ilmiy-nazariy jihatdan tahlil qilingan. Ta’lim, sogʻliqni saqlash, ijtimoiy himoya va bandlik xizmatlarining inson kapitali sifat koʻrsatkichlariga ta’siri ochib berilgan. Shuningdek, Oʻzbekistonda ijtimoiy xizmatlar rivojlanish bosqichlari tizimli ravishda yoritilib, ularning iqtisodiy ahamiyati asoslab berilgan. Kalit soʻzlar: ijtimoiy xizmatlar, inson kapitali, barqaror rivojlanish, ijtimoiy siyosat, iqtisodiy oʻsish, yashil va innovasion iqtisodiyot.
--

Kirish. Ijtimoiy xizmatlar aholining hayot sifati va farovonligini oshirishda, shuningdek jamiyatning barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta’minlashda muhim institutsional omil hisoblanadi. Ular inson kapitalini rivojlantirish orqali ijtimoiy tengsizlikni kamaytirish, ijtimoiy integratsiyani kuchaytirish va iqtisodiy oʻsish uchun mustahkam poydevor yaratadi.

Ilmiy nuqtai nazardan, ijtimoiy xizmatlar inson kapitalining asosiy tarkibiy qismlari — sogʻliq, bilim, kasbiy malaka va ijtimoiy faollikni rivojlantirishga xizmat qiladi. Ta’lim va sogʻliqni saqlash xizmatlari inson kapitalining bazaviy asosini shakllantirsa, ijtimoiy himoya va reabilitatsiya xizmatlari aholining ijtimoiy xavf-xatarlarga barqarorligini oshiradi va mehnat bozorida uzluksiz ishtirok etish imkoniyatlarini kengaytiradi.

Ijtimoiy xizmatlar orqali kam ta’minlangan va zaif ijtimoiy qatlamlarni qoʻllab-quvvatlash inson kapitalidan samarali foydalanish imkonini yaratib, inklyuziv iqtisodiy oʻsishni ta’minlaydi. Shu bois, ijtimoiy xizmatlarga yoʻnaltirilgan investitsiyalar uzoq muddatli iqtisodiy rivojlanishning strategik omili sifatida namoyon boʻladi.

Oʻzbekiston iqtisodiyoti ijtimoiy yoʻnaltirilgan boʻlib, unda ijtimoiy xizmatlar shakllanishi va rivojlanishi davlat siyosati, iqtisodiy imkoniyatlar va institutsional islohotlar bilan uzviy

bog‘liq holda kechib kelmoqda. Ijtimoiy xizmatlarning inson kapitaliga ta’sirini chuqur tahlil qilish uchun ularning shakllanishi va rivojlanishini vaqt omilida, ya’ni institutsional va iqtisodiy transformatsiya bosqichlari kesimida o‘rganish muhim hisoblanadi. Har bir tarixiy bosqichda davlatning ijtimoiy siyosatdagi roli, moliyalashtirish mexanizmlari, xizmatlar ko‘rsatish shakllari hamda ularning iqtisodiy samaradorligi turlicha bo‘lgan.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Ijtimoiy xizmatlar aholining hayot sifati va farovonligini oshirishda, shuningdek jamiyatning barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta’minlashda muhim institutsional omil hisoblanadi. Ilmiy tadqiqotlarda qayd etilganidek, ijtimoiy xizmatlar inson kapitalini shakllantirish va rivojlantirishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi (Schultz, 1961; Becker, 1993). Ular aholining bilim darajasi, sog‘lig‘i, kasbiy mahorati va ijtimoiy faolligini oshirish orqali iqtisodiy o‘rish uchun mustahkam zamin yaratadi (Sen, 1999).

Ilmiy adabiyotlarda ta’lim va sog‘liqni saqlash xizmatlari inson kapitalining bazaviy tarkibiy qismlari sifatida qaraladi (Becker, 1993; Todaro & Smith, 2020). Shu bilan birga, ijtimoiy himoya va rehabilitatsiya xizmatlari aholining ijtimoiy xavf-xatarlarga bardoshlilikini oshirib, mehnat bozorida uzluksiz ishtirok etish imkoniyatlarini kengaytiradi (OECD, 2018). Bunday yondashuv inson kapitalining sifat jihatdan o‘rishiga va mehnat unumdorligining oshishiga xizmat qiladi (World Bank, 2020). Ijtimoiy xizmatlar orqali kam ta’minlangan va zaif ijtimoiy guruhlarni qo‘llab-quvvatlash ijtimoiy tengsizlikni kamaytirish va inklyuziv iqtisodiy o‘rishni ta’minlashning muhim mexanizmi sifatida namoyon bo‘ladi (UNDP, 2022). Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, ijtimoiy xizmatlarga yo‘naltirilgan davlat xarajatlari iqtisodiy o‘rishni rag‘batlantiruvchi strategik investitsiya sifatida qaraladi (Barr, 2012; World Bank, 2019).

O‘zbekistonda ijtimoiy xizmatlar tizimi ijtimoiy yo‘naltirilgan iqtisodiyot modeli asosida shakllanib, davlat ijtimoiy siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida rivojlanib kelmoqda (O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti, 2017). Ayniqsa, “Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi” doirasida inson kapitalini rivojlantirish davlat siyosatining markaziy masalasi sifatida belgilandi (O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti, 2022).

So‘nggi yillarda ijtimoiy xizmatlarni raqamli texnologiyalar asosida modernizatsiya qilish, aholining ijtimoiy himoyasini kuchaytirish va xizmatlar qamrovini kengaytirishga alohida e’tibor qaratilmoqda (O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi, 2021). Bu jarayonlar inson kapitalining iqtisodiy o‘rishdagi roli ortib borayotganligini tasdiqlaydi (Shodiyeva, 2022).

Shuningdek, O‘zbekiston – 2030 strategiyasida ijtimoiy xizmatlarni rivojlantirish orqali aholi farovonligini oshirish, kambag‘allikni qisqartirish va barqaror iqtisodiy o‘rishni ta’minlash ustuvor vazifa sifatida belgilangan (O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-sonli “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”).

Tadqiqot metodologiyasi. Ijtimoiy xizmatlarning inson kapitaliga ta’siri va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishdagi funksiyalari bo‘yicha induksiya va deduksiya, makon va zamon, mantiqiy, qiyosiy tahlil kabi usullardan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Shu bois, O‘zbekistonda ijtimoiy xizmatlarning shakllanishi va rivojlanish bosqichlarini tizimlashtirish inson kapitali rivojlanishining evolyusiyasini, ijtimoiy xizmatlar orqali iqtisodiy o‘rishni ta’minlash mexanizmlarini aniqlash imkonini beradi. Quyidagi jadvalda ijtimoiy xizmatlarning asosiy shakllanish bosqichlari, ularning xronologik davrlari, institutsional xususiyatlari hamda iqtisodiy ahamiyati kompleks tarzda aks ettirilgan.

1-jadval

O‘zbekistonda ijtimoiy xizmatlarning shakllanish bosqichlari

Bosqich	Davri	Asosiy xususiyatlari	Iqtisodiy ahamiyati
I	1917–1991	Markazlashgan, bepul xizmatlar tizimi	Barqaror, ammo past samaradorlik
II	1991–2000	Bozor islohotlari, davlat kafolatlari saqlanishi	Ijtimoiy kafolatlar qisqardi
III	2000–2016	Modernizatsiya, xususiy sektor ishtiroki	Xizmatlar sektori tez o‘rdi
IV	2017–hozir	Raqamli transformatsiya, “Inson qadri uchun” tamoyili	Inson kapitali iqtisodiy o‘rish omiliga aylandi

1-jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, O'zbekistonda ijtimoiy xizmatlarning rivojlanishi markazlashgan rejali tizimdan bozor munosabatlariga bosqichma-bosqich o'tish, keyinchalik esa raqamli va inson kapitalini ustuvor deb biluvchi modelga evolyusion tarzda o'tish jarayonini aks ettiradi. Ilk bosqichda ijtimoiy xizmatlar barqarorlikni ta'minlagan bo'lsa-da, ularning iqtisodiy samaradorligi past bo'lgan. Ikkinchi bosqichda davlat ijtimoiy majburiyatlarini qayta ko'rib chiqib, bozor mexanizmlariga moslashuv jarayoni boshlangan.

Uchinchi bosqichda ijtimoiy xizmatlar xizmatlar sektorining tarkibiy qismi sifatida iqtisodiy o'sishning muhim drayveriga aylangan bo'lsa, to'rtinchi bosqichda inson kapitali iqtisodiy taraqqiyotning asosiy omili sifatida qarala boshlandi. Xususan, raqamli texnologiyalarni joriy etish, ijtimoiy xizmatlar qamrovini kengaytirish va ular sifatini oshirish orqali ijtimoiy investitsiyalarning iqtisodiy qaytimi sezilarli darajada oshdi. Bu esa ijtimoiy xizmatlarni barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlovchi strategik institut sifatida baholash zarurligini ilmiy jihatdan tasdiqlaydi.

Yangi O'zbekiston sharoitida ijtimoiy xizmatlarning rivojlanishi yashil va innovasion iqtisodiyot tamoyillari bilan uyg'unlashib, raqamli texnologiyalar asosida xizmatlar sifati va qamrovini oshirishga xizmat qilmoqda. Bu jarayonlar hududiy barqaror rivojlanish, bandlikni oshirish va aholi farovonligini ta'minlashda muhim rol o'ynamoqda.

Xulosa va takliflar. Yuqorida olib borilgan nazariy tahlil va institutsional yondashuvlar, shuningdek, O'zbekistonda ijtimoiy xizmatlar shakllanishi va rivojlanish bosqichlarining ilmiy tahlili shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy xizmatlar nafaqat aholining ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish vositasi, balki inson kapitalini rivojlantirish orqali barqaror ijtimoiy-iqtisodiy o'sishni ta'minlovchi strategik omil sifatida namoyon bo'lmoqda. Ijtimoiy xizmatlar tizimining samaradorligi davlat siyosati, institutsional islohotlar, moliyalashtirish mexanizmlari hamda yashil va innovatsion iqtisodiyot tamoyillarining uyg'un qo'llanilishiga bevosita bog'liq ekani aniqlandi. Shu nuqtai nazardan, tadqiqot natijalarini umumlashtirish hamda ijtimoiy xizmatlarni inson kapitaliga yo'naltirilgan strategik resurs sifatida rivojlantirish bo'yicha amaliy xulosa va takliflarni ishlab chiqish dolzarb hisoblanadi. Quyida mazkur tahlillar asosida shakllantirilgan asosiy xulosalar va ilmiy-amaliy takliflar keltiriladi.

1. Ijtimoiy xizmatlar inson kapitalini rivojlantirishning strategik omili sifatida davlat ijtimoiy-iqtisodiy siyosatining ustuvor yo'nalishi bo'lishi lozim.
2. Ta'lim va sog'liqni saqlash sohalarida yashil va raqamli texnologiyalarni keng joriy etish inson kapitali sifatini oshiradi.
3. Ijtimoiy xizmatlarni rivojlantirishda davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini takomillashtirish barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlaydi.
4. Ijtimoiy xizmatlarga yo'naltirilgan investitsiyalarni uzoq muddatli strategik investitsiya sifatida baholash zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Becker, G. S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. 3rd ed. Chicago: University of Chicago Press.
2. Schultz, T. W. (1961). Investment in Human Capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1–17.
3. Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. Oxford: Oxford University Press.
4. World Bank. (2019). *World Development Report 2019: The Changing Nature of Work*. Washington, DC: World Bank.
5. World Bank. (2020). *Human Capital Index 2020 Update*. Washington, DC: World Bank Group.
6. United Nations Development Programme (UNDP). (2022). *Human Development Report 2022*. New York: UNDP.
7. OECD. (2018). *Social Protection and Social Services in Developing Countries*. Paris: OECD Publishing.
8. Barr, N. (2012). *The Economics of the Welfare State*. Oxford: Oxford University Press.
9. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. (2017). “Harakatlar strategiyasi to'g'risida” (PF-4947). Toshkent.
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. (2022). “2022–2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida” (PF-60). Toshkent.
11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-sonli “Raqamli

- O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” Farmoni. (2023). “
12. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi. (2021). Aholiga ijtimoiy xizmatlar ko‘rsatish tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida. Toshkent.
 13. Shanazarov Farrux. (2026). Ijtimoiy xizmatlar tushunchasining mohiyati va tavsifiga oid nazariy qarashlar. Ilg‘or iqtisodiyot va pedagogik texnologiyalar” ilmiy elektron jurnalining rasmiy shapkasi va UO‘K: 364:330.101, №1, 178–185.
 14. Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). Economic Development. 13th ed. Harlow: Pearson Education.

Ф.Шаназаров Влияние социальных услуг на человеческий капитал и их функции в социально-экономическом развитии	F.Shanazarov The impact of social services on human capital and their functions in socio-economic development
Аннотация. В статье проведён научно-теоретический анализ роли социальных услуг в формировании и развитии человеческого капитала, а также их влияния на устойчивое социально-экономическое развитие. Раскрыто значение образовательных, медицинских, социальных и трудовых услуг в повышении качества человеческого капитала. Систематизированы этапы развития социальных услуг в Узбекистане и обосновано их экономическое значение. Ключевые слова: социальные услуги, человеческий капитал, устойчивое развитие, социальная политика, экономический рост.	Abstract. The article provides a scientific and theoretical analysis of the role of social services in the formation and development of human capital and their impact on sustainable socio-economic development. The significance of education, healthcare, social protection, and employment services in improving the quality of human capital is examined. The stages of social service development in Uzbekistan are systematized, and their economic importance is substantiated. Keywords: social services, human capital, sustainable development, social policy, economic growth.

Mo‘minjon Shavqiddin o‘g‘li Muxiddinov – SamISI mustaqil izlanuvchisi

ERKIN IQTISODIY ZONALARDA LOGISTIKA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH BO‘YICHA XORIJ TAJRIBASIDAN FOYDALANISH

Annotasiya. Ushbu maqolada erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarini rivojlantirish masalalari, xususan Yaponiya va Xitoy tajribasi asosida o‘rganilgan. Tadqiqotda erkin hududlarda logistika infratuzilmasi, multimodal transport tizimi, xizmatlar klasteri va bojxona boshqaruvi mexanizmlari tahlil qilinib, ularning samaradorlikka ta’siri aniqlangan. Solishtirma tahlil va empirik tahlillar orqali milliy sharoitga mos logistika xizmatlarini takomillashtirish bo‘yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: erkin iqtisodiy zonalar, erkin savdo zanalari, logistika xizmatlari, global ta’minot zanjiri, multimodal transport, bojxona boshqaruvi, xizmatlar klasteri, qiymat zanjiri, qadoqlash, markirovka, qayta yig‘ish, sotuvdan keyingi servisi.

Kirish. So‘nggi o‘n yilliklarda global iqtisodiyotning raqobatbardoshligi ko‘plab mamlakatlarda erkin iqtisodiy zonalar (EIZ)ni rivojlantirishni strategik vazifa sifatida belgilashga turtki berdi. EIZlarning asosiy maqsadi – ishlab chiqarish va xizmatlar sohasida sarmoyani jalb qilish, eksport salohiyatini oshirish va milliy iqtisodiyotni global qiymat zanjirlariga integratsiya qilishdir. Shu bilan birga, logistika xizmatlari erkin hududlarning samaradorligini belgilovchi eng muhim mexanizm sifatida e’tiborga olinadi. Logistika xizmatlarining sifat va samaradorligi erkin hududlarda ishlab chiqarish, tashish, omborlash, qadoqlash va taqsimot jarayonlarining uzluksizligini ta’minlaydi, kapital va aylanma mablag‘lardan foydalanish samaradorligini oshiradi hamda eksport va ichki savdoga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

Xorijiy tajribalar, xususan Yaponiya va Xitoy namunalarini o‘rganish shuni ko‘rsatadiki, erkin hududlarda logistika infratuzilmasini rivojlantirishning samarali strategiyalari bir qator institutsional va amaliy tamoyillarga asoslanadi. Masalan, Yaponiya tajribasida port-logistika

integratsiyasi, multimodal transport tizimining rivoji va “aniq vaqtida yetkazib berish” (Just-in-Time) prinsiplari logistika samaradorligini oshirishda markaziy rol o‘ynaydi. Shu bilan birga, logistika xizmatlarini yuqori qo‘shilgan qiymatli segmentlarga yo‘naltirish – qadoqlash, markirovka, qayta yig‘ish, sotuvdan keyingi servisi va moliyaviy xizmatlar – ishlab chiqarish va taqsimot zanjirini optimallashtirishga xizmat qiladi.

Xitoy tajribasi esa erkin hududlarni bosqichma-bosqich integratsiyalashgan kompleks tizimga aylantirish orqali logistika xizmatlarini strategik vositaga aylantirishni namoyish etdi. Dastlab eksportga yo‘naltirilgan qayta ishlash zonalarini tashkil etilib, keyinchalik kompleks erkin hududlar ishlab chiqarish, logistika, xizmatlar va ilmiy-tadqiqot faoliyatini birlashtirdi. Bojxona jarayonlarining soddalashtirilishi, raqamlashtirish va “yagona darcha” tizimlari logistika xarajatlarini kamaytirish va operatsion tezlikni oshirishga imkon berdi. Shu orqali Xitoy erkin hududlari milliy va mintaqaviy iqtisodiy rivojlanish markazlariga aylandi.

Shu nuqtai nazardan, mamlakatimizda erkin iqtisodiy zonalarini rivojlantirish va ularda logistika xizmatlarini takomillashtirish masalalari nafaqat iqtisodiy samaradorlik, balki global savdo va investitsiyalar oqimini jalb qilish nuqtai nazaridan ham dolzarbdir.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Xorijiy tajribani o‘rganish shuni ko‘rsatadiki, erkin iqtisodiy zonalarini tashkil etish va rivojlantirishning institutsional modeli ularning logistika tizimi samaradorligiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Xususan, Z.U.Medjidov tadqiqotlarida ta’kidlanishicha, jahon amaliyotida maxsus iqtisodiy zonalarini shakllantirishning ikki asosiy institutsional yondashuvi mavjud bo‘lib, ular shartli ravishda “yuqoridan pastga” va “pastdan yuqoriga” tamoyillariga asoslanadi [7].

Birinci modelda zonalar davlat tashabbusi, davlat investitsiyalari yoki davlat korporatsiyalari ishtirokida tashkil etiladi. Bunday yondashuv logistika infratuzilmasini tezkor shakllantirish, transport yo‘laklarini markazlashgan boshqaruv asosida rivojlantirish hamda strategik eksport-import yo‘nalishlarini muvofiqlashtirish imkonini beradi. Shu sababli Hindiston, Janubiy Koreya, Buyuk Britaniya hamda Osiyo va Lotin Amerikasi mamlakatlarida tashkil etilgan zonalarda davlatning faol ishtiroki logistika xizmatlari tizimini dastlabki bosqichdayoq shakllantirishga xizmat qilgan.

Ikkinchi modelda esa zonalar ko‘proq bozor tashabbuslari asosida vujudga keladi. Ayrim mamlakatlarda ular soddalashtirilgan ariza tartibi orqali tashkil etilsa, boshqalarda texnik-iqtisodiy asoslash hujjati davlat tomonidan tasdiqlanadi. Ushbu yondashuvning ustunligi shundaki, zonalar biznes ehtiyojlaridan kelib chiqib shakllanadi, natijada logistika xizmatlari bozori talabga moslashgan holda rivojlanadi. AQSh, Kanada va G‘arbiy Yevropa mamlakatlarida logistika xizmatlarining yuqori darajada xususiy sektor tomonidan rivojlantirilishi aynan shu model bilan izohlanadi.

Shu bilan birga, xorijiy tajriba erkin iqtisodiy zonalar rivoji doimo muvaffaqiyatli kechavermasligini ham ko‘rsatadi. I.A.Kilunina tadqiqotlariga ko‘ra, ayrim davlatlarda zonalarining kutilgan natijani bermasligi bir qator omillar bilan bog‘liq. Avvalo, siyosiy beqarorlik, investitsion xavfsizlikning yetarli darajada ta’minlanmasligi logistika tizimiga uzoq muddatli investitsiyalar kirib kelishini sekinlashtiradi. Ikkinchidan, investitsiya rejimining haddan tashqari murakkabligi, bojxona va litsenziyalash jarayonlarining ortiqcha byurokratikligi logistika operatsiyalarining tezligini pasaytiradi. Uchinchidan, zonalarini boshqarish tizimining haddan tashqari markazlashganligi hamda muvofiqlashtirish mexanizmlarining sustligi logistika xizmatlari rivojiga to‘sqinlik qiladi [5].

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu tadqiqotda erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarini rivojlantirish masalalari, xususan Yaponiya va Xitoy tajribasini o‘rganish orqali milliy sharoitga moslashtirish yo‘llari tahlil qilindi. Tadqiqotda solishtirma tahlil metodidan keng foydalanildi. Bu metod yordamida Yaponiya va Xitoy erkin hududlari tajribasi o‘rganilib, logistika markazlari va port infratuzilmasining integratsiyasi, multimodal transport tizimi va xizmatlar klasterining tashkil etilishi, global qiymat zanjiriga integratsiya va xizmatlar sektorining liberallashtirilishi, bojxona va raqamlashtirilgan boshqaruv tizimlari samaradorligi kabilar tahlil qilindi. Shuningdek, tadqiqot jarayonida erkin iqtisodiy zonalarining klaster modelini o‘rganishga alohida e’tibor qaratildi. Bu yondashuv orqali ishlab chiqarish va logistika markazlarini integratsiyalashgan tarzda joylashtirish, xizmatlar, ilmiy-tadqiqot va moliyaviy

sektorlarni bir tizimga birlashtirish, ichki va tashqi transport oqimlarini maqbullashtirish, qiymat zanjirining barcha bo‘g‘inlarida qo‘shilgan qiymat yaratish imkoniyatlari tahlil qilindi.

Tahlil va natijalar. Bugungi kunda dunyo mamlakatlarida EIZlarning yagona universal tasnifi mavjud emas. Chunki har bir davlat o‘zining iqtisodiy siyosati, geografik joylashuvi, transport imkoniyatlari va investitsion strategiyasidan kelib chiqib zonalar modelini shakllantiradi. Shunga qaramay, xalqaro tajribani umumlashtirish asosida eng ko‘p uchraydigan zonalar turlari ajratiladi. Ushbu zonalar logistika xizmatlarini rivojlantirish nuqtayi nazaridan ham muhim ahamiyatga ega, chunki ularning samaradorligi ko‘p jihatdan transport, omborxona, bojxona, taqsimlash va servis infratuzilmasiga bog‘liq.

Jahon amaliyotida Yaponiya erkin iqtisodiy zonalarini tashkil etishda o‘ziga xos yondashuvni shakllantirgan davlatlardan biri hisoblanadi. Mamlakatda EIZlar faqat soliq imtiyozlari beriladigan hudud sifatida emas, balki logistika, innovatsiya va tashqi savdo tizimlarini integratsiyalashtirgan iqtisodiy platforma sifatida rivojlantirilgan. Shu sababli Yaponiya tajribasi EIZda logistika xizmatlarini rivojlantirish bo‘yicha eng samarali modellardan biri sifatida qoraladi.

Yaponiyada EIZlar faqat poytaxt yoki sanoat markazlarida emas, balki hududlar o‘rtasidagi iqtisodiy nomutanosiblikni kamaytirish maqsadida mamlakatning iqtisodiy, siyosiy va infratuzilmaviy markazlaridan uzoqda joylashgan, rivojlanish darajasi nisbatan pastroq yoki iqtisodiy faolligi markaziy hududlarga qaraganda sustroq bo‘lgan hududlarda ham tashkil etilgan. Bu yondashuv logistika tizimini mamlakat bo‘ylab muvozanatli rivojlantirishga xizmat qilgan. EIZlarni joylashtirishda quyidagi mezonlar hal qiluvchi omil bo‘lib hisoblanadi:

- xalqaro portlarga yaqinlik;
- aeroport infratuzilmasi mavjudligi;
- temir yo‘l va avtomobil yo‘llari kesishgan nuqtalar;
- ilmiy markazlar va universitetlar mavjudligi;
- eksport yo‘nalishlari bilan bog‘liqlik.

Natijada zonalar ishlab chiqarish hududi emas, balki **logistika tuguni** sifatida shakllangan.

Yaponiyada EIZlar samaradorligi birinchi navbatda logistika imkoniyatlari bilan baholanadi. Mamlakat tajribasi shuni ko‘rsatadiki, investitsiya jalb qilishdan oldin transport-logistika tizimi tayyor holga keltiriladi. Birinchidan, port-logistika integratsiyasi yo‘lga qo‘yilgan. Yaponiya EIZlarining aksariyati yirik dengiz portlari bilan bog‘langan. Bu esa eksport-import operatsiyalarini tezlashtiradi, konteyner logistikasini arzonlashtiradi, tranzit savdoni rivojlantiradi, ishlab chiqarish korxonalarini global ta‘minot zanjiriga ulaydi. Portlar yonida maxsus logistika parklarining barpo etilishi ishlab chiqaruvchi kompaniyalar uchun yukni saqlash, qayta qadoqlash va konsolidatsiya qilish imkonini yaratadi.

Ikkinchidan, aeroport logistikasi va tezkor yetkazib berishga alohida e‘tibor beriladi. Yaponiyada yuqori texnologiyali mahsulotlar eksportiga mo‘ljallangan EIZlar ko‘pincha xalqaro aeroportlar yaqinida tashkil etilgan. Bu model elektronika va IT mahsulotlari eksportini tezlashtiradi, farmatsevtika logistikasini rivojlantiradi, tez buziluvchi mahsulotlar yetkazib berish vaqtini qisqartiradi, e-commerce logistikasini qo‘llab-quvvatlaydi. Natijada logistika nafaqat tashish, balki vaqt omilini boshqarish vositasiga aylanadi.

Uchunchidan, bojxona va logistika jarayonlarining soddalashtirilishi ta‘minlangan. Yapon EIZlarining muhim xususiyati – tashqi savdo operatsiyalarining maksimal darajada soddalashtirilganidir. Bunda import bojlarining kamaytirilishi yoki bekor qilinishi, tezkor bojxona rasm hookup tizimi, elektron deklaratsiya, yuklarni oldindan rasmiylashtirish, tranzit yuklar uchun alohida tartib joriy qilingan. Bu tizim logistika vaqtini qisqartirib, EIZlarning investitsion jozibadorligini oshiradi.

To‘rtinchidan, Ilmiy markazlar va logistika sinergiyasiga alohida e‘tibor beriladi. Yaponiya tajribasida ayrim zonalar innovatsion klaster sifatida rivojlantirilgan. Bunday hududlarda universitetlar, ilmiy tadqiqot institutlari, texnoparklar, startap inkubatorlari joylashgan bo‘lib, logistika tizimi ilmiy ishlab chiqarish sikliga moslashtirilgan. Bu esa o‘z navbatida yangi mahsulotlar sinov logistikasini, kichik partiyali ishlab chiqarish ta‘minotini, yuqori qiymatli komponentlar yetkazib berishini, samarali tashkil etishga imkon beradi.

Beshinchidan, logistika xarajatlarini pasaytirish strategiyasini keng qo‘llanilishi. Yapo-

niya EIZlarida logistika xarajatlarini kamaytirish davlat siyosatining muhim yo‘nalishlaridan biridir. Bu borada Yaponiyada logistika infratuzilmasini davlat hisobidan qurish, ombor xizmatlariga subsidiyalar berish, eksport sug‘urtasi mexanizmlari, logistika operatorlari uchun soliq imtiyozlari va logistika platformalarini raqamlashtirish amalga oshirilgan. Natijada EIZlarda ishlab chiqarish xarajatlarining sezilarli darajada kamayishiga erishilgan.

Xitoy EIZlar siyosatini bir martalik loyiha sifatida emas, balki bosqichma-bosqich chuqurlashib borgan institutsional transformatsiya sifatida shakllantirdi. Dastlab 1990-yillarda savdoni liberallashtirish va eksportni rag‘batlantirish maqsadida erkin savdo hududlari barpo etildi. Keyingi bosqichda qayta ishlashga ixtisoslashgan zonalar paydo bo‘lib, ular global ishlab chiqarish zanjirlariga tez integratsiyani ta‘minladi. 2000-yillarning o‘rtalaridan boshlab kompleks zonalar modeli joriy qilinib, logistika, ishlab chiqarish, xizmatlar va ilmiy-tadqiqot faoliyati yagona klaster doirasida birlashtirildi. 2013 yildan boshlab esa pilot erkin savdo zonolari orqali moliyaviy, xizmatlar va investitsiya rejimlari chuqur isloh qilindi. Mazkur evolyutsiya shuni ko‘rsatadiki, logistika xizmatlari rivoji savdo soddalashtirilishidan boshlab, keyinchalik qiymat zanjirining barcha bo‘g‘inlarini qamrab oluvchi integratsiyalashgan modelga o‘tdi.

Xitoy tajribasining muhim institutsional yangiligi – nazorat va bojxona boshqaruvida moslashuvchan yondashuvdir. Erkin hududlar milliy hudud tarkibida bo‘lsa-da, bojxona rejimlari nuqtai nazaridan alohida tartib qo‘llanildi. Bu esa tranzit va reeksport operatsiyalarini tezlashtirdi, bojxona rasmiylashtiruvini soddalashtirdi, logistika xarajatlarini kamaytirdi, vaqt omilini optimallashtirdi. Natijada, logistika markazlari nafaqat ichki bozorni, balki mintaqaviy va global savdoni ham qamrab oluvchi tranzit tugunlarga aylandi.

Xitoyda erkin hududlar asosan portlar, sanoat markazlari va yuqori texnologiyalar zonolari negizida shakllantirildi. Bunday joylashuv dengiz va quruqlik transporti integratsiyasini ta‘minladi, multimodal tashishni rivojlantirdi, logistika va ishlab chiqarish o‘rtasidagi masofani qisqartirdi.

Keyingi bosqichda logistika parklari va port erkin hududlari paydo bo‘lib, ular xalqaro yuk oqimlarini qayta taqsimlash markazlariga aylandi. Bu model logistika xizmatlarini oddiy omborlashdan yuqori qo‘shilgan qiymatli xizmatlarga (qadoqlash, markirovka, qayta yig‘ish, servis, moliyaviy xizmatlar) o‘tkazdi.

2006 yildan boshlab kompleks zonalar doirasida ishlab chiqarishdan tashqari quyidagi faoliyatlar ham rivojlantirildi:

- ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari;
- post-sotuv servisi va ta‘mirlash;
- logistika va distribusiyasi;
- moliyaviy va sug‘urta xizmatlari.

Bu yondashuv logistika xizmatlarini oddiy transport operatsiyasidan global qiymat zanjirining muhim bo‘g‘iniga aylantirdi. Erkin hududlar “ishlab chiqarish markazi” maqomidan “diversifikatsiyalashgan iqtisodiy rivojlanish markazi” maqomiga o‘tdi.

Dastlabki bosqichda zonalar asosan qirg‘oqbo‘yi hududlarda joylashgan bo‘lsa, keyinchalik ichki mintaqalarga ko‘chirish siyosati amalga oshirildi. Bu hududlararo logistika zanjirlarini mustahkamladi, ichki ishlab chiqarishni rag‘batlantirdi, transport infratuzilmasini kengaytirishga turtki berdi.

Natijada, logistika markazlari mamlakat ichkarisida sanoat migratsiyasini qo‘llab-quvvatlovchi tayanch platformaga aylandi.

Xitoy tajribasi asosida erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarini rivojlantirishning quyidagi ustuvor yo‘nalishlarini alohida ajratib ko‘rsatishimiz mumkin:

1. Bosqichma-bosqich institutsional islohotlar – savdoni soddalashtirishdan boshlab, kompleks qiymat zanjiri modeligacha evolyutsiya.

2. Port va sanoat klasterlariga integratsiya – logistika infratuzilmasini ishlab chiqarish bilan uzviy bog‘lash.

3. Global sanoat migratsiyasidan foydalanish – ko‘chib kelayotgan ishlab chiqarish tarmoqlarini logistika jihatdan qo‘llab-quvvatlash.

4. Raqamlashtirish va bojxona jarayonlarini optimallashtirish – vaqt va xarajatlarni qisqartirish.

5. Hududiy muvozanatni ta'minlash – ichki rayonlarda logistika klasterlarini rivojlantirish.

6. Xizmatlar sektorini chuqur liberallashtirish – moliyaviy, sug'urta va servis xizmatlarini kengaytirish.

Mazkur tajriba shuni ko'rsatadiki, erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarini rivojlantirish oddiy infratuzilma qurilishi bilan cheklanmaydi. Balki quyidagilarni huquqiy rejimni moslashtirish, bojxona soddalashtiruvi, klasterli yondashuv, global qiymat zanjiriga integratsiya, raqamli boshqaruv tizimlarini joriy etishni talab qiladi.

Shunday qilib, Xitoy modeli EIZlarni logistika xizmatlari orqali sanoat modernizatsiyasi va tashqi savdo integratsiyasining strategik platformasiga aylantirish mumkinligini ko'rsatmoqda. Ushbu yondashuv boshqa rivojlanayotgan davlatlar uchun ham amaliy va ilmiy jihatdan muhim tajriba hisoblanadi.

Xulosa va takliflar Erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarini rivojlantirish bo'yicha Yaponiya va Xitoy tajribasini o'rganish shuni ko'rsatadiki, mazkur yo'nalish iqtisodiy modernizatsiya, tashqi savdo integratsiyasi va global qiymat zanjirlariga qo'shilishning muhim institutsional instrumenti hisoblanadi. Har ikki davlat tajribasi logistika infratuzilmasini rivojlantirishni faqat transport yoki ombor tizimi bilan cheklamay, uni sanoat siyosati, investitsion muhit va bojxona boshqaruvi bilan uyg'un holda olib borish zarurligini tasdiqlaydi.

Xitoy modeli bosqichma-bosqich institutsional transformatsiya orqali erkin hududlarni global ishlab chiqarish va logistika markazlariga aylantirdi. Dastlab eksportga yo'naltirilgan qayta ishlash zonalarini tashkil etilib, keyinchalik kompleks zonalar orqali ishlab chiqarish, logistika, ilmiy-tadqiqot va moliyaviy xizmatlar integratsiyasi ta'minlandi. Bojxona jarayonlarining soddalashtirilishi, “yagona darcha” tizimlarining joriy etilishi va xizmatlar sektorining liberallashtirilishi logistika samaradorligini keskin oshirdi. Natijada erkin hududlar milliy iqtisodiyotning o'sish nuqtalariga aylandi.

Yaponiya tajribasi esa yuqori texnologiyalar, sifat menejmenti va logistika jarayonlarining aniq rejalashtirilishi orqali samaradorlikni ta'minlashga asoslangan. Logistika tizimida “aniq vaqtida yetkazib berish” (Just-in-Time), klasterli sanoat joylashuvi va port-logistika integratsiyasi mexanizmlari ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va zaxiralarni optimallashtirish imkonini bergan. Shuningdek, logistika infratuzilmasining yuqori darajadagi raqamlashtirilishi va multimodal transport tizimining rivojlanishi xalqaro savdo oqimlarini tezlashtirgan.

Olib borilgan tadqiqotlardan kelib chiqib, quyidagi asosiy xulosalarga kelindi:

1. Erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarining samaradorligi huquqiy rejimning barqarorligi va bojxona tartibotlarining soddalashtirilishiga bevosita bog'liq.

2. Logistika infratuzilmasi sanoat klasterlari bilan integratsiyalashgan holda rivojlantirilganda yuqori qo'shilgan qiymat yaratiladi.

3. Raqamlashtirish va innovatsion boshqaruv texnologiyalari logistika xarajatlarini qisqartirish hamda operatsion tezlikni oshirishning asosiy omilidir.

4. Global sanoat migratsiyasidan samarali foydalanish erkin hududlarda yangi logistika tugunlarini shakllantirish imkonini beradi.

5. Xizmatlar sektorini liberallashtirish logistika xizmatlari sifatini va investitsiya jozibadorligini oshiradi.

Yuqoridagi xulosalardan kelib chiqib, quyidagi ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqildi:

Birinchidan, erkin iqtisodiy zonalarda bojxona boshqaruvini to'liq raqamlashtirish va “yagona darcha” mexanizmini keng joriy etish zarur. Bu yuklarni rasmiylashtirish vaqtini qisqartiradi va tranzit salohiyatini oshiradi.

Ikkinchidan, port-logistika markazlarini sanoat zonalarini bilan integratsiyalashgan klaster modeli asosida rivojlantirish maqsadga muvofiq. Bunday yondashuv ishlab chiqarish va distribusiyaga zanjirlarini qisqartiradi hamda transport xarajatlarini kamaytiradi.

Uchinchidan, logistika xizmatlarini yuqori qo'shilgan qiymatli segmentlarga yo'naltirish lozim. Qadoqlash, markirovka, qayta yig'ish, servis va post-sotuv xizmatlarini erkin hududlar doirasida rivojlantirish global qiymat zanjiriga chuqurroq integratsiyani ta'minlaydi.

To'rtinchidan, ichki hududlarda logistika infratuzilmasini kengaytirish orqali hududiy nomutanosiblikni kamaytirish mumkin. Xitoy tajribasida kuzatilganidek, logistika markazlarining

ichki mintaqalarga ko‘chirilishi sanoat migratsiyasini qo‘llab-quvvatlaydi.

Beshinchidan, Yaponiya tajribasidan kelib chiqib, logistika jarayonlarida sifat menejmenti, aniqlik va vaqt omiliga asoslangan boshqaruv tizimlarini joriy etish lozim. Bu zaxiralar hajmini optimallashtirish va kapital aylanish tezligini oshirishga xizmat qiladi.

Oltinchidan, erkin hududlarda logistika xizmatlarini rivojlantirishni investitsion siyosat bilan uyg‘unlashtirish, xususan, xorijiy logistika operatorlari va xalqaro kompaniyalarni jalb qilish mexanizmlarini takomillashtirish maqsadga muvofiqdir.

Umuman olganda, Yaponiya va Xitoy tajribasi shuni ko‘rsatadiki, erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarini rivojlantirish iqtisodiy o‘sishni jadallashtirish, eksport salohiyatini oshirish va milliy iqtisodiyotni global qiymat zanjirlariga integratsiyalashning samarali vositasidir. Mazkur tajribani milliy sharoitga moslashtirilgan holda qo‘llash erkin iqtisodiy zonalarining raqobatbardoshligini oshirish va logistika samaradorligini yangi bosqichga olib chiqishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Абдюшева Д.Р. Условия построения системы «Цифрового» транспорта и логистики / Д. Р. Абдюшева, А. А. Степанов, А. О. Меренков // Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика: материалы 1-й Международной научно-практической конференции. Вып. 1. – М. : Издательский дом ГУУ, 2017. – С. 6–10. 2.
2. Aggarwal A. SEZs and economic transformation: towards a development approach to SEZs and global experience // Transnational corporations. 2019. Vol. 26, No. 2. P. 27–47.
3. Bost F. Special economic zones: methodological and definition issues // Transnational corporations. 2019. Vol. 26, No. 2. P. 141–153.
4. Бубнова, Г. В. Цифровая логистика и безопасность цепей поставок / Г. В. Бубнова, П. В. Куренков, А. Г. Некрасов // Логистика. – 2017. – №7 (128). – С. 46–50.
5. Килунина И.А. Особенности формирования особых экономических зон и проблемы их функционирования // Актуальные вопросы современной экономики. 2018. №5. С. 144–149
6. Крюкова Е.В., Мацуй Е.А. Оптимизация логистики транспортной сферы особой экономической зоны как драйвер ее развития // Экономические системы, 2021. – Том 14. № 4 (55). – С. 88–97.
7. Меджидов З.У. Зарубежный опыт функционирования особых экономических зон // Вестник волжского университета им. В.Н. Татищева. 2016. №1. С. 207–215.

М.Мухиддинов Использование зарубежного опыта для развития логистических услуг в свободных экономических зонах	M.Mukhiddinov Utilizing International Experience for the Development of Logistics Services in Free Economic Zones
Аннотация. В данной статье исследуются вопросы развития логистических услуг в свободных экономических зонах на основе опыта Японии и Китая. В исследовании проанализированы логистическая инфраструктура, мультимодальная транспортная система, кластеры услуг и механизмы таможенного управления в свободных зонах, а также их влияние на эффективность функционирования. На основе сравнительного анализа и эмпирических исследований разработаны научно-практические рекомендации по совершенствованию логистических услуг с учётом национальных условий. Ключевые слова: свободные экономические зоны, зоны свободной торговли, логистические услуги, глобальная цепь поставок, мультимодальный транспорт, таможенное управление, кластеры услуг, цепь создания стоимости, упаковка, маркировка, повторная сборка, послепродажное обслуживание.	Abstract. This article examines the development of logistics services in free economic zones based on the experiences of Japan and China. The study analyzes logistics infrastructure, multimodal transport systems, service clusters, and customs management mechanisms within free zones, and evaluates their impact on operational efficiency. Based on comparative analysis and empirical studies, scientific and practical recommendations are proposed for optimizing logistics services in accordance with national conditions. Keywords: free economic zones, free trade zones, logistics services, global supply chain, multimodal transport, customs management, service clusters, value chain, packaging, labeling, reassembly, after-sales service.

Behzod Berkinbayevich Qarshiyev – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tadqiqotchisi

O‘ZBEKISTONDA PULLIK TIBBIY XIZMATLAR RIVOJLANISHI

Annotatsiya. Maqolada mamalakatimizda pullik tibbiy xizmatlarning rivojlanish bosqichlari va shart-sharoitlari retrospektiv tahlil usul orqali tadqiq qilingan. Har bir bosqichga sog‘liqni saqlash tizimining asosiy elementlari, institutsional asoslari, raqobat muhitining shakllanishi tahlil qilingan. Bugungi kunda sog‘liqni saqlash tizimiga ega bo‘lgan ko‘plab iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda pullik tibbiy xizmatlarga butun sog‘liqni saqlash tizimining zarur elementi sifatida o‘rganilgan.

Kalit so‘zlar: sog‘liqni saqlash tizimi, pullik tibbiy xizmatlar, tibbiy xizmatlarning rivojlanish bosqichlari, produtsentlar, raqamli servislari, pandemiya.

Kirish. Jahonda sog‘liqni saqlash tizimining jadal rivojlanishi, unda raqamli texnologiyalari roli ortib borayotgani va ularning tibbiy xizmatlar zanjiriga kirib borishi, tibbiy xizmatlar bozorda raqobat jarayonlarining kuchayib borishi global tendensiyani ifodalaydi va istiqbolda sog‘liqni saqlash tizimining barqaror rivojlanishini taqozo etmoqda. Bu borada olib borilgan ilmiy tadqiqotlar natijasi shuni ko‘rsatmoqdaki, “Jahonda 2023-yildan 2030-yilgacha bo‘lgan prognoz davrida sog‘liqni saqlash xizmatlari bozori hajmi har yili o‘rtacha yillik 6,0 % ga o‘sib, 2030 yilda ushbu xizmat turidan olinadiga daromad 5,4 milliard AQSH dollariga yetishi mumkin”¹. Shu jihatdan ham bugungi kunda sog‘liqni saqlash tizimida pullik xizmatlarning rivojlanishi va hozirgi holatini o‘rganish dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Hozirgi kunda sog‘liqni saqlash tizimi milliy iqtisodiyotning ustuvor tarmoqlaridan biriga aylandi, chunki sog‘liqni saqlashga bo‘lgan ehtiyoj inson ehtiyojlari iyerarxiyasida alohida o‘rin tutadi. Salomatlik eng muhim (hayotiy) ehtiyojdir, chunki u insonning eng qimmatli narsasi, uning hayoti bilan bevosita bog‘liq. Shunga ko‘ra, tibbiy xizmatlar aralash turdagi jamoat ne‘mati, ya‘ni ijtimoiy ahamiyatga ega bo‘lgan tovarlar sirasiga kiradi. Ularning tashqi ta‘siri shunchalik muhimki, u tibbiy xizmatning shaxsiy ne‘mat hamda iste‘molda raqobatbardoshlik va eksklyuzivlik kabi xususiyatlariga bo‘ysunuvchan ahamiyat kasb etadi.

Tibbiy xizmatlarning iqtisodiy mohiyatini O‘zbekistonda zardushtiylik davridan sog‘liqni saqlash rivojlanishining koviddan keyingi bosqichigacha bo‘lgan davrda soha taraqqiyotining retrospektiv tahlili nuqtayi nazaridan o‘rganish maqsadga muvofiqdir. Respublikamizda sog‘liqni saqlashning shakllanishini o‘rganishga o‘z ilmiy ishlarini bag‘ishlagan mahalliy olimlardan A.A.Abdullayev², A.A.Qodirov³, S.I.Indiaminov⁴, N.M.Maxmudova⁵, P.Z.Xoshimova⁶, P.Z.Xujanazarova, Sh.A.Allamuratova⁷, M.T.Haydarova⁸larni alohida qayd etish mumkin.

Tadqiqotlar metodologiyasi. Tadqiqotni olib borishda tizimli tahlil, monografik tahlil, guruhlash, statistik, retrospektiv tahlil usullardan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Retrospektiv tahlili natijasida sog‘liqni saqlash tizimida tibbiy yordam, tibbiy xizmat kategoriyalari shakllanishida davlatda tarixiy, iqtisodiy, demografik shart-sharoitlar ahamiyati va ta‘siri namoyon bo‘ladi. Zamonaviy sog‘liqni saqlash tizimining transformatsiyasida ushu kategoriyalarning mazmunidagi o‘zgarishlar va tibbiy, iqtisodiy, ijtimoiy ahamiyatini yoritish imkoni yaratiladi.

1998-yilda sog‘liqni saqlashning milliy modeliga bosqichma-bosqich o‘tish nazarda tutilgan “Sog‘liqni saqlash tizimini isloh qilish Davlat dasturi to‘g‘risida”gi farmon qabul qilindi.

¹ Global ambulatoru healthcare services market, by regions. Data Bridge Market Research/ 2023 to 2030. <https://www.databridgemarketresearch.com/ru/reports/global-ambulatory-health-care-services-market>

² A.A.Abdullaev. Xorazmda tibbiyotning rivojlanish tarixi. Tibbiyot fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya Moskva -1971 r. 431 s.

³ A.A.Qodirov. O‘zbekiston tibbiyoti tarixi - Toshkent: IPO Ibn Sino. 1994.-223 s.

⁴ S.I.Indiaminov. Vrach faoliyatining huquqiy asoslari. O‘quv qo‘llanma. Toshkent, 2014, b.146

⁵ Maxmudova N. M. “O‘zbekistonda ichki kasalliklarning rivojlanish tarixi” Toshkentdan “Fan”, 1969 y.

⁶ P.Z.Hashimov, U.B. Mavlanov. O‘zbekistonda sog‘liqni saqlash tizimining rivojlanishi. // Iqtisodiyot va moliya, №4, 2012. <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sistemy-zdravooxraneniya-v-uzbekistane>

⁷ Xuzanazarov A.Z., Allamuratov Sh.A. O‘zbekistonda sog‘liqni saqlash tizimi: muammolar va islohotlar // Fan va amaliyot xabarnomasi. 2021. T. 7. №2. C. 405-410. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/63/46>

⁸ M.T.Haydarov. Sog‘liqni saqlash sohasining institutsional tarakkieti va moliyalashtirish tizimi. //Iqtisod va moliya, №4, 2013. <https://cyberleninka.ru/article/n/so-li-ni-sa-lash-so-asining-institutsional-tara-iyoti-va-moliyalashtirish-tizimi>

Dastur besh yo‘nalishdan iborat edi – sanitariya sharoitlarini yaxshilash, shoshilinch tibbiy yordam tizimini rivojlantirish, onalar va bolalarga ko‘proq yordam ko‘rsatish, moliyalashtirishni ko‘paytirish va birlamchi tibbiy-sanitariya yordamini isloh qilish zarurati bor edi.

Natijada 2500 qishloq vrachlik punkti ishga tushdi, respublika bo‘ylab 13 ta hududiy filiali va 130 dan ortiq tez tibbiy yordam stansiyalariga ega Respublika shoshilinch tibbiy yordam markazi tashkil etildi. 1990-2002 yillarda O‘zbekistonda chaqaloqlar o‘limi deyarli ikki baravar kamaydi va har 1000 tug‘ilgan chaqaloqqa 17 holatni tashkil etdi.

1998 yilda birinchi xususiy klinika ochildi. Bu esa biznes uchun ham, sog‘liqni saqlash uchun ham ikki baravar manfaat keltirdi. Xususiy klinikalar tarmog‘i o‘sib bordi, ularda tibbiy yordam ko‘rsatish uchun barcha sharoitlar yaratildi, ammo davlat klinikalarida esa hali ham keskin pul tanqisligi mavjud edi. 2005 yilda tibbiyot xodimlarining mehnatiga haq to‘lash tizimi o‘zgardi - ular qancha ko‘p ishlasa, shuncha ko‘p pul oladi. 2011 yilda Germaniya banki hamkorligida onalik va bolalikni muhofaza qilish bo‘yicha loyiha, 2012 yilda Islom taraqqiyot banki bilan hamkorlikda onkologiya muassasalarini modernizatsiya qilish loyihasi yo‘lga qo‘yildi.

BMT Taraqqiyot dasturining O‘zbekistondagi Iqtisodiy tadqiqotlar markazi mamlakat sog‘liqni saqlash sohasidagi ko‘rsatkichlarni a‘lo deb atagan bo‘lsa-da, bu boradagi bir qancha muammolarni ham ta‘kidladi. Moliyalashtirishning yetishmasligi va resurslardan oqilona foydalanmaslik shular sirasidandir.

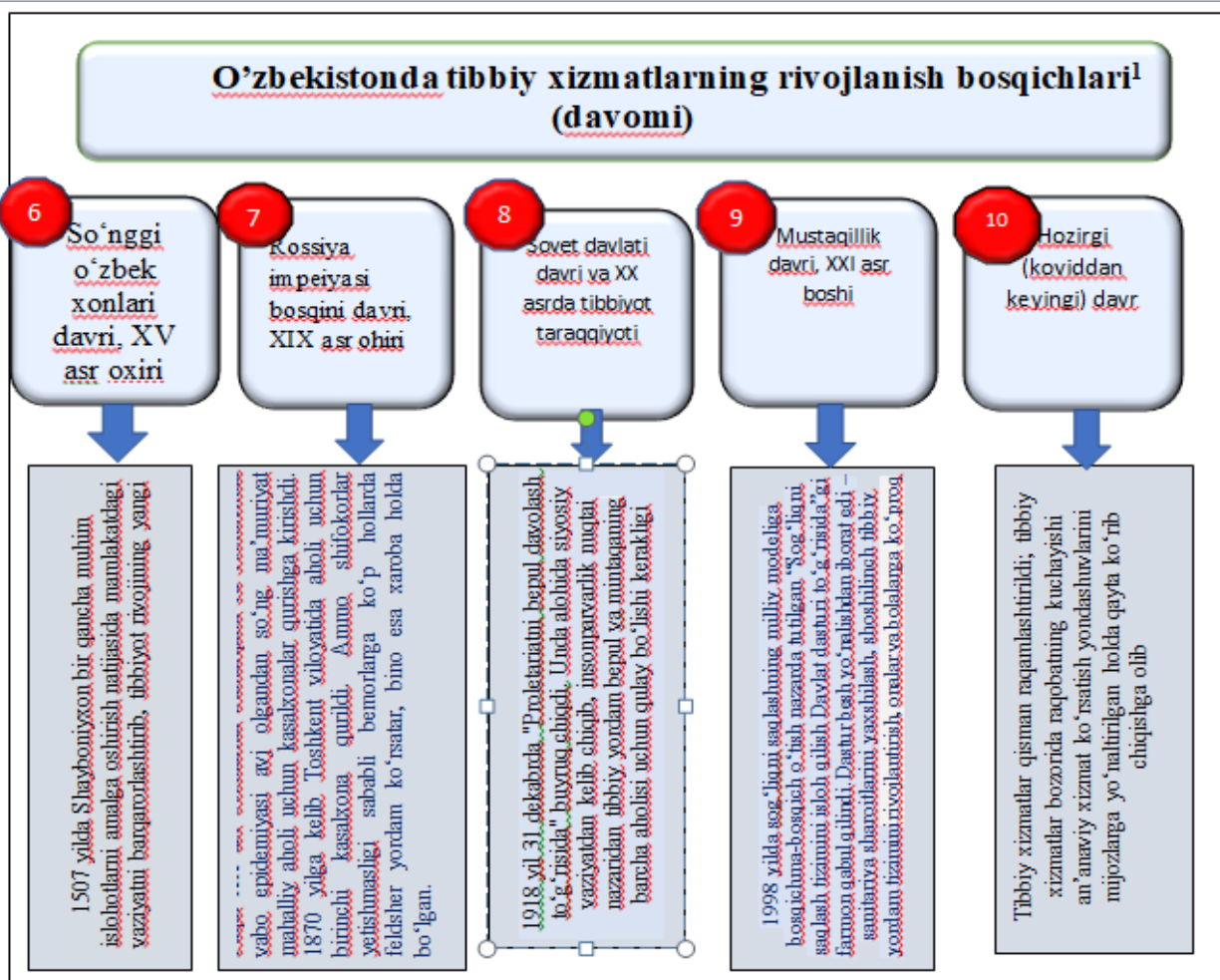
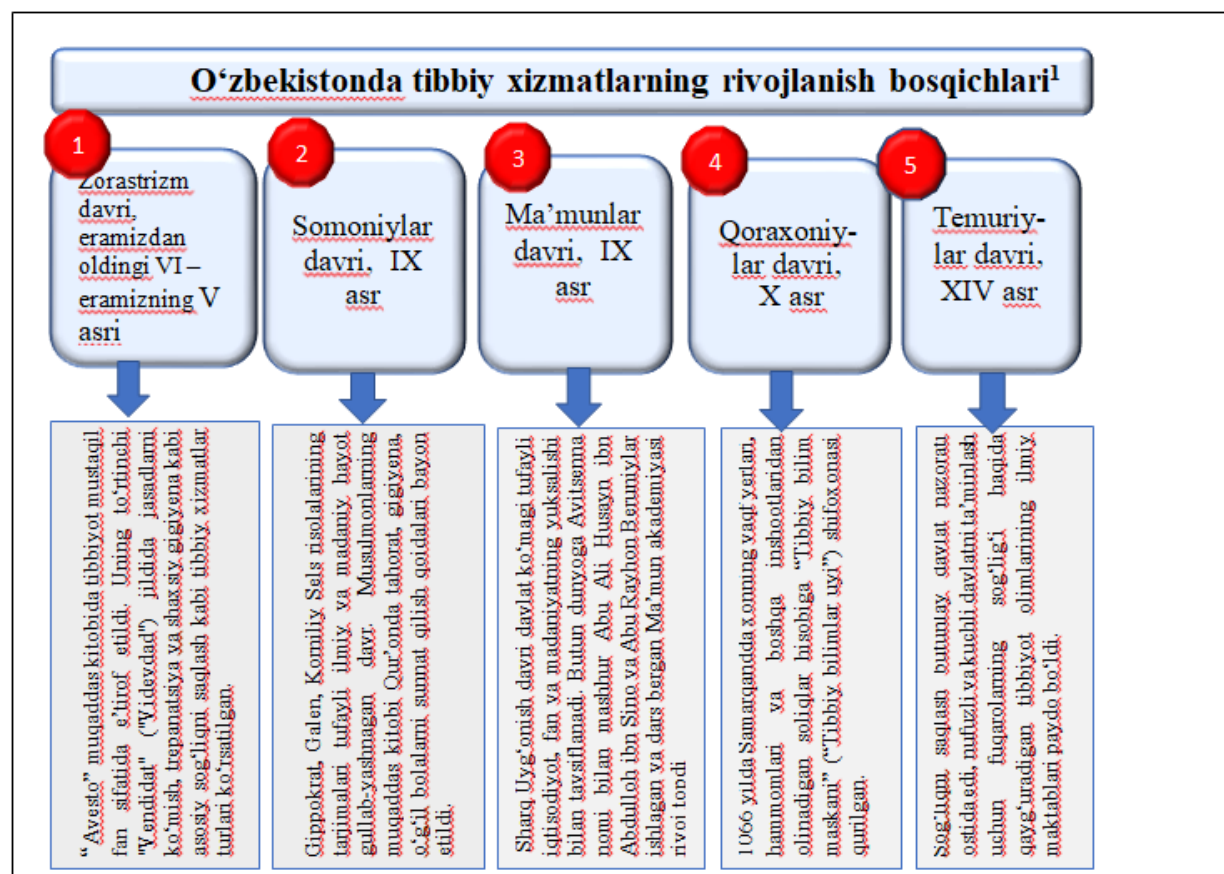
O‘zbekistonda koronavirusning bir necha to‘lqinlari kuzatildi, karantin yumshatilib, keyin yana kuchaytirildi. 2022 yilga kelib, kunlik kasallanish soni 200-300 tadan oshmadi, jamoat joylarida niqob taqish 2022 yil 1 martdan bekor qilindi. Shunga qaramay, pandemiya O‘zbekistonda, ayniqsa, respublikaning chekka hududlarida tibbiyotga qattiq ta‘sir qildi. Ayrim ixtisoslashtirilgan dispanserlar va shifoxonalar kovid zonalariga aylantirildi, shu sababli bemorlar o‘z vaqtida kerakli davolanishni ololmadilar. Sog‘liqni saqlashga budjetdan ajratiladigan mablag‘larning ko‘payishi ham COVID -19 ga qarshi kurash bilan bog‘liq.

Ohirgi bosqichda tibbiy xizmatlar qisman raqamlashtirildi, tibbiy xizmatlar bozorida raqobatning kuchayishi an‘anaviy xizmat ko‘rsatish yondashuvlarini mijozlarga yo‘naltirilgan holda qayta ko‘rib chiqishga olib keldi. Ham xususiy, ham davlat tibbiyot muassasalari xizmat ko‘rsatish jarayonini raqamli makonga o‘tkazishga kirishdi, tibbiy sug‘urtani rivojlantirish kengaymoqda. O‘zbekiston hududida tibbiy xizmatning rivojlanish bosqichlari, sog‘liqni saqlashning asosiy yutuqlari va asosiy tavsiflari 1-rasmida keltirilgan.

Retrospektiv tahlil sog‘liqni saqlash tizimi tibbiy xizmatlar ko‘rsatishning elitistik tizimidan ijtimoiy, qulay va keng qamrovli majumaviy tizimga o‘tayotganini ko‘rsatdi. Agar mamlakatimizda sog‘liqni saqlash rivojining dastlabki bosqichlarida tibbiy xizmat aholining tanlab olingan ayrim qatlamlarini qamragan bo‘lsa, tez-tez sodir bo‘layotgan urushlar, to‘qnashuvlar, fuqarolar nizolari fonida o‘z rivojlanish doirasiga ko‘ra tibbiy yordam ko‘rsatish tizimi xizmatlar ko‘rsatishning ustuvor yo‘nalishiga aylandi, chunki qo‘shinlarning, armiyaning asosiy ustuni bo‘lgan millatning sog‘lig‘iga g‘amxo‘rlik qilish vazifasi qo‘yilar, bu esa g‘alabalar va hududlarni egallab olishni ta‘minlardi. Barcha turdagi epidemiyalar kasalliklarning oldini olish va profilaktika qilish bo‘yicha yuqori sifatli xizmatlarni ko‘rsatishni taqozo etdi, bu esa davlatning fan va ta‘limga e‘tiborini kuchaytirish zaruratini yuzaga chiqardi.

Hozirgi bosqichda tibbiy xizmat ko‘rsatuvchi produtsentlar integratsiyasi, xizmat ko‘rsatish jarayonida individual biznes-jarayonlarni raqamlashtirish, tibbiyot muassasalari faoliyatini mijozlar ehtiyojidan kelib chiqqan holda vertikal va gorizontal diversifikatsiyalash fonida sog‘liqni saqlash sohasining rivojlanishi jiddiy transformatsiyalar bilan tavsiflanadi. Albatta, transformatsiyalar sur‘ati tibbiy xizmatlar ko‘rsatuvchi tashkilotlar - produtsentlar, faoliyatni tashkil etish tizimi, moliyalashtirish manbalari va hududni qamrab olish xususiyatiga bog‘liq. Tibbiy xizmat ko‘rsatuvchi produtsentlarning tasnifi 2-sxema keltirilgan.

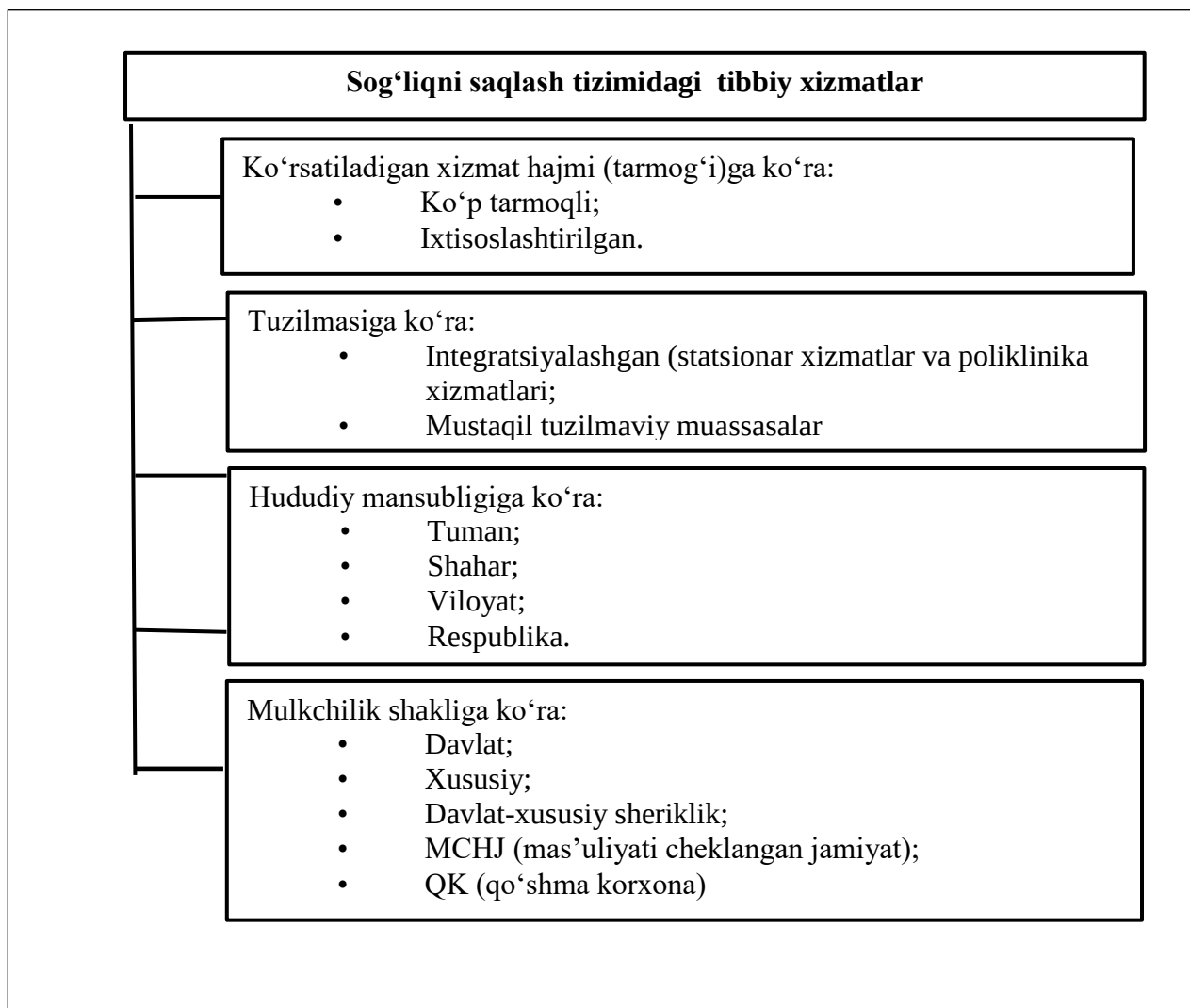
Zamonaviy sharoitda sog‘liqni saqlash tizimi sohada mulkchilikning hilma-xil shakllarining tashkil etish, tibbiyot biznesini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bobida tibbiy xizmatlar produtsentlari va jamiyat o‘rtasidagi munosabatlarning aniq tuzilmasiga ega bo‘la boshladi. Hayot sifati va munosib xizmatlarga bo‘lgan talab sog‘liqni saqlashning egalitar tizimini zaiflashtirib, uning ijtimoiyligini kuchaytirdi. Ijtimoiy sog‘liqni saqlashni



1-Rasm. O‘zbekistonda tibbiy xizmatlarning rivojlanish bosqichlari

rivojlantirish konsepsiyasining dolzarbligi tibbiy yordamni davlat tomonidan moliyalashtirishning ustuvorligi, davlat aholining barcha qatlamlari uchun tibbiy xizmatni kafolatlagani bilan izohlanadi. Bularning barchasi, ayniqsa, so‘nggi 5 yil ichida sog‘liqni saqlash sohasidagi davlat xarajatlarining tobora o‘sib borib, ulkan miqyos kasb etishiga olib keldi.

Sog‘liqni saqlashda resurs talab qiladigan yondashuvning ustunligi tibbiy xizmatlarning o‘ziga xos xususiyati bilan bog‘liq. Ular kuchli xilma-xillik va katta klinik noaniqlikka ega ekani bilan ajralib turadi. Ko‘pgina tibbiyot xodimlari mehnatining foydali ta’siri aniq ijtimoiy xususiyatga ega, ya’ni nomoddiy qiymati tufayli uni hisoblash, tartibga solish va standartlashtirish qiyin. Tibbiy xizmatlar sifatining inson omiliga: tibbiyot xodimlarining malakasi va kasbiy mahoratiga, ijtimoiy-psixologik xususiyatlariga nisbatan bog‘liqlik darajasi juda yuqori. Tibbiy yordamni sanoatlashtirishda cheklovlarning mavjudligi va innovatsiyalarni joriy etishning mehnatni tejashdagi cheklangan samarasi ko‘pincha tibbiy yordam sifatining yaxshilanishiga va kamida - mehnat xarajatlarini tejashga olib keladi.



2-rasm. Sog‘liqni saqlash tizimida tibbiy xizmatlar tasnifi

Sog‘liqni saqlash ko‘plab mamlakatlarda sanoat sifatida mamlakatning mehnatga layoqatli aholisini ish bilan ta’minlashning muhim manbalaridan biriga aylandi, bu esa uning umumiy holda mehnat bozoriga kuchli ta’sir etishiga olib keldi. Bunday sharoitda sog‘liqni saqlashning xalq xo‘jaligining boshqa tarmoqlari bilan resurslar ta’minoti va iqtisodiy faoliyat natijalari almashinuvi bo‘yicha aloqalari va o‘zaro ta’siri yanada murakkablashdi. Sog‘liqni saqlashni rivojlantirishda resurs xarajatlarining oshishi bilan unga iqtisodiy tizim sifatida yondashuv tobora ko‘proq qo‘llanila boshlandi, Bu iqtisodiy tizim ishlashi uchun esa ehtiyojlar hajmini (shu jumladan, ko‘plab raqobatdoshlarini) baholash, resurslar miqdorini va ulardan foydalanishning muqobil usullari, shuningdek ularni taqsimlash mexanizmini aniqlashtirish talab etiladi.

Ma'lumki, salomatlik holati ko'plab omillarga bog'liq, jumladan, odamlarning turmush darajasi va hayot tarzi, ijtimoiy xulq-atvori, ovqatlanish, noqulay muhit, irsiyat va boshqalar. Shu sababli, tibbiyot muassasalarini saqlash xarajatlarining oshishi har doim ham odamlar salomatligini muhofaza qilish sohasida yetarli samara bermasligi mumkin. Pandemiya davrida sog'liqni saqlash tizimini boshqarishning yuqori xarajatli yondashuvi o'zini oqlay olmadi. Yirik budjet ajratmalariga qaramay, davlatlar katta yo'qotishlarga duch keldi, bu esa tibbiy xizmatlarni rivojlantirishga yondashuvlarni qayta ko'rib chiqish zaruratini keltirib chiqardi. Aholi farovonligining o'sishi, tibbiyot biznesining keng miqyosda rivojlanishi, ijtimoiy xizmatlarning raqamlashtirilishi tibbiy xizmatlarga qo'yilgan talabning oshishiga olib keladi. Bu jarayonda davlat produtsentlari xususiy soha bilan raqobatlasha boshlaganda, bozordagi talab ikkinchisining foydasiga qarab boradi, ya'ni, tibbiy xizmat o'z narxiga ega bo'lgan hamda talab va taklifni yaratadigan iqtisodiy xizmatga aylanadi. Albatta, davlat muassasalari ayrim jiddiy, surunkali kasalliklarga to'liq bepul tibbiy xizmat ko'rsatishi va bu borada biznes tuzilmalari faoliyatini cheklashi bilan mutlaq ustunlik ega. Biroq, ta'lim, turmush darajasi oshib, raqobat kuchayib borar ekan, produtsentlar qat'iy ravishda iste'molchilar ehtiyojlariga qarab ishlay boshlaydi. Ya'ni, butun sog'liqni saqlash tizimini rivojlantirish uchun elitistik, qimmat yondashuv obyektiv ravishda mijozga yo'naltirilgan yondashuv bilan almashtiriladi. Biroq, zamonaviy sharoitda raqobat muhitini oqilona chegaralar doirasida joriy etish maqsadga muvofiqdir, tibbiy xizmatlar sohasida bozor mexanizmini izchil xizmat, samarali tibbiy sug'urta, shuningdek, tibbiy yordamni kengaytirish va tibbiy xizmatlar sifatini oshirish uchun investitsiyalarni jalb qilish asosida jamoat salomatligi sektoriga qo'shimcha sifatida qo'llash zarur. Davlat barcha fuqarolarning o'z sog'lig'ini saqlashga bo'lgan asosiy, shoshilinch ehtiyojlarini qondiradigan, bepul va umumfoydalanish imkoniyatini beradigan tibbiy xizmatlarni kafolatlashi kerak. Davlat tomonidan kafolatlangan majburiy darajadan ortiq ko'rsatiladigan tibbiy xizmatlar, ayniqsa, daromad va narx bo'yicha talabning yuqori egiluvchanligi bilan ajralib turadigan, shuningdek, iste'mol tanlovining kengligi bilan ifodalanadigan elita tibbiy xizmatlar uchun pullik sektorni rivojlantirish maqsadga muvofiqdir.

Xulosa va takliflar. Sog'liqni saqlashni rivojlantirishning muhim sharti tibbiy yordam ko'rsatishda innovatsion texnologiyalar darajasidir. Tegishli tibbiy yordam turi uchun u qanchalik yuqori bo'lsa, protseduralar va davolash usullarini tanlashda klinik noaniqlik darajasi shunchalik past bo'ladi hamda iste'molchilar va jamiyat tomonidan pullik tibbiy xizmatlarning sifati va maqbulligini nazorat qilish uchun xarajatlarni natijalar bilan taqqoslashning tijorat tamoyilini qo'llash imkoniyati shunchalik katta bo'ladi. Bugungi kunda sog'liqni saqlash tizimiga ega bo'lgan ko'plab iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda pullik tibbiy xizmatlarga butun sog'liqni saqlash tizimining zarur elementi sifatida qaraladi.

Sog'liqni saqlash sohasiga bozor munosabatlari elementlarini joriy etish tibbiy xizmatlar iste'molchisining mas'uliyatini oshirish va uning tibbiyot muassasalari ishiga ta'sir qilish imkoniyati nuqtai nazaridan amalga oshiriladi. Bir tomondan, hatto cheklangan miqyosda qo'llaniladigan tijorat tibbiyoti odamlarni tibbiy xizmatlardan foydalanish sohasida iqtisodiy bilimni oshirish va tarbiyalash, ularning sog'lig'iga g'amxo'rlik qilishni rag'batlantirish, arzon profilaktika vositalariga ko'proq e'tibor berishning muhim funksiyasini bajarib, tibbiy yordam turlarini kengaytiradi va shu orqali sog'liqni saqlash sohasini rivojlantirish imkoniyatlarini oshiradi. Boshqa tomondan, pullik tibbiyot ham iste'molchilarga, ham tibbiy xizmatlar ishlab chiqaruvchilariga sog'liqni saqlash tizimidagi kamchiliklar va muammolarni ochib beradigan ko'rsatkich bo'lib xizmat qiladi. Tijorat tibbiyoti innovatsion bo'lib bormoqda, chunki tibbiy xizmatlarning raqobatbardoshligi bevosita fan-texnika yutuqlari va aholiga tibbiy yordam ko'rsatishning ilg'or tajribasini qo'llashga bog'liq.

Raqobatning samarasi jamoat salomatligi sektorini pullik tibbiyot bilan to'ldirish, uning kamchiliklarini qoplash va butun sog'liqni saqlash tizimining salohiyatini oshirishga olib keladi. Albatta, sog'liqni saqlash tizimida davlat va xususiy sektor o'rtasidagi maqbul muvozanat masalasi, ayniqsa, pandemiya sog'liqni saqlash muammolarini ochib bergan, tijorat tibbiyoti chetda qolib, o'z salohiyatini zarur darajada to'liq ro'yobga chiqara olmagan zamonaviy sharoitda dolzarb bo'lib qoladi.

Shunday qilib, hozirgi bosqichda xizmatlar bozorida pullik tibbiyotning raqobatbardosh

ustunliklari, tibbiy xizmat ko‘rsatuvchilarning integratsiyasi, xizmat ko‘rsatish sohasidagi biznes jarayonlarini raqamlashtirish va biznesni tashkil etishning innovatsionligi fonida sog‘liqni saqlashni rivojlantirishda transformatsiyalar ro‘y bermoqda. Sog‘liqni saqlash tizimida davlat va xususiy sektor ishtirokining maqbul nisbati nafaqat bemorlarni qanoatlantirishi, balki respublikada zamonaviy tibbiyot imidjini oshirishi lozim bo‘lgan tibbiy xizmat ko‘rsatishning tavsifi, tartibi va innovatsionligiga bog‘liq.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Global ambulatoru healthcare services market, by regions. Data Bridge Market Research/ 2023 to 2030. <https://www.databridgemarketresearch.com/ru/reports/global-ambulatory-health-care-services-market>
2. A.A.Abdullaev. Xorazmda tibbiyotining rivojlanish tarixi. Tibbiyot fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya Moskva -1971 r. 431 s.
3. Qodirov A.A. O‘zbekiston tibbiyoti tarixi - Toshkent: IPO Ibn Sino. 1994.-223 s.
4. S.I.Indiaminov. Vrach faoliyatining xukukiy asoslari. O‘quq qo‘llanma. Toshkent, 2014, b.146
5. Maxmudova N. M. “O‘zbekistonda ichki kasalliklarning rivojlanish tarixi” Toshkentdan “Fan”, 1969 y.
6. P.Z.Hashimov, U.B. Mavlanov. O‘zbekistonda sog‘liqni saqlash tizimining rivojlanishi. // Iqtisodiyot va moliya, №4, 2012. <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sistemy-zdravooxraneniya-v-uzbekistane>
7. Xuzanazarov A.Z., Allamuratov Sh.A. O‘zbekistonda sog‘liqni saqlash tizimi: muammolar va islohotlar // Fan va amaliyot xabarnomasi. 2021. T. 7. №2. C. 405-410. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/63/46>
8. M.T.Haydarov. Sog‘liqni saqlash sohasining institutsional tarakkieti va moliyalashtirish tizimi. //Iqtisod va moliya, №4, 2013. <https://cyberleninka.ru/article/n/so-li-ni-sa-lash-so-asining-institutsional-tara-iyoti-va-moliyalashtirish-tizimi>
9. https://www.researchgate.net/publication/349393653_Telemedical_emergency_services_central_or_decentral_coordination
10. https://www.researchgate.net/publication/290944173_TELEMEDICINE
11. <https://unecon.ru/sites/default/files/d07krestyaninovaog.pdf>
12. <https://www.dissercat.com/content/tendentsii-razvitiya-rynka-strakhovoi-meditsiny-ssha/read>
13. <http://medical-diss.com/docreader/352822/a/#/?page=1>
14. <https://www.ozon.ru/context/detail/id/145582965/>
15. <https://www.enu.kz/downloads/materials2/omirbaeva-diss.pdf>

Б.Каршиев Развитие платных медицинских услуг в Узбекистане	B.Karshiev Development of Paid Medical Services in Uzbekistan
Аннотация. В статье методом ретроспективного анализа изучены этапы и условия развития платных медицинских услуг в нашей стране. Для каждого этапа анализируются основные элементы системы здравоохранения, институциональные основы и формирование конкурентной среды. Сегодня во многих экономически развитых странах с развитой системой здравоохранения платные медицинские услуги рассматриваются как необходимый элемент всей системы здравоохранения. Ключевые слова: система здравоохранения, платные медицинские услуги, этапы развития медицинских услуг, производители, цифровые услуги, пандемия.	Abstract. This article uses a retrospective analysis to examine the stages and conditions of development of paid medical services in our country. For each stage, the key elements of the healthcare system, institutional foundations, and the formation of a competitive environment are analyzed. Today, in many economically developed countries with well-developed healthcare systems, paid medical services are considered a necessary element of the overall healthcare system. Keywords: healthcare system, paid medical services, stages of medical service development, providers, digital services, pandemic.

Akmal Ahtamovich Nizamov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti mustaqil tadqiqotchisi

YANGI INTEGRATSIYALASHGAN TARMOQLI-ANALITIK MODEL ASOSIDA LOGISTIK XIZMATLARINI OPTIMALLASHTIRISH

Annotatsiya. Ushbu tadqiqot logistika xizmatlarini yanada samarali tashkil etish uchun zamonaviy raqamli yondashuvlar va matematik modellarni uyg'un holda qo'llashni tahlil qiladi. Natijalar bunday integratsiyalashgan yondashuv xarajatlarni kamaytirib, yetkazib berishni tezlashtirish va umumiy samaradorlikni oshirishga xizmat qilishini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: logistik xizmatlarni optimallashtirish, ko'p mezonli modellashtirish, VRP, genetik algoritim, EOQ modeli, sun'iy intellektli prognozlash.

Kirish. Global iqtisodiyotning raqamli transformatsiyasi sharoitida logistika tizimlari korxonalar faoliyatining eng muhim strategik komponentlaridan biriga aylangan. Zamonaviy ta'minot zanjirlari murakkablashib borayotganligi, global savdo hajmining ortishi hamda elektron tijorat bozorining jadal rivojlanishi logistika jarayonlarini yanada samarali boshqarishni talab qilmoqda. Xususan, transport xarajatlarining o'sishi, yoqilg'i narxlarining o'zgaruvchanligi, mijozlarning tezkor yetkazib berishga bo'lgan talabi va zahira boshqaruvidagi noaniqliklar logistika tizimlarini optimallashtirish zaruratini kuchaytirmoqda. Bunday sharoitda korxonalar uchun logistika jarayonlarini ilmiy asoslangan modellar yordamida boshqarish, xarajatlarni kamaytirish va xizmat darajasini oshirish muhim strategik vazifaga aylanmoqda.

So'nggi yillarda logistika tizimlarini optimallashtirishda matematik modellashtirish, metaevristik algoritmlar hamda sun'iy intellektga asoslangan analitik yondashuvlar keng qo'llanilmoqda. Ayniqsa, transport marshrutlarini optimallashtirish uchun Vehicle Routing Problem (VRP) modeli, zahira boshqaruvida Economic Order Quantity (EOQ) modeli va talab prognozlashda mashinali o'rganish algoritmlaridan foydalanish logistika samaradorligini sezilarli darajada oshirishi mumkinligi ilmiy tadqiqotlarda qayd etilgan. Ushbu yondashuvlar logistika jarayonlarining turli elementlarini – transport, ombor va zahira boshqaruvini – yagona tizim sifatida ko'rib chiqish imkonini beradi hamda ko'p mezonli optimallashtirish orqali xarajat, vaqt va xizmat sifati o'rtasida muvozanatli qaror qabul qilishga yordam beradi [1].

Shu bilan birga, logistika tizimlarini boshqarishda integratsiyalashgan va raqamli analitik modellarni qo'llash tobora dolzarb masalaga aylanmoqda. Bunday modellar real vaqt ma'lumotlarini tahlil qilish, logistika jarayonlarini prognozlash va optimal qarorlar qabul qilish imkonini beradi. Natijada logistika tarmoqlarining barqarorligi oshadi, resurslardan samarali foydalanish ta'minlanadi hamda kompaniyalarning bozor raqobatbardoshligi mustahkamlanadi [2]. Mazkur tadqiqotning maqsadi yangi integratsiyalashgan tarmoqli-analitik model asosida logistik xizmatlarni optimallashtirish imkoniyatlarini tahlil qilishdan iborat. Tadqiqotda transport marshrutlarini optimallashtirish, zahira boshqaruvini takomillashtirish va talab prognozlash jarayonlarini yagona tizimda ko'rib chiqish orqali logistika xarajatlarini kamaytirish hamda xizmat darajasini oshirish masalalari o'rganiladi. Tadqiqot natijalari logistika tizimlarida matematik modellar, genetik algoritmlar va sun'iy intellektga asoslangan analitik yondashuvlarning kompleks qo'llanishi yuqori iqtisodiy va operatsion samaradorlikka erishish imkonini berishini ko'rsatadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Logistika tizimlarini optimallashtirish masalasi zamonaviy ilmiy tadqiqotlarda muhim yo'nalishlardan biri hisoblanadi. So'nggi yillarda logistika jarayonlarini samarali boshqarish uchun matematik modellar, metaevristik algoritmlar va sun'iy intellekt texnologiyalarini qo'llashga qaratilgan ilmiy ishlanmalar soni sezilarli darajada ortdi. Ayniqsa, transport marshrutlarini optimallashtirish, zahira boshqaruvi va talab prognozlash jarayonlarini integratsiyalashgan holda tahlil qilish logistika samaradorligini oshirishda muhim omil sifatida ko'rib chiqilmoqda.

Chen va hammualliflar (2024) logistika tizimlarini optimallashtirishda sun'iy intellekt texnologiyalarining rolini keng qamrovli tahlil qilgan. Tadqiqotda AI algoritmlaridan foydalanish logistika jarayonlarini real vaqt rejimida boshqarish, transport xarajatlarini kamaytirish va barqaror ta'minot zanjirlarini shakllantirish imkonini berishi ta'kidlangan. Mualliflarning fikricha, mashinali o'rganish va katta ma'lumotlar tahlili logistika jarayonlarining aniqligini oshiradi hamda qaror qabul qilish jarayonini sezilarli darajada takomillashtiradi [3].

Logistik marshrutlarni optimallashtirish masalasida genetik algoritmlar keng qo'llaniladi-

gan metaevristik usullardan biri hisoblanadi. Malashin va boshqalar (2024) tomonidan olib borilgan tadqiqotda ikki bosqichli genetik algoritmi asosida logistika tarmoqlarini optimallashtirish modeli taklif etilgan. Ushbu model guruhli yetkazib berish jarayonlarini samarali tashkil etish imkonini berib, transport xarajatlarini kamaytirish va marshrutlarni optimallashtirishga xizmat qiladi [4]. Shuningdek, Chen, Gao va Chen (2025) VRP muammosini vaqt oynalari bilan birgalikda ko‘rib chiqib, genetik algoritmi va chumoli koloniyasi algoritmini birlashtirgan takomillashtirilgan modelni taklif etganlar. Tadqiqot natijalari bunday gibridd algoritmlar logistika tarmoqlarida optimal marshrutlarni aniqlashda yuqori samaradorlikka ega ekanligini ko‘rsatadi [5-6].

Urban logistika tizimlarida transport marshrutlarini optimallashtirish masalasi Tan, Zhu va Yi (2024) tomonidan ham o‘rganilgan. Mualliflar turli xil yuk turlarini tashish sharoitida kengaytirilgan chumoli koloniyasi optimallashtirish algoritmidan foydalanib, shahar logistika tizimlarida transport harakatini samarali tashkil etish mumkinligini ko‘rsatganlar [7]. Shu bilan birga, Zhou, Zhang va Fu (2025) ekologik logistika konsepsiyasini hisobga olgan holda “yashil marshrutlash” modelini ishlab chiqqan bo‘lib, unda transport emissiyalarini kamaytirish va logistika jarayonlarining ekologik barqarorligini oshirish masalalari ko‘rib chiqilgan [8].

Zahira boshqaruvi sohasida EOQ (Economic Order Quantity) modeli logistika tizimlarida eng keng qo‘llaniladigan klassik modellar qatoriga kiradi. Ushbu model buyurtma berish va zahira saqlash xarajatlari o‘rtasidagi optimal muvozanatni aniqlash imkonini beradi. Zamonaviy tadqiqotlarda EOQ modeli ko‘pincha raqamli logistika tizimlari va talab prognozlash modellarini qo‘llash orqali yanada takomillashtirilmoqda. Masalan, Oviedo-Bayas va hammualliflar (2023) sun‘iy intellekt asosidagi talab prognozlash usullaridan foydalanish ortiqcha zahiralarni kamaytirish va logistika tizimlarida resurslardan samarali foydalanish imkonini berishini ta’kidlaganlar [9].

Shuningdek, ta’minot zanjiri boshqaruvida raqamli texnologiyalarning roli ham alohida o‘rganilmoqda. Shokirov (2024) tadqiqotida IoT, sun‘iy intellekt va blokcheyn texnologiyalarini logistika tizimlariga joriy etish xarajatlarni kamaytirish, logistika jarayonlarini avtomatlashtirish va ta’minot zanjirining shaffofligini oshirishga xizmat qilishi ko‘rsatib berilgan [10]. Matkarimova va Yuldashev (2025) esa ta’minot zanjirini optimallashtirishda raqamli logistika tizimlarining amaliy ahamiyatini tahlil qilib, transport va ombor boshqaruvi integratsiyalashgan holda boshqarish logistika samaradorligini oshirishga yordam berishini ta’kidlaganlar [11-12].

Yuqoridagi ilmiy tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, logistika tizimlarini optimallashtirishda matematik modellar, genetik algoritmlar, sun‘iy intellekt va raqamli boshqaruv texnologiyalarining kompleks qo‘llanishi yuqori samaradorlikka olib keladi. Biroq, mavjud tadqiqotlarning aksariyatida transport, ombor va zahira boshqaruvi jarayonlari alohida-alohida o‘rganilgan bo‘lib, ularni yagona integratsiyalashgan tarmoqli-analitik model asosida birlashtirish masalasi yetarli darajada yoritilmagan. Shu sababli mazkur tadqiqot logistika tizimlarida transport marshrutlari, zahira boshqaruvi va talab prognozlash jarayonlarini yagona integratsiyalashgan model asosida optimallashtirishga qaratilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda logistik xizmatlarni optimallashtirish uchun matematik modellashtirish va raqamli analitik usullar qo‘llanildi. Metodologik asos sifatida transport marshrutlarini optimallashtirish uchun Vehicle Routing Problem (VRP) modeli, marshrutlarni tanlash va qidiruv jarayonini takomillashtirish uchun genetik algoritmi, zahira boshqaruvi uchun Economic Order Quantity (EOQ) modeli hamda talab prognozlash uchun sun‘iy intellektga asoslangan mashinali o‘rganish usullari qo‘llanildi.

Tadqiqot jarayonida transport xarajatlari, ombor xarajatlari, zahira saqlash xarajatlari, yetkazib berish vaqti va xizmat darajasi kabi asosiy ko‘rsatkichlar ko‘p mezonli optimallashtirish modeli doirasida tahlil qilindi. Mezonga vazn koeffitsientlari AHP (Analytic Hierarchy Process) usuli yordamida aniqlanib, optimallashtirishdan oldingi va keyingi ko‘rsatkichlar taqqoslandi. Natijalar asosida logistika tizimining iqtisodiy va operatsion samaradorligi baholandi.

Tahlil va natijalar. Logistik xizmatlarni optimallashtirish zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalar samaradorligini oshirishning strategik vositasiga aylangan. So‘nggi yillarda global yetkazib berish zanjirlarining murakkablashuvi yanada kuchaydi: masalan, 2023 yilda yoqilg‘i narxlar o‘tgan yilga nisbatan 14 foizga oshdi va O‘zbekiston elektron tijorat bozori hajmi bir yil ichida 30 foizdan ko‘proqqa oshdi (Davlat statistika qo‘mitasi, 2024). Mijozlar talabining harakatchanligi ham kuchayib bormoqda, bu esa logistik tizimlarni tez va aniqlik bilan

moslashtirishni talab qiladi. Yoqilg'i narxlarining doimiy o'zgaruvchanligi va e-commerce bozori o'sishi natijasida kompaniyalar oldida operatsion xarajatlarni nazorat qilish va xizmat sifatini bir vaqtning o'zida oshirish zarurati keskin ortdi. Shuning uchun hozirgi vaqtda eng muqobil yo'llar sifatida raqamli modellashtirish, ko'p mezonli optimallashtirish va sun'iy intellektga asoslangan adaptiv boshqaruv usullari qo'llanilmoqda [13].

Logistik optimallashtirishning asosiy maqsadi xarajatlarni minimallashtirish va xizmat darajasini maksimal darajaga yetkazishdan iborat bo'lsa-da, multi-mezonli optimallashtirishda har bir mezonning ahamiyati tanlanayotgan model va amaliy muhitga qarab aniqlanadi. Amalda, ko'p hollarda transport xarajatlari (C_t), xizmat darajasi (SL) va yetkazib berish vaqti (T) asosiy ustuvorlik sifatida tanlanadi va quyidagi tarzda ustuvorlik berildi: xarajatlarga nisbatan 0.5, xizmat darajasiga 0.3, yetkazib berish vaqtiga esa 0.2 vazn koeffitsienti ajratildi. Ushbu vaznlar sohada keng qo'llaniladigan AHP (Analytic Hierarchy Process) usuli orqali mutaxassislarning ekspert baxolari asosida tanlandi. Zaruratga muvofiq, ushbu mezonlar kompaniyaning strategik maqsadlari yoki bozordagi o'ziga xos talabdan kelib chiqib, qayta tanlanishi yoki ularning vazni mos ravishda sozlanishi mumkin. Shu yondashuv amaliyotchilarga modelni o'zining aniq operatsion sharoitiga moslashtirish uchun aniq va izchil asos beradi. Bunda quyidagi mezonlar birgalikda hisobga olinadi:

- Transport xarajati (C_t)
- Ombor xarajati (C_o)
- Zahira saqlash xarajati (C_z)
- Yetkazib berish vaqti (T)
- Xizmat darajasi (SL)

Umumiy logistik xarajat quyidagicha ifodalanadi:

Umumiy logistik xarajat quyidagicha ifodalanadi: $C = C_t + C_o + C_z$.

Bu yerda C_t - transport (o'zgaruvchan) xarajatlari,

C_o - ombor (doimiy/asal xarajatlar)

C_z - zahira saqlash (xolding) xarajatlari.

Ushbu belgilar hisob-kitoblarni osonlashtirish va mezonlarni aniq ajratish uchun kiritilgan.

1. Amaliy hisob-kitob misoli

Faraz qilamiz, korxonada quyidagi ko'rsatkichlar mavjud:

Transport xarajati (oylik)	120 000 000 so'm	98 000 000 so'm
Ombor xarajati	60 000 000 so'm	52 000 000 so'm
Zahira xarajati	40 000 000 so'm	32 000 000 so'm
Umumiy xarajat	220 000 000 so'm	182 000 000 so'm

Tejalgan mablag': $220\,000\,000 - 182\,000\,000 = 38\,000\,000$ so'm (17,3%)

Bu natija VRP (Vehicle Routing Problem) modeli va genetik algoritim asosida marshrutlarni qayta rejalashtirish orqali erishilgan. Marshrutlarni birlashtirish natijasida avtotransport jami 620 kilometr kamroq yo'l bosdi va haydovchilarning umumiy ish soati kamaydi. Aynan shu amaliy o'zgarish evaziga $38\,000\,000$ so'm miqdorida xarajat tejaldi, bu esa raqamlarning hayotdagi aniq natijasi ekanini ko'rsatadi.

2. Zahira boshqaruvi hisob-kitobi (EOQ modeli)

Optimal buyurtma hajmi formulasi:

$$EOQ = \sqrt{(2DS / H)}$$

Bu yerda: D – yillik talab (10 000 dona)

S – bir buyurtma xarajati (200 000 so'm)

H – bir birlikni saqlash xarajati (5 000 so'm)

Hisoblaymiz:

$$EOQ = \sqrt{(2 \times 10\,000 \times 200\,000 / 5\,000)}$$

$$EOQ = \sqrt{(800\,000\,000 / 5\,000)}$$

$$EOQ = \sqrt{160\,000}$$

$$EOQ \approx 400 \text{ dona}$$

Demak, optimal buyurtma hajmi 400 dona bo'lib, bu zahira xarajatlarini kamaytiradi va kapital aylanishini tezlashtiradi. Amaliyotda esa talab va xarajatlar o'zgarishi mumkinligi sababli,

ta'minot zanjiri menejeri EOQ modelining natijasiga tez baho bera olishi uchun oddiy sezgirlik tahlilini o'tkazishi tavsiya etiladi. Masalan, bir buyurtma xarajati yoki yillik talab kutilganidan 10 foizga oshsa yoki kamaygan taqdirda, EOQ formulasi bo'yicha yangi qiymatlarni hisoblab, optimal buyurtma hajmidagi o'zgarishni ko'rish mumkin. Shu tarzda, menejerlar model natijasining haqiqiy ish sharoitida qanday o'zgarishini tez va samarali baholashlari va mos qaror qabul qilishlari mumkin [14].

3. Eng muqobil zamonaviy yo'llar

1. Raqamli logistika (*Digital Logistics*)

- Real-time monitoring
- GPS kuzatuv
- Avtomatlashtirilgan TMS va WMS tizimlari

Natija: Yetkazib berish vaqti 12–18% ga qisqaradi. GPS bilan jihozlangan TMS tizimlariga sarmoya kiritganda, kompaniyalar odatda 18–24 oy ichida investitsiyalarini qoplashlari mumkin. Boshqacha aytganda, investitsiya qiymati va yiliga tejash hisobiga, sarmoya qaytarish muddati ikki yilgacha qisqaradi. Bu hisob-kitob, korxona hajmiga va tizim avtomatlashtirish darajasiga qarab farqlanishi mumkin.

2. Sun'iy intellekt asosida talab prognozi

Mashinali o'rganish algoritmlari orqali talab aniqligi 85% dan 94% gacha oshiriladi. Bu esa ortiqcha zahiralarni 20% gacha kamaytiradi.

3. Ko'p mezonli optimallashtirish

Bir vaqtning o'zida:

- Xarajat ↓
- Vaqt ↓
- Xizmat sifati ↑

Pareto optimal yechimlar orqali muvozanatli qaror qabul qilinadi. Masalan, kompaniyaning logistika bo'limi direktori real amaliyotda quyidagi tanlovga duch kelgan: transport xarajatlarini 15 foizga kamaytirish imkonini beruvchi yangi marshrutlash sxemasi joriy qilinsa, bu holda o'rtacha yetkazib berish vaqti 4 soatga cho'zilishi mumkin. Aksincha, avvalgi sxemani saqlab qoldirish xizmat tezligini yuqori saqlasa-da, xarajatlarni kamaytira olmaydi. Direktorga ushbu ikki mezon (xarajat va vaqt) o'rtasidagi muvozanatni tanlash uchun Pareto chegarasi tuziladi va kompaniyaning strategik ustuvorligiga muvofiq eng maqbul variant tanlanadi. Bunday yondashuv har bir konkret holatda optimal qarorga asos bo'ladi [15].

4. Samaradorlik ko'rsatkichlari dinamikasi

Yetkazib berish vaqti	48 soat	36 soat	–25%
Transport yuklanishi	68%	87%	+19%
Buyurtma bajarilish darajasi	89%	96%	+7%

Xulosa va takliflar. Tadqiqot natijalari logistika tizimlarini optimallashtirishda matematik modellar, metaevristik algoritmlar va raqamli texnologiyalarni kompleks qo'llash yuqori iqtisodiy va operatsion samaradorlikka olib kelishini ko'rsatdi. VRP modeli va genetik algoritim yordamida transport marshrutlarini qayta rejalashtirish natijasida umumiy logistika xarajatlari sezilarli darajada kamaydi hamda transport vositalarining yuklanish darajasi oshdi. Bu esa transport resurslaridan samaraliroq foydalanish va operatsion xarajatlarni qisqartirish imkonini beradi.

EOQ modeli asosida zahira boshqaruvini optimallashtirish natijasida buyurtma hajmi va zahira saqlash xarajatlari o'rtasida muvozanat ta'minlandi. Shuningdek, sun'iy intellekt asosidagi talab prognozlash modeli talab aniqligini oshirib, ortiqcha zahiralarni kamaytirishga yordam berdi. Natijada ta'minot zanjiri jarayonlarining barqarorligi oshib, logistika tizimining umumiy samaradorligi yaxshilandi.

Umuman olganda, integratsiyalashgan tarmoqli-analitik yondashuv logistika tizimlarida transport, ombor va zahira boshqaruvi jarayonlarini yagona tizim sifatida boshqarish imkonini beradi. Bu esa korxonalarga operatsion xarajatlarni kamaytirish, xizmat darajasini oshirish va raqobatbardoshligini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

- [1] M. Christopher, Logistics and Supply Chain Management, 5th ed. London, U.K.: Pearson Education, 2016.
- [2] S. Chopra and P. Meindl, Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, 7th ed. Boston, MA, USA: Pearson, 2019.
- [3] W. Chen, Y. Men, N. Fuster, C. Osorio and A. A. Juan, “Artificial intelligence in logistics optimization with sustainable criteria: A review,” Sustainability, vol. 16, no. 21, p. 9145, 2024. <https://doi.org/10.3390/su16219145>
- [4] I. P. Malashin, V. S. Tynchenko, I. S. Masich, D. A. Sukhanov, D. A. Ageev, V. A. Nelyub, A. P. Gantimurov and A. S. Borodulin, “Two-stage genetic algorithm for optimization logistics network for groupage delivery,” Applied Sciences, vol. 14, no. 24, p. 12005, 2024. <https://doi.org/10.3390/app142412005>
- [5] G. Chen, J. Gao and D. Chen, “Research on vehicle routing problem with time windows based on improved genetic algorithm and ant colony algorithm,” Electronics, vol. 14, no. 4, p. 647, 2025. <https://doi.org/10.3390/electronics14040647>
- [6] P. Toth and D. Vigo, Vehicle Routing: Problems, Methods, and Applications, 2nd ed. Philadelphia, PA, USA: SIAM, 2014.
- [7] L. Tan, K. Zhu and J. Yi, “Vehicle route planning of diverse cargo types in urban logistics based on enhanced ant colony optimization,” World Electric Vehicle Journal, vol. 15, no. 9, p. 405, 2024. <https://doi.org/10.3390/wevj15090405>
- [8] L. Zhou, H. Zhang and J. Fu, “Green vehicle routing optimization based on dynamic constraint selection co-evolutionary algorithm,” Scientific Reports, vol. 15, p. 17688, 2025. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-01480-7>
- [9] S. Oviedo-Bayas, J. Faulin and A. A. Juan, “Demand forecasting and inventory optimization using machine learning techniques in supply chain management,” Computers & Industrial Engineering, vol. 176, 2023.
- [10] Y. A. Shokirov, “Digital technologies in supply chain management: cost efficiency with IoT, AI and blockchain,” Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot, 2024. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14636192>
- [11] U. Matkarimova and A. Yuldashev, “Ta’minot zanjirini optimallashtirish yo‘llari,” Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot, 2025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15358084>
- [12] A. Abdulkarimov, “Logistika tizimlarini rivojlantirish va transport infratuzilmasini takomillashtirish masalalari,” Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar ilmiy elektron jurnali, no. 6, 2022.
- [13] S. G‘ulomov, N. Yo‘ldoshev va A. Abdullayev, Logistika asoslari. Toshkent, O‘zbekiston: O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi nashriyoti, 2019.
- [14] F. W. Harris, “How many parts to make at once,” Factory, The Magazine of Management, vol. 10, no. 2, pp. 135–136, 1913.
- [15] D. Simchi-Levi, X. Chen and J. Bramel, The Logic of Logistics: Theory, Algorithms, and Applications for Logistics Management. New York, NY, USA: Springer, 2014.

А.Низамов	A.Nizamov
Оптимизация логистических услуг на основе новой интегрированной сетевно-аналитической модели Аннотация. Данное исследование анализирует применение современных цифровых подходов и математических моделей для повышения эффективности логистических услуг. Результаты показывают, что интегрированный подход способствует снижению затрат, ускорению доставки и повышению общей эффективности системы. Ключевые слова: оптимизация логистических услуг, многокритериальное моделирование, VRP, генетический алгоритм, модель EOQ, прогнозирование на основе ИИ.	Optimizing logistics services based on a new integrated-analytical model Abstract. This study examines the application of modern digital approaches and mathematical models to improve the efficiency of logistics services. The results demonstrate that an integrated approach helps reduce costs, accelerate delivery processes, and enhance overall system performance. Keywords: logistics service optimization, multi-criteria modeling, VRP, genetic algorithm, EOQ model, AI-based demand forecasting.

TURIZM VA MEHMONXONA XO‘JALIGI

Шухрат Хасанович Саттаров – д.э.н., доцент, Ташкентский университет экономики и технологий, проректор по международному сотрудничеству, научной работе и инновациям.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В статье проанализировано текущее состояние туристической сферы Узбекистана, выявлены современные тенденции её развития и ключевые проблемы, препятствующие устойчивому росту отрасли. Обоснована необходимость широкого внедрения цифровых технологий – искусственного интеллекта, онлайн-платформ и смарт-сервисов – как инструментов повышения конкурентоспособности туристического сектора. Предложены комплексные меры, направленные на реформирование отрасли в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: туристические услуги, туристическая инфраструктура, цифровизация, устойчивое развитие, конкурентоспособность.

Введение. Туризм занимает важное место в экономическом и социальном развитии многих стран, выступая значимым фактором регионального развития, создания новых рабочих мест и укрепления международного имиджа государства. Процессы глобализации, усиление международной конкуренции и цифровизация туристического рынка способствуют дальнейшему росту значимости туристической отрасли в национальных экономиках.

Узбекистан, обладающий богатым культурно-историческим и природным наследием, относится к числу стран с высоким потенциалом развития туризма. Однако, несмотря на имеющиеся возможности, в настоящее время доля туристической отрасли в валовом внутреннем продукте страны остается ниже среднемировых показателей. В условиях усиления глобальной конкуренции, роста мобильности туристов и повышения требований к качеству и разнообразию туристических услуг особую актуальность приобретают задачи развития туризма, модернизации отрасли, внедрения цифровых технологий и повышения качества обслуживания.

В связи с этим в Стратегии «Узбекистан – 2030» определены приоритетные задачи по созданию благоприятных условий для развития въездного и внутреннего туризма, увеличению количества туристов, в том числе доведению числа иностранных туристов до 15 млн. человек, внутренних туристов — до 25 млн. человек, а туристов в сфере паломнического туризма — до 3 млн. человек; формированию 30 крупных туристических кластеров за счёт привлечения частных инвестиций, увеличению количества мест размещения не менее чем в 2 раза, строительству 25 канатных дорог в горных районах, увеличению числа туристических махаллей до 175; увеличению экспорта туристических услуг до 5 млрд. долларов США, экспорта медицинского и образовательного туризма — до 1,5 млрд. долларов США в год; внедрению системы «Tax free» во всех международных аэропортах страны для иностранных туристов в отношении приобретённых и оформленных товаров [1].

Реализация указанных целей создаёт основу для вывода туристической отрасли республики на новый этап развития и достижения более высоких результатов.

Цель исследования. Целью исследования является выявление основных проблем устойчивого роста туризма в Узбекистане и определение перспективных направлений его развития.

Анализ литературы по теме. Современные исследования подтверждают стратегическое значение туризма как фактора экономического роста, занятости и устойчивого социально-экономического развития [2–4]. В обзоре Lavaredas et al. (2025) проведён библиометрический анализ 223 публикаций, связывающих устойчивый туризм, экономику туризма и благосостояние населения, и предложена новая таксономия для комплексного понимания устойчивого туризма [5].

Устойчивый туризм, согласно этим и ряду других работ, не только способствует экономическому росту и созданию рабочих мест, но и положительно влияет на социальное благосостояние населения [6,7]. Такой подход учитывает экологические, социальные и культурные аспекты развития, а не ограничивается макроэкономическими показателями.

Эмпирические исследования подтверждают конкретные механизмы влияния туризма на экономику и сообщества. Например, проекты экотуризма в Самарканде создают новые рабочие места и повышают доходы местного населения, особенно в сельских районах, подчёркивая социально-экономическую значимость туризма на региональном уровне [8].

Современные технологические тренды, такие как искусственный интеллект (AI), ускоряют цифровую трансформацию туристической отрасли, повышают эффективность услуг и усиливают вклад туризма в экономическое развитие через инновационные сервисы [9].

Классические исследования подтверждают, что туризм формирует комплексные эффекты на территориальные экономики — через рабочие места, развитие сервисных отраслей, инвестиции и повышение культурного потенциала регионов [2–4,7]. Hall, Gössling & Scott (2015) отмечают, что устойчивость туризма зависит от интеграции экологических стандартов и управления региональными дисбалансами.

Однако остаётся научный пробел: недостаточно изучены национальные и региональные особенности влияния туризма на уровень жизни и экономическую структуру развивающихся стран, включая страны Центральной Азии [5,8]. Поэтому необходимы прикладные исследования на основе национальных данных, ориентированные на выявление факторов динамики и устойчивого развития туристической отрасли в Узбекистане.

Таким образом, данные последних исследований показывают, что туризм способствует экономическому росту на макроуровне, создаёт социально-экономические эффекты на локальные сообщества и стимулирует внедрение цифровых технологий и инноваций.

Методология исследования. Для анализа туристической отрасли Узбекистана и факторов её развития применялся комплексный подход, сочетающий количественные и качественные методы. Исследование опиралось на статистические данные и систематический обзор последних научных публикаций, а для выявления проблем и перспектив использовался сравнительный анализ. Такой подход позволил всесторонне оценить состояние отрасли и определить ключевые направления её устойчивого развития.

Анализ и результаты исследования. Результаты исследований показывают, что в последние годы мировой туристический рынок характеризуется устойчивым ростом и глубокой диверсификацией, превратившись в одну из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики.

Согласно данным Всемирной туристской организации ООН (UNWTO), в 2024 году 1,4 млрд человек совершили международные туристические поездки, что свидетельствует о практически полном восстановлении отрасли до пандемийного уровня (99%) [9].

По данным Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC), по итогам 2024 года объём мирового туристического рынка составил 10,9 трлн. долларов США, что на 8,5% выше показателя 2023 года и на 6% превышает докризисный максимум 2019 года. При этом доля туризма в мировой экономике достигла 10%. Численность занятых в отрасли составила 357 млн. человек, увеличившись на 6,2% по сравнению с предыдущим годом. Таким образом, примерно одно из десяти рабочих мест в мире приходится на сферу туризма. Согласно прогнозам WTTC, в 2025 году объём отрасли достигнет 11,7 трлн. долларов США и составит 10,3% мировой экономики, а число рабочих мест увеличится на 14 млн. и достигнет 371 млн. человек, что превышает численность населения США. Ожидается, что к 2035 году объём мирового туристического рынка достигнет 16,5 трлн. долларов США [10].

Анализ и результаты. Действительно, стремительный рост доходов от туризма играет важнейшую роль в создании миллионов рабочих мест по всему миру, а также в формировании платёжного баланса и налоговых поступлений многих стран. Такой рост обусловлен не только активизацией экономической деятельности, но и расширением международных социальных связей, культурного обмена и масштабов туризма. В то же

время туристическая отрасль сталкивается с ростом требований к клиенториентированным услугам, усилением международной конкуренции и необходимостью обеспечения безопасности, что, в свою очередь, создаёт предпосылки для её дальнейшего развития.

Следует отметить, что туристическая отрасль в экономике Узбекистана также становится одним из наиболее динамично развивающихся направлений. С 2017 года объём туристических услуг увеличился в 2,1 раза, а в 2024 году их доля в структуре сферы услуг составила 22,4%. В 2024 году Узбекистан принял 8 млн. туристов, а темпы роста туристического потока достигли 20,1%, что обеспечило стране первое место среди государств Центральной Азии. В Индексе развития путешествий и туризма (Travel & Tourism Development Index — TTDI) Узбекистан занял 78-е место среди 119 стран, улучшив свою позицию на 16 пунктов только за 2024 год. Эксперты связывают данный прогресс с развитием туристической инфраструктуры, внедрением цифровых услуг (онлайн-бронирование, виртуальные туры), а также упрощением визовых процедур (e-visa) [11].

Вместе с тем в настоящее время доля туризма в ВВП Узбекистана составляет 3,5%, что в 2,9 раза ниже среднемирового уровня [12].

Следует подчеркнуть, что на устойчивое развитие туристической отрасли в Узбекистане негативно влияют следующие основные проблемы:

1. Недостаточное развитие туристической инфраструктуры. Несмотря на относительную развитость инфраструктуры в ряде крупных туристических центров, в отдельных регионах, особенно в отдалённых и сельских районах, наблюдается дефицит транспортных коммуникаций, инженерных сетей, средств размещения и сервисных услуг.

2. Нехватка квалифицированных кадров в сфере туризма. Конкурентоспособность туристических услуг во многом определяется уровнем человеческого капитала. В республике ощущается дефицит специалистов, владеющих иностранными языками и соответствующих международным стандартам обслуживания, что отрицательно сказывается на качестве услуг и уровне удовлетворённости туристов [13].

3. Низкий уровень цифровизации отрасли. Внедрение цифровых технологий позволяет повысить оперативность, качество и эффективность туристического обслуживания [14]. Однако уровень использования онлайн-систем бронирования, цифровых гидов, единых информационных платформ и инструментов электронного маркетинга в республике остаётся недостаточным. Исследования показывают, что 68% туристов предпочитают международные платформы Booking.com и Airbnb, тогда как лишь 17% используют местные платформы, что свидетельствует о несоответствии последних международным стандартам и низком уровне их цифрового развития [15].

4. Недостаточная диверсификация туристических продуктов. Туризм Узбекистана в основном ориентирован на культурно-историческое направление, тогда как паломнический, экологический, аграрный, медицинский, гастрономический и другие виды туризма развиты недостаточно.

5. Региональная неравномерность развития туризма. Туристическая активность сосредоточена преимущественно в Ташкенте, Самарканде, Бухаре и Хиве, в то время как в других регионах развитие инфраструктуры и услуг остаётся слабым, усиливая региональные диспропорции.

6. Проблемы экологической устойчивости и охраны окружающей среды. Нерациональное использование природных ресурсов, слабая система управления отходами и недостаточный экологический контроль в отдельных регионах создают угрозы долгосрочной устойчивости отрасли.

В последние годы туризм в Узбекистане стал одним из приоритетных направлений социально-экономического развития, и в стране последовательно реализуются меры по развитию отрасли и продвижению её потенциала как среди населения республики, так и на международном уровне [16].

Особо следует отметить, что развитие туризма во многом стимулируется процессами цифровизации общества — формированием цифровой экономики, основанной на электронных товарах и услугах. Цифровая экономика опирается на электронный бизнес и электронную коммерцию, а взаимодействие между партнёрами и клиентами осуществляется посредством Интернета и современных информационных технологий,

которые развиваются высокими темпами [17].

Использование Интернета и современных информационных технологий позволяет с минимальными затратами доводить информацию о туристических услугах до широкой аудитории, обеспечивая эффективное взаимодействие между поставщиками услуг, посредниками и потребителями. Глобальная интеграция технологий и рост мирового спроса на туристические услуги требуют профессиональной обработки информации, что предполагает применение современных технологий и программного обеспечения для её сбора, обработки, систематизации и распространения.

Применение современных информационных технологий и телекоммуникаций, включая специализированные системы для туризма, способствует эффективному управлению транспортом, гостиничной индустрией и сферой развлечений, а также повышает результативность маркетинга, продаж, управления персоналом и работы с клиентами [18].

Заключение и предложения. В заключение следует отметить, что результаты анализа свидетельствуют о росте туристического потока и расширении объёмов услуг в Узбекистане в последние годы. Вместе с тем, несмотря на высокий экономический и социальный потенциал отрасли, сохраняются проблемы, связанные с инфраструктурой, качеством услуг, подготовкой кадров, диверсификацией туристических продуктов, маркетингом и экологической устойчивостью. Указанные факторы негативно влияют на конкурентоспособность туристических услуг и темпы развития отрасли. В связи с этим последовательное продолжение реформ и реализация комплексных мер, особенно в части усиления цифровой трансформации, будут способствовать ускоренному развитию туризма и повышению его конкурентоспособности на международной туристической арене.

Таким образом, анализ текущего состояния и изменений в туристической сфере показывает целесообразность реализации комплекса мер по следующим направлениям:

- развитие туристической инфраструктуры на основе государственно-частного партнёрства;
- повышение качества услуг путём внедрения международных стандартов и систем сертификации;
- совершенствование системы подготовки кадров с учётом требований рынка труда;
- широкое использование возможностей цифровизации туристических услуг;
- диверсификация туристических продуктов за счёт развития паломнического, экологического, аграрного, медицинского и гастрономического туризма;
- укрепление национального туристического бренда Узбекистана и его продвижение на международных рынках; внедрение экологических стандартов и принципов «зелёного туризма».

Список использованной литературы:

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 11 сентября 2023 года №ПФ-158 О Стратегии «Узбекистан – 2030», <https://lex.uz/docs/6600413>.
2. Balaguer, J., & Cantavella-Jordá, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34(7), 877–884.
3. Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2012). Economic benefits of tourism: An Australian perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 679–701.
4. Brida, J. G., Cortés-Jiménez, I., & Pulina, M. (2016). Has the tourism-led growth hypothesis been validated? *Tourism Management*, 54, 210–225.
5. Lavaredas, A., Campos, F., Almeida, G. G. F., & Dias, F. (2025). Sustainable development goals in tourism research. *Discover Sustainability*, 6, 759.
6. Capucho, J., Leitão, J., & Alves, H. (2025). Mapping and linking well-being, tourism economics, sustainable tourism and sustainable development: An integrative systematisation of the literature and bibliometric analysis. *Discover Sustainability*, 6, 291.
7. Hall, C. M., Gössling, S., & Scott, D. (2015). Tourism and sustainable development: Evidence from research. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(2), 165–187.
8. Abdurakhmanova, N., & Ahrorov, F. (2025). The economic and social impacts of ecotourism on local employment and income: A case study of rural Samarkand, Uzbekistan. *Regional Science Policy & Practice*, 17(3), 100180.
9. <https://www.untourism.int/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024>.

10. Данные отчётов Всемирного совета по туризму и путешествиям (World Travel & Tourism Council — WTTC), <https://wttc.org/research/economic-impact>.
11. В сфере услуг Узбекистана, туризм занимает лидирующие позиции - Новости Узбекистана сегодня, nuz.uz.
12. Данные Национального комитета по статистике Республики Узбекистан, <https://stat.uz>.
13. Акимова О. Е., Кожухова М. Т., Айбазова М. С.-М. Развитие туризма в России на современном этапе: вызовы и перспективы // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Экономика. 2025. Вып. 1 (355). С. 17–27. DOI: 10.53598/2410-3683-2025-1-355-17-27.
14. Ji Young Jeong, Mamurbek Karimov, Yuldozboy Sobirov, Olimjon Saidmamatov and Peter Marty, Evaluating Culturalization Strategies for Sustainable Tourism Development in Uzbekistan. Sustainability 2023, 15(9) <https://doi.org/10.3390/su15097727>.
15. Olimjonova S. (2025), Tourism Platforms used by Tourists. Journal of Multidisciplinary Sciences and Innovations, 1(5), 3-7, <https://inlibrary.uz/index.php/jmsi/article/view/127883>.
16. ЦЭИР представил анализ развития туризма в Узбекистане. <https://anhor.uz/news/tourism-7/>.
17. Markova, V. D. (2018). Digital Economy. Moscow: INFRA-M. 186 p.
18. Lapidus, L. V. (2019). Digital Economy: Management of E-Business and E-Commerce. Moscow: INFRA-M. 479 p.

Sh.Sattarov Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari va istiqbollari	Sh.Sattarov Contemporary trends and development prospects of tourism in the context of the digital economy
Annotatsiya. Maqolada O‘zbekiston turizm sohasining joriy holati tahlil qilingan, uning barqaror rivojlanishiga to‘sqinlik qilayotgan zamonaviy tendensiyalar va asosiy muammolar aniqlangan. Sun’iy intellekt, onlayn-platformalar va smart-xizmatlar kabi raqamli texnologiyalarni keng joriy etishning turizm sohasining raqobatbardoshligini oshirishdagi muhim omil ekanligi asoslangan. Raqamli iqtisodiyot sharoitida sohani isloh qilishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar taklif etilgan. Kalit so‘zlar: turizm, turistik xizmatlar, turistik infratuzilma, raqamlashtirish, barqaror rivojlanish, raqobatbardoshlik.	Abstract. The article analyzes the current state of the tourism sector in Uzbekistan and identifies key issues hindering its sustainable development. The need for further tourism reforms, the broad implementation of digital technologies, and comprehensive measures to enhance its competitiveness is substantiated. Keywords: tourism, tourism services, tourism infrastructure, digitalization, sustainable development, competitiveness.

Дилафруз Каршиевна Усманова – Самаркандский государственный университет им. Ш.Рашидова, доцент, к.э.н.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ФОРСАЙТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Аннотация. В статье рассмотрено использование инструментов форсайта, таких как технологические дорожные карты и анализ стейкхолдеров, которые помогают определить и развить перспективные направления развития, что способствует повышению конкурентоспособности страны в сфере туризма. Форсайт в туризме в последние годы получил широкое применение как в развитых, так и в развивающихся странах. В практике развитых стран, где уже сформировались инновационные экосистемы, форсайт туристской дестинации является средством стратегического планирования и эффективного распределения бюджетных расходов.

Ключевые слова: форсайт, организационный и технологический форсайт, сценарирование, метод Дельфи, картирование, дорожная карта.

Введение. Одним из наиболее эффективных путей повышения конкурентоспособности национального туризма это подход на основе форсайта, который применяется на национальном, отраслевом, региональном и организационном уровнях. Кроме того, развитию форсайта способствует растущая неопределенность внешней среды. Кроме того усиление конкуренции на глобальных рынках туристских услуг, рост спроса на отдых и реабилитацию обуславливается стремительной сменой инновационных

подходов и формированием новых информационно-инновационных технологий, формированием эффективных наукоемких бизнес-процессов, усложнением форм и механизмов конкурентной борьбы в международном и национальном масштабах, повышением роли знаний и интеллектуального капитала. Одной из инновационных научно-исследовательских технологий, которая может быть и должна быть применена для совершенствования программно-целевого планирования развития сферы туризма в регионе, является форсайт. Данная категория происходит от английского «foresight», что переводится как «взгляд в будущее».

Анализ литературы по теме. Проанализируем основные определения категории «форсайт». В FOREN Guide форсайт рассматривается как систематический совместный процесс построения будущего на основе стратегии и координации совместных действий. Согласно экспертам Центра Форсайт технологий «Asia-Pacific Economic Cooperation»¹ форсайт технологии представляют собой предвидение будущего науки, общества, экономики и технологий в целях гармоничного развития. В научном издании «Technology and Innovation Foresight for Bulgaria and Romania – ForeTech» форсайт определяется как формализованная методика оценки долгосрочных последствий реализуемых решений в сфере науки и технологий. Эксперты Australian Center for Innovation дает определение как систематическое размышление о будущем и воздействие на него.

Carlo Pietrobelli, Fernanda Puppato в своей статье «Technology foresight and industrial strategy»² «технологический форсайт и промышленная стратегия, по сути, преследуют одну и ту же цель и являются двумя сторонами одной медали, их необходимо разрабатывать и реализовывать согласованно».

Некоторые ученые³ подчеркивают, что в задачи форсайта не входит предсказание будущего или оценка реализуемости определенных сценариев. Форсайт призван расширить представления о движущих силах развития общества, повысить его готовность к неизбежным изменениям. «В процессе форсайта определяются будущие ситуации, к которым следует готовиться; намечаются стратегии, повышающие гибкость организаций и способствующие созданию адаптивного потенциала для предвосхищения перемен и успешного развития в динамично меняющемся мире». В целом форсайт-технологии представляют собой прогнозирование будущего, но в тоже время они отличаются от методов прогнозирования

Методология исследования. Теоретической и методологической основой исследования послужили фундаментальные концепции формирования и диверсификации туристского продукта, представленные в трудах отечественных и зарубежных ученых, Указы и Постановления Президента, Кабинета Министров, законодательные, директивные и нормативные акты, фактические данные о результатах производственно-хозяйственной деятельности туристских операторов, социологические методы, статистическая обработка материалов исследования.

Анализ и результаты. В туризме эффективными методами форсайт-технологий являются следующие:

1. Сценирование является традиционным методом, предполагающее формирование двух и более развернутых вариантов развития будущего национального туризма, является совокупностью альтернативных текстов, которые выстроены вокруг избранных плоттерных точек.

2. Метод futures workshops является инструментом проектирования, предполагает разработку множества альтернатив, а картины единственно идеального желаемого будущего и его плана реализации на практике.

3. Метод Дельфи, применяющийся для экспертизы и прогнозирования, заключающееся в структурировании и организации процесса групповой коммуникации,

¹ <https://apecctf.org/>

² <https://www.sciencedirect.com/journal/technological-forecasting-and-social-change>. Carlo Pietrobelli, Fernanda Puppato. Technology foresight and industrial strategy

³ Кэлоф Дж., Ричардс Г., Смит Дж. Форсайт, конкурентная разведка, бизнес аналитика – инструменты повышения эффективности отраслевых программ //Форсайт. 2015. Том 9. № 1. С. 68-81.

который направлен на формирование условий для эффективной деятельности группы экспертов, ориентированной на решение комплексной проблемы. Метод Дельфи использует повторяющиеся не зависящие опросы ряда экспертов, которые помогают в определении вероятности возникновения, значения и последствий факторов, событий и тенденций, которые связаны с комплексной проблемой. Преимущество данного метода заключается в возможности выработки развернутых, прозрачных и объективных результатов, которые не подвержены влиянию авторитетных участников обсуждений.

4. Картирование технологий, интегрирующий целый класс интеллектуальных методик, которые позволяют спрогнозировать развитие инновационных технологий. Этот метод проектирует план-сценарий развития технологий визуально в виде «карты», отмечает на этой «карте» вероятности и точки критических решений.

Таблица 1.

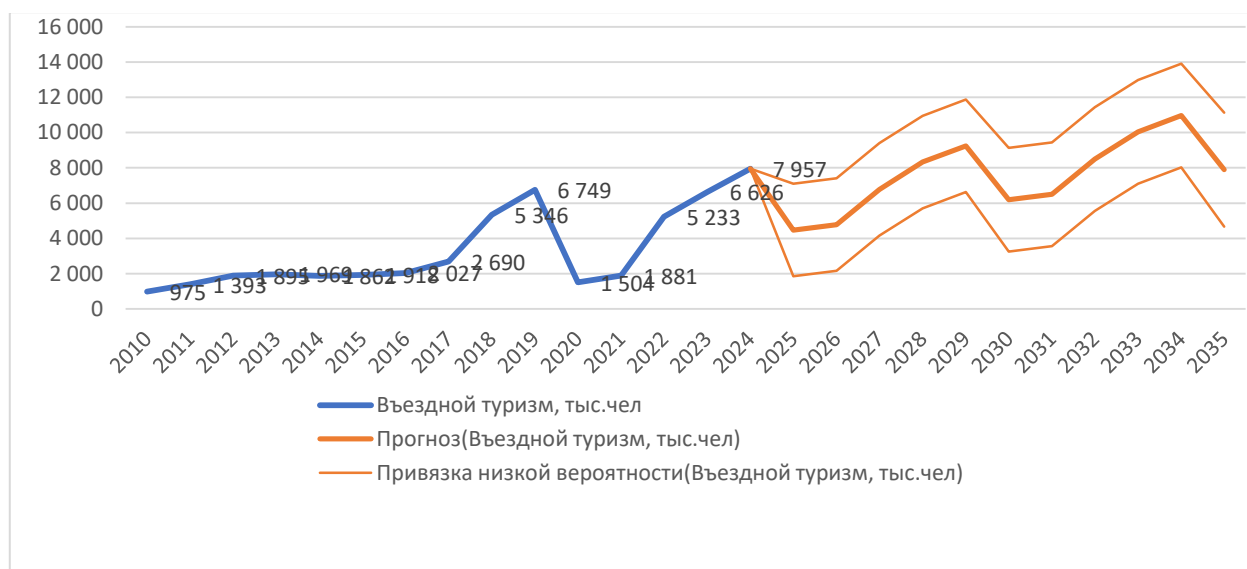
Применение сценарного моделирования в повышении конкурентоспособности национального туризма к 2035 году в Узбекистане

Показатель	Инновационно-ориентированный сценарий	Эволюционный сценарий	Инерционный сценарий
Туристский поток в страны, млн.чел.в год	15-20	8-10	5-6
Темпы роста туристского спроса,%	10-12	5-7	3-5
Средняя продолжительность пребывания туриста	7-10	5-7	3-5
Средние расходы туриста на посещение, дол.США	800-1000	500-700	300-400
Темп роста организованного туризма в стране,%	10-15	7-10	1-6
Уровень цифровизации	Полная интеграция платформ, онлайн-бронирований, AV/VR-гидов, «smart»города	Фрагментированная цифровизация (сайты, мобильные приложения, каналы)	Низкий уровень цифровизации, отсутствие интернета в отдаленных сельских, горных местностях.
Инфраструктура и уровень сервиса	Соответствие международным стандартам (4-5 звезды)	Постепенное улучшение (3-4 звезды)	Наличие пробелов в оказании услуг
Позиция страны в рейтингах конкурентоспособности	Топ 10-стран Азии	Медианное положение	Потеря позиций
Экономический вклад в ВВП,%	10-12	6-7	3-4

Согласно инновационно-ориентированному сценарию повышения конкурентоспособности национального туризма необходимо: масштабная и эффективная цифровизация отрасли туризма, расширение международных авиасообщений, вхождение Узбекистана в ТОП-10 направлений культурного туризма в Азии.

Согласно эволюционному сценарию для повышения конкурентоспособности национального туризма необходимо:

- Умеренное улучшение инфраструктуры и качества сервиса.



- Развитие нишевых направлений (гастрономия, этнотуризм, MICE-туризм).
- Стабильный рост турпотока на 5–7% ежегодно.
- Повышение средней продолжительности пребывания и расходов туриста.

Рис.1 Прогнозирование въездного туризма в Узбекистане до 2035 года на основе сценарного моделирования



Рис.2. Прогнозирование внутреннего туризма в Узбекистане до 2035 года на основе сценарного моделирования

Согласно инерционному сценарию повышение конкурентоспособности национального туризма могут сдерживать:

- Ограниченные реформы, слабая диверсификация турпродукта.
- Усиление конкуренции со стороны соседей.
- Зависимость от сезонного культурного туризма.
- Рост турпотока не выше 1–2% в год, потеря доли на рынке региона.



Рис.3. Прогнозирование уровня организованного туризма в Узбекистане до 2035 года на основе сценарного моделирования

На основе результатов PEST анализа применим метод Дельфи, основанный на учете мнения экспертов, функционеров в туроператорской деятельности.

1. **Первый раунд Дельфи.** Экспертам (турфирмы, гостиницы, госорганы, инвесторы, ассоциации) разосланы анкеты с вопросами:

А) Насколько вы согласны с оценкой вероятности (в %)?

Б) Насколько фактор реально влияет на конкурентоспособность (по шкале 1–5)?

В) Какие меры наиболее реалистичны?

2. **Агрегация результатов.** Рассчитано среднее мнение по каждому фактору (средняя вероятность, важность, ожидаемое влияние), определены расхождения (например, часть экспертов считает, что «колебание курса» критичнее, чем указано в таблице).

3. **Второй раунд.** Экспертам показаны усреднённые результаты и уточнены ответы.

Таблица 2.

№	Элементы матрицы Дельфи	Зона 1. Высокая вероятность и сильное влияние (Срочные меры)	Зона 2. Средняя вероятность и сильное влияние (Стратегические меры)	Зона 3. Средняя вероятность и умеренное влияние (Среднесрочные меры)
1	Факторы	Историческое наследие (возможность) □ Субсидии туроператорам (возможность) □ Инфраструктура в сёлах и горах (угроза) ● Политическая нестабильность в соседних странах (угроза) ●	Стратегия туризма до 2040 года □ Цифровые сервисы □ Дефицит кадров ●	Медицинский туризм □ Энергетический кризис ● Валютные колебания ●
2	Меры и перспективы	Создание национального бренда «Uzbekistan – Heart of the Silk Road»; Усиление продвижения культурного туризма через цифровые каналы. Запуск приоритетных	Цифровизация бизнес-процессов, разработка кадровой подготовки. Поддержка акселерационных	Инвестирование в wellness-центры и санатории (востребовано после COVID-19). Разработка «зелёные стандарты

	ГЧП-проектов по развитию инфраструктуры в сёлах, горах и у объектов наследия. Разработка кризисного плана по снижению репутационных рисков при региональной нестабильности (маркетинговая диверсификация рынков).	программ с университетами («Шёлковый путь»). Создание «цифровой платформы Silk Road» (онлайн-бронирование, AR/VR-гиды, big data).	туризма» (льготы на использование ВИЭ и электротранспорта). Применение хеджирования валютных рисков и мультивалютные расчёты в туроператорской деятельности.
--	---	---	--

На основе применения метода Дельфи экспертами определены ключевые элементы дорожной карты по повышению конкурентоспособности национального туризма с учетом тенденций роста внутреннего туризма и персонифицированного туризма.

Картирование технологий (Technology Roadmapping / Tech Mapping) в туризме Узбекистана можно использовать для того, чтобы увязать **технологические тренды с стратегическими целями развития отрасли (до 2035 года)**.

Картирование технологий в туризме Узбекистана (до 2035 г.)

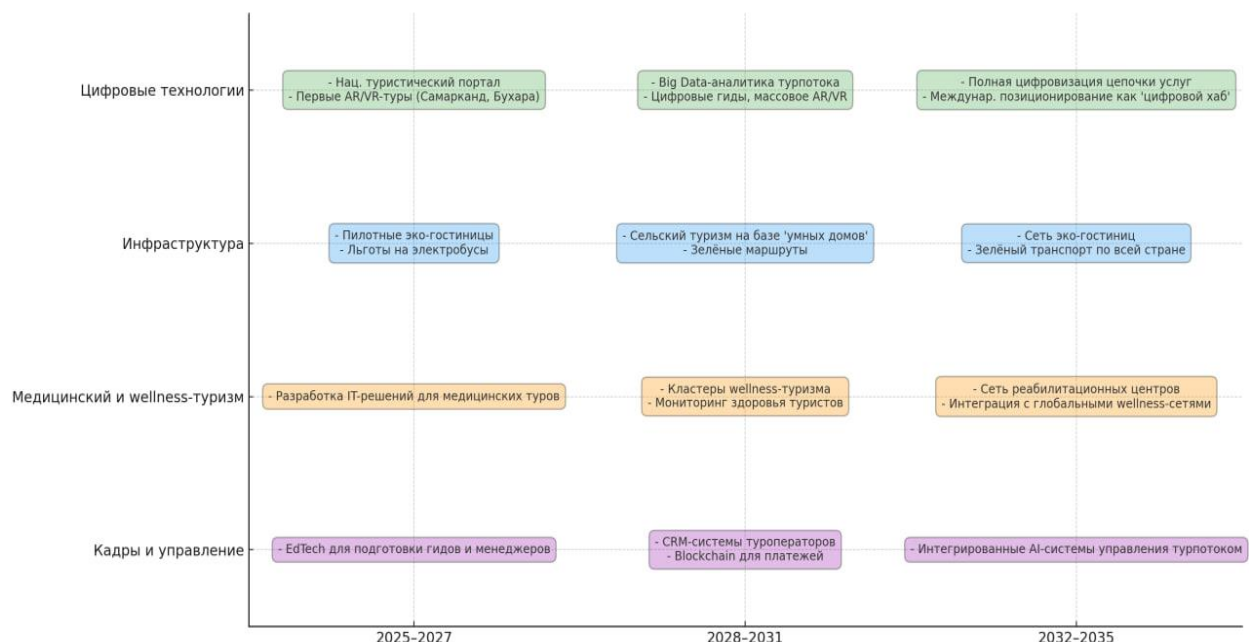


Рис.4.7. Картирование технологий в туризме Узбекистана

Выводы и предложения. Наиболее продолжительными являются форсайты дестинаций поскольку в них принимают участие от руководителей туристских предприятий до независимых экспертов, практики, ученые, представители государственных органов, регулирующих туризм. Форсайт технологии позволяют сформировать различные прогнозы развития туризма в стране на среднесрочный и долгосрочный периоды. Форсайт позволяет учитывать факторы, оказывающие влияние на развитие туризма в регионе, а также ключевые тренды и тенденции, которые только появляются на рынке туристских услуг. Таким образом, на сегодняшний день проведение форсайт-исследований является наиболее перспективным инструментарием в исследовании будущего различных отраслей экономики, науки и технологий, в том числе и туризма.

Список использованной литературы:

1. О туризме от 18 июля 2019 года: Закон Республики Узбекистан от 18 июля 2019 года №ЗРУ-549 // Национальный правовой информационный центр «Адолат» <https://www.lex.uz> -. <https://www.lex.uz/docs/18.07.2019>.

2. Статистический Бюллетень социально-экономического положения Республики Узбекистан в 2024 году. /Т: Агентства статистики при Президенте Республике Узбекистан, 2024.-124.

3. Ансофф, И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ. / Научн. ред. и автор предисл. Л.И.Евченко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.

4. Хусаинов У.Ф. Механизм развития конкурентных преимуществ национального туристского продукта в Узбекистане. //Узбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш муаммолари: Тез.докл. респ. науч. Конф. 21-25 мая 2001. – Самарканд, 2001. – С.67-70.

1. Kobilov , A.E.; Kurbonov, O.A.; Amirov, A.M.; Usmanova , DK The impact of investment on the economic development of Uzbekistan. Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems 2020 | Journal article DOI: 10.5373/JARDCS/V12SP7/20202317 EID: 2-s2.0-85088789723 Part of ISSN: 1943023X

2. Artificial Intelligence Powered Strategies to Enhance the Competitiveness of Healthcare Institutions in Uzbekistan. 2024 Ninth International Conference on Science Technology Engineering and Mathematics (ICONSTEM)<https://ieeexplore.ieee.org/xpl/conhome/10568576/proceeding>

D. Usmanova	D. Usmanova
Milliy turizmning raqobatqatchiligini oshirishda foresayt texnologiyalarini qo'llash xususiyatlari Annotatsiya. Ushbu maqolada istiqbolli rivojlanish yo'nalishlarini aniqlash va rivojlantirish, shu bilan mamlakatning turizm sohasidagi raqobatbardoshligini oshirish uchun texnologik yo'l xaritalari va manfaatdor tomonlar tahlili kabi oldindan ko'rish vositalaridan foydalanish muhokama qilinadi. Turizm oldindan ko'rish yaqinda rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda keng qo'llanila boshlandi. Innovatsion ekotizimlar shakllangan rivojlangan mamlakatlarda manzillarni oldindan ko'rish strategik rejalashtirish va samarali byudjet taqsimoti vositasidir. Kalit so'zlar: oldindan ko'rish, tashkiliy va texnologik oldindan ko'rish, stsenariy rejalashti-rish, Delfi usuli, xaritalash, yo'l xaritasi.	Features of the application of foresight technologies in increasing the competitiveness of national tourism Abstract. This article discusses the use of foresight tools, such as technological roadmaps and stakeholder analysis, to identify and develop promising development areas, thereby enhancing a country's competitiveness in the tourism sector. Tourism foresight has recently become widely used in both developed and developing countries. In developed countries with established innovation ecosystems, destination foresight is a tool for strategic planning and effective budget allocation. Keywords: foresight, organizational and technological foresight, scenario planning, Delphi method, mapping, roadmap.

Diyora Istamovna Ochilova – SamISI, MTM -125 guruh magistranti

Rayhona Sadriddinovna Amriddinova – Turizm kafedrası professori v.b, i.f.n

TURISTIK XIZMATLAR NOMODDIYLIGI VA ISTE'MOLCHI TAJRIBASI: SIFAT HAMDA QIYMATGA ASOSLANGAN BAHOLASH

Annotatsiya. Ushbu maqolada turistik mahsulot va xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari tahlil qilindi hamda xizmat sifati va narxni baholashda iste'molchiga yo'naltirilgan sifatli yondashuvlar yetarli qo'llanilmayotgani yoritildi. Tadqiqot natijalari turizm tashkilotlari uchun xizmat sifati oshirish, narx–qiymat mutanosibligini kuchaytirish va iste'molchi qoniqishini barqaror ravishda boshqarishga doir amaliy tavsiyalarni asoslaydi. Kalit so'zlar: turistik mahsulot, turizm xizmatlari, xizmatlar marketingi, xizmat sifati, narxni baholash, iste'molchi qoniqishi, turizm marketingi.
--

Kirish. Turizm sohasida turistik mahsulotlar va xizmatlar o'ziga xosligi bilan boshqa xizmat va tovar turlaridan farq qiladi. Turizm xizmatlari nomoddiy, vaqtga bog'liq va iste'mol qilinishi bilan bevosita auditoriya bilan o'zaro aloqada bo'lishga asoslangan xizmatlar bo'lib, ularning marketingi ham murakkab xususiyatlarga ega. Shuning uchun turizm marketingi tadqiqotlari

xizmatlarning sifatini aniqlash, ularni yaxshilash va iste'molchilar tomonidan qoniqish darajasini oshirish bilan bog'liq strategiyalarni ishlab chiqishga qaratilgan tadqiqotlarni talab qiladi. Xizmatlar marketingi va turizm xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlari haqida ko'plab tadqiqotlar olib borilgan. Xizmatlar marketingi nazariy jihatdan nomoddiylik, mijoz bilan bevosita muloqot, xizmat sifati va raqamli texnologiyalarning ahamiyati kabi xususiyatlar bilan tavsiflanadi. Nomoddiylik xizmatlar aniq moddiy tovar kabi ko'rinmaydi, balki mijozning tajribasi orqali qabul qilinadi. Bu turizm xizmatlarida juda muhim omil bo'lib xizmat qiladi, chunki turist tajribasi ko'pincha hissiyotlar va qadriyatlar orqali baholanadi. Aniqrog'i, turizm xizmatlari bozori turistik xizmatlar sifati va brendlash imkoniyatlarini o'rganadigan tadqiqotlarda xizmatlarning raqamli ekotizimlar, kirish imkoniyati va xizmat innovatsiyalari raqobatbardoshlikni shakllantiruvchi asosiy omillar ekanligi ko'rsatildi. Bu xususiyatlar turistik xizmatlar bozori sharoitida xizmat turlarini diversifikatsiya qilish va raqamli yondoshuvlarni qo'llash orqali barqaror o'sishni qo'llab-quvvatlaydi. Turistik xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari masalan, talabning juda elastik bo'lishi, mavsumiy o'zgarishlar, xizmatlar ishlab chiqarishning moslashuvchan emasligi va vaqt-makon jihatidan iste'molga bog'liqligini o'z ichiga oladi. Bu jihatlar marketing strategiyalarini ishlab chiqishda muhim omil bo'lib, ularni aniq tushunish xizmatlarni muvaffaqiyatli taklif qilish uchun zarurdir. Shuningdek, turizm sohasida xizmatlar paket shaklida taklif qilinadi, ya'ni turistik mahsulot yagona to'plamda bir qancha xizmatlardan iborat bo'lib, bu paket xizmatlar bir-birini to'ldiradi va bitta ijobiy tajriba yaratadi. Paketlash strategiyasi turizm kompaniyalariga bozor talabini yaxshiroq qondirishga yordam beradi. Mamlakatimiz olimlari tomonidan olib borilgan tadqiqot turistik xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari va turizm sohasidagi marketing tadqiqotlari bosqichlarini batafsil yoritadi. Tadqiqoda turizm xizmatlari bo'yicha birlamchi va ikkilamchi ma'lumotlar manbalari, xizmatlarning mavsumiy tebranishi, mijoz ehtiyojlarini aniqlash va xizmat sifatini baholash usullari tahlil qilingan. Bu turizm xizmatlarini chuqur o'rganishga imkon beradi va marketing strategiyalarini shakllantirishda muhim ilmiy asos bo'lib xizmat qiladi.

Marketing tadqiqotlari turizm xizmatlari sifatini oshirish va bozordagi talablarga moslashishda juda muhim rol o'ynaydi. Marketing tadqiqotlari yordamida xizmatlarni taklif qilishda mijoz qoniqishi, talablari va bozordagi tendensiyalar o'rganiladi. Masalan, so'nggi yillarda olib borilgan tadqiqotlarda ijtimoiy media marketingi turizm xizmatlari sifati va turistlarning xulq-atvoriga salbiy yoki ijobiy ta'sir ko'rsatadi degan xulosalar olingan. Bu tadqiqotlar anketalar orqali to'plangan ma'lumotlar asosida statistika yordamida baholangan. Turizm marketing tadqiqotlari, ayniqsa sifat tadqiqotlari, sifatni baholashda mos metodologiyalarni talab qiladi. Sifat tadqiqotlari asosan mijoz qoniqishi, xizmatlarni baholash mezonlari, xizmat sifati va raqobatbardoshlik tahlilini o'z ichiga oladi. Bunday tadqiqotlar anketalar va fokus-guruh intervyulari kabi sifatli tadqiqot metodlarini qo'llab-quvvatlaydi. Survey-based yondashuvlar orqali xizmat sifatining turli ko'rsatkichlari baholanadi va bu ko'rsatkichlarga asoslangan marketing strategiyalari ishlab chiqiladi. Marketing tadqiqotlarining turizm xizmatlari sifatini oshirishdagi roli haqida olib borilgan ilmiy maqolalar, xizmatlarning sifatini oshirishda mijoz ehtiyojlarini chuqur tushunish, xizmatlar paketini diversifikatsiya qilish va xizmatlar marketingi strategiyalarini takomillashtirish zarurligini ta'kidlaydi. Bu tadqiqotlar survey-based yondashuvlarni qo'llaydi va mijozlar fikrini baholash orqali xizmat sifati ko'rsatkichlarini aniqlaydi. Turizm marketingida sifat tadqiqotlari shuningdek turli sifat elementlarini o'rganadi, masalan, xizmat vaqtida mijozning qoniqish darajasi, xizmat taqdimoti, xizmat tezligi, raqamli xizmatlar tajribasi va boshqalar. Bu tadqiqotlar sifat ko'rsatkichlarini samarali oshirish uchun strategik qarorlar qabul qilishda asos bo'lib xizmat qiladi. Turistik mahsulot va xizmatlar marketingi o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lib, bu xizmatlar nomoddiylik, mijoz bilan bevosita aloqada bo'lish, taklifning mavsumiy tebranishi, xizmatlar paketining murakkabligi va xizmat sifati bilan bevosita bog'liqlikni o'z ichiga oladi. Xizmatlarning yuqori sifati turistik mahsulotga bo'lgan talabni oshiradi va mijozlar qoniqishini mustahkamlaydi. Shu bilan birga, xizmatlar marketingi tadqiqotlari bu xususiyatlarni baholash orqali bozorda muvaffaqiyatga erishish uchun zarur bo'lgan strategiyalarni ishlab chiqishga yordam beradi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Turistik xizmatlar nomoddiyligi nazariy asoslarini mamlakatimiz olimlaridan I. S. Tuxliyev chuqur tahlil qilishgan. Xizmatlarning turizm

sohasidagi o'ziga xos xususiyatlari haqida olimlardan U.Turdiyeva, M.Yusupova ishlarini sanab o'tish mumkin. Shu bilan birga chet el olimlari Park, J.Jeon va E.Jeon turizm xizmatlar moddiyligi bo'yicha nazariy tushunchalar berib o'tishgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqot turistik mahsulot va xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlarini aniqlash hamda iste'molchilar talabi, turistik mahsulot bahosi va marketing omillari nuqtai nazaridan baholashga qaratilgan bo'lib, sifatli, so'rovnoma asosidagi yondashuv qo'llanildi. Sifatli metodologiya tanlanganligi sabab, turizm xizmatlari nomoddiy bo'lib, ularning qiymati va sifati asosan iste'molchilarning subyektiv tajribasi va hissiy qoniqishi orqali aniqlanishi bilan izohlanadi. Ma'lumotlar turizm xizmatlaridan foydalangan respondentlar orasida tuzilgan so'rovnoma orqali yig'ildi va tematik tahlil yordamida tahlil qilindi. Tadqiqotda iste'molchilar talabi, turistik mahsulot bahosi va xizmat sifati asosiy tahliliy mezon sifatida qaraldi. Natijalar respondentlarning fikr va baholari asosida xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari, qoniqishga ta'sir qiluvchi omillar va marketing jihatlarini aniqlashga imkon berdi. Tadqiqotning cheklovlari respondentlarning subyektiv qarashlari va ma'lumotlar hududiy hamda mavsumiy jihatlarini to'liq qamrab olmasligi bilan bog'liq bo'ldi, biroq natijalar kelgusidagi chuqurroq ilmiy izlanishlar uchun muhim metodologik asos yaratadi.

Tadqiqot jarayonida quyidagi usullardan foydalanildi: ilmiy manbalarni tahlil qilish va umumlashtirish, sifatli tadqiqot usuli, yarim tuzilgan so'rovnoma, tematik tahlil usuli, taqqoslash va mantiqiy umumlashtirish. Tadqiqotda asosiy tahliliy mezonlar sifatida quyidagilar belgilandi: xizmat sifati, narx va qiymat mutanosibligi, iste'molchi qoniqishi, xizmat ko'rsatish jarayonidagi tajriba.

Tahlil va natijalar. O'tkazilgan sifatli so'rovnoma asosidagi tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, turistik mahsulot va xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari iste'molchilar tomonidan asosan xizmat sifati, narxning qabul qilinishi, xizmat ko'rsatish jarayonidagi tajriba va hissiy qoniqish orqali baholanadi. Respondentlarning fikrlariga ko'ra, turizm xizmatlari moddiy mahsulotlardan farqli ravishda faqat natija bilan emas, balki jarayonning o'zi bilan ham baholanadi. Bu holat turizm marketingida xizmatlar bilan bog'liq qarorlar qabul qilishda subyektiv omillar ustuvor ekanligini tasdiqlaydi. Iste'molchilar talabi turistik mahsulot va xizmatlarning shakllanishida asosiy determinantlardan biri hisoblanadi. Respondentlar turistik xizmatni tanlashda avvalo xizmat sifati va narx o'rtasidagi mutanosiblikka e'tibor qaratishini ta'kidlagan. Turistik mahsulot bahosi yuqori bo'lsa-da, agar xizmat sifati, qulaylik va umumiy tajriba iste'molchi kutgan darajada bo'lsa, bu holat salbiy qabul qilinmaydi. Aksincha, past narxli, ammo sifatsiz xizmatlar iste'molchilar qoniqishining pasayishiga olib kelishi aniqlangan. Ushbu natijalar xizmatlar marketingi nazariyasida ilgari surilgan “qiymatga asoslangan baholash” konsepsiyasini tasdiqlaydi. Turizm xizmatlarining mavsumiyligi va hududiy xususiyatlari iste'molchi xulq-atvoriga sezilarli ta'sir ko'rsatishini ko'rsatdi. Respondentlar turistik mahsulot va xizmatlarga bo'lgan talab mavsumga qarab keskin o'zgarishini qayd etgan. Bu esa turizm subyektlaridan moslashuvchan marketing strategiyalarini ishlab chiqishni, xizmatlar paketini diversifikatsiya qilishni va baholash siyosatini mavsumiy sharoitlarga moslashtirishni talab qiladi. Mazkur jihat amaliy nuqtayi nazardan turizm marketingida strategik rejalashtirishning muhimligini yana bir bor tasdiqlaydi. Respondentlar xodimlarning muomala madaniyati, tezkorligi va professionalligi turistik mahsulotning umumiy qabul qilinishiga kuchli ta'sir ko'rsatishini bildirgan. Bu holat xizmatlarning ajralmasligi va nomoddiyligi kabi klassik xizmatlar marketingi nazariyalariga to'liq mos keladi. Demak, turizm xizmatlarining sifati faqat infratuzilma yoki moddiy sharoitlar bilan emas, balki inson resurslari bilan ham bevosita bog'liqdir. Olingan natijalar mavjud ilmiy adabiyotlar bilan solishtirilganda, umumiy xulosalar uyg'un ekanligi kuzatildi, biroq ayrim jihatlarida bilimlar bo'shlig'i ham aniqlandi. Xususan, ko'plab tadqiqotlar turizm xizmatlari sifatini miqdoriy ko'rsatkichlar asosida baholagan bo'lsa, mazkur tadqiqot iste'molchilarning subyektiv tajribasi va hissiy baholariga chuqurroq e'tibor qaratdi. Shu nuqtayi nazardan, xizmat sifati va baho munosabatining psixologik jihatlarini hali yetarli darajada o'rganilmaganligini ta'kidlash mumkin. Bundan tashqari, mahalliy turizm bozori sharoitida sifat tadqiqotlariga asoslangan empirik izlanishlar cheklangan bo'lib, bu sohada kengroq va tizimli tadqiqotlar olib borish zarurati mavjud. Amaliy jihatdan tadqiqot natijalari turizm subyektlari uchun muhim xulosalarni taqdim etadi. Xususan, turistik mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqishda iste'molchilar talabini chuqur o'rganish, xizmatlar paketini

moslashtirish va baholash siyosatini xizmat sifati bilan uyg'unlashtirish zarurligi aniqlanadi. Nazariy jihatdan esa mazkur tadqiqot xizmatlar marketingi va turizm marketingi doirasida sifat tadqiqotlarining ahamiyatini yana bir bor asoslab beradi. Kelgusidagi tadqiqotlar uchun bir qator yo'nalishlar taklif etilishi mumkin. Avvalo, turistik mahsulot va xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlarini hududlar kesimida solishtirma tahlil qilish maqsadga muvofiqdir. Shuningdek, sifat va miqdoriy tadqiqotlarni birlashtirgan aralash metodologiyalar orqali xizmat sifati va iste'molchi qoniqishini yanada chuqurroq o'rganish imkoniyati mavjud. Raqamli texnologiyalar va onlayn platformalarning turizm xizmatlariga ta'sirini sifatli yondashuvlar orqali tahlil qilish ham dolzarb yo'nalishlardan biri hisoblanadi.

Ilmiy-nazariy jihatdan, turizm marketingi tadqiqotlarida sifatli, survey-based yondashuvlarni kengroq qo'llash va iste'molchilar tajribasini markaziy tahlil obyekti sifatida qarash tavsiya etiladi. Amaliy nuqtayi nazardan esa turizm tashkilotlariga xizmatlar sifatini oshirishda xodimlar malakasini rivojlantirish, moslashuvchan baholash strategiyalarini joriy etish va iste'molchilar fikrini muntazam ravishda o'rganishga asoslangan marketing qarorlarini qabul qilish tavsiya etiladi. Ushbu takliflar turistik mahsulot va xizmatlarning raqobatbardoshligini oshirish hamda barqaror rivojlanishni ta'minlashga xizmat qiladi.

Xulosa va takliflar. Mazkur tadqiqot turistik mahsulot va xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlarini sifatli, so'rovnoma asosidagi yondashuv orqali tahlil qilib, turizm marketingida iste'molchilar talabi, turistik mahsulot bahosi va xizmat sifati o'rtasidagi murakkab o'zaro bog'liqlikni aniqlashga xizmat qildi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, turizm xizmatlari nomoddiyligi, mavsumiyliigi va inson omiliga yuqori darajada bog'liqligi sababli iste'molchilar tomonidan asosan subyektiv tajriba va hissiy qoniqish asosida baholanadi. Ayniqsa, xizmat sifati va baho o'rtasidagi mutanosiblik turistik mahsulotning qabul qilinishida hal qiluvchi omil sifatida namoyon bo'ldi. Olingan natijalar xizmatlar marketingi nazariyasini boyitib, turizm sohasida sifat tadqiqotlarining ilmiy ahamiyatini tasdiqlaydi hamda turizm tashkilotlari uchun amaliy jihatdan iste'molchi markazlashgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish zarurligini ko'rsatadi. Shu bilan birga, tadqiqot mavjud ilmiy adabiyotlarda yetarli darajada o'rganilmagan, ya'ni mahalliy turizm bozori sharoitida iste'molchilarning subyektiv baholari va hissiy tajribalariga asoslangan empirik izlanishlar kamligini aniqlab berdi. Kelgusida olib boriladigan tadqiqotlarda turistik mahsulot va xizmatlarning hududiy, madaniy hamda raqamli muhit bilan bog'liq xususiyatlarini chuqurroq o'rganish, shuningdek, sifat va miqdoriy metodlarni uyg'unlashtirgan kompleks tadqiqotlarni amalga oshirish turizm marketingi nazariyasi va amaliyotini yanada rivojlantirishga xizmat qiladi.

Xulosadan kelib chiqqan holda quyidagi amaliy takliflarni kiritishimiz mumkin:

1. Turizm tashkilotlari xizmat sifatini oshirishda xodimlar malakasini muntazam ravishda rivojlantirish.
2. Narx belgilashda qiymatga asoslangan baholash yondashuvini qo'llash maqsadga muvofiq.
3. Iste'molchi fikrini muntazam o'rganish asosida moslashuvchan marketing strategiyalarini ishlab chiqish.
4. Mavsumiy talabni inobatga olgan holda xizmatlar paketini diversifikatsiya qilish.
5. Kelgusida sifat va miqdoriy metodlarni uyg'unlashtirish maqsadida kompleks tadqiqotlar olib borish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Tuxliyev I.S. va bosh. Turizm: nazariya va amaliyot. Darslik. 2024.
2. Turdiyeva, U. Xizmatlarning turizm sohasidagi o'ziga xos xususiyatlari. International Innovation and Research Journal. 2025.
3. Yusupova, M. Turistik xizmatlar bozorining xususiyatlari. Green Economy and Development Journal. 2024.
4. Park, J., & Jeong, E. Service Quality in Tourism: A Systematic Literature Review. Sustainability. 2019.
5. The influence of social media marketing on the quality of hotel services and the behavioral intentions of tourists. 2025.

Д. Очилова, Р. Амриддинова Нематериальность туристических услуг и опыт потребителя: оценка на основе качества и ценности Аннотация. В статье проанализированы специфические особенности туристических продуктов и услуг в контексте туристического маркетинга и раскрывается научный пробел, связанный с ограниченным применением качественных, ориентированных на потребителя подходов при оценке качества услуг и ценообразования. Сделанные выводы формируют практические ориентиры для туристических организаций по повышению качества сервиса, укреплению соотношения «цена–ценность» и росту удовлетворённости потребителей. Ключевые слова: туристический продукт, туристические услуги, маркетинг услуг, качество услуг, оценка цены, удовлетворённость потребителей, туристический маркетинг.	D.Ochilova, R.Amriddinova Intangibility of Tourism Services and Consumer Experience: A Quality- and Value-Based Assessment Abstract. This article examines the distinctive features of tourism products and services in the context of tourism marketing and addresses a knowledge gap caused by the limited use of qualitative, consumer-oriented approaches to service quality assessment and pricing. The findings provide practical guidance for tourism organizations on improving service quality, strengthening the price–value alignment, and enhancing customer satisfaction. Keywords: tourism product, tourism services, service marketing, service quality, pricing evaluation, customer satisfaction, tourism marketing.
--	---

Оқила Сатимбаева – СамИСИ, туризм ва меҳмондўстлик йўналиши магистранти.

ЭЛЛИКҚАЛЪА ТУМАНИДА ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИАТЛАРИ

Аннотация. Ушбу мақолада Қорақалпоғистон Республикаси Эллиққалъа туманида туризмни ривожлантириш истиқболлари таҳлил этилади. Туманнинг бой қадимий тарихий-маданий мероси, хусусан, Аяз-Қалъа, Тупроққалъа ва Катта Гулдурсун қалъаси каби қадимий тарихий ёдгорликлар, шунингдек Норинжон Бобо ва Кечирмас Ота зиёратгоҳлари, Ақчақўл рекреацион зонаси ҳамда саҳро ландшафтлари сингари туристик объектлардан унумли фойдаланишга оид таклиф ва тавсиялар баён этилади. Калит сўзлар: объект. турист, салоҳият, тарихий, ёдгорликлар, саҳро ландшафти.

Кириш. Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш давлат сиёсатининг жуда муҳим йўналишларидан биридир. Юртимизда мавжуд тарихий-маданий мерос, табиий бойликлар ва миллий урф-одатлар хорижий сайёҳларни ҳамма вақт ўзига жалб қилиб келмоқда. Хусусан, Эллиққалъа тумани ўзининг қадимий қалъалари, бетакрор саҳро манзаралари ва зиёрат масканлари каби истиқболли туристик объектлари билан машҳур. Мазкур мақолада туманнинг туристик салоҳияти, мавжуд имкониятлари ва ривожланиш истиқболлари ҳақидаги мулоҳаза ва таклифлар баён қилинади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Мазкур мақолани тайёрлашда Хоразм ҳудудининг тарихий ва маданий меросини ўрганишга бағишланган фундаментал илмий манбалардан фойдаланилди. Жумладан, Тура Киличевнинг “Энг қадимги замонлардан XX асрнинг 30-йилларига доир Хоразм маданияти тарихи ва этнографик очерклар” асари Эллиққалъа туманидаги тарихий обидалар ва маданий жараёнларни тарихий-этнографик жиҳатдан таҳлил қилишда асосий манба бўлиб хизмат қилди [1]. Шунингдек, С.П.Толстойнинг “Қадимги Хоразм цивилизациясини излаб” асари орқали қадимги Хоразм цивилизацияси, археологик ёдгорликлар ва қалъаларнинг илмий аҳамияти очиб берилди ҳамда уларнинг туризм учун қимматли жиҳатлари асосланди [2]. Бундан ташқари, мавзуни толдириш ва замонавий ҳолатини ёритиш мақсадида, расмий интернет саҳифалари манбалардаги маълумотлардан фойдаланилди. Ушбу манбалар Эллиққалъа туманининг бугунги туристик инфратузилмаси ва ривожланиш жараёнларини ёритишда қўшимча ахборот манбаи бўлиб хизмат қилади [3,4,5] .

Тадқиқот методологияси. Мақолада Эллиққалъа туманининг туристик салоҳиятини ўрганиш учун аналитик ва таққослаш методлари қўлланилди. Тарихий

ёдгорликлар, зиёратгоҳлар ва рекреацион ҳудудлар ҳақидаги мавжуд маълумотлар, шунингдек расмий интернет саҳифалари таҳлил қилинди. Тадқиқот давомида ҳудудда ишчи ўринлар яратиш, туристларни жалб қилиш, мавжуд муаммолар ва уларни ҳал қилиш бўйича таклифлар ишлаб чиқилди. Бу методология ҳудуднинг туризм имкониятларини илмий асосда баҳолаш ва ривожлантириш истиқболларини аниқлашга хизмат қилди.

Таҳлил ва натижалар Эллиққалъа тумани қадимдан “қалъалар юрти” сифадида танилган. Бу ерда қадимий Хоразм давлати давридан қолган кўплаб археологик ёдгорликлар бор. Ҳозирги кунда Эллиққалъада тахминан 20 та қалъа мавжуд. Улар орасида Аяз-Қалъа қадимги мудофаа қалъаси бўлиб, ўз даврида йирик стратегик аҳамиятга эга бўлган. Аяз-Қалъа шаҳар ҳам эмас, балки ҳарбийларга турадиган мудофаа маскани бўлган, бу қалъада ўша даврдаги Кушон давлатининг қўшини жойлашган. Бу қўшин империя шимолий чегарасининг бир қисmini назорат қилиб турган. Бу қалъада кўплаб археологик ёдгорликлар топилган. Милодимизнинг 1-2-асрларига оид Аяз-Қалъадан топилган аёлларга тегишли турли хил ҳайкалчаларидан бир қисми ялонғоч бўлиб ҳиндча билакузук таққан кўринишда тасвирланган, қолган яна бир қисми эса кийим билан ^[6]. Ўтирган ҳолатда тасвирланган ялонғоч эркак ҳайкалчалари ҳам будда ҳайкалчасига ўхшаш эканлиги билан алоҳида эътибор қаратади. Ҳозирги кунда Аяз-Қалъа археологлар ва сайёҳлар учун қизиқарли объект сифатида кўплаб туристларнинг эътиборини тортмоқда.

Тупроққалъа-Эллиққалъа даҳасининг ғарбида жойлашган Тупроққалъа милодимизнинг 3-асрида Кушон империясидан ажралиб чиқиб, мустақилликни қўлга киритган Хоразм пойтахти бўлиб яшнаб турган [7]. Бу қалъанинг пойдевори қум-ғишт билан тўлдириб қурилган, бу қалъани нам ва нам олиб келадиган туз таъсиридан сақлашда қадимги хоразмликларга хос хусусият эканлиги исботланган. Бу қалъада қадимдан ҳукмдорлар қароргоҳи жойлашган. Бундай ном берилишига қалъаларнинг бир-бирига яқин жойлашганлиги сабаб бўлган.

Тупроққалъада археологик қазилма ишларини олиб борилган ва бу жараён Тупроққалъани бир қатор диний маросимлар маркази эканлигидан ва зардўштийликга ҳос будхона иншоотлари қурилганлигидан далолат берган [8]. Яна бир нарсани таъкидлаш керакки, Фонд Форум ва юртимиздаги ЮНЕСКО ваколатхонасининг энг йирик лойиҳалардан бири “Асрлар садоси” фестивали 2012-йил 5-6-май кунлари Эллиққалъа туманида Тупроққалъада ўтказилган. Бу фестивал бутун дунё бўйлаб туристларнинг диққат эътиборида бўлди. Мазкур фестивал Эллиққалъа туманида туристик оқимга ҳам сезиларли таъсир кўрсатди. “Тупроққалъада асрлар садоси” фестивали туристларга тарихий маълумот, эстетик завқ, илмий маърифат, визуал қизиқиш ва чуқур эмоционал таасурот берди. Фестивалнинг энг самарали жиҳатларидан бири, ҳудудни маҳаллий ва хорижий туристлар орасида машҳур қилди, иқтисодий томондан фойда келтирди, узок муддатли туризм ривожланишига хизмат қилди. Бугунги кунгача, туманга кўплаб туристлар бу қалъани томоша қилишга ташриф буюрмоқда.

Катта Гулдурсун қалъаси Эллиққалъа ҳудудининг энг муҳм тарихий ва археологик объекти бўлиб нафақат илмий, балки туристик нуктаи назардан ҳам катта қийматга эга. Бу қалъа милоддан аввалги 4-5-асрларда пайдо бўлган. Қалъа нотўғри тўртбурчак шаклда ва майдони жиҳатдан катта ва йирик. Гулдурсун қалъаси ҳақида кўплаб афсона ва қиссалар тўқилган. Яқин кунларгача аҳоли ўртасида бу жойга қарғиш теккан, қалъанинг тагида яширин йўл бор, уни аждарҳо қўриқлайди, кимда ким Гулдурсун қалъасини ҳазиналарини топишга ҳаракат қилса, ҳалок бўлади [9], деган инсонлар ўртасида тушунчалар бор эди.

Археологлар қалъада изланишлар давомида кўплаб ўрта аср ва қадимий даврга оид бронза асбоблари, тақинчоқлари, қадимий буюмлар ҳамда ўрта асрларга тегишли тангалар топишган. Ҳозирги кунда туристларни ўзига жалб қиладиган нарса бу қалъанинг катта ва улкан кўриниши, тарихий атмосфера, фотосурат олиш имкониятлари, экскурсия маршрутлари борлигидир. Мазкур қалъада йирик меъморий ёдгорликларнинг борлиги миллий –маънавий меросимизни асрашга ва туристларни жалб қилишга ёрдам беради.

Булардан ташқари Норинжон Боба ва Кечирмас Ота сингари муқаддас зиёратгоҳлар ҳам туманда зиёрат туризmini ривожлантиришда муҳим аҳамият касб этади. Шунингдек, тумандаги “Норинжон бобо” ва “Кечирмас ота зиёратгоҳи ва шифо маскани”, архео-

логик ёдгорликларга ҳамда бошқа туристик объектларга 50 минг нафардан ортиқ зиёратчини жалб қилиш ва уларга қулай шарт-шароитлар яратиш бўйича ишлар олиб борилмоқда[10]. Бу ерга Ўзбекистоннинг турли вилоятларидан одамлар ташриф буюрадилар. Халқ орасида шундай гап борки, бу муқаддас жойларга борган инсон дардларига шифо топиши, соғлиги яхшиланиши ҳақида ривоятлар кенг тарқалган. Шу сабабли ҳам касалликдан фориғ бўлиш ёки фаровонлик тилаш мақсадида ташрифлар кўп бўлади.

Шунингдек бу зиёратгоҳларга яъни Норинжон Бобо ва Кечирмас ота мазор кўрғонлари қадимий тарихга эга. Норинжон Бобонинг мазори ва хонақоқи 14-асрга бориб тақалади. Тарихчи олим Тўра Киличев маҳаллий фуқаро, 86 ёшли Мулла Абдуллаевнинг берган маълумотларини ўз китобида қуйдагича ёзади. “XX асрнинг ўрталарида Хонқалик Атовулло эшоннинг отаси эски Норинжон шаҳри қолдиқлари ўрнашган қумтепаликда ўз қўйларини боқаётган чўпоннинг қўй ўталарида ухлаётганида бу ердаги қабр Абдулла Норинжон валийники эканлиги тушига киради. Эшон шу кундан бошлаб бу қабрни қумбарханлардан тозалатади, янгидан қабр ва хоналарни сувоқ қилдиради, кейин эса уни зиёрат қилишга бутун Хоразм воҳаси аҳолисини жалб қилади. Шунинг учун ҳам Норинжон Бобо мазорига эшоннинг отаси, кейин эшон ва унинг авлоди ҳақиқий меросхўр ҳисобланган. Бизни қизиқтирган томони шундаки, кўрсатиб ўтилган ривоят, афсона ва манбаларда Норинжон шаҳри номи “Абдулла Норинжон валий”, “Норинжон авлиё”, “Норинжон Бобо” каби номлар билан алмаштирилиб келинган. Шаҳарнинг нима учун бу номнинг муқаддаслаштирилганлиги ҳақидаги биронта ҳам далил мавжуд эмас [11].

Сайёҳлар ва тадқиқотчилар уларни қадимий ёдгорлик сифатида ўрганишади. Мазкур зиёрат жойлари одатда ҳотиржамлик, табиат билан уйғунлашган жойларда жойлашган. Бу эса келаётган туристларга осойишталик ва маънавий руҳий озуқа бағш этади. Шунинг учун ҳам бу зиёратгоҳларга диний эътиқод, шифо, орзу-ният, тарихий қизиқиш ва руҳий саломатлик сабаб, ташриф буюришади.

Элликқалъа тумани нафақат қадимий ёдгорликлари, балки табиий гўзаллик ва рекреацион имкониятлари билан ҳам сайёҳларни ўзига жалб этади. Хусусан, Ақчақўл ҳудуди рекреацион зона сифатида ҳозирда жадал ривожлантирилмоқда. Нафақат бу ерда дам олиш, балки спорт билан шуғулланиш имкониятлари мавжуд. Шунингдек, сайёҳлик фирмалари томонидан чет эллик туристлар учун халқ миллий кўйлари ва ўйинлари ташкил қилиб берилмоқда. Дам олиш масканида 40 кишилиқ ўтовлар ва 80 кишилиқ ҳостеллер куриб фойдаланишга топширилган. Халқ орасида шундай гап борки, бир пайтлар Чингизхон ўлкамизни босиб олишга келганда қўл остига улкан ҳазинасини яширган экан [12]. Албатта бу ривоятларда ҳақиқат борми, ёки йўқ, буни ҳозир ҳеч ким аниқ айта олмайди. Аммо шуни аниқ айта олиш мумкинки, тадбиркорлик ва туристларни жалб қилиш ишлари тўғри ташкил қилинса, Ақчақўлда анча молиявий фойда кўриш мумкин бўлади. Бу ерда чўмилиш масканлари, спорт ва вело-йўлаклар, дам олиш масканлари, қайиқлар, амфитеатр каби объектлар барпо этилиши туристларга қулай шароит яратади. Шунингдек, чўл ландшафтлари экологик ва саргузашт туризми ихлосмандлари учун ноёб имконият ҳисобланади.

Сўнгги йилларда Элликқалъа туманида туризмни қўллаб-қувватлаш бўйича кенг камровли ишлар амалга оширилмоқда. Жумладан, транспорт ва коммуникация тармоқлари янгиланмоқда, ичимлик суви ва электр таъминоти яхшиланмоқда, Замонавий технологияларга жавоб берадиган Афросиёб тезюлар поезди қатновлари йўлга қўйилмоқда. Шунингдек, тарихий обидаларни сақлаш ва таъмирлаш ишлари олиб борилмоқда.

Туманнинг туристик салоҳияти юқори бўлса-да, бугунги кунда унумли фойдаланилмаяпти, бизнингча бунинг сабаблари қуйдагилардир: аввало, туристик объектларга элтувчи туристик транспорт ва йўллари талабга жавоб бермаслиги шунингдек, меҳмон уйлари чекланганлиги, хизмат кўрсатиш сифати ва маркетинг фаолиятининг сустлиги шулар жумласидандир. Бундан ташқари, тарихий обидаларни, зиёрат объектларини муҳофаза қилишга бўлган эҳтиёжлар мавжуд. Мазкур муаммоларни бартараф этиш орқали Элликқалъа туманида туристик объектлардан унумли фойдаланишга замин яратилади.

Хулоса ва таклифлар. Элликқалъа туманида туризмни ривожлантириш учун:

- биринчидан, тарихий қалъалар ва ёдгорликларни реставрация қилиб, уларни экскурсиялар учун тайёрлаш керак;
 - иккинчидан, меҳмонхоналар, хостеллер ва туристик масканларни модернизация қилиш, уларни бир нечта тилларда хизмат кўрсатадиган ходимлар билан таъминлаш муҳим;
 - учунчидан, сайёҳлар учун маҳаллий ошхона, ҳунармандчилик ва маданий тадбирларга бевосита қатнашиш ва кузатиш учун муҳит яратиш керак;
 - тўртинчидан, сайёҳлар учун турли тилларда буклетлар яратиш лозм. Туристик маршрутларни яратиш, йўл инфратузилмаларини яхшилаш ва рақамли технологиялар-мобил иловалар, веб сайтлар орқали тарғиб қилиш ҳам ишларни самарали қилади.
- Ёшларни ва маҳаллий аҳолини туризм хизматларига жалб қилиш, касб-ҳунар марказлари орқали меҳмондўстлик ва хизмат кўрсатиш бўйича тайёрлаш ҳам муҳимдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Т.Қиличев “Энг қадимги замонлардан XX асрнинг 30-йилларига доир Хоразм маданияти тарихи ва этнографик очерклар”. Урганч “Хоразм” нашриёти, 2020. 56-14-47-бет.
2. С.П Толстой “Қадимги хоразм цивилизациясини излаб”. Тошкент, “Янги аср авлоди”, 2014. 30-бет .
3. Газета.уз. “ Асрлар садоси-2012” <http://www.gazeta.uz/uz/2012/03/14/asrlarsadosi/>.
4. Д.Абибуллаев, М.Ҳабибуллаев. Эллиққалъа –туризм ўчоғига айланади. <https://share.google/igO22F5RkM0Og4vx8> .
5. Хабар.уз Ақчага бой Ақчақўл-Эллиққалъадаги кўл сирини биласизми? <https://share.google/6br3JoH2ovrCs011X> .
6. Т.Қиличев “Энг қадимги замонлардан XX асрнинг 30-йилларига доир Хоразм маданияти тарихи ва этнографик очерклар”. Урганч “Хоразм” нашриёти, 2020. Б.56.
7. Т.Қиличев “Энг қадимги замонлардан XX асрнинг 30-йилларига доир Хоразм маданияти тарихи ва этнографик очерклар”. Урганч “Хоразм” нашриёти, 2020. Б.14
8. “Асрлар садоси-2012”. <https://www.gazeta.uz/uz/2012/03/14/asrlarsadosi/>.
9. С.П. Толстой “Қадимги Хоразм цивилизациясини излаб”. Тошкент, “Янги аср авлоди”, 2014. Б.30.
10. Эллиққалъа-туризм ўчоғига айланади. <https://share.google/igO22F5RkM0Og4vx8>
11. Т.Қиличев “Энг қадимги замонлардан XX асрнинг 30-йилларига доир Хоразм маданияти тарихи ва этнографик очерклар”. Урганч “Хоразм” нашриёти. 2020. Б.47.
12. Ақчага бой Ақчақўл-Эллиққалъадаги кўл сирини биласизми? <https://share.google/6br3JoH2ovrCs011X>.

О. Сатимбаева Возможности развития туризма в Эллиққалъа райони	O. Satimbaeva Development possibilities of tourism in the Ellikkala district
Аннотация. В данной статье анализируются перспективы развития туризма в Эллиққалъа райони Республики Каракалпакстан. Представлены основные предложения и рекомендации по продуктивному использованию богатого древнего историко-культурного наследия района, в частности, древних исторических памятников, таких как Аяз-Кала, Тупроккала и Великая крепость Гулдурсун, а также туристических объектов, таких как святые Наринжон Бобо и Кечирмас Ата, зона отдыха Акчакуль и пустынные ландшафты. Ключевые слова: объект. туристический, потенциальный, исторический, памятники, пустынный ландшафт.	Abstract. This article analyzes the prospects for the development of tourism in the Ellikkalā district of the Republic of Karakalpakstan. The article presents the main proposals and recommendations for the productive use of the rich ancient historical and cultural heritage of the district, in particular, ancient historical monuments such as Ayaz-Kala, Tuprokkalā and the Great Guldursun Fortress, as well as tourist sites such as the shrines of Narinjon Bobo and Kechirmas Ata, the Akchakul recreational zone and desert landscapes. Keywords: object. tourist, potential, historical, monuments, desert landscape.

Nilufar Xabibjonovna Xolboyeva – SamISI, Turizm va mehmondo‘stlik yo‘nalishi

1-bosqich magistri,

Rayhona Sadriddinova Amriddinova – SamISI, “Turizm” kafedrası professori v.b., i.f.n.

MIJOZNI USHLAB QOLISH VA YANGI MIJOZ JALB QILISHDA SODIQLIK DASTURINING O‘RNI (Hilton Worldwide misolida)

Annotatsiya. Maqolada mehmondo‘stlik sanoatida mijozlarni ushlab qolish va jalb etishda sodiqlik dasturlari roli Hilton Worldwide misolida tahlil qilingan. Tadqiqot Hilton Honors dasturining tuzilishi, funksional imkoniyatlari va mijoz xatti-harakatlariga ta‘sirini baholaydi. Natijalar ushbu dastur raqamli innovatsiyalar, shaxsiylashtirilgan xizmatlar va imtiyozlar tizimi orqali mijoz sodiqligini oshirishda samarali ekanini ko‘rsatadi. Shuningdek, dastur kompaniyaning moliyaviy barqarorligi va to‘g‘ridan-to‘g‘ri bronlar ulushini oshirishda strategik ahamiyatga ega ekanini aniqlanadi. Maqola sodiqlik dasturlarini takomillashtirish bo‘yicha amaliy tavsiyalarni ham taqdim etadi.

Kalitso‘zlar: sodiqlik dasturi, mehmondo‘stlik sanoati, mijozlarni jalb etish, mijozlarni ushlab qolish, imtiyozlar, shaxsiylashtirilgan xizmatlar, raqamli xizmatlar, innovatsiyalar.

Kirish. Mehmondo‘stlik sanoatida raqobatning keskin kuchayishi kompaniyalarni mijozlar bilan barqaror va uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirishga majbur qilmoqda. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, yangi mijozni jalb qilish mavjud mijozni ushlab qolishdan bir necha baravar qimmatroq. Shu bois mehmonxona tarmoqlari uchun sodiq, qayta-qayta xizmatdan foydalanadigan mijozlar bazasini yaratish strategik ahamiyat kasb etadi. Mijoz bilan mustahkam munosabat shakllanganda, u raqobatchilar taklifiga kamroq e‘tibor qaratadi va tanlovida barqarorlik namoyon qiladi.

Mijozlar nuqtayi nazaridan sodiqlik dasturlari kompaniya tomonidan taqdim etilayotgan mukofot va e‘tirof sifatida qabul qilinadi. Bunday dasturlar ularda brendga nisbatan ijobiy hissiyot uyg‘otadi, qayta xarid qilishga undaydi va tanlov jarayonida ishonch beradi. Shu sababli sodiqlik dasturlari mehmonxona biznesida nafaqat rag‘batlantiruvchi vosita, balki mijoz xatti-harakatlarini boshqaruvchi mexanizm sifatida ham muhim o‘rin tutadi (M.Ikramov va N.Sharopova, 2024¹).

Sodiqlik dasturlarining shakllanishi 1980-yillarga borib taqaladi. Dastlab aviakompaniyalar tomonidan joriy etilgan “frequent flyer” dasturlari mehmonxonalar uchun ham kuchli raqobat vositasiga aylandi. Raqobat kuchaygani sari mehmonxonalar mijozni qayta jalb qilishning yangi usullarini izlay boshladi va natijada turli bonuslar, bepul tunlar, yangilanishlar va eksklyuziv takliflarni o‘z ichiga olgan sodiqlik tizimlari shakllandi. 1990–2000-yillarga kelib Hilton, Marriott, Hyatt kabi global brendlar sodiqlik dasturlarini strategik darajaga ko‘tardi. Raqamli texnologiyalar rivojlanishi esa ushbu dasturlarni yanada takomillashtirdi: mobil ilovalar, shaxsiylashtirilgan takliflar, ma‘lumotlar tahliliga asoslangan xizmatlar paydo bo‘ldi².

Sodiqlik dasturlari kompaniyaga ikki tomonlama foyda keltiradi. Bir tomondan, kompaniya muntazam xarid qiluvchi mijozlarga chegirmalar, erta kirish huquqi, eksklyuziv aksiyalar kabi imtiyozlar taqdim etadi. Buning evaziga kompaniya mijozlarning afzalliklari, xarid tendensiyalari va qoniqish darajasi haqidagi qimmatli ma‘lumotlarni to‘playdi. Ushbu ma‘lumotlar keyinchalik tahlil qilinib, strategik qarorlar qabul qilishda asos bo‘lib xizmat qiladi. Eng muhimi, bu jarayon kompaniya uchun arzon va samarali bo‘lib, tashqi manbalardan ma‘lumot yig‘ishga ehtiyojni kamaytiradi. Ikkinchi tomondan, mijozlar sodiqlik dasturi orqali chegirmalar, bonuslar, kuponlar va boshqa imtiyozlarni qo‘lga kiritadilar.

Mehmondo‘stlik sohasida sodiqlik dasturlarining asosiy maqsadi — mijozni qayta-qayta mehmonxonaga jalb qilishdir. P. Verfoef va boshqalar³ (2003) tomonidan qilingan tadqiqot shuni ko‘rsatadiki, sodiqlik dasturi ishtirokchilari ko‘proq xarajat qiladi, brendga yuqori darajada sodiq

¹https://www.researchgate.net/publication/388779640_Ukuv_kullnma_Mizozlararo_munobatlarni_boskaris_2023_j

² <https://www.revinate.com/blog/hotel-customer-loyalty/>

³ https://www.researchgate.net/publication/242113836_Understanding_the_Effect_of_Customer_Relationship_Management_Effort_on_Customer_Retention_and_Customer_Share_Development

bo‘ladi va uni boshqalarga tavsiya qiladi. Shu sababli sodiqlik dasturlari mehmonxona biznesi-ning markaziy elementi sifatida shakllangan.

Hilton Worldwide — 1919 yilda Konrad Hilton tomonidan asos solingan, bugungi kunda 120 dan ortiq mamlakatda faoliyat yurituvchi va 8 000 dan ziyod mehmonxonaga ega dunyodagi eng yirik mehmondo‘stlik kompaniyalaridan biridir. Kompaniyaning brend portfeli lyuks (Waldorf Astoria, Conrad), yuqori toifa (Hilton, Curio Collection), o‘rta toifa (DoubleTree, Hilton Garden Inn), iqtisodiy segment (Hampton), uzoq muddatli yashash (Homewood Suites, Home2 Suites) va lifestyle (Canopy, Motto, Tempo) kabi keng segmentlarni qamrab oladi. Hilton Worldwide global yetakchilikka innovatsion xizmatlar, keng geografik qamrov, yuqori xizmat sifati va kuchli sodiqlik dasturi — Hilton Honors orqali erishgan.

Tadqiqotning maqsadi. Ushbu tadqiqotning asosiy maqsadi — Hilton Worldwide’ning sodiqlik dasturi “Hilton Honors”ning tuzilishi, samaradorligi va mijoz xatti-harakatlariga ta’sirini ilmiy asosda tahlil qilishdir. Tadqiqot Hilton Honors dasturining mehmonxona biznesidagi strategik ahamiyatini, mijoz sodiqligini shakllantirishdagi rolini va kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirishdagi o‘rnini o‘rganishni maqsad qiladi.

Mazkur tadqiqot mehmondo‘stlik sohasida sodiqlik dasturlarining nazariy asoslarini yanada rivojlantirishga xizmat qiladi. Mijoz sodiqligi, xizmat sifati va munosabatlarga asoslangan marketing bo‘yicha mavjud ilmiy adabiyotlarni boyitadi hamda Hilton Honors misolida sodiqlik dasturlarining samaradorligini baholash uchun yangi ilmiy yondashuvlar taklif etadi. Tadqiqot natijalari sodiqlik dasturlarining mijoz xatti-harakatlariga ta’sirini o‘lchashda qo‘llanilishi mumkin bo‘lgan konseptual model va tahliliy asoslarni shakllantiradi.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati shundaki, u Hilton Worldwide va boshqa mehmonxona tarmoqlari uchun sodiqlik dasturlarini takomillashtirishga qaratilgan strategik tavsiyalar ishlab chiqishga yordam beradi. Mijoz tajribasini yaxshilash, sodiqlik dasturlarini optimallashtirish va raqobatbardoshlikni oshirish bo‘yicha amaliy yechimlar taklif etadi. Shuningdek, turizm va mehmondo‘stlik sohasida faoliyat yurituvchi kompaniyalar uchun mijozni ushlab qolish strategiyalarini yanada samarali shakllantirishga xizmat qiladi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Mijozlarni ushlab qolish masalasi zamonaviy marketing va xizmat ko‘rsatish boshqaruvida markaziy o‘rin egallaydi. P.P. Bahira¹ (2020) mijozlarni ushlab qolishni kompaniyaning o‘z mijozlarini qayta-qayta jalb eta olishi va raqobatchilar fonida ustun tanlovga aylanishi jarayoni sifatida ta’riflaydi. Uning ta’kidlashicha, mijozlarni ushlab qolish biznesning barqaror o‘sishi uchun hal qiluvchi omil bo‘lib, sadoqatning shakllanishi mijozlar bilan hissiy va psixologik bog‘lanishning mustahkamlanishini talab qiladi. Bunday bog‘lanishsiz uzoq muddatli sodiqlikka erishish deyarli imkonsiz.

M.H. Kohlmeyer² (2016) sodiqlik dasturlarining samaradorligi faqat moliyaviy rag‘batlar bilan emas, balki ularning funksional qiymati va mijozlar haqidagi ma’lumotlarni to‘plash imkoniyati bilan belgilanadi, degan xulosaga keladi. Unga ko‘ra, sodiqlik dasturlari mijozlar bazasini shakllantirish va ma’lumotlarga asoslangan marketing strategiyalarini ishlab chiqishda muhim vosita hisoblanadi. Shunday ekan, sodiqlik dasturlari nafaqat mukofotlash tizimi, balki strategik ma’lumot manbai sifatida ham qaralishi lozim. Shuningdek tadqiqot natijalari so‘nggi yillarda sodiqlik dasturlarining kompaniya rentabelligi va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirishdagi o‘rni sezilarli darajada oshganini ko‘rsatadi. U mijozlar sadoqati va kompaniya daromadi o‘rtasida ijobiy bog‘liqlik mavjudligini aniqlagan. Sodiqlik dasturlari qoniqqan mijozlarni sodiq mijozlarga aylantirish orqali kompaniyaning bozor ulushini uzoq muddatda himoya qiladi.

Y. Lyu³ (2007) mijozlar qoniqishini “mijozning lutilmalari + qabul qilingan xizmat sifati va qiymat” formulasi orqali izohlaydi. Uning fikricha, mijozlar qoniqishi hissiy va kognitiv javob

¹https://www.researchgate.net/publication/349373319_Customer_Loyalty_Program_and_Retention_Relationship

²https://www.researchgate.net/publication/309088702_CUSTOMER_LOYALTY_PROGRAM_AS_A_TOOL_OF_CUSTOMER_RETENTION_LITERATURE_REVIEW

³https://www.researchgate.net/publication/237396598_The_Long-Term_Impact_of_Loyalty_Programs_on_Consumer_Purchase_Behavior_and_Loyalty

bo‘lib, xizmat sifati bilan bevosita bog‘liq. Agar mijozlar kutgan natijani olmasa, kompaniya xizmatni qayta ko‘rib chiqishi va takomillashtirishi zarur.

Sodiqlik kartalarining mijozlar xulqiga ta‘sirini L.M. Waarden¹ (2008) empirik usulga o‘rgangan va uch yillik kuzatuv davomida sodiqlik karta egalari ko‘proq xarid qilishi, narxga sezgirlikning pasayishi va sadoqatning oshishini aniqlagan. Bu natijalar sadoqat dasturlari xaridlar chastotasini oshirish va mijozlarning brendga bog‘lanishini kuchaytirishini ko‘rsatadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu tadqiqot sodiqlik dasturining mijozlarni jalb etish va ushlab qolishdagi ahamiyatini Hilton Honors sodiqlik dasturi misolida tahlil qilish va taqqoslash usullari orqali aniqlaydi. Shuningdek, Hilton Worldwide holdingining sodiqlik dasturi raqobatchisining sodiqlik dasturi bilan taqqoslash natijasida ustunlik va kamchiliklari bo‘yicha xulosalar chiqariladi.

Tahlil va natijalar. Hilton Worldwide Holdings Inc. — 1919 yilda Konrad Hilton tomonidan asos solingan va bugungi kunda dunyoning 141 mamlakat va hududlarida faoliyat yurituvchi yirik global mehmondo‘stlik korporatsiyasidir. Kompaniya 25 ta brendni o‘z ichiga oladi, jumladan: Waldorf Astoria, Conrad, Hilton Hotels & Resorts, DoubleTree, Hampton, Curio Collection va boshqalar. Ushbu brendlar lyuksdan tortib iqtisodiy segmentgacha bo‘lgan turli bozor qatlamlariga xizmat qiladi.

Hilton Honors – Hilton Worldwide tomonidan boshqariladigan sodiqlik dasturi bo‘lib, 235 milliondan ortiq a‘zoga ega hamda mijozlarni jalb etish va ushlab qolishda strategik ahamiyatga ega². Hilton Honors 4 ta asosiy a‘zolik darajasidan iborat (member, silver, gold va diamond) va daraja oshgani sari mehmonlar ko‘proq imtiyozlarga ega bo‘lib boradi. Imtiyozlar ro‘yxati “member” darajada bepul Wi-Fi xizmatidan boshlansa, keyingi darajalarda kech check-out yoki erta check-in; xona darajasini yaxshilar (room upgrade); bepul nonushta; “Executive Lounge”dan foydalanish; yig‘ilgan ballarni aviakompaniyalar millariga yoki avtomobil ijarasi almashtirish kabi ko‘plab imtiyozlarni taklif etadi. Bu imtiyozlar mehmonlarning brendga sodiqligini kuchaytiradi va qayta tashriflar ehtimolini oshiradi. Ballarning moslashuvchanligi esa dastur jozibadorligini oshiradi va mehmonlar uchun qo‘shimcha qiymat yaratadi.

Hilton Honors dasturiga a‘zolar tomonidan qilingan xaridlar va amalga oshirilgan sayohatlar to‘g‘risidagi ma‘lumotlarga asosan har bir mijoz uchun shaxsiylashtirilgan takliflar ham beriladi, va ushbu takliflar raqamli innovatsiyalar bilan hamohang ravishda beriladi. Misol tariqasida, xonani tanlash, raqamli kalit (digital key), to‘lovlarni boshqarish yoki online check-in kabi xizmatlar taklif etiladi.

Ushbu sodiqlik dasturi Hilton Worldwide Holdingning yillik hisobotiga ko‘ra to‘g‘ridan-to‘g‘ri bronlar ulushini sezilarli oshiradi, OTA (Online Travel Agency) komissiyalarini kamaytiradi, har bir xonaning daromadlilik (RevPAR - Revenue per Available Room) ko‘rsatkichini yaxshilaydi hamda mijozlarning qaytish ehtimolini oshiradi. Shu sababli Hilton Honors kompaniyaning moliyaviy barqarorligi va raqobatbardoshligini ta‘minlovchi strategik vosita sifatida qaraladi.

Hilton Honor dasturiga raqobatdosh dastrular Marriott Bonvoy va IHG One Rewards dasturlari bo‘lib, mehmondo‘stlik sanoatida turli strategik yondashuvlarga ega. Misol uchun Hilton Honors raqamli innovatsiya va shaxsiylashtirishga asoslangan bo‘lsa, Marriott Bonvoy eng keng brend ekotizimi va yuqori darajadagi imtiyozlar bilan yetakchi. IHG One Rewards sodiqlik dasturi esa soddalik va arzon mukofot tunlari bilan jozibador.

Marriott Bonvoy mehmondo‘stlik sanoatidagi eng keng brend portfeliga ega bo‘lib, bu dasturga global miqyosda yuqori diversifikatsiya imkonini beradi. Ilmiy adabiyotlarda Marriottning sodiqlik dasturi “multi-brand loyalty ecosystem” sifatida baholanadi, ya‘ni mijozlar bir nechta segmentlarda (lyuks, premium, iqtisodiy) bir xil sodiqlik tizimi orqali harakatlanishi mumkin. Bu model mijozlarning brendga bog‘lanishini kuchaytiradi va yuqori daromadli segmentlarda sodiqlikni mustahkamlaydi. Biroq, ball devalvatsiyasi dastur barqarorligiga salbiy ta‘sir qilishi mumkin.

¹ <https://www.emerald.com/ejm/article-abstract/42/1-2/87/228477/The-influence-of-loyalty-programme-membership-on?redirectedFrom=fulltext>

² <https://stories-editor.hilton.com/wp-content/uploads/2025/04/Hilton2024AnnualReport.pdf>

Yuqoridagi tahlillar shuni ko‘rsatadiki, Hilton Honors sodiqlik dasturi mehmonxona industriyasida mijozlarni jalb etish va ushlab qolishning samarali vositasi sifatida shakllangan bo‘lsa-da, uning raqobatchilari bilan taqqoslanganda bir qator ustunliklar va cheklovlarga ega. Tadqiqot natijalari Hilton Honorsning asosiy kuchi — raqamli transformatsiya, shaxsiylashtirilgan xizmatlar va mijoz tajribasini soddalashtiruvchi texnologik yechimlar ekanini ko‘rsatadi. Aynan shu omillar Hilton Worldwide’ning to‘g‘ridan-to‘g‘ri bronlar ulushini oshirish, xarajatlarni optimallashtirish va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni mustahkamlashiga xizmat qilmoqda.

Biroq, dasturda mavjud bo‘lgan ayrim cheklovlar – masalan, ballarning dinamik narxlarda belgilanishi, yuqori darajaga chiqish uchun talab etiladigan tunlar sonining ko‘pligi yoki Hilton Worldwide Holding tarkibiga kiruvchi ayrim brendlarda imtiyozlarning cheklanganligi – mijozlar tajribasiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Bu holat, ayniqsa, raqobatchilar tomonidan taklif etilayotgan kengroq imtiyozlar fonida yanada sezilarli bo‘ladi. Masalan, Marriott Bonvoyning yuqori darajadagi a’zolari uchun taqdim etiladigan imtiyozlar ko‘lami kengroq bo‘lib, premium segmentdagi mijozlar uchun jozibadorlik darajasi yuqori. Shu bilan birga, Hilton Honorsning strategik ustunligi – mijozlar xulqini chuqur tahlil qilishga asoslangan shaxsiylashtirilgan takliflar tizimi – raqobatchilarga nisbatan sezilarli farq yaratadi. Raqamli kalit, mobil ilova orqali xonani tanlash, onlayn check-in kabi xizmatlar mijozlar uchun qulaylik yaratib, xizmat ko‘rsatish jarayonini soddalashtiradi. Bu esa mijozlar qoniqishi va sodiqligini oshirishga bevosita ta’sir ko‘rsatadi va bu orqali kompaniyaning daromadlilikini ham sezilarli oshiradi.

Umuman olganda, Hilton Honors va Marriott Bonvoy dasturlarining taqqoslanishi shuni ko‘rsatadiki, har bir dastur o‘zining maqsadli auditoriyasi va strategik yondashuviga ega. Hilton Honors texnologik innovatsiyalar va shaxsiylashtirish orqali raqobatbardoshlikni oshirayotgan bo‘lsa, Marriott Bonvoy brend portfeli kengligi va yuqori darajadagi imtiyozlar bilan ustunlik qiladi.

Shunday qilib, Hilton Honorsning raqobatbardoshligini oshirish uchun imtiyozlar tizimini yanada diversifikatsiya qilish, ballarning barqaror qiymatini ta’minlash va yuqori darajaga chiqish talablarini optimallashtirish kabi yo‘nalishlar bo‘yicha takomillashtirish ishlari olib borilishi maqsadga muvofiq bo‘ladi. Bu esa dastur samaradorligini oshirish, mijozlar sodiqligini mustahkamlash va Hilton Worldwide’ning global bozordagi mavqeini yanada kuchaytirishga xizmat qiladi.

Xulosa va takliflar. Ushbu tadqiqot mehmondo‘stlik sanoatida sodiqlik dasturlarining mijozlarni jalb etish, ushlab qolish va kompaniya daromadlilikiga ta’sirini Hilton Honors misolida tahlil qilindi. Tahlil natijalar shuni ko‘rsatadiki, Hilton Honors dasturi Hilton Worldwide’ning strategik ustunliklaridan biri bo‘lib, raqamli innovatsiyalar, shaxsiylashtirilgan xizmatlar va keng imtiyozlar tizimi orqali mijozlar sodiqligini sezilarli darajada oshiradi. Dastur to‘g‘ridan-to‘g‘ri bronlar ulushining ortishiga, OTA komissiyalarining kamayishiga va RevPAR ko‘rsatkichining yaxshilanishiga bevosita hissa qo‘shadi. Bu esa sodiqlik dasturining nafaqat marketing vositasi, balki kompaniyaning umumiy biznes modeli va moliyaviy barqarorligining muhim tarkibiy qismi ekanini tasdiqlaydi.

Taqqoslash natijalari Hilton Honorsning asosiy raqobatchisi — Marriott Bonvoy bilan solishtirilganda o‘ziga xos ustunlik va cheklovlarga ega ekanini ko‘rsatdi. Hilton Honors texnologik innovatsiyalar va shaxsiylashtirish bo‘yicha yetakchi bo‘lsa, Marriott Bonvoy brend portfeli kengligi va yuqori darajadagi imtiyozlar bilan ajralib turadi. Shu bilan birga, Hilton Honorsning ayrim brendlarda imtiyozlarning cheklanganligi, ballarning dinamik narxlarda belgilanishi va yuqori darajaga chiqish talablari kabi kamchiliklari mavjud.

Umuman olganda, tadqiqot sodiqlik dasturlarining mehmondo‘stlik sanoatida mijozlar xulqini shakllantirish, brendga sodiqlikni mustahkamlash va kompaniya daromadlarini oshirishdagi strategik ahamiyatini tasdiqlaydi. Hilton Honors misolida ko‘rinadiki, raqamli transformatsiya, shaxsiylashtirilgan yondashuv va mijoz tajribasini optimallashtirish sodiqlik dasturlarining samaradorligini sezilarli oshiradi.

Tahlil va taqqoslash natijasida quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha taklif va tavsiyalar beriladi:

- kelgusida Hilton Honors dasturining raqobatbardoshligini yanada kuchaytirish uchun imtiyozlar tizimini diversifikatsiya qilish, ball qiymatini barqarorlashtirish va yuqori darajaga chiqish jarayonini optimallashtirish maqsadga muvofiq;
- O‘zbekistonning mahaliy mehmonxonalari tarmog‘ini rivojlantirish maqsadida kelgusida sodiqlik dasturi samaradorligini mintaqalararo (masalan, Shimoliy Amerika va Markaziy Osiyo) qanday farq qilishini o‘rganish orqali mahaliy strategiyani ishlab chiqish zarur.
- raqamli innovatsiyalar, shaxsiylashtirish va hissiy sodiqlikning mijozni ushlab qolishga ta‘sirini o‘lchaydigan modellardan foydalanish orqali sodiqlik dasturi samaradorligini aniqlash maqsadga muvofiq.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Ikramov M., va Sharipova N., 2024. *Mijozlararo munosabatlarni boshqarish: O‘quv qo‘llanma*, Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti, ISBN 978-9943-7505-8-6.
2. Bariha P., 2020. *Customer Loyalty Program and Retention Relationship*, Psychology and education 57(9): 5069-5074.
3. Kohlmeyer M.H., 2016. *Customer loyalty program as a tool of customer retention: literature review*, *CBU International Conference Proceedings* 4:199.
4. Liu Y., 2007, *The long-term impact of loyalty programs on customer purchase behavior and loyalty*, Journal of marketing, vol.71, 19-35.
5. Waarden M.L., 2008. *The influence of loyalty programme membership on customer purchase behaviour*, European Journal of Marketing (2008) 42 (1-2): 87–114.
6. Verhoef P., va boshqalar, 2003, *Understanding the effect of customer relationship management efforts on customer retention and customer share development*, Journal of marketing, Vol.67, 30-35.

Internet resurslari

7. Revinate. (n.d.). *Hotel customer loyalty: Why it matters and how to improve it*. <https://www.revinate.com/blog/hotel-customer-loyalty/>
8. Hilton Worldwide, (2025) 2024 yil hisoboti (2024 Hilton Year in Review), <https://stories-editor.hilton.com/wp-content/uploads/2025/04/Hilton2024AnnualReport.pdf>

Н.Холбоева, Р.Амридинона Роль программы лояльности в удержании и привлечении клиентов (на примере Hilton Worldwide) Аннотация. В статье анализируется роль программ лояльности в удержании и привлечении клиентов в индустрии гостеприимства на примере компании Hilton Worldwide. Исследование оценивает структуру программы Hilton Honors, её функциональные возможности и влияние на поведение клиентов. Результаты показывают, что данная программа эффективно повышает клиентскую лояльность благодаря цифровым инновациям, персонализированным услугам и системе привилегий. Также установлено, что программа имеет стратегическое значение для финансовой устойчивости компании и роста доли прямых бронирований. В статье представлены практические рекомендации по совершенствованию программ лояльности в сфере гостеприимства. Ключевые слова: программа лояльности, индустрия гостеприимства, привлечение клиентов, удержание клиентов, привилегии, персонализированные услуги, цифровые сервисы, инновации.	N.Kholboeva, R.Amrididinova The Role of Loyalty Programs in Customer Retention and Attraction (A Case Study of Hilton Worldwide) Abstract. The article analyzes the role of loyalty programs in retaining and attracting customers in the hospitality industry, using Hilton Worldwide as a case study. The research evaluates the structure of the Hilton Honors loyalty program, its functional capabilities, and its impact on customer behavior. The findings show that the program effectively enhances customer loyalty through digital innovations, personalized services, and a comprehensive system of benefits. It is also determined that the program has strategic importance for the company’s financial stability and the growth of direct bookings. The article additionally offers practical recommendations for improving loyalty programs in the hospitality sector. Keywords: loyalty program, hospitality industry, customer attraction, customer retention, benefits, personalized services, digital services, innovations.
--	--

Shohista Bobobekovna Toyirova – “Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti
assistent o‘qituvchisi

TOG‘LI HUDUDLARDA EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA JAHON TAJRIBALARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada tog‘li hududlarda ekologik turizmni rivojlantirishning jahon tajribasi tizimli tahlil qilingan. Tadqiqotda ekologik turizmning barqaror rivojlanish, tabiiy resurslarni muhofaza qilish hamda mahalliy aholi farovonligini oshirishdagi o‘rni ochib berilgan. Dunyoning rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarida tog‘li hududlarda ekoturizmni tashkil etishning samarali modellari, boshqaruv mexanizmlari, moliyalashtirish manbalari va jamoatchilik ishtirokiga asoslangan yondashuvlar o‘rganilgan. Shuningdek, ekologik turizmni rivojlantirish jarayonida yuzaga keladigan ekologik, ijtimoiy va iqtisodiy muammolar hamda ularni bartaraf etish bo‘yicha ilg‘or amaliyotlar tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: tog‘li hududlar, ekologik turizm, ekologik monitoring, barqaror rivojlanish, ekologik infratuzilma.

Kirish. Turizm sohasi dunyo mamlakatlariga o‘zining salbiy, shu bilan birga, ijobiy ta’sirini ham ko‘rsatishi mumkin. Soha vakillari esa turizmning ijobiy ta’siri ko‘proq bo‘lishi uchun harakat qilishmoqda. Birlashgan Millatlar Jahon Sayyohlik tashkiloti rasmiy ma’lumotiga ko‘ra, barqaror turizm mehmonxonalar, tur operatorlar, havo yo‘llari zimmasiga bir qator boshqaruv tamoyillarini yuklaydi. Bugungi kunda dunyo bo‘ylab sayyohlar orasida tez ommalashayotgan turizm yo‘nalishi bo‘lgan ekologik turizm tabiatni asrab-avaylashga, shu bilan birga mahalliy aholiga moddiy tomonlama foyda olib kelishiga yordam beradi. Ma’lumotlar hozirgi yosh sayyohlar tabiat va madaniyatga oid turizm yo‘nalishlariga katta qiziqish bildirishayotganligini ko‘rsatmoqda. Aholi daromadi kam bo‘lgan tog‘li hududlarda bu yo‘nalishning tashkil etilishi aholi manfaatlarini va hudud ekotizimini himoya qilishga olib keladi. Turistlarning talab va ehtiyojlari ham ushbu turizm faoliyati bilan shug‘ullanuvchi tashkilotlarga o‘z ta’sirini o‘tkazmoqda. Bu esa global tengsizlik va atrof-muhit ifloslanishiga qarshi kurashda bebaho tabiiy boyliklarni kelajak avlodlarga yetkazishda muhim ahamiyat kasb etadi. Barqaror turizm ushbu vazifaning amaliy ko‘rinishi bo‘lib, ekologik turizm uning asosiy tamoyillardan biri hisoblanadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Ekologik turizmning xususiyatlari, tabiati va rivojlanish tendensiyasi turizmning iqtisodiyot, siyosat, madaniyat va tabiatga ta’siri P.Eagles, P.Nilson, J.Higham, F.Buffa, J. McLaughlin, D.Weaver va J.Corria, O. Zaxarova S.Ajayev, V. Xrabovchenko, V. Drozdov, S. Shimova¹ kabi olimlarning ilmiy izlanishlarida o‘z aksini topgan. Jahon ekologik turizmi sohasida kechayotgan jarayonlar haqidagi ma’lumotlar BMT, JST va Turizmni qo‘mitasi nashrlarida keltirilgan. Ekologik turizmning rivojlanish holati va rivojlanish tendensiyalari davlat statistika qo‘mitasining yillik hisobotlarida e’lon qilinadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu maqolada induksiya va deduksiya, kuzatish, statistik tahlil va tahlil va sintez kabi tadqiqot metodologiyalaridan foydalanilgan. Maqolaning uslubiy usuli sifatida olimlarning ilmiy ishlaridan va statistik ma’lumotlardan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Bugungi kunda dunyoning ko‘plab tog‘li hududlarida yashovchi aholi atrof-muhitga yetkaziladigan zararlarning oldini olish hamda barqaror rivojlanishni ta’minlash maqsadida ekologik turizmga ustuvor yo‘nalish sifatida e’tibor qaratmoqda. Ekologik turizm tog‘li hududlarda istiqomat qiluvchi aholining o‘ziga xos turmush tarzi, madaniyati va tabiiy resurslarni, xususan, yovvoyi tabiatni asrab-avaylashda muhim vosita sifatida xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, aynan tog‘ va tog‘oldi hududlarida ekoturizmni tashkil etish va rivojlanishga oid manbalar yetarli emasligi kuzatilmoqda. Bu holat, avvalo, ushbu hududlarda ilmiy tadqiqotlarning yetarli darajada olib borilmayotganligi bilan izohlanadi. Ammo, rivojlangan

¹ Eagles P, Nilson P. Ecotourism bibliography. An annotated bibliography for researchers, planners and managers. Fifth edition. The international ecotourism society, 2001. - P .41 ; Higham J. Ecotourism: competing and conflicting schools of thought.

mamlakatlar tajribasida bu yo‘nalishda ancha samarali natijalarga erishilganini ta’kidlash joiz. Jumladan, Shimoliy Amerika mamlakatlari misolida bu holat yaqqol namoyon bo‘lmoqda. Ushbu mamlakatlarda tog‘ga chiqishni afzal ko‘ruvchi sayyohlar, piyoda sayr qiluvchi hamda yovvoyi tabiatni kuzatuvchi turistlar soni yuqori darajaga yetgan. Amerika rekreatsiya va atrof-muhit milliy so‘rovnomalari natijalari qushlarni tomosha qiluvchilarning, tog‘da piyoda kezuvchilarning va tog‘li hududda velosiped haydovchilarning sonining keskin oshganligini ko‘rsatgan¹. Kanada mamlakatida ham tog‘li hududlardan turizm sohasida samarali foydalanilmoqda. Xususan, Jasper, Banff va Kanada qoyalari milliy bog‘lari o‘zining bebaho ekoturistik marshrutlari bilan mashhur. Rivojlangan mamlakatlarda tog‘li hududlarda ekoturizmni tashkil etishda boshqaruv xarajatlarini kamaytirish hamda samaradorlikni oshirish maqsadida tashkilotlar o‘rtasidagi hamkorlikka alohida e’tibor qaratilgan. Rivojlanayotgan mamlakatlarda esa aholi sonining oshib borishi, tog‘li hududlarga yetib borishdagi muammolar va nazorat qilishdagi sustkashliklar sohaning samarasiz tashkil etilishiga olib keluvchi omillardan hisoblanadi².

Turizm sohasining barqaror rivojlanishi davlatning qo‘llab-quvvatlashiga ko‘p jihatdan bog‘liq. Ekologik turizmni tashkil etish, uni rejalashtirish va boshqarishda davlat asosiy vazifani bajaradi. Ushbu vazifani boshqarishda davlat va xususiy sheriklikdagi faoliyati marketing, ta’lim va ma’lumotlar bazasini yaratishda ko‘rinadi. Bu jihat dunyoning ekoturizm bo‘yicha yetakchi Kosta-Rika davlati misolida ham ko‘rishimiz mumkin. Davlat iqtisodiy asosni shakllantiradi, valyuta kurslari, investorlarning ishonchini ta’minlash hamda foiz stavkalari kabi iqtisodiy omillar ham ekologik turizmni samarali tashkil etish va rivojlantirishda ahamiyatga ega. Davlat turizm uchun zarur bo‘lgan infratuzilmani va ta’lim bilan bog‘liq bo‘lgan jihatlarni o‘z zimmasiga oladi, sohada tijorat faoliyatini rag‘batlantiradi. Qolaversa, moliyalashtirish maqsadida maxsus kredit dasturlarini taqdim etadi. Muhofaza qilinadigan joylarning turli fondlar bilan rag‘batlantirib turishi hudud tabiati va u yerda istiqomat qiluvchi insonlar uchun foydali hisoblanadi.

Institutsion faktorlar murakkab tuzilishga ega bo‘lib, fondlarning haqiqiy taqsimoti siyosiy omillar ta’siri ostida bo‘lishi mumkin. Shuni alohida ta’kidlash kerakki, muhofaza qilinayotgan hududlar iqtisodiy daromad rejasi past bo‘lgan holatda ham hudud uchun foydali bo‘ladi. Hatto tashrif buyuruvchilardan to‘lov undirilmagan, yoki hudud zarar bilan faoliyat yuritayotgan sharoitlarda ham, bu kabi hududlarning mavjudligi va faoliyati mahalliy aholiga bevosita yoki bilvosita ijobiy iqtisodiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Turistlar tashrifi tufayli mahalliy ish o‘rinlari oshadi, hududda va hudud atrofida sohaga oid turli ko‘rinishdagi tadbirkorlik bilan shug‘ullanuvchi tashkilotlar soni ortadi. Soha faoliyatining mahalliy aholiga moddiy daromad keltirishi, eng avvalo, ular bilan yo‘lga qo‘yilgan o‘zaro hamkorlik darajasiga bog‘liq. Ekologik faoliyat faqatgina tomonlar manfaatlari muvofiqlashgan holatda samarali bo‘lishi mumkin. So‘nggi yillarda olib borilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatmoqdaki, mahalliy aholining ekologik turizm faoliyatida ishtirok etishi ularning iqtisodiy farovonligiga ijobiy ta’sir ko‘rsatmoqda. Ekologik turizm faoliyati olis hududlarda tabiiy resurslar asosida taklif etiladigan va e’tiborni tortuvchi manzillarda turli daromad manbai hisoblanadi. Misol tariqasida Nepal, Kenya va Malayziya kabi davlatlarni keltirishimiz mumkin. Mintaqa aholisining ekoturizm faoliyatini yuritishda erishayotgan yutuqlarini namoyish qila olgan taqdirda faoliyat turlarini kengaytirishga qaratilgan loyihalar agentliklar tomonidan moliyaviy jihatdan qo‘llab-quvvatlangan. Diqqat qaratish kerak bo‘lgan jihati shundaki, hatto qo‘llab-quvvatlovchi agentliklar ishtirokisiz ham ekologik turizm faoliyati har qanday holatda ham foydali bo‘lishi mumkin. Ekologik turizm tufayli hududdagi ishsizlik darajasi kamayadi, vaqt o‘tishi bilan hudud moddiy daromadga erishadi. Ekologik turizm faoliyatiga qaratilgan loyihalar hududning har bir fuqarosi uchun daromad keltirishi mumkin. Bu o‘z navbatida xalqning turmush tarzining

¹ Amerika milliy rekreatsiya va bog‘lar assotsiyatsiyaning 2024-yilgi hisoboti.

² Nepal S. Mountain ecotourism and sustainable development. Mountain Research and development. Vol.22(2). 2022. -p104-109.

yaxshilanishiga sabab bo‘ladi¹. Faoliyat turlarining kengayishi bilan daromad darajasi ham ko‘payadi.

Kosta-Rika							
Nepal							
Ekvador							
Butan							
Avstraliya							
Keniya							
Yangi Zelandiya							
Malayziya							
Botsvana							
Shveysariya							
	Davlatning qo‘llab-quvvatlashi	Mahalliy aholining ishtiroki	Sig‘im imko-niyatlari	Daromad taqsimoti	Eko-sertifikat-lashtirish	Yuqori narxlar	Ta‘lim va ilmiy izlanishlar

Davlatlarning tog‘li hududlarda ekoturizmni rivojlantirishga yo‘naltirilgan omillari

Olimlar tomonidan 2018-yilda Keniya davlatida olib borilgan tadqiqotlar natijalariga ko‘ra, savol-javoblar asosida aniqlanishicha, bu hududda istiqomat qiluvchi aholining 64 foizi ekologik turizm bilan shug‘ullanishi natijasida ularning daromadlari sezilarli darajada oshganligini ta’kidlashgan. Ayniqsa, aholining kambag‘al qatlami uchun bunday faoliyat kambag‘allikdan chiqishda katta ahamiyatga ega. Ekoturizmning hayvonot va nabodot olamiga ijobiy ta’siri ayniqsa katta. Misol tariqasida oladigan bo‘lsak, Afrika fillarining tish suyagi qora bozorda 1500 AQSh dollari atrofida baholanadi va bu esa ularni ovlashga bo‘lgan ishtiyoqni oshiradi. Aslini olganda, fillar tirik holidan undan ham katta qiymatga ega. Fillar bilan rasmga tushish, turli qimmatbaho safari lagerlarida transport vositasi sifatida foydalanish va yana bir qator vazifalar tufayli umri davomida fil beqiyos foyda keltirishi mumkin. Bunday hayvonlar sirasiga arslon va karkidonlarni ham kiritish mumkin². Ekoturizm talablaridan hisoblangan qo‘riqxonalar, milliy bog‘lar tufayli o‘rmonlarning yo‘qolib ketish va suvning ifloslanishi cheklanadi. Ekologik turizm tufayli hududning uzoq muddat davomida moddiy foyda olishi kafolatlanadi.

Turistlar, odatda, muhofaza qilinadigan hududlarga tashrif buyurganda shovqindan holi bo‘lgan, odamlar kam yashaydigan hududlarni tasavvur qilishadi³. Tabiatni asrashga qaratilgan va mahalliy aholi manfaatlariga xizmat qiluvchi loyihalarga yetarli mablag‘ ajratishga tayyor insonlar sonining ko‘pligi jamiyat hamda tabiatning yorqin kelajagini belgilab beradi. Tadqiqotning natijalariga ko‘ra, ko‘plab ekoturistlar tabiatni asrashga qaratilgan harakatlarga o‘z hissalarini qo‘shish maqsadida o‘zlari istiqomat qiluvchi hududlarda hambunday amaliyotlarni ommalashtirishga harakat qilganliklari aniqlangan. 270,1 maydonga ega bo‘lgan Puerto el-Morro-Ekuador Janubiy Amerikadagi milliy muhofaza qilinadigan hududlardan biri hisoblanadi. Ushbu hududda o‘tkazilgan tadqiqotlar natijalariga ko‘ra, mahalliy aholining asosiy daromad manbai baliqchilik va qisqichbaqasimonlarni ovlash faoliyatidan iborat. Hududning dengiz qirg‘og‘ida joylashgani tufayli bu yerda noyob qushlar va dengiz jonivorlari yashaydi. Turistlar uchun bunday turdagi turistik mahsulotlarning taklif etilishi, shubhasiz, ushbu yo‘nalishga bo‘lgan qiziqishning ortishiga olib keladi. Hisob-kitoblarga ko‘ra, har bir turist o‘rtacha 6,50

¹ Chebus P. The effect of ecotourism initiatives on the livelihood of local community around Kit Mikayi Site in Kisumu County, Kenya. International Journals of Sciences and High Technologies. 2018.

² The environmental Tourist (National Audubon Society Special). 2018.

³ Christiansen S. Economic Contribution of Ecotourism, Motivations and Satisfaction: the Case of Puerto El-Morro (Ecuador). European Journal of Social Sciences. Vol.2(2). 2019.-p92.

AQSh dollari miqdorida xayriya mablag‘i ajratgan bo‘lib, bu o‘z navbatida mintaqa tabiat muhofazasiga hamda mahalliy aholining oylik daromadiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatgan. Vashingtonda joylashgan Barqaror turizm markazining yillik hisobotlariga ko‘ra, olib borilgan tadqiqotlar natijasida aniqlanishicha, sayyohlar orasida ommalashayotgan turizmning ushbu yo‘nalishi tabiatni asrab-avaylashga, shu bilan birga mahalliy aholiga moddiy tomonlama foyda olib kelishiga yordam beradi. Ma‘lumotlar hozirgi yosh sayyohlar tabiat va madaniyatga oid turizm yo‘nalishlariga katta qiziqish bildirishayotganligini ko‘rsatmoqda. Shu sabab ularning talab va ehtiyojlari ham ushbu turizm faoliyati bilan shug‘ullanuvchi tashkilotlarga o‘z ta‘sirini o‘tkazmoqda. Bu esa global tengsizlik va atrof-muhit ifloslanishiga qarshi kurashda bebaho tabiiy boyliklarni kelajak avlodlarga yetkazishda muhim ahamiyat kasb etadi. Barqaror turizm ushbu vazifaning amaliy ko‘rinishi bo‘lib, ekologik turizm uning asosiy tamoyillardan biri hisoblanadi.

Soha vakillari turizmning ijobiy ta‘siri ko‘proq bo‘lishi uchun harakat qilishmoqda¹. Birlashgan Millatlar Jahon Sayyohlik tashkiloti rasmiy ma‘lumotiga ko‘ra, barqaror turizm mehmonxonalar, tur operatorlar, havo yo‘llari zimmasiga bir qator boshqaruv tamoyillarini yuklaydi. Dunyoning eng yirik sayohat uchun mehmonxona bron qilish sayti bo‘lgan booking.comning ma‘lumotlariga ko‘ra, 2024-yilga oid tadqiqotda qatnashgan 10000 nafar sayyohning atigi 42 foizi sayohat davomida atrof-muhitga zarar yetkazmaslik haqida qayg‘urishini bildirgan. Ulardan 65 foizi esa ekologik toza turar joyda qolganliklarini ta‘kidlagan. Yana bir olib borilgan tadqiqot natijalariga ko‘ra, 5700 atrofida mehmonxonadan atigi 25 foizi o‘z hududida barqaror turizm bo‘yicha faoliyat olib borayotganligini ma‘lum qilgan. So‘nggi vaqtlarda dengiz bo‘ylab sayohatlar sezilarli darajada faollashdi. Tabiatni muhofaza qilish tarafdorlari esa kruiz yo‘nalishlari suv osti dunyosiga katta zarar yetkazilayotgani haqidagi xavotirlarini bildirishgan. Shuning uchun ular hozirda sabab endilikda ular ham tabiatga chiqarilayotgan oltingugurt dioksidini to‘liq kamaytirishga qaratilgan tozalovchi qurilmalardan foydalanmoqda.

Xulosa va takliflar : O‘tkazilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, tog‘li hududlarda ekologik turizmni rivojlantirish barqaror rivojlanishning muhim yo‘nalishlaridan biri bo‘lib, u tabiiy resurslarni muhofaza qilish, mahalliy aholining ijtimoiy-iqtisodiy farovonligini oshirish hamda hududlarning uzoq muddatli rivojlanishini ta‘minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Jahon tajribasi tahlili shuni ko‘rsatdiki, rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda ekoturizmni samarali tashkil etish, avvalo, davlat siyosati, institutsional mexanizmlar, mahalliy aholi ishtiroki va ekologik muvozanatni ta‘minlash bilan chambarchas bog‘liqdir. Tadqiqot davomida aniqlanishicha, tog‘li hududlarda ekoturizmni rivojlantirishda asosiy muammolar qatoriga ilmiy tadqiqotlarning yetishmasligi, ekologik sig‘im me‘yorlarining aniqlanmaganligi, nazorat mexanizmlarining sustligi hamda mahalliy aholining bilim va ko‘nikmalarining cheklanganligi kiradi. Shu sababli ushbu sohani rivojlantirish kompleks va tizimli yondashuvni talab etadi. Yuqoridagi xulosalardan kelib chiqib, quyidagi ilmiy-amaliy takliflar ilgari suriladi:

*tog‘ va tog‘oldi hududlarida ekologik turizmni rivojlantirishda jahon tajribasidan moslashtirilgan holda foydalanish, hududning tabiiy, ijtimoiy va iqtisodiy imkoniyatlarini chuqur tahlil qilish asosida milliy va hududiy ekoturizm modellarini ishlab chiqish zarur;

*mahalliy aholini ekologik turizm faoliyatiga keng jalb etish maqsadida gidlik xizmatlari, mehmon uylari boshqaruvi, milliy hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotish, raqamli marketing kabi yo‘nalishlarda malaka oshirish va trening dasturlarini joriy etish lozim. Bu turizm daromadlarining hududda qolishini ta‘minlab, ijtimoiy barqarorlikni mustahkamlaydi;

*har bir tog‘li hudud uchun ekologik sig‘im ko‘rsatkichlarini ilmiy asosda belgilash va unga muvofiq ravishda ruxsat etilgan turistlar oqimini tartibga solish zarur. Bu tabiat resurslarining degradatsiyasini oldini olish va uzoq muddatli ekologik muvozanatni saqlashga xizmat qiladi;

*chiqindilarni boshqarish, suv va havo sifatini nazorat qilish, biologik xilma-xillikni saqlashga qaratilgan ekologik monitoring tizimini kuchaytirish hamda ekoturizm obyektlarida eko-sertifikatlashtirish amaliyotini keng joriy etish maqsadga muvofiq;

¹ Vora Sh. Where Sustainable Travel is headed in 2017?. 2017.

*davlat va xususiy sektor hamkorligini rivojlantirish, maxsus moliyaviy mexanizmlar, grantlar va imtiyozli kreditlar orqali ekoturizm loyihalarini qo‘llab-quvvatlash, shuningdek, ilmiy-tadqiqot va ta’lim muassasalari bilan hamkorlikni kengaytirish zarur.

Umuman olganda, tog‘li hududlarda ekologik turizmni rivojlantirish nafaqat iqtisodiy foyda manbai, balki tabiiy merosni asrab-avaylash, mahalliy aholi turmush darajasini yaxshilash va barqaror rivojlanishga erishishning samarali vositasi hisoblanadi. Ushbu yo‘nalishda ilmiy asoslangan va muvofiqlashtirilgan siyosat olib borilishi kelajak avlodlar uchun bebaho tabiiy boyliklarni saqlab qolishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Eagles P, Nilson P. Ecotourism bibliography. An annotated bibliography for researchers, planners and managers. Fifth edition. The international ecotourism society, 2001.- P .41 ; Higham J. Ecotourism: competing and conflicting schools of thought. Critical issues in ecotourism : understanding a complex tourism phenomenon. Chapter1, 2007.
2. Amerika milliy rekreatsiya va bog‘lar assotsiyatsiyaning 2024-yilgi hisoboti.
3. Nepal S. Mountain ecotourism and sustainable development. Mountain Research and development. Vol.22(2). 2022.-p104-109
4. Chebus P. The effect of ecotourism initiatives on the livelihood of local community around Kit Mikayi Site in Kisumu County, Kenya. International Journals of Sciences and High Technologies. 2018.
5. The environmental Tourist (National Audubon Society Special). 2018
6. Christiansen S. Economic Contribution of Ecotourism, Motivations and Satisfaction: the Case of Puerto El-Morro (Ecuador). European Journal of Social Sciences. Vol.2(2). 2019.-p92.
7. Vora Sh. Where Sustainable Travel is headed in 2017?. 2017.

Ш.Тойирова Мировой опыт развития экологического туризма в горных регионах	Sh.Toyirova Global experience in developing ecotourism in mountainous regions
Аннотация. В данной статье систематически анализируется мировой опыт развития экотуризма в горных районах. Исследование выявляет роль экотуризма в устойчивом развитии, защите природных ресурсов и улучшении благосостояния местного населения. Изучаются эффективные модели организации экотуризма в горных районах развитых и развивающихся стран мира, механизмы управления, источники финансирования и подходы, основанные на участии общественности. Также анализируются экологические, социальные и экономические проблемы, возникающие в процессе развития экотуризма, и лучшие практики их устранения. Ключевые слова: горные регионы, экологический туризм, экологический мониторинг, устойчивое развитие, экологическая инфраструктура.	Abstract. This article systematically analyzes the world experience in developing ecotourism in mountainous areas. The study reveals the role of ecotourism in sustainable development, protection of natural resources, and improvement of the well-being of local populations. Effective models of organizing ecotourism in mountainous areas in developed and developing countries of the world, management mechanisms, sources of financing, and approaches based on public participation are studied. Also, the environmental, social, and economic problems that arise in the process of developing ecotourism and best practices for their elimination are analyzed. Keywords: mountainous regions, ecological tourism, ecological monitoring, sustainable development, ecological infrastructure.

MENEJMENT VA MARKETING

Muhitdin Aynakulov – JizPI professori, i.f.n.

SAYYOHLAR TEMPERAMENTIGA ASOSLANGAN SAYYOHLIK INFRATUZILMASINI TABAQALASHTIRILGAN HOLDA REJALASHTIRISH MODEL

Annotatsiya. Mazkur maqolada sayyohlarning temperament turlarini hisobga olgan holda sayyohlik infratuzilmasini tabaqalashgan tarzda rejalashtirish modeli ishlab chiqilgan. Tadqiqotda xizmat tezligi, muhit qulayligi va axborot taqdimoti asosiy baholash mezonlari sifatida tahlil qilingan. Olingan natijalar infratuzilmani shaxsga yo‘naltirilgan holda tashkil etish xizmatlardan qoniqish darajasini oshirishini ko‘rsatdi. Taklif etilgan model hududiy sayyohlik boshqaruvida amaliy ahamiyatga ega.

Kalit so‘zlar: sayyohlik infratuzilmasi, temperament, tabaqalashgan rejalashtirish, xizmat sifati, psixologik xususiyatlar, sayyohlar xulqi, qoniqish indeksi, transport tizimi, servis xizmatlari, hududiy rivojlanish.

Kirish. So‘nggi yillarda dunyo miqyosida sayyohlik sohasi global darajada iqtisodiy o‘sish, hududiy rivojlanish va ijtimoiy farovonlikni ta‘minlovchi muhim strategik yo‘nalish sifatida e‘tirof etilmoqda. Binobarin, raqobat kuchayib borayotgan hozirgi sharoitda sayyohlik infratuzilmasini zamonaviy talablar asosida rivojlantirish bilan bir qatorda, sayyohlarning ehtiyojlari va psixologik xususiyatlarini hisobga olish ham bu boradagi xizmatlar sifati va hududlarning raqobatbardoshligini oshirish qatori, muhim ahamiyat kasb etadi [1].

O‘zbekiston Respublikasida ham so‘nggi yillarda sayyohlik infratuzilmasini rivojlantirish, transport-logistika tizimlarini takomillashtirish va servis xizmatlari sifatini oshirishga qaratilgan izchil islohotlar amalga oshirilmoqda. Natijada sayyohlik obyektlari soni va xizmatlar xilma-xilligi ortib, ichki hamda tashqi sayyohlar oqimi kengayib bormoqda [2]. Biroq amaliyotda infratuzilmani rejalashtirish jarayonida ko‘pincha sayyohlarning alohidalashtirilgan, xususan, psixologik farqlari yetarli darajada inobatga olinmayapti.

Ilmiy kuzatuvlar shuni ko‘rsatadiki, sayyohlarning temperament turlari ularning xizmatlardan foydalanish uslubi, tezlikka bo‘lgan ehtiyoji va muhitni qabul qilish xususiyatlariga sezilarli ta‘sir ko‘rsatadi. Shunga qaramasdan, mazkur omillarga asoslangan holda sayyohlik infratuzilmasini tabaqalashgan tarzda rejalashtirish mexanizmlari hali yetarli darajada shakllanmagan. Mazkur tadqiqotda sayyohlarning temperament turlarini hisobga olgan holda sayyohlik infratuzilmasini tabaqalashgan tarzda rejalashtirish modeli taklif etiladi, zero, u transport, sayyohlarni joylashtirish, ularga xizmat ko‘rsatish va axborot muhitini psixologik xususiyatlarga moslashtirishni nazarda tutadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. So‘nggi tadqiqotlarda sayyohlik infratuzilmasini rivojlantirish masalalari hududiy iqtisodiy o‘sish va xizmatlar sifati bilan bog‘liq holda ko‘rib chiqilgan. Xususan, Soatov A.M. ishlarida klaster yondashuvi infratuzilma obyektlari faoliyatini muvofiqlashtirishda samarali mexanizm sifatida asoslangan bo‘lsa, Aynakulov M.A. va Abduxamidov E. tadqiqotlarida infratuzilma rivojida institutsional va me‘yoriy-huquqiy muvofiqlashtirishning ahamiyati yoritilgan. Muhitdinov A.A. tomonidan hududiy sayyohlik faoliyatining institutsional asoslari tahlil qilinib, infratuzilmani rejalashtirishda mahalliy sharoitlarni hisobga olish zarurligi ko‘rsatilgan.

Biroq, mazkur adabiyotlarda sayyohlarning temperamentiga asoslangan tabaqalashgan infratuzilma rejalashtirish masalalariga e‘tibor berilmagan bo‘lib, bu ushbu tadqiqotning dolzarbligini belgilaydi.

Tadqiqot metodologiyasi. Taklif etilayotgan yondashuvni ilmiy jihatdan asoslashda psixometrik testlar, strukturaviy modellashirish usullari hamda xizmatlardan qoniqish indeksleri orqali baholash mexanizmlaridan foydalanish ko‘zda tutiladi. Bu esa sayyohlik infratuzilmasini rejalashtirishda shaxsga yo‘naltirilgan, moslashuvchan va barqaror boshqaruv modelini shakllantirish imkonini beradi.

Tahlil va natijalar. Mazkur bo‘limda sayyohlarning temperament turlarini inobatga olgan holda sayyohlik infratuzilmasini tabaqalashgan tarzda rejalashtirish modelining amaliy

samaradorligi tahlil qilinadi. Taklif etilgan modelning asosiy g‘oyasi infratuzilma elementlarini “o‘rtacha sayyoh” tamoyiliga emas, balki sayyohlarning psixologik xususiyatlariga moslashtirilgan holda tashkil etishdan iborat. Tahlil jarayonida transportdan foydalanish qulayligi, xizmat ko‘rsatish tezligi, muhitning psixologik qulayligi hamda umumiy qoniqish darajasi asosiy baholash mezonlari sifatida tanlandi.

Tadqiqot doirasida shartli ravishda shakllantirilgan 4 ta sayyohlar guruhi (sangvinik, xolerik, flegmatik va melanxolik temperament turlari) misolida taklif etilgan modelning natijalari baholandi. Baholash 1 dan 5 gacha bo‘lgan ballik tizim asosida amalga oshirildi.

1-jadval

Temperament turlariga moslashtirilgan infratuzilma modelining baholash natijalari

Temperament turi	Xizmat tezligidan qoniqish (ball)	Muhit qulayligi (ball)	Axborotni qabul qilish qulayligi (ball)	Umumiy qoniqish indeksi
Sangvinik	4,3	4,1	4,4	4,27
Xolerik	4,6	3,8	4,2	4,20
Flegmatik	3,9	4,6	4,1	4,20
Melanxolik	3,7	4,7	4,0	4,13

1-jadval ma’lumotlari shuni ko‘rsatadiki, temperamentga moslashtirilgan infratuzilma modeli barcha guruhlar bo‘yicha umumiy qoniqish indeksining nisbatan yuqori bo‘lishini ta’minlagan. Xolerik temperamentdagi sayyohlar xizmat ko‘rsatish tezligiga yuqori baho bergan bo‘lsa (4,6 ball), muhit qulayligi bo‘yicha ularning bahosi nisbatan pastroq ekani kuzatiladi (3,8 ball). Aksincha, flegmatik va melanxolik temperamentdagi sayyohlar uchun muhit qulayligi eng muhim omil bo‘lib, ushbu ko‘rsatkich mos ravishda 4,6 va 4,7 ballni tashkil etgan.

Sangvinik temperamentdagi sayyohlar barcha ko‘rsatkichlar bo‘yicha muvozanatli natijalarni namoyon etib, umumiy qoniqish indeksi eng yuqori darajaga (4,27) erishgan. Bu holat sangvinik temperamentdagi sayyohlarning moslashuvchanligi va infratuzilmaning turli elementlariga tez moslasha olish xususiyati bilan izohlanadi.

Olingan natijalar shuni ko‘rsatadiki, sayyohlik infratuzilmasini temperament turlariga asoslangan holda tabaqalashgan tarzda rejalashtirish xizmatlar sifati va umumiy qoniqish darajasini oshirishga xizmat qiladi. Taklif etilgan model infratuzilma yuklamasini muvozanatlashtirish, xizmatlardan foydalanish samaradorligini oshirish hamda hududiy sayyohlik salohiyatidan to‘liqroq foydalanish imkonini beradi.

Xulosa va takliflar. Mazkur tadqiqotda sayyohlarning temperament turlarini hisobga olgan holda sayyohlik infratuzilmasini tabaqalashgan tarzda rejalashtirish modeli ishlab chiqildi va uning amaliy samaradorligi baholandi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, infratuzilmani an’anaviy “o‘rtacha sayyoh” yondashuvi asosida emas, balki sayyohlarning psixologik xususiyatlariga moslashtirilgan holda tashkil etish xizmatlardan qoniqish darajasini oshirish, infratuzilma yuklamasini muvozanatlashtirish hamda hududlarning umumiy raqobatbardoshligini kuchaytirishga xizmat qiladi.

O‘tkazilgan tahlillar natijasida temperament turlariga mos infratuzilma elementlari (xizmat tezligi, muhit qulayligi va axborot taqdimoti) sayyohlarning xulq-atvori va ehtiyojlariga sezilarli darajada mos kelishi aniqlandi. Xususan, xolerik temperamentdagi sayyohlar uchun xizmat ko‘rsatish tezligi ustuvor ahamiyat kasb etsa, flegmatik va melanxolik temperamentdagi sayyohlar uchun sokin muhit va psixologik qulaylik muhim omil ekanligi tasdiqlandi. Ushbu holatlar taklif etilgan modelning nazariy asoslanganligini va amaliy jihatdan qo‘llash imkoniyatini ko‘rsatadi.

Mazkur jarayonni yanada takomillashtirish maqsadida quyidagi takliflar ilgari suriladi:

1. Sayyohlarni temperament turlari bo‘yicha dastlabki segmentatsiya qilish mexanizmlarini (so‘rovnoma, raqamli testlar) joriy etish orqali infratuzilma xizmatlarini moslashtirish.

2. Transport va logistika tizimlarini xizmat tezligi va qulayligi darajasiga ko‘ra, tabaqalashgan holda tashkil etish [3].

3. Joylashtirish obyektlarida sokin va faol zonalarini aniq ajratish orqali turli

temperamentdagi sayyohlar ehtiyojlarini qondirish.

4. Axborot xizmatlarini (yo‘riqnoma, mobil ilova, belgilar) temperament xususiyatlariga mos ravishda vizual va funksional jihatdan tabaqlashtirish.

5. Raqamli texnologiyalar asosida xizmatlardan qoniqish darajasini doimiy monitoring qilish va moslashuvchan boshqaruv mexanizmlarini joriy etish.

6. Hududiy sayyohlik boshqaruv organlari va servis subyektlari uchun temperamentga asoslangan infratuzilma rejalashtirish bo‘yicha uslubiy tavsiyalar ishlab chiqish.

1-, 2- va 5-takliflar eng yuqori amaliy samaradorlikka ega bo‘lib, qisqa muddatda xizmatlar sifati va boshqaruv aniqligini oshiradi. 3- va 4-takliflar o‘rta ustuvor bo‘lib, psixologik qulaylikni ta‘minlaydi, 6-taklif esa uzoq muddatli institutsional ahamiyatga ega. Shu tariqa, tadqiqot natijalari sayyohlik infratuzilmasini rejalashtirishda shaxsga yo‘naltirilgan, moslashuvchan va barqaror modelni joriy etish zarurligini ilmiy jihatdan asoslab beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Soatov A.M. Iqtisodiyotni transformatsiyalash sharoitida klasterlar faoliyatini rivojlantirish bo‘yicha ba‘zi tavsiyalar // International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research. – 2022. – C. 164-166.

2. Айнакулов М. А., Абдухамидов Э. Нормативно-правовая база интеграционных отношений хозяйствующих субъектов // Молодой ученый. – 2016. – №. 7-2. – С. 80-83.

3. Muhitdinov A.A. Tourist Activity and Its Institutional Fundamentals in Jizak Region // JournalNX. – C. 597-601.

М.Айнакулов Модель дифференцированного планирования туристской инфраструктуры на основе темперамента туристов	M. Aynakulov A model of differentiated planning of tourism infrastructure based on tourists' temperament
Аннотация. В статье разработана модель дифференцированного планирования туристской инфраструктуры с учетом типов темперамента туристов. В исследовании проанализированы скорость обслуживания, комфорт среды и доступность информации как ключевые показатели оценки. Полученные результаты подтверждают эффективность персонализированного подхода к организации туристской инфраструктуры. Предложенная модель имеет практическое значение для управления туристским развитием территорий. Ключевые слова: туристская инфраструктура, темперамент, дифференцированное планирование, качество услуг, психологические особенности, поведение туристов, индекс удовлетворенности, транспортная система, сервисные услуги, региональное развитие.	Abstract. This article proposes a differentiated tourism infrastructure planning model based on tourists' temperament types. The study analyzes service speed, environmental comfort, and information accessibility as key evaluation criteria. The findings indicate that a personalized infrastructure approach increases tourists' satisfaction levels. The proposed model has practical relevance for regional tourism management. Keywords: tourism infrastructure, temperament, differentiated planning, service quality, psychological traits, tourist behavior, satisfaction index, transport system, service environment, regional development.

Diyor Haqberdiyevich Xolmamatov – SamISI mustaqil izlanuvchisi, PhD, professor

ULGURJI SAVDODA MARKETING LOGISTIKASI STRATEGIYASIDAN FOYDALANISH

Annotasiya. Mazkur maqolada ulgurji savdoda marketing logistikasi strategiyasidan foydalanishning nazariy va amaliy jihatlari, marketing logistikasi strategiyalarining asosiy turlari, ularning ulgurji savdoda foydalanish yo‘nalishlari yoritilgan. Shuningdek, ulgurji savdoda marketing logistikasi strategiyasidan foydalanishda logistika xarajatlari, zaxiralar aylanish tezligi, buyurtmalarni o‘z vaqtida bajarish darajasi va mijozlar sodiqligi kabi ko‘rsatkichlarga e‘tibor berish asoslab berilgan. Kalit so‘zlar: ulgurji savdoda marketing logistikasi, marketing logistikasi strategiyasi, ulgurji savdoda buyurtmalarni boshqarish, ta‘minot zanjiri, ta‘minot zanjirini boshqarish, zaxiralarni boshqarish, logistika xarajatlari, zaxiralar aylanish tezligi, buyurtmalarni o‘z vaqtida bajarish darajasi, mijozlar sodiqligi, sotuvdan keying servis.

Kirish. Globallashuv jarayonlarining chuqurlashuvi, raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi hamda bozorlarda raqobatning keskinlashuvi sharoitida ulgurji savdo tizimi iqtisodiy munosabatlarning muhim bo‘g‘iniga aylanmoqda. Ugurji savdo nafaqat ishlab chiqaruvchi va chakana savdo o‘rtasidagi vositachi mexanizm sifatida, balki tovar oqimlari, moliyaviy resurslar va axborot almashinuvi integratsiyasini ta‘minlovchi strategik infratuzilma elementi sifatida ham namoyon bo‘lmoqda. Shu nuqtai nazardan, zamonaviy sharoitda ulgurji savdo subyektlari faoliyatini samarali tashkil etishda marketing va logistika funksiyalarini alohida emas, balki o‘zaro uyg‘unlashgan holda boshqarish dolzarb ilmiy-amaliy masalaga aylanmoqda.

Marketing logistikasi strategiyasi – bu bozor talabi, iste‘molchi ehtiyojlari va raqobat muhiti omillarini inobatga olgan holda tovar harakati jarayonlarini rejalashtirish, tashkil etish va nazorat qilishga qaratilgan kompleks boshqaruv konsepsiyasidir. An‘anaviy logistika xarajatlarni minimallashtirish va moddiy oqimlarni optimallashtirishga urg‘u bersa, marketing logistikasi mijoz qiymatini maksimal darajada shakllantirish, xizmat ko‘rsatish darajasini oshirish hamda uzoq muddatli hamkorlik munosabatlarini rivojlantirishga yo‘naltiriladi. Ayniqsa, ulgurji savdoda buyurtmalarni boshqarish, zaxiralarni optimallashtirish, transport-logistika zanjirini moslashuvchan tashkil etish va xizmat ko‘rsatish tezkorligini ta‘minlash marketing-logistik yondashuvni talab etadi. Shuning uchun ulgurji savdoda marketing logistikasi strategiyasidan samarali foydalanish ulgurji savdo korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va mijozlar ehtiyojlarini yuqori darajada qondirishning muhim omili sifatida ahamiyati tobora ortib bormoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Marketing-logistika tizimi marketing strategiyalari bilan bog‘liq bo‘lib, mahsulotlarni mijozlarga qanday taqdim etish va yetkazish bo‘yicha qarorlarni qabul qilishda muhim rol o‘ynaydi. Bu tizim orqali kompaniyalar o‘z mijozlariga qoniqarli xizmat ko‘rsatish bilan birga, o‘z operatsiyalarini samarali boshqarish va xarajatlarni kamaytirishga erishadilar.

P.Kotler marketing va logistika tizimini bog‘liqligini o‘z asarlarida “marketing-logistika tizimida mijoz ehtiyojlarini qondirish va mijozlarga xizmat ko‘rsatishning muhimligini ta‘kidlaydi. Logistika jarayonlarining marketing strategiyalari bilan integratsiyalashuvi va bu orqali kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirish. Bozor va mijoz talablarini tahlil qilish orqali logistika jarayonlarini optimallashtirish” kabi jihatlariga e‘tibor qaratgan [7].

Donald J.Bowersox o‘z tadqiqotlarida “ta‘minot zanjiri jarayonlarining bir-biri bilan bog‘liqligi va ularning integratsiyasi orqali samaradorlikni oshirishga katta e‘tibor beradi. Logistika tarmoqlarini boshqarish va ularni samarali ishlashi uchun zarur bo‘lgan strategiyalarni ko‘rib chiqqan. Logistika jarayonlarini samarali boshqarish orqali kompaniya xarajatlarini kamaytirish” [3] strategiyalarini ishlab chiqdi.

John J.Coyle esa logistika va ta‘minot zanjiri strategiyalarini amalga oshirish bosqichlari, logistika va ta‘minot zanjiri strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish jarayonlarini, ombor boshqaruvi va zaxiralarni optimallashtirish orqali logistika jarayonlarining samaradorligini oshirish hamda axborot texnologiyalari va ularning logistika jarayonlariga ta‘sirini ochib bergan [6].

Avdeychikova Ye.V. tadqiqotlarida sun‘iy intellekt, raqamli platformalar, blokcheyn, Internet of Things (IoT) kabi yangi raqamli texnologiyalarning marketing logistikasiga ta‘siri va joriy etilishi, ya‘ni tayyor mahsulotni bozorga chiqarish jarayoni raqamlashtirish bo‘yicha takliflar beradi. Aniqlanishicha, raqamli texnologiyalar onlayn tarqatish kanallaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytiradi, infratuzilmani, pul muomalasini o‘zgartiradi va tranzaksiya xarajatlarini sezilarli darajada kamaytirishini asoslagan [1].

Marketing logistika tizimida istemolchiga yo‘nalgirilgan bosqichlar borasi horijiy olimlardan Martin Christopher “mijozlarga xizmat ko‘rsatishning logistika tizimidagi o‘rni va ahamiyati, logistika va ta‘minot zanjiri boshqaruvi orqali kompaniya raqobatbardoshligini oshirish, ta‘minot zanjiri bo‘ylab hamkorlik va kommunikatsiya jarayonlari” [8] borasida tadqiqotlar olib borgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur ilmiy maqolani yozishda ulgurji savdoda marketing logistikasi strategiyasidan foydalanish jarayonlari kompleks va tizimli yondashuv usullaridan keng foydalanilgan holda yozildi. Shuningdek, taqqoslash, tizimli tahlil, institutsional yondashuv,

funksional-jarayonli tahlil hamda integratsion model qurish usullaridan foydalanilgan.

Marketing logistikasi strategiyalarining uch asosiy turi innovatsiyaga yo‘naltirilgan fokuslangan strategiya, servisga asoslangan differensial strategiya hamda xarajatlarni boshqarish strategiyasining mazmuni o‘zaro taqqoslash usuli yordamida o‘rganildi. Taqqoslash mezonlari sifatida xizmat ko‘rsatish darajasi, logistika xarajatlari ulushi, buyurtma bajarish tezligi, zaxira aylanish koeffitsienti va mijozlar sodiqligi ko‘rsatkichlari tanlandi. Ushbu usul yordamida strategiyalarning ustun va cheklangan jihatlari aniqlandi.

Tizimli yondashuv usuli yordamida ulgurji savdo marketing logistikasi yagona tizim sifatida tadqiq qilindi. Unda moddiy oqimlar, axborot oqimlari va moliyaviy oqimlar o‘zaro bog‘liq elementlar sifatida tahlil qilindi. Strategiya tanlash jarayoni ichki resurslar (ombor quvvati, transport infratuzilmasi, IT tizimlar) va tashqi omillar (bozor talabi, raqobat muhiti, yetkazib beruvchilar ishonchliligi) bilan uzviy aloqada o‘rganildi.

Tahlil va natijalar. Marketing logistikasining strategiyasi – marketing strategiyasining bir elementi bo‘lib, umumiy marketing boshqaruvi strategiyasi doirasida ishlab chiqiladi. Marketing boshqaruvi strategiyasini marketing logistikaga moslashtirish marketing logistikasi maqsadlarini quyidagi yo‘nalishlarga yo‘naltiradi: omborxonalarni optimal joylashtirish, mahsulotlarni savdo joylariga yetkazish uchun eng maqbul sxema va usullar, mavsumiy o‘zgarishlar va bozor konyunkturasi o‘zgarishlariga qarab oqimlarning hajmi va assortimentini tahlil qilish hamda sotishni rejalashtirish. Marketing logistikasi strategiyasini ishlab chiqishda quyidagi 10 ta qoidani hisobga olish lozim (1-jadval).

1-jadval

Marketing logistikasining 10 ta oltin qoidasi

№	Qoidalar	Mazmuni
1.	Aniq tovar	Bozor talabiga mos tovar taklifini shakllantirish, ulgurji savdoda esa bozor talabiga mos ulgurji xaridlarni amalga oshirish.
2.	Aniq joy	Tovar iste‘molchi uchun qulay manzilga yetkazilishi kerak.
3.	Aniq miqdor	Tovar ortiqcha yoki kam bo‘lmasligi kerak, ulgurji xaridlar aniq bozor talabi asosida amalga oshirilishi kerak.
4.	Aniq vaqt	Tovar aynan kerakli vaqtda yetkazib turilishi kerak.
5.	Aniq sifat	Tovar kafolatlangan va bozordagi talab darajasidagi sifatda bo‘lishi kerak.
6.	Aniq axborot	Logistika zanjiri ishtirokchilari o‘rtasida real vaft rejimida ishonchli, to‘liq axborot almashinuvi bo‘lishi kerak.
7.	Aniq narx	Tovar tannarxi va bozor narxi muqobil ravishda muvozanatda bo‘lishi kerak.
8.	Aniq taklif	Mijoz ehtiyojiga moslashtirilgan individual takliflar tizimini yo‘lga qo‘yish kerak.
9.	Aniq qadoqlash	Tovarning xavfsizligi, tashish qulayligi va marketing talablariga mos qadoqlash kerak.
10.	Aniq xizmat	Sotuvdan keyingi servis, kafolat, mijozlarni qo‘llab-quvvatlash tizimini yo‘lga qo‘yish kerak.

Ma‘lumki, marketing amaliyotda tovarlarni realizatsiya qilishdagi muammolar tufayli logistika sohasidan ancha oldinroq – tarixan erta davrlarda talab yuqori bo‘lgan. XX asrning o‘rtalariga kelib, ishlab chiqarishni bozor talabiga mos mahsulot ishlab chiqarishga yo‘naltirish va marketing metodlari yordamida talabni o‘rganish hamda unga ta‘sir ko‘rsatish raqobatbardoshlikni oshirishda hal qiluvchi omil bo‘lib xizmat qildi. Moddiy oqimlarni boshqarishni ta‘minlovchi tizimlarni yaratish masalasi o‘sha davrda dolzarb bo‘lmagan. Buning sabablari, bir tomondan, iqtisodiyotda bunday tizimlarni barpo etish uchun texnik imkoniyatlar mavjud emasligi, boshqa tomondan esa, o‘sha davr uchun yangi hisoblangan marketing uslublarining o‘zi orqali raqobatchilardan sezilarli ustunlikka erishish mumkin bo‘lganidadir. Ammo hozirgi sharoitda faqat marketingga tayanib “raqobatda oldinga chiqish” imkonsiz bo‘lib qoldi. Marketing orqali aniqlangan talab o‘z vaqtida, tezkor va aniq yetkazib berish orqali

qondirilishi kerak. Bu esa bozordagi ehtiyojlarga “tezkor javob” texnologiyasi orqali erishishni taqozo etadi. Bunday “tezkor javob” faqatgina yo‘lga qo‘yilgan marketing logistikasi tizimi mavjud bo‘lgandagina mumkin bo‘ladi.

Marketing logistikasi strategiyasining ham o‘ziga xos jihatlari bor. Marketing logistikasi strategiyasi uchta muhim yo‘nalishdagi strategiyalarni o‘z ichiga oladi (2-jadval).

2-jadval

Marketing logistikasi strategiyalari [9]

Asosiy elementlar	Strategiyalar		
	Yo‘naltirilgan (fokuslangan) strategiya: innovatsiya	Differensial strategiya: servis	Xarajatlarni boshqarish strategiyasi
Maqsad	Yetkazib berishga yuqori tayyorlik; mahsulotni almashtirishga nisbatan moslashuvchanlik; buyurtmalar hajmidagi o‘zgarishlarga moslasha olish.	Yetkazib berishda yuqori tezlik; yetkazib berish ishonchligi; yetkazib berishga yuqori tayyorlik.	Arziydigan servis darajasiga nisbatan minimal xarajatlar.
Omborxona xo‘jaligi	Ikki yoqlama muammo: – boshqaruv imkoniyatini ta‘minlash uchun yuqori darajadagi kafolatli zaxiraga ehtiyoj mavjud; – moslashuvchanlikni saqlab qolish va zaxiralarning eskirib qolishi xavfini oldini olish uchun ombordagi zaxiralarni minimal darajada saqlash zarurati.	Mahalliy omborlar; bozorda yuqori darajada ishroketish; yuqori darajada yetkazib berish; qisqa muddatda yetkazib berish.	Markazlashtirish; ombordagi kam miqdordagi zaxiralar va kafolatli zaxiralarni birlashtirish.
Transport	Tezkor tashish, zarurat tug‘ilganda havo transportidan foydalanish; o‘z transport vositalari o‘rniga ekspeditorlardan foydalanish; qisman yuklarni tashish	Shoshilinch yuk tashish xizmatlari; shaxsiy avtomobillar parki; yetkazib berish xizmati.	Yuklarni birlashtirish, umumlashtirish yoki yagona tashish jarayoniga birlashtirish.
Saqlash	To‘g‘ridan-to‘g‘ri mijozlarga yetkazib berish; omborlarni ijaraga olish; tashqi tashkilotlar tomonidan boshqariladigan omborlar.	Ishlab chiqarish korxonasi ombori; markaziy ombor; hududiy ombor; tovar ombori.	Markazlashtirish; tizimlashtirish; avtomatlashtirish.

Ulgurji savdoda marketing logistikasi strategiyasining o‘ziga xosligi uning amalga oshirish mexanizmi – ya‘ni talabni prognozlash, zaxiralarni optimallashtirish, servisni differensiallashtirish va xarajatlarni nazorat qilish jarayonlarining integratsiyalashgan boshqaruvi bilan belgilanadi. Bu esa marketing logistikasini nafaqat operatsion faoliyat elementi, balki korxonaning strategik raqobat ustunligini shakllantiruvchi omilga aylantiradi (3-jadval).

3-jadval

Ulgurji savdoda marketing logistikasi strategiyasini qo‘llashning o‘ziga xos jihatlari

Strategiya turi	Ulgurji savdoda qo‘llashdagi asosiy elementlar	Strategiyani amalga oshirish mexanizmi	Kutiladigan asosiy natijalar
Yo‘naltirilgan (fokuslangan) strategiya	Tezkor va moslashuvchan yetkazib berish	Tezkor transport (havo transporti, ekspeditorlar)	Bozor talablariga tez javob berish
	Buyurtmalar hajmiga moslashish	To‘g‘ridan-to‘g‘ri mijozlarga yetkazib berish	Mijozlar ehtiyojini qondirilish darajasining oshishi

	Tovarlarni xarid qilish va yetkazib berishga yuqori tayyorgarlik	Omborlarni ijaraga olish va tashqi boshqaruv	Moslashuvchanlik va raqobatbardoshlik
Differensial strategiya	Yuqori tezlik va ishonchlilik	Shoshilinch yuk tashish xizmatlari	Xizmat darajasining oshishi
	Mahalliy omborlardan yetkazib berish	Shaxsiy transport vositalaridan foydalanish	Mijoz ishonchi va sodiqligini oshirish
	Mijoz ehtiyojiga moslashish	Markaziy va hududiy omborlar orqali tarqatish	Savdo hajmi oshadi
Xarajatlarni boshqarish strategiyasi	Minimal xarajatlar bilan yetarli darajadagi servis	Yuklarni konsolidatsiya qilish	Xarajatlarning kamayishiga erishiladi
	Ombor zaxiralarini me'yorlashtirish	Omborlarni tizimlashtirish va avtomatlashtirish	Foyda oshishiga erishiladi
	Markazlashtirilgan ombor boshqaruvi	Transport xarajatlarini minimallashtirish	Resurslardan samarali foydalanish

Xulosa va takliflar. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, ulgurji savdoda marketing logistikasi strategiyasidan kompleks va integratsiyalashgan tarzda foydalanish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash hamda logistika xarajatlarini kamaytirishning muhim omili hisoblanadi. Innovatsiyaga yo'naltirilgan (fokuslangan) strategiya bozorning tor segmentlarida yuqori qo'shimcha qiymat yaratishga xizmat qilsa, servisga asoslangan differensial strategiya mijozlar sodiqligini mustahkamlashga imkon beradi. Xarajatlarni boshqarish strategiyasi esa narx raqobati ustun bo'lgan sharoitda barqaror moliyaviy natijalarni ta'minlaydi. Olib borilgan tadqiqotlar natijasidan kelib chiqib quyidagi takliflar ilgari suriladi:

1. Ulgurji savdo korxonalarida marketing va logistika funksiyalarini yagona boshqaruv tizimiga integratsiyalash zarur.

2. Strategiya tanlashda bozor segmenti, mijoz talabi va korxonaning resurs salohiyati asosiy mezon sifatida inobatga olinishi lozim.

3. Raqamli texnologiyalar (ERP, CRM, ma'lumotlar tahlili)ni joriy etish orqali talab prognozi va zaxiralarni boshqarish tizimini takomillashtirish lozim.

4. Marketing logistikasi samaradorligini baholash uchun ko'rsatkichlar tizimini (xarajatlar ulushi, OTIF, zaxira aylanishi, servis darajasi) muntazam monitoring qilish amaliyoti yo'lga qo'yilishi maqsadga muvofiq.

Shunday qilib, marketing logistikasi strategiyasini ilmiy asoslangan holda tanlash va amalga oshirish ulgurji savdo korxonalarining uzoq muddatli barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Авдейчикова Е.В. Особенности развития маркетинговой логистики в эпоху цифровой трансформации и цифровых технологий //Архитектурно-строительный и дорожно-транспортный комплексы: проблемы, перспективы, инновации. – 2022. – С. 246-249.

2. Балабанова Л.В., Германчук А.Н. Концепция маркетинговой логистики потоковых процессов// Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017. №2А, т.7. С.42-51.

3. Donald J. Bowersox. Logistical Management: The Integrated Supply Chain Process. McGraw-Hill College.1996. p 756

4. Германчук А.Н. Маркетинговая логистика как фактор развития внутренней торговли / А.Н.Германчук // Инновационное развитие российской экономики : матер. IX Междунар. науч.-практ. конф., 25-28 окт., 2016 г., г. Москва. – М. : ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. – С. 22-25.

5. Горячева С.М. Использование маркетинговой логистики при выходе продукции на

зарубежные рынки сбыта: теоретический и практический аспект. Экономические науки. «Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение» №1 (61) 2020. 36-47 с.

6. John J. Coyle. The Management of Business Logistics: A Supply Chain Perspective. South-Western College Pub. 2002. P 707

7. Philip Kotler, Kevin Keller. Marketing Management 15th Edition. Personal education limited. 2016

8. Martin Christopher. Marketing Logistics 2nd Edition. Routledge. 2015. P 172

9. Маркетинговая логистика: Учебное пособие/ Идрисов Ш.А – Махачкала: ФОРМАТ, 2017 г. – 39-40 с.

Д. Холмаматов Использование стратегий маркетинговой логистики в оптовой торговле	D. Kholmamатов Application of Marketing Logistics Strategies in Wholesale Trade
Аннотация. В данной статье раскрываются теоретические и практические аспекты использования стратегий маркетинговой логистики в оптовой торговле, рассматриваются основные виды стратегий маркетинговой логистики и направления их применения в системе оптовой торговли. Также обоснована необходимость учета таких показателей при использовании стратегий маркетинговой логистики в оптовой торговле, как логистические издержки, оборачиваемость запасов, уровень своевременного выполнения заказов и лояльность клиентов. Ключевые слова: маркетинговая логистика в оптовой торговле, стратегия маркетинговой логистики, управление заказами в оптовой торговле, цепь поставок, управление цепями поставок, управление запасами, логистические издержки, оборачиваемость запасов, уровень своевременного выполнения заказов, лояльность клиентов, послепродажный сервис.	Abstract. This article examines the theoretical and practical aspects of applying marketing logistics strategies in wholesale trade, identifies the main types of marketing logistics strategies, and explores their directions of application within the wholesale trade system. The study also substantiates the importance of considering such indicators as logistics costs, inventory turnover rate, on-time order fulfillment, and customer loyalty when implementing marketing logistics strategies in wholesale trade. Keywords: marketing logistics in wholesale trade, marketing logistics strategy, order management in wholesale trade, supply chain, supply chain management, inventory management, logistics costs, inventory turnover rate, on-time order fulfillment rate, customer loyalty, after-sales service.

Xilola Nematovna Ochilova – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Menejment” kafedrası dotsenti v.b., PhD

IJTIMOIY TARMOQLARDA RAQAMLI BIZNESNI BOSHQARISHNING MOHIYATI VA AHAMIYATI

Annotasiya. Ushbu maqolada ijtimoiy tarmoqlarda raqamli biznesni boshqarishning mohiyati, ahamiyati ijtimoiy tarmoq muhitida biznesni boshqarish vazifalarini raqamli formatda amalga oshirish, bu vazifalarni amalga oshirishning asosiy bosqichlari yoritib berilgan. Ijtimoiy tarmoqlarda raqamli biznesni boshqarishda analitika, avtomatlashtirish, kontent strategiyasi, inflyuenser marketing va elektron tijoratdan foydalanishni takomillashtirish bo'yicha ilmiy ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: ijtimoiy tarmoqlar, raqamli iqtisodiyot, raqamli biznes, raqamli biznesni boshqarish, marketing jarayonlari, boshqaruv vazifalari, boshqaruv samaradorligi

Kirish. XXI asrda jamiyat hayotining barcha sohalarida raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi natijasida iqtisodiy munosabatlar yangi bosqichga ko'tarildi. Ayniqsa, internet tarmog'ining keng tarqalishi, axborot almashinuvining tezlashishi va auditoriyaning virtual muhitda faollashuvi natijasida ijtimoiy tarmoqlar zamonaviy biznes tizimining ajralmas qismiga aylandi.

Ijtimoiy tarmoqlar nafaqat shaxsiy muloqot maydoni, balki marketing, reklama, axborot tarqatish va bozor munosabatlarida ishtirok etuvchi subyektlar o'rtasida munosabat o'rnatishning muhim kanali sifatida ham namoyon bo'lmoqda. Shu nuqtai nazardan, ijtimoiy tarmoqlarda biznesni boshqarishning mohiyatini ilmiy jihatdan tahlil qilish, uning iqtisodiy mazmuni va

amaliy ahamiyatini ochib berish zamonaviy boshqaruv ilmida dolzarb vazifa hisoblanadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo‘yicha Prezidentimizning bir qancha qaror va farmonlari qabul qilingan. Bular jumlasiga O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrda ““Raqamli O‘zbekiston-2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-6079-sonli Farmoni¹, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 22-noyabrda “Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4022-sonli qarori², O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3-iyul “O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni va kriptto-aktivlar aylanmasi sohasini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-3832-sonli Qarori³, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 28 aprel “Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4699-son qarorlari⁴, 2022-yil 15-aprelda “Kiberxavfsizlik to‘g‘risida”gi O‘RQ-764-son Qonunlari⁵ qabul qilingan.

Hozirgi kunda raqamli biznes, raqamli iqtisodiyot mavzulari bo‘yicha juda ko‘p olimlarimiz va tadqiqotchilarimiz ilmiy ishlar olib bormoqdalar va juda ko‘p olimlarimizning bu mavzuga o‘xshash o‘quv qo‘llanma va darsliklari nashrdan chiqarilgan. Bular jumlasiga S.S.Gulyamovning “Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalari” o‘quv qo‘llanmasi⁶, S.S.Gulyamov, R.H.Ayupovlarning “Raqamli iqtisodiyot va elektron tijorat asoslari” o‘quv qo‘llanmasi⁷, S.S.Gulyamov, R.X.Ergashev, S.N.Hamraevalarning “Raqamli iqtisodiyot” nomli o‘quv qo‘llanmasi⁸, S.S.G‘ulomov, M.Q.Pardaev, M.Muhitdinova, D.Pardaevlarning “Ta’lim sifati va samaradorligini oshirishga qaratilgan sun’iy intellektdan Yangi O‘zbekistonni shakllantirishda foydalanish imkoniyatlari” nomli maqolasida⁹, M.Q.Pardaev, O.M.Pardaevlarning “Kreativ iqtisodiyot industriyasining mazmuni va uning nazariy masalalari” nomli maqolalarini¹⁰ keltirib o‘tishimiz mumkin. Olimlarimiz raqamli iqtisodiyot bo‘yicha juda ko‘p fikrlar bildirgan, ammo raqamli biznesni boshqarish bo‘yicha adabiyotlar juda kam.

Tadqiqot metodologiyasi. Ijtimoiy tarmoqlarda raqamli biznesni boshqarishning mohiyati va ahamiyati bo‘yicha induksiya va deduksiya, makon va zamon, mantiqiy, qiyosiy tahlil kabi usullardan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Ijtimoiy tarmoqlarda biznesni boshqarishning nazariy poydevori F. Kotlarning marketing miksi nazariyasi, M. Porterning raqobat ustunligi modeli, hamda D. Bellning axborot jamiyati nazariyasi bilan uzviy bog‘liqdir. Bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy tarmoqlar biznes faoliyatining ajralmas qismiga aylangan. Facebook, Instagram, Telegram, TikTok va LinkedIn kabi platformalar orqali kompaniyalar o‘z mahsulot va xizmatlarini keng auditoriyaga taqdim etadilar. Ijtimoiy tarmoqlar nafaqat reklama vositasi, balki mijozlar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri muloqot qilish, ularning fikrlarini o‘rganish va brend imijini shakllantirish uchun ham muhim platforma hisoblanadi.

Ijtimoiy tarmoqlarda marketing jarayonlari quyidagi yo‘nalishlarda amalga oshiriladi:

- Kontent marketingi foydalanuvchilarni jalb etuvchi matn, rasm va video materiallar yaratish.
- Targeting (nishonga olish) bu mahsulot yoki xizmatni aniq bir mijozlar guruhiga qaratilgan tarzda reklama va sotish usulidir.
- Influencer (ta’sir) marketing mashhur blogerlar orqali mahsulotni targ‘ib qilish.
- Feedback (kommunikatsiya) tizimi mijozlarning izohlarini o‘rganish, qayta aloqa, javob

¹ <https://lex.uz/uz/doc-passport/-5030957>

² <https://lex.uz/en/docs/-4071219>

³ <https://lex.uz/docs/-3806053>

⁴ <https://web.archive.org/web/20230320134957/https://lex.uz/docs/-4800657>

⁵ <https://lex.uz/docs/-5960604>

⁶ Гулямов С.С. “Рақамли иқтисодиётда блокчейн технологиялари” ўқув қўлланма, Т., “Иқтисодиёт-молия”, 2019. – 447 бет.

⁷ Гулямов С.С., Аюпов Р.Х. “Рақамли иқтисодиёт ва электрон tijorat asoslari”. Т., “Иқтисодиёт-молия”, 2020. – 510 бет.

⁸ Гулямов С.С., Эргашев Р.Х., Хамраева С.Н. “Рақамли иқтисодиёт”. Ўқув қўлланма, 2020. – 377 бет.

⁹ <https://journal.sies.uz/articles/taelim-sifati-va-samaradorligini-osirishga-qaratilgan-suniei-intellektdan-iangi-zbekistonni-sakllantirishda-foidalanis-imkoniiatlari>

¹⁰ Сервис илмий-амалий журнали, 2025-йил, 2-сон, - 10-19-бетлар.

berish va xizmat sifatini yaxshilash.

Samarali aloqa orqali kompaniya o‘z mijozlari bilan mustahkam ishonch aloqasini o‘rnatadi va ularning sadoqatini oshiradi.

“Boshqaruv” tushunchasi iqtisodiy fanlarda resurslardan samarali foydalanish va maqsadga yo‘naltirilgan faoliyatni muvofiqlashtirishni anglatadi. Shu nuqtai nazardan ijtimoiy tarmoqlarda biznesni boshqarish – bu raqamli maydondagi iqtisodiy faoliyatni rejalashtirish, tashkil etish, muvofiqlashtirish va nazorat qilish jarayoni bo‘lib, u raqamli kommunikatsiya vositalari orqali amalga oshiriladi.

Ijtimoiy tarmoqlarda biznesni boshqarishning mohiyatini quyidagi jihatlar orqali izohlash mumkin:

Birinchidan, marketing faoliyatini raqamlashtirish. Bunda mahsulot va xizmatlarni virtual maydonda ilgari surish usullarini qo‘llash, sotish jarayonini avtomatlashtirish lozim.

Ikkinchidan, iqtisodiy kommunikatsiyalarni optimallashtirish. Bu bosqichda mijozlar, hamkorlar va bozor subyektlari bilan tezkor aloqa o‘rnatish ijtimoiy tarmoqlarni tanlash, va uni boshqarish lozim.

Uchinchidan, brend boshqaruvini kuchaytirish bosqichida korxona obro‘cini raqamli muhitda shakllantirish va qo‘llab-quvvatlash lozim.

To‘rtinchidan, analitik boshqaruv tizimini yaratish. Bunda ma‘lumotlarni yig‘ish, bozorni, mijozlar xatti-harakatini, sotuv ko‘rsatkichlarini tahlil qilish, tendensiya va sabab-oqibatlarini aniqlash, natija asosida qarorlar qabul qilishi va boshqarishi lozim.

Ijtimoiy tarmoq muhitida biznesni boshqarish an‘anaviy boshqaruv vazifalarini raqamli formatda amalga oshirishni nazarda tutadi. Ushbu vazifalar quyidagilardan iborat:

1. Rejalashtirish. Marketing strategiyasini ishlab chiqish, maqsadli auditoriyani aniqlash va segmentlash, raqobat muhitini tahlil qilish.
2. Tashkil etish. Kontent yaratish va uni joylashtirishni tizimlashtirish, jamoa faoliyatini raqamli muhitda muvofiqlashtirish, Ijtimoiy media boshqaruvi (Social Media Management) platformalaridan foydalanish.
3. Motivatsiya. Mijozlar bilan interaktiv aloqa orqali ishonchni oshirish, ishchi jamoani ijtimoiy faollikka rag‘batlantirish.
4. Nazorat. Trafik, qamrov va foydalanuvchi reaksiyasini tahlil qilish, KPI (Key Performance Indicators) asosida natijalarni baholash, tuzatuvchi choralar belgilash.

Ijtimoiy tarmoqlar an‘anaviy bozordan farqli ravishda, interaktiv va shiddatli dinamikaga ega muhit hisoblanadi. Yuqoridagi keltirib o‘tilgan vazifalardan kelib chiqib bu sohadagi boshqaruvning quyidagi asosiy bosqichlari mavjud.

1-bosqich. Strategik rejalashtirish bosqichi. Kompaniya maqsadlarini belgilash, bozor segmentlarini aniqlash, raqobat strategiyasini ishlab chiqish.

2-bosqich. Kontent marketing bosqichi. Auditoriya talablariga mos axborot, vizual va video kontent tayyorlash, kontent kalendarini shakllantirish.

3-bosqich. Realizatsiya va kommunikatsiya bosqichi. Reklama, targ‘ibot va interaktiv aksiyalar o‘tkazish, mijozlar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri muloqot olib borish.

4-bosqich. Tahlil va samaradorlikni baholash bosqichi. Tarmoq faoliyati ko‘rsatkichlarini (layklar, izohlar, ko‘rishlar, CTR, CPM va b.) tahlil qilish, natijalarga asosan strategiyani takomillashtirish.

Marketing orqali har bir mahsulot yoki xizmatni imkon darajasida iste‘molchilarga tanitish, bu mahsulotlarning xususiyatlarini keltirish, ularni keltirishda bilvosita yoki bevosita ta’sir ko‘rsatish usullarini qo‘llash imkonini beradi. Ta’sir ko‘rsatish marketingda taniqli aktyorlar, qo‘shiqchilar yoki blogerlar orqali bilvosita reklamalarda mahsulot yoki xizmatni istemolchilarga tanitish ham samaradorlikka erishish yo‘llaridan biridir.

Hozirgi raqamlashtirish rivojlangan bir davrda biznesni boshqaruvida ijtimoiy tarmoqlarning juda ko‘p afzalliklari mavjud. Bularga kam xarajat bilan keng auditoriyani qamrab olish, brendni tez tanitish imkoniyati, real vaqt rejimida tahlil va monitoring o‘tkazish, mijozlar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri muloqot qilish hamda globallashtirish imkoniyati keltirib o‘tish mumkin. Raqamli biznesni yuritayotganlar bu imkoniyatlardan to‘liq foydalangan vaqtida mahsulotini ko‘proq sotishi, natijadorlikka erishishi mumkin.

Bundan tashqari raqamli biznesni boshqarishda ijtimoiy tarmoqlarning xavfli tomonlari ham uchrab turadi. Bularga salbiy izohlar orqali brend obro'siga zarar yetkazish, maxfiy ma'lumotlarning oshkor bo'lish xavfi, noto'g'ri reklama siyosati hamda ijtimoiy tarmoqlarni yuritishda bilim va ko'nikmaning yetishmasligi ham kompaniya imijini pasaytiradi.

Shuning uchun kompaniyalar ijtimoiy tarmoqlarni professional tarzda boshqarishi, SMM (Social Media Marketing) mutaxassislaridan foydalanishi zarur. Har ibr sohani o'zining mutaxassislari yuritsagina ko'proq natijaga erishiladi va bunday salbiy oqibatlar bo'lmaydi.

O'zbekistonda so'nggi yillarda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish davlat siyosati darajasiga ko'tarildi. Axborot texnologiyalari va internet xizmatlarining kengayishi natijasida aholining 70 foizidan ortig'i ijtimoiy tarmoqlardan foydalanmoqda. Bu holat kichik va o'rta biznes subyektlariga katta imkoniyat yaratmoqda. Masalan, Instagram va Telegram orqali xizmat ko'rsatish, tovar sotish va reklama qilish keng tarqalgan. Shu bilan birga, aksariyat tadbirkorlar ijtimoiy tarmoqlarda boshqaruvning ilmiy-uslubiy asoslarini yetarlicha o'zlashtirmagan.

Buning uchun quyidagi yo'nalishlarda islohotlar zarur:

- SMM menejment va raqamli marketing bo'yicha ta'lim kurslarini joriy etish;
- Biznes subyektlari uchun raqamli savodxonlikni oshirish;
- Ijtimoiy tarmoqlarda davlat va xususiy sektor hamkorligini kuchaytirish.

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoqlarda biznesni boshqarish – bu zamonaviy raqamli iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi bo'lib, u nafaqat reklama va marketing faoliyatini, balki korxonaning umumiy imidji, mijozlar bilan munosabatlari va bozordagi raqobatbardoshligini belgilaydi. Ushbu sohada samarali boshqaruvni ta'minlash uchun korxonalar ilmiy asoslangan strategik yondashuvni qo'llashi, ma'lumotlar tahliliga asoslangan qarorlar qabul qilishi, innovatsion va kreativ kontent yaratishga e'tibor qaratishi lozim.

Shunday qilib, ijtimoiy tarmoqlarda biznesni boshqarish nafaqat iqtisodiy samaradorlikni ta'minlaydi, balki jamiyatda raqamli madaniyat va axborotlashgan munosabatlarning rivojlanishiga ham xizmat qiladi.

Yuqoridagilar kelib chiqib qo'yidagi ilmiy takliflar ishlab chiqildi:

1. Ijtimoiy tarmoqlar asosida raqamli marketing strategiyasini korxonalar uchun SMM (Social Media Marketing) strategiyalarini ilmiy asosda ishlab chiqish orqali takomillashtirish lozim. Bunda iste'molchilarning xulq-atvorini tahlil qilish, maqsadli auditoriyani aniqlash hamda algoritmlar (AI va Big Data) yordamida reklama samaradorligini oshirishga harakat qilinishi lozim.

2. Raqamli biznesda katta ma'lumotlardan foydalanish va ularni tahlil qilish. Ijtimoiy tarmoqlardagi foydalanuvchilar faoliyatini tahlil qilish orqali sotuvni prognoz qilish modelini ishlab chiqish, analitik platformalar (Google Analytics, Meta Insights, TikTok Analytics) asosida qaror qabul qilish tizimini yaratish joriy qilish lozim.

3. Ijtimoiy tarmoqlarda mijozlar fikr-mulohazalari va kommentariyalarini tahlil qilish orqali brend imidjini shakllantirish, korxonalar uchun onlayn brend reputatsiyasini boshqarish modelini ishlab chiqish hamda brend boshqaruvini raqamlashtirish orqali boshqarilish yo'llarini takomillashtirish lozim.

4. Ijtimoiy tarmoqlarda elektron tijoratni Instagram, Telegram, TikTok orqali to'g'ridan-to'g'ri savdo modellarini ishlab chiqish, Onlayn to'lov tizimlari va logistika xizmatlarini takomillashtirish orqali rivojlantirish lozim.

5. Ijtimoiy tarmoqlarda biznes akkauntlarini kiberxavfsizlik modellari orqali raqamli xavfsizlik va ma'lumotlarni himoya qilish, Fishing, akkaunt o'g'irlanishi kabi xavflarni kamaytirish bo'yicha mexanizmlar ishlab chiqish lozim.

Bu tavsiyalar amalga oshirilsa, raqamli biznes nafaqat iqtisodiy samaradorlikni, balki ijtimoiy barqarorlik va milliy innovatsion taraqqiyotni ta'minlaydi.

Ijtimoiy tarmoqlarda raqamli biznesni boshqarishda asosiy yo'nalishlar analitika, avtomatlashtirish, kontent strategiyasi, influenser marketing va elektron tijorat hisoblanadi. Ularni ilmiy asosda takomillashtirish raqamli iqtisodiyot rivojiga katta hissa qo'shadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Ayupov R.H.. Raqamli iqtisodiyot va elektron tijoratda yangi texnologiyalar. O'quv qo'llanma. Toshkent: Nizomiy nomidagi TDPU, 2020, 554 bet.

2. Bobojonov A.B. Raqamli biznes modellari. O‘quv qo‘llanma. Toshkent: “Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi”, 2021, 196 bet.
3. Porsayev G‘.M., Safarov B.Sh., Usmanova D.Q. Raqamli iqtisodiyot asoslari. Darslik. T., “Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi”, 2020 – 372 bet.
4. To‘xtayev A. “Raqamli iqtisodiyot va elektron xizmatlar”, Toshkent, 2023.

Х.Очилова	Kh.Ochilova
Сущность и значение управления цифровым бизнесом в социальных сетях	The essence and importance of digital business management in social networks
Аннотация. В данной статье рассматриваются сущность и значение управления цифровым бизнесом в социальных сетях, реализация задач управления бизнесом в цифровом формате в среде социальных сетей, основные этапы реализации этих задач. Проведено научное исследование с целью повышения эффективности использования аналитики, автоматизации, контент-стратегии, инфлюенс-маркетинга и электронной коммерции в управлении цифровым бизнесом в социальных сетях. Ключевые слова: социальные сети, цифровая экономика, цифровой бизнес, управление цифровым бизнесом, маркетинговые процессы, задачи управления, эффективность управления.	Abstract. This article discusses the essence and importance of digital business management in social networks, the implementation of business management tasks in a digital format in a social network environment, the main stages of implementing these tasks. A scientific study was developed to improve the use of analytics, automation, content strategy, influencer marketing and e-commerce in digital business management in social networks. Keywords: social networks, digital economy, digital business, digital business management, marketing processes, management tasks, management efficiency.

Камилла Бахромовна Суюнова – доцент кафедры «Маркетинга», СамИЭС

ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОЗРАЧНОСТИ БИЗНЕСА ЧЕРЕЗ ЦИФРОВОЙ АУДИТ НА ОНЛАЙН-РЫНКАХ

Аннотация. Цифровой аудит сегодня превращается в один из основных инструментов оценки деятельности компаний в эпоху активной цифровой трансформации. На современных онлайн-рынках уровень маркетинговой прозрачности существенно влияет на доверие потребителей, конкурентные позиции компаний и их финансовые показатели. В данной статье раскрывается значение цифрового аудита для обеспечения прозрачности маркетинговых коммуникаций, рассматриваются существующие подходы и показывается взаимосвязь этих процессов. Особый акцент сделан на том, как цифровые технологии и аналитические инструменты способствуют росту доверия со стороны потребителей и повышению эффективности управления маркетинговыми стратегиями.

Ключевые слова: цифровой аудит, маркетинговая прозрачность, онлайн-рынки, цифровой маркетинг, Big Data, лояльность потребителей, алгоритмический аудит, прозрачность данных.

Введение. В эпоху цифровой экономики компании всё чаще используют онлайн-инструменты для продвижения продуктов и взаимодействия с клиентами. Развитие цифрового маркетинга изменило способы коммуникации, сделав их более персонализированными и основанными на данных о поведении пользователей. В то же время вопросы прозрачности маркетинговых коммуникаций и их оценки стали центральными для обеспечения доверия потребителей и эффективного регулирования рынков.

Цифровой аудит выступает механизмом оценки, позволяющим анализировать процессы, данные и методы, используемые компаниями в маркетинге. Он включает не только проверку финансовых показателей, но и анализ данных о деятельности в цифровой среде, что важно для оценки соответствия коммуникаций корпоративным стандартам и законам о защите данных.

Цифровой аудит — это расширение традиционных методик аудита, включающее оценку цифровых систем, процессов и данных. Он позволяет выявлять риски, связанные с цифровыми технологиями, включая утечки данных, ошибки алгоритмов и нарушения стандартов безопасности. В Узбекистане цифровой аудит рассматривается как

перспективное направление с использованием искусственного интеллекта и непрерывного анализа данных.¹

Маркетинговая прозрачность заключается в открытом представлении информации о методах и целях маркетинга, условиях сбора данных, сегментации аудитории и механизмах таргетирования. Прозрачные маркетинговые практики положительно влияют на восприятие бренда, укрепляют доверие потребителей и улучшают качество взаимодействия с рынком.

Анализ литературы по теме. В последние годы значительный вклад в исследования вопросов цифрового аудита и маркетинговой прозрачности внесли такие ученые, как Д.И. Голдыбаев, Т.В. Суворова. Они в своих работах анализируют особенности формирования прозрачных маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой экономики и подчеркивают важность аудита цифровой деятельности для укрепления доверия потребителей и повышения эффективности бизнес-коммуникаций.²

А. Кудратиллаев в своей работе анализирует использование цифровых инструментов маркетинга в секторе электронной коммерции Узбекистана, выделяя ключевые вызовы внедрения цифровых стратегий, такие как нехватка цифровых навыков и ограничения бюджетов, а также предлагая пути повышения эффективности цифрового маркетинга через образовательные и институциональные меры.³

Методология исследования. При решении задач, поставленных в формировании прозрачных маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой экономики широко используются такие методы как, анализ и синтез, индукция и дедукция.

Анализ и результаты. Согласно исследованиям, компании, демонстрирующие открытую политику в области использования данных и методов маркетинга, получают более высокий уровень вовлеченности потребителей и формируют долгосрочное доверие.

Онлайн-рынки, включая маркетплейсы и платформы электронной коммерции, создают уникальную среду с огромными объемами данных и взаимодействий. Эти рынки требуют специализированных подходов к аудиту и контролю алгоритмов рекламных систем, поскольку алгоритмы влияют на видимость товаров, размещение рекламы и восприятие потребителей.

Алгоритмический аудит рассматривается как метод оценки поведения цифровых систем, включая рекомендации и таргетирование, что особенно важно в контексте регулирования прозрачности.

Для аналитической части цифрового аудита и маркетинговой прозрачности удобно использовать сравнительно-аналитический подход. Ниже представлена таблица систематизирующая ключевые аспекты: что именно анализируется, как проявляется в практике онлайн-рынков и какое значение это имеет для компаний. Это позволяет наглядно показать взаимосвязь цифрового аудита и маркетинговой прозрачности.

Таблица-1

Аналитическая таблица: цифровой аудит и маркетинговая прозрачность

Аспект анализа	Проявление в онлайн-рынках	Значение для компаний
Прозрачность данных	Раскрытие политики сбора и использования данных пользователей	Рост доверия клиентов и снижение репутационных рисков
Аудит цифровых каналов	Проверка рекламных кабинетов, аналитики, CRM-систем	Повышение точности маркетинговых решений
Алгоритмы таргетинга	Контроль корректности работы рекламных алгоритмов	Снижение дискриминационных и ошибочных показов

¹ Арипова З. А. (2025). Цифровой аудит в Узбекистане: текущее состояние, вызовы и перспективы развития. Молодые ученые.

² Голдыбаев Д. И., Суворова Т. В. Маркетинговый аудит в управлении инновационной деятельностью компании: методология и метрики // RR Business Journal. — 2024. — № 3(10).

³ Кудратиллаев, А. (2025). Использование цифровых инструментов для управления маркетингом: пример электронной коммерции в Узбекистане. Международный журнал искусственного интеллекта , 1 (6), 190–200.

Финансовая прозрачность рекламы	Отслеживание рекламных бюджетов и ROI	Оптимизация затрат на маркетинг
Соответствие законодательству	Проверка на соответствие нормам защиты данных	Избежание штрафов и правовых рисков
Репутационный аудит	Анализ отзывов, рейтингов, упоминаний бренда	Формирование положительного имиджа
Контент-прозрачность	Маркировка рекламы и спонсорского контента	Повышение лояльности аудитории
Кибербезопасность	Защита маркетинговых и клиентских данных	Снижение рисков утечек информации

Представленный анализ показывает, что цифровой аудит становится не только инструментом контроля, но и стратегическим ресурсом управления маркетингом. На онлайн-рынках прозрачность данных и алгоритмов напрямую влияет на доверие потребителей, а значит — на продажи и конкурентоспособность.

Компании, системно внедряющие цифровой аудит, получают преимущества в виде более точного таргетинга, эффективного распределения бюджета и снижения правовых рисков. Особенно важным становится аудит алгоритмов и данных, так как именно они формируют клиентский опыт в цифровой среде.

Рекомендации и выводы. Таким образом, цифровой аудит и маркетинговая прозрачность образуют взаимодополняющую систему, которая повышает устойчивость бизнеса в условиях цифровой экономики.

Дальнейшие исследования целесообразно направить на разработку следующих стандартизированных методик алгоритмического аудита:

1. Оценка степени интерпретируемости алгоритмических решений, прозрачности логики рекомендаций и таргетирования рекламы. Включает анализ моделей на предмет «чёрного ящика» и возможность объяснения решений пользователям и регуляторам.
2. Проверка алгоритмов на наличие предвзятости по социально-демографическим характеристикам, выявление дискриминационных рекламных показов и неравномерного распределения предложений.
3. Оценка полноты, актуальности, достоверности и репрезентативности данных, используемых для алгоритмического таргетинга и персонализации.
4. Анализ жизненного цикла алгоритмов: разработка, обучение, внедрение, обновление и контроль. Позволяет выявлять риски на каждом этапе работы алгоритма.
5. Проверка соответствия алгоритмов нормам защиты данных, рекламного законодательства и отраслевым стандартам.
6. Моделирование нестандартных сценариев и экстремальных условий для оценки устойчивости алгоритмов и их реакции на аномальные данные.

Таким образом, цифровой аудит и маркетинговая прозрачность формируют взаимосвязанную систему, обеспечивающую устойчивое развитие бизнеса на онлайн-рынках. Их совместное применение позволяет компаниям адаптироваться к ужесточению регулирования, росту требований к защите данных и повышенным ожиданиям потребителей.

В заключение можно сделать вывод, что цифровой аудит выступает важным инструментом обеспечения маркетинговой прозрачности в условиях динамичных онлайн-рынков. Он помогает выявлять риски, обеспечивать соблюдение стандартов и укреплять доверие потребителей. Прозрачные маркетинговые практики усиливают влияние цифровых стратегий на экономические результаты компании и повышают конкурентоспособность.

Список использованной литературы

1. Арипова З. А. (2025). *Цифровой аудит в Узбекистане: текущее состояние, вызовы и перспективы развития*. Молодые ученые.
2. Голдыбаев Д. И., Суворова Т. В. Маркетинговый аудит в управлении инновационной деятельностью компании: методология и метрики // RR Business Journal. — 2024. — № 3(10).

3. Кудратиллаев, А. (2025). Использование цифровых инструментов для управления маркетингом: пример электронной коммерции в Узбекистане. *Международный журнал искусственного интеллекта*, 1 (6), 190–200.
4. Kotler P., Keller K. *Marketing Management*. — Pearson Education, 2016.
5. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan. *Marketing an introduction*. 13th Edition. England, 2017, Paperback: 675 pages, Pearson.
6. Solarova, S., Mesarčík, M., Pecher, B., & Srba, I. (2026). *Beyond the Checkbox: Strengthening DSA Compliance Through Social Media Algorithmic Auditing*.

K. Suyunova Onlayn bozorlarda raqamli audit orqali marketing shaffofligini ta'minlash	K. Suyunova Ensuring marketing transparency through digital audit in online markets
Annotatsiya. Raqamli audit faol raqamli transformatsiya davrida kompaniya faoliyatini baholashning asosiy vositalaridan biriga aylanmoqda. Bugungi onlayn bozorlarda marketing shaffofligi darajasi iste'molchilar ishonchiga, kompaniyalarning raqobatbardosh mavqeyiga va moliyaviy ko'rsatkichlariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Ushbu maqola marketing kommunikatsiyalarining shaffofligini ta'minlash uchun raqamli auditning ahamiyatini ochib beradi, mavjud yondashuvlarni ko'rib chiqadi va bu jarayonlar o'rtasidagi munosabatlarni ko'rsatadi. Raqamli texnologiyalar va tahliliy vositalar iste'molchilar ishonchini oshirishga va marketing strategiyasini boshqarishni yaxshilashga qanday hissa qo'shishiga alohida e'tibor qaratilgan. Kalit so'zlar: raqamli audit, marketing shaffofligi, onlayn bozorlar, raqamli marketing, Big Data, iste'molchilarning sodiqligi, algoritmik audit, ma'lumotlar shaffofligi.	Abstract. Digital auditing is becoming one of the key tools for assessing company performance in the era of active digital transformation. In today's online markets, the level of marketing transparency significantly impacts consumer trust, companies' competitive position, and their financial performance. This article reveals the importance of digital audit for ensuring transparency of marketing communications, examines existing approaches and shows the relationship between these processes. Particular emphasis is placed on how digital technologies and analytical tools contribute to increased consumer trust and improved marketing strategy management. Keywords: digital audit, marketing transparency, online markets, digital marketing, Big Data, consumer loyalty, algorithmic audit, data transparency.

Sanjarbek Komiljon o'g'li Boyjigitov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Marketing” kafedrası dotsenti, PhD

ISTE'MOLCHI XULQ-ATVORINI TAHLIL QILISHDA ENGEL-KOLLAT-BLACKWELL MODELIDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada iste'molchi xulq-atvorini tahlil qilishda Engel–Kollat–Blackwell (EKB) modelidan foydalanish imkoniyatlari yoritiladi. Model iste'molchining qaror qabul qilish jarayonini bosqichma-bosqich tahlil qilishga asoslanib, ehtiyojni anglash, axborot izlash, variantlarni baholash, xarid qarori va xariddan keyingi xulq bosqichlarini qamrab oladi. Tadqiqotda ushbu modelning marketing strategiyalarini ishlab chiqish, bozor segmentatsiyasini amalga oshirish, brendga sodiqlikni shakllantirish hamda korxonaning raqobatbardoshligini oshirishdagi ahamiyati asoslab beriladi. Shuningdek, modeldan amaliy foydalanish korxonalarga iste'molchi ehtiyojlarini chuqurroq tushunish va marketing faoliyatini samarali tashkil etish imkonini berishi ta'kidlanadi.

Kalit so'zlar: iste'molchi xulq-atvori, Engel–Kollat–Blackwell modeli, marketing strategiyasi, qaror qabul qilish jarayoni, bozor segmentatsiyasi, raqobatbardoshlik, brend sodiqligi.

Kirish. Bozor iqtisodiyoti sharoitida iste'molchi xulq-atvorini chuqur o'rganish korxonalar va marketing mutaxassislari uchun strategik ahamiyat kasb etadi. Raqobatning kuchayishi, mahsulot va xizmatlar xilma-xilligining ortishi hamda axborot texnologiyalarining rivojlanishi iste'molchilarning qaror qabul qilish jarayonini yanada murakkablashtirmoqda. Shu bois iste'molchi tanlovini ilmiy asosda tahlil qilish va bashorat qilish zarurati ortib bormoqda.

Iste'molchi xulq-atvorini o'rganishda turli nazariy va amaliy modellar ishlab chiqilgan bo'lib, ular orasida “Engel–Kollat–Blackwell model (EKB modeli)” alohida o'rin tutadi. Ushbu

model 1968-yilda amerikalik olimlar James F.Engel, David T.Kollat va Roger D.Blackwell tomonidan ishlab chiqilgan bo‘lib, iste‘molchining qaror qabul qilish jarayonini bosqichma-bosqich, tizimli yondashuv asosida tushuntirib beradi.

Mazkur model iste‘molchi ehtiyojni anglashidan tortib, xarid qilish va xariddan keyingi baholash jarayonigacha bo‘lgan barcha bosqichlarni qamrab oladi. Unda tashqi muhit omillari (madaniy, ijtimoiy, iqtisodiy), shaxsiy xususiyatlar hamda axborotni qayta ishlash jarayoni o‘zaro bog‘liq holda tahlil qilinadi. Shu jihatdan EKB modeli nafaqat nazariy, balki amaliy marketing faoliyatida ham samarali vosita hisoblanadi.

Tadqiqotning dolzarbligi shundaki, zamonaviy bozorda iste‘molchi tobora ongli, axborotga boy va tanlov imkoniyatlari keng subyektga aylanmoqda. Korxonalar esa muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun aynan iste‘molchi qarorlarini shakllantiruvchi omillarni chuqur anglab yetishi zarur. “Engel–Kollat–Blackwell” modeli ana shu jarayonni tizimli ravishda tahlil qilish imkonini beradi.

Tadqiqotni amalga oshirish natijasida iste‘molchi xulq-atvorini tahlil qilishda Engel–Kollat–Blackwell modelining nazariy asoslari va amaliy qo‘llash imkoniyatlarini yoritish muhim hisoblanadi. Shuningdek, modelning afzalliklari, cheklovlari hamda zamonaviy marketing sharoitida qo‘llanish istiqbollari ko‘rib chiqiladi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Iste‘molchi xulq-atvorini tahlil qilishda Engel–Kollat–Blackwell modelidan foydalanish imkoniyatlari orqali don va un mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalarda marketing faoliyatini boshqarish va mijozlar bilan ishlash xususiyatlarini ochib berishda muhim ahamiyatga ega hisoblanadi.

Engel Kollat Blackwell modeli – bu mijozlar nimani sotib olishlarini oldindan aytib berishga yordam beradigan kognitiv jarayonning iste‘molchi xulq-atvor modeli [1]. Model uch xil tasnifdan iborat, ya‘ni:

- Hozirgi vaziyat (Present Situation) – mijoz hozirgi paytda bo‘lib turgan joyi;
- Istagan holat (Desired State) – mijoz kelajakda bo‘lishni istagan joy va bu ularga maqsadlariga erishishda yordam beradigan xususiyat;
- Bir holatdan ikkinchi holatga o‘tish yo‘li (Pathway for Movement from one state to another) – bu ularning istalgan holatiga o‘tishga yordam beradigan turli xil mahsulotlar yoki xizmatlarni o‘z ichiga olishi mumkin bo‘lgan turli bosqichlarni o‘z ichiga olishi.

Yana bir qancha olimlar Rachel Ashman, Michael R.Solomon va Julia Wolny kabi olimlarning tadqiqotlarida yangi davr uchun eski modeldan foydalangan holda mijozlarning iste‘mol madaniyatida ularning qarorlarini qabul qilish tahliliga jiddiy e‘tibor qaratganlar [2].

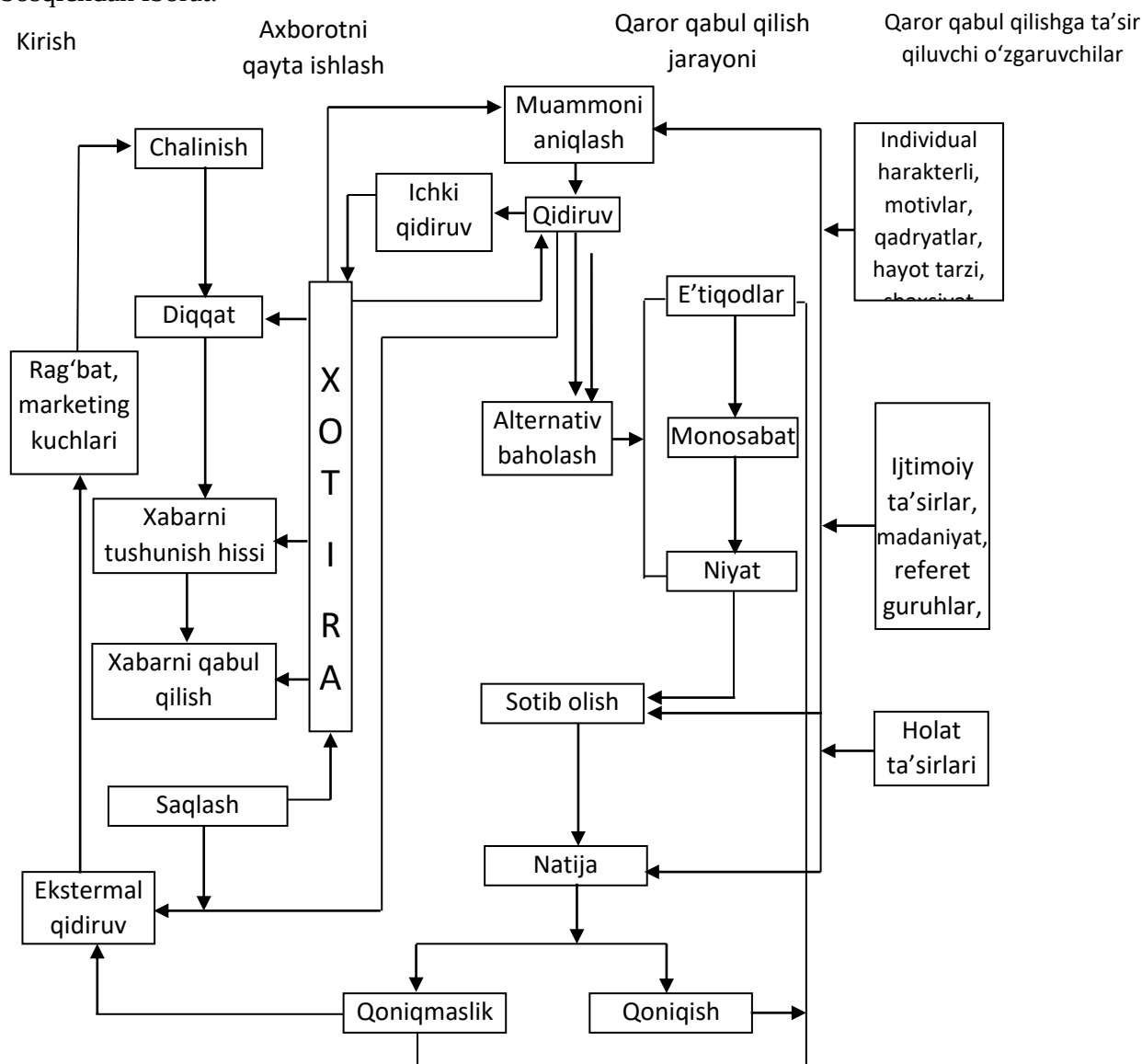
J.Kim va H.H.Lee kabi olimlardan tomonidan Engel, Kollatt va Blackwell (EKB) modelini iste‘molchilarning qaror qabul qilish modeli iste‘molchilar xulq-atvorining asosiy nazariyalaridan biri ekanligini ta‘kidlaydi. Ular John Dewey tomonidan ta‘lim falsafasida ilgari olib borilgan ishlarga asoslangan bo‘lib, ularning bosqichi sifatida: muammoni aniqlash, axborot qidirish, alternativlarni baholash, sotib olish va sotib olishdan keyingi baholashdan iborat ketma-ket qaror qabul qilish jarayoniga bo‘linadi. U sotib olish jarayonini odatda qondirilmagan ehtiyojni ongli ravishda tan olish bilan bog‘liq bo‘lgan bir qator aniq harakatlar sifatida tasavvur qiladi [3].

Yana bir qancha olimlar Hasnaa El Gozmir, Samir Makhrouf va Abderrahmane Chouhbi o‘zlarining ilmiy maqolasida iste‘molchilarning xarid qilish xatti-harakatlarining asosiy modellari tahlili bo‘yicha ishlar olib borgan. Ular tadqiqotlarida 1960-yillardan boshlab iste‘molchilarning qaror qabul qilish jarayonining o‘rnatilgan modellarini o‘rganadi va Nikosiya, Xovard va Shet, Engel, Kollat va Blekvell hamda Fishbein va Ajzenning oqilona va rejalashtirilgan xulq-atvor nazariyalarini baholaydi. Keyinchalik, u ularning ahamiyati va hozirgi marketing amaliyotlari bilan bog‘liqligini, raqamlashtirish va iste‘molchilar talablarining ortishi bilan bog‘liq ta‘sirlarni namoyish etishlarini yoritib berganlar [4].

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotni amalga oshirish va ilmiy natijalarga erishishda adabiyotlarning qiyosiy tahlili, statistik ma‘lumotlar tahlili, ta‘minot zanjirini samarali ishlash tamoyillari, induksiya va deduksiya, miqdor va sifat, ekspert tahlil usullaridan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Yuqoridagi olimlarning fikr va mulohazalari, izlanishlarini o‘rganish natijasida tahliliy qismlarni ham amalga oshirish, tadqiqot ishimizning dolzarbliligi va natijadorligini oshiradi.

Engel Kollat Blackwell iste'molchi xulq-atvori modeli iste'molchi xulq-atvori haqidagi tobora ortib borayotgan, tez o'sib borayotgan bilimlar to'plamini tasvirlash uchun yaratilgan. Ushbu model, boshqa modellardagi kabi, komponentlar va kichik komponentlar o'rtasidagi asosiy munosabatlarni tavsiflash qobiliyatini yaxshilash uchun ko'plab qayta ko'rib chiqilgan. Engel Kollat Blackwell iste'molchi xulq-atvori modeli ishlash jarayonida to'rtta alohida bosqichdan iborat:



1-rasm. Iste'molchi xulq-atvorini boshqarishda Engel–Kollat–Blackwell (EKB) modeli imkoniyatlari

Axborot kiritish bosqichi: Bu bosqichda iste'molchi marketing va marketingga aloqador bo'lmagan manbalardan ma'lumot oladi, bu ham qaror qabul qilish jarayonining muammolarni aniqlash bosqichiga ta'sir qiladi. Agar iste'molchi hali ham aniq bir qarorga kelmasa, tanlovga kelish uchun yoki ba'zi hollarda iste'molchi tanlangan alternativa kutilganidan kamroq qoniqarli bo'lgani uchun dissonansni boshdan kechirsa, tashqi ma'lumotlarni qidirish faollashadi.

Axborotni qayta ishlash bosqichi: Bu bosqich iste'molchining kiruvchi ma'lumotni ta'sir qilishi, e'tiborini jalb qilishi, idrok etishi, qabul qilishi va saqlashidan iborat. Iste'molchi avval xabar bilan tanishishi, bu ma'lumot uchun joy ajratishi, stimullarni talqin qilishi va kirishni uzoq muddatli xotiraga o'tkazish orqali xabarni saqlab qolishi kerak.

Qaror qabul qilish jarayoni bosqichi: Modelning asosiy diqqat markazida qaror qabul qilish jarayonining beshta asosiy bosqichi yotadi: Muammoni aniqlash, muqobil variantlarni izlash, muqobil baholash (bu davrda e'tiqodlar munosabatni shakllantirishga olib kelishi mumkin, bu esa o'z navbatida sotib olish niyatiga olib kelishi mumkin) va natijalar. Lekin har bir

iste'molchi uchun bu bosqichlarning barchasidan o'tish shart emas; bu kengaytirilgan yoki odatiy muammoni hal qilish xatti-harakati ekanligiga bog'liq.

Qaror qabul qilish jarayoniga ta'sir qiluvchi o'zgaruvchilar: Bu bosqich qaror qabul qilish jarayonining barcha besh bosqichiga ta'sir qiluvchi individual va atrof-muhit ta'sirlaridan iborat. Shaxsiy xususiyatlarga motivlar, qadriyatlar, turmush tarzi va shaxsiyat kiradi; ijtimoiy ta'sirlar madaniyat, referent guruhlar va oiladir. Iste'molchining moliyaviy ahvoli kabi vaziyat ta'sirlari ham qaror qabul qilish jarayoniga ta'sir qiladi.

Ko'rinib turibdiki, EKB modelining ko'plab elementlari iste'molchilar xulq-atvorining Howard Sheth modeliga o'xshash, ammo taqdimot tuzilishi va o'zgaruvchilar o'rtasidagi bog'liqlik biroz farq qiladi.

Engel Kollat Blekvellning iste'molchi xulq-atvori modeli iste'molchilarning qaror qabul qilishiga ta'sir qiluvchi ko'plab elementlarni, masalan, qadriyatlar, turmush tarzi, shaxsiyat va madaniyatni o'z ichiga oladi. Din iste'molchining ba'zi xulq-atvor xususiyatlarini tushuntirishi mumkin va bu modelni yaxshiroq tushunishga olib keladi va qaror qabul qilish bo'yicha yanada keng qamrovli tasavvur beradi.

EKB modeli qaror qabul qilish jarayonidagi bosqichlar va turli o'zgaruvchilar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni aniq tushuntirishga harakat qiladi. Ular e'tiqod-munosabat-niyatni bog'lashga harakat qilishdi. O'zgaruvchilarni aniqlash va turli konstruksiyalar o'rtasidagi funksional munosabatlarni belgilashga urinish amalga oshirildi. Biroq, model bularning har biri iste'molchilarning qaror qabul qilishiga qanday ta'sir qilishini yetarlicha tushuntira olmadi. Tanqidchilar juda ko'p o'zgaruvchilar borligini ta'kidlaydilar, ular aniqlanmagan, model noaniq va murakkab va modelning haqiqiyliги shubhali ko'rinardi. Model 1990-yillarda qayta ko'rib chiqildi va yana Engel, Blackwell va Miniard (EBM) modeli sifatida taklif qilindi.

Engel–Kollat–Blackwell (EKB) modeli iste'molchi qaror qabul qilish jarayonini 5 bosqichda tushuntiradi. Don va un mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxona uchun ushbu model asosida moslashtirilgan strategiyalar sifati to'rt bosqichli jarayonlarni izohlash mumkin.

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib aytganda, Engel–Kollat–Blackwell (EKB) modeli don va un mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun iste'molchi xulq-atvorini chuqur tushunish va marketing faoliyatini tizimli tashkil etishda muhim nazariy asos bo'lib xizmat qiladi. Ushbu model iste'molchining ehtiyojni anglashidan tortib, xariddan keyingi qoniqishigacha bo'lgan barcha jarayonlarni qamrab oladi. Don va un mahsulotlari kundalik iste'mol tovarlari bo'lgani sababli, xarid qarorlari ko'pincha odat va ishonch asosida shakllanadi. Shu bois korxonalar uchun mahsulot sifati barqarorligi, brend obro'si va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish ustuvor ahamiyat kasb etadi.

Model tahlili shuni ko'rsatadiki, iste'molchi har bir bosqichda turli omillar ta'sirida qaror qabul qiladi. Agar korxona har bir bosqich uchun mos strategiya ishlab chiqsa — ya'ni ehtiyojni shakllantirish, to'g'ri va shaffof axborot berish, raqobatchilardan farqlanish, savdoni rag'batlantirish va xariddan keyingi xizmatni kuchaytirish choralari ko'rsa - u holda bozorda barqaror raqobat ustunligiga ega bo'lishi mumkin.

Taklif sifatida quyidagilarni keltirish mumkin. Birinchidan, mahsulot sifatini doimiy nazorat qilish va standartlashtirish zarur, chunki oziq-ovqat mahsulotlarida ishonch eng muhim omil hisoblanadi. Ikkinchidan, marketing kommunikatsiyasini kuchaytirish, ayniqsa raqamli platformalarda faol bo'lish, iste'molchi bilan bevosita aloqa o'rnatish imkonini beradi. Uchinchidan, bozorni segmentatsiya qilish va har bir segment uchun alohida taklif ishlab chiqish (chakana xaridorlar, nonvoyxonalar, restoranlar va boshqalar) sotuv hajmini oshiradi. To'rtinchidan, brendga sodiqlikni shakllantirish maqsadida bonus dasturlari, retseptlar, foydali maslahatlar va ijtimoiy loyihalarni yo'lga qo'yish tavsiya etiladi.

Umuman olganda, EKB modeli asosida ishlab chiqilgan strategik yondashuv don va un mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalarga iste'molchi ehtiyojlariga moslashish, marketing samaradorligini oshirish va uzoq muddatli iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash imkonini beradi.

Shunday qilib, Engel–Kollat–Blackwell modeli asosida ishlab chiqilgan strategiyalar don va un mahsulotlari korxonasiga iste'molchi xulq-atvorini chuqur tushunish, marketing faoliyatini samarali tashkil etish va bozorda barqaror raqobat ustunligini ta'minlash imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. <https://productmindset.substack.com/p/ekb-model-of-consumer-behaviour>

2. Rachel Ashman, Michael R. Solomon, Julia Wolny. An old model for a new age: Consumer decision making in participatory digital culture. JOURNAL OF CUSTOMER BEHAVIOUR, 2015, Vol. 14, No. 2, pp.127-146, <http://dx.doi.org/10.1362/147539215X14373846805743>, ISSN1475-3928 print /ISSN1477-6421 online © Westburn Publishers Ltd.

3. Kim, J., & Lee, H.H. (2008). Consumers product search and purchase behaviour using various retail channels: the role of perceived retail usefulness. International Journal of Consumer Studies, 32(6), 619-627. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1470-6431.2008.00689.x>

4. Hasnaa El Gozmir, Samir Makhrouf, Abderrahmane Chouhbi. Fundamental Models of Consumer Purchasing Behavior: An In-Depth Analysis Since the 1960 s. EMSS revistamultidisciplinar.com, 6 (2) 2024 • ISSN: 2184-5492. Recebido: 07-10-2023 | Aprovado: 30-11-2023 | DOI: <https://doi.org/10.23882/emss.24185>

С. Бойжигитов Возможности использования модели Энгеля-Коллата-Блэквелла для анализа потребительского поведения	S. Boyjigitov Possibilities of using the Engel-Kollat-Blackwell model in analyzing consumer behavior
Аннотация. В данной статье рассматриваются возможности использования модели Энгеля–Коллата–Блэкуэлла (ЕКВ) при анализе потребительского поведения. Модель позволяет поэтапно изучить процесс принятия решений потребителем, включая осознание потребности, поиск информации, оценку альтернатив, принятие решения о покупке и поведение после покупки. В исследовании обосновывается значение данной модели для разработки маркетинговых стратегий, проведения сегментации рынка, формирования лояльности к бренду и повышения конкурентоспособности предприятия. Подчеркивается, что практическое применение модели способствует более глубокому пониманию потребностей потребителей и повышению эффективности маркетинговой деятельности. Ключевые слова: потребительское поведение, модель Энгеля–Коллата–Блэкуэлла, маркетинговая стратегия, процесс принятия решений, сегментация рынка, конкурентоспособность, лояльность к бренду.	Abstract. This article examines the possibilities of using the Engel–Kollat–Blackwell (EKB) model in analyzing consumer behavior. The model provides a step-by-step framework for understanding the consumer decision-making process, including need recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decision, and post-purchase behavior. The study highlights the importance of the model in developing effective marketing strategies, conducting market segmentation, building brand loyalty, and enhancing enterprise competitiveness. It is emphasized that the practical application of the model enables companies to better understand consumer needs and improve the efficiency of their marketing activities. Keywords: consumer behavior, Engel–Kollat–Blackwell model, marketing strategy, decision-making process, market segmentation, competitiveness, brand loyalty.

Ашур Али Рустам угли Латипов – и.о. доцента кафедры «Менеджмент», СамИЭС.
Паризода Раджаб кизи Алибекова – магистрант группы MMN-225, СамИЭС

РАЗВИТИЕ СРАВНИТЕЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА ЗА РУБЕЖОМ: КРИЗИС УНИВЕРСАЛЬНОЙ МОДЕЛИ И ВЫЗОВ АЗИАТСКИХ ПРАКТИК

Аннотация. Статья проанализировала эволюцию дисциплины «Сравнительный менеджмент» в зарубежной науке под влиянием азиатских бизнес-практик. Был рассмотрен кризис универсалистской парадигмы, а также успехи Японии и «азиатских тигров», послужившие катализаторами изменений. Был выделен вклад И. Нонака, К. Омае и других учёных в теорию. Был показан переход от противопоставления Запада и Востока к гибридизации и межкультурному синтезу.

Ключевые слова: сравнительный менеджмент, универсалистская парадигма, культурный релятивизм, азиатские бизнес-практики, конфуцианство, гибридизация моделей управления, конвергенция и дивергенция, Икуджиро Нонака, Кеничи Омае, Герт Хофстеде, кросс-культурный менеджмент, азиатский вызов.

Введение. Сравнительный менеджмент как научная дисциплина сформировался во второй половине XX века в ответ на потребности интернационализации бизнеса и необходимость понимания того, как культурные, социальные и экономические условия

разных стран влияют на практику управления. Долгое время в западной науке доминировала универсалистская парадигма, согласно которой модели менеджмента, разработанные в США и Европе, рассматривались как эталонные и применимые в любом культурном контексте. Однако стремительный экономический рост Японии в 1970–1980-х годах, а затем и новых индустриальных стран Азии (Южная Корея, Сингапур, Тайвань, Гонконг), поставил под сомнение эту точку зрения. Азиатские бизнес-практики, основанные на иных культурных кодах — конфуцианстве, коллективизме, особых формах организации труда и стратегического мышления, — продемонстрировали высокую эффективность, не вписываясь в прокрустово ложе западных теорий.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью переосмысления эволюции зарубежной мысли в области сравнительного менеджмента под влиянием азиатского вызова. Цель работы — проследить, как западная наука управления прошла путь от отрицания культурных различий к их признанию и попыткам синтеза, а также выявить ключевые теоретические повороты, связанные с интеграцией азиатских моделей в глобальный дискурс. Хронологические рамки исследования охватывают период с 1960-х годов по настоящее время, что позволяет зафиксировать смену парадигм: от универсализма через культурный релятивизм к концепциям гибридизации и межкультурного синтеза. В работе анализируются труды основоположников дисциплины (Ж. Бодден), теоретиков культуры (Г. Хофстеде, С.Г. Реддинг), а также исследователей, непосредственно изучавших азиатские модели управления (М. Хантер, Ф.Ю. Рихтер, И. Нонака).

Обзор литературы. Становление сравнительного менеджмента как дисциплины связано с работами Жана Боддена (1960-1970-е гг.), который определил три фундаментальных вопроса: единица анализа, выбор переменных и цель сравнения. В этот период доминировала "универсалистская" парадигма, считавшая западные (особенно американские) модели менеджмента эталонными. Однако уже в конце 1970-х годов исследования Мориса и Селье (1979) показали значимость национальных контекстов, заложив основу для сравнительного HRM.

Методы исследования. В рамках темы для глубокого анализа проблемы, разработки научно обоснованных выводов и рекомендаций использовались индукция и дедукция, сравнительный анализ, а также обобщение и анализ данных.

Результаты исследования. Важную роль в переосмыслении дисциплины сыграли работы Герта Хофстеде. Как отмечает С. Гордон Реддинг (1994), именно культурное измерение Хофстеде открыло новые пути для исследований, преодолев избыточный эмпиризм при слабости теоретического развития. Параллельно рос интерес к азиатским практикам: Мюррей Хантер (2012) ставит вопрос о существовании самостоятельных азиатских парадигм менеджмента, основанных на конфуцианстве, стратегиях Сунь Цзы, буддизме и Исламе.

Дискуссия о конвергенции и дивергенции. Центральным теоретическим противоречием в дисциплине стала дискуссия о конвергенции (сближении практик управления) и дивергенции (сохранении национальных особенностей). В недавнем обзоре, опубликованном в журнале *Human Resource Management Review* (2024), авторы анализируют это противоречие на материале международного и сравнительного HRM.

Азиатские бизнес-практики: вызов и адаптация. Феномен азиатского менеджмента рассматривается в литературе двояко: с одной стороны, как объект изучения, с другой — как источник новых моделей. Стюарт Крейнер в статье "ASIA: Asian Management Theory – Brain gain" (*Management Today*, 1998) показывает, что, хотя западная модель долго доминировала, азиатский бизнес всегда активно адаптировал западные идеи, а к концу 1990-х начал формировать собственное теоретическое мышление.

Крейнер выделяет ключевые фигуры азиатской управленческой мысли:

Кеничи Омае — самый известный азиатский гуру, автор работ по стратегии и глобализации, который, оставаясь носителем восточного мировоззрения, сумел донести до Запада особенности японского стратегического мышления.

Икуджиро Нонака — создатель теории создания знаний, который противопоставил западному акценту на "эксплицитном знании" японское понимание "неявного знания"),

связанного с единством тела и разума.

Чан Ким — корейский профессор INSEAD, разработавший концепцию "справедливого процесса" в управлении знаниями.

Франк-Юрген Рихтер в книге "Redesigning Asian Business" (2002) анализирует, как азиатские фирмы адаптировались к экономическому кризису и как формируется гибридный стиль управления, сочетающий элементы западного и восточного мышления. Рихтер подчеркивает, что, хотя "азиатское чудо" во многом разрушено, организации Восточной Азии меняются с такой скоростью, что наши знания о них быстро устаревают, и необходима долгосрочная программа изменений, основанная на культурном наследии конфуцианства.

Исследования показывают движение от противопоставления к гибридации. Монография под редакцией Чунг-Мин Лау (2000) демонстрирует, что азиатский контекст не просто проверяет западные теории, но обогащает глобальную теорию менеджмента. Работа "Art of Modern Oriental Management" (2017) рассматривает синтез стилей управления в Китае, Японии и Корее, подчеркивая стирание границ между западными и восточными культурами.

Методологические вызовы. Современная литература фиксирует переход от поиска "одного лучшего способа" к пониманию многоуровневой природы менеджмента. Исследователи отмечают динамичность баз сегментации и необходимость учета временного измерения. Как заключает Реддинг, позитивистская парадигма недостаточна для решения современных задач — требуется более теоретически изощренный подход, учитывающий переплетение экономических, культурных и институциональных факторов.

Сравнительный менеджмент движется от простого описания различий к пониманию сложной каузальности, где экономические, культурные и институциональные факторы переплетаются. Как отмечает Реддинг, позитивистская парадигма, основанная на экономике, серьезно недостаточна для решения этих задач, и требуется новый, более теоретически изощренный подход.

Азиатский вызов как катализатор переосмысления. Особого внимания, с нашей точки зрения, заслуживает роль азиатских бизнес-практик. Успехи Японии, а затем и новых индустриальных стран Азии стали тем самым «внешним шоком», который обнажил ограниченность западного универсализма. Действительно, конфуцианство, стратегии Сунь Цзы, буддийская этика — это не просто «культурный фон», а реальные основания для построения управленческих моделей, альтернативных западным. Примечательно, что западная наука, изначально рассматривавшая Азию лишь как объект изучения (источник экзотических кейсов), со временем была вынуждена признать за азиатскими мыслителями статус полноправных авторов теорий. Фигуры Кеничи Омае, Икуджиро Нонаки, Чана Кима — лучшее тому подтверждение. Нонака с его теорией «неявного знания», на мой взгляд, совершил настоящий прорыв, показав, что западный рационализм, делающий ставку только на формализованное знание, принципиально ограничен.

Конвергенция и дивергенция: противоречие, которого нет. Одним из наиболее интересных результатов проведенного анализа стало для нас понимание природы дискуссии о конвергенции и дивергенции. Изучение материалов Human Resource Management Review (2024) позволило сделать вывод, что острое противоречие между этими подходами во многом является методологическим артефактом. Международный HRM, изучающий практики многонациональных корпораций, закономерно фиксирует унификацию — глобальные компании вынуждены стандартизировать процессы для эффективности. Сравнительный же HRM, работающий на макроуровне, столь же закономерно видит устойчивость национальных моделей.

От противопоставления к синтезу: современный этап. На основе анализа работ Ф.-Ю. Рихтера, Чунг-Мин Лау и коллективной монографии "Art of Modern Oriental Management" мы можем утверждать, что современный этап развития дисциплины характеризуется движением к гибридации. Жесткое противопоставление «Запад — Восток» уходит в прошлое. Сегодня мы наблюдаем, как азиатские компании успешно адаптируют западные технологии и организационные структуры, сохраняя при этом свою культурную специфику, а западные корпорации все чаще обращаются к восточным практикам

(кайдзен, построение долгосрочных доверительных отношений, внимание к неявному знанию). Формируется то, что Рихтер называет «гибридным стилем управления».

На наш взгляд, именно гибридизация, а не унификация или изоляция, станет магистральным путем развития менеджмента в XXI веке.

Выводы и предложения. Проведенное исследование позволяет сделать следующие обобщения. Эволюция сравнительного менеджмента в зарубежных странах представляет собой закономерный процесс преодоления универсалистской парадигмы, отождествлявшей эффективное управление с западными моделями. Важным катализатором этого переосмысления стали азиатские бизнес-практики, продемонстрировавшие, что менеджмент не существует в «культурном вакууме» и может иметь иные, не менее эффективные основания — от конфуцианской этики до особых форм организации знания.

На наш взгляд, главный итог развития дисциплины заключается в переходе от поиска «одного лучшего способа» к пониманию менеджмента как многомерного, контекстуально обусловленного феномена. Дискуссия о конвергенции и дивергенции разрешилась признанием их сосуществования: унификация на корпоративном уровне не отменяет устойчивости национальных моделей. Современный этап характеризуется движением к гибридизации и синтезу, где азиатские мыслители (К. Омае, И. Нонака) выступают уже не объектами изучения, а полноправными создателями теорий.

Таким образом, кризис универсалистской модели привел не к ослаблению, а к качественному обновлению дисциплины, сформировав методологически более сложный подход, способный учитывать переплетение экономических, культурных и институциональных факторов. В этом движении от этноцентризма к подлинному диалогу управленческих культур видится главный вклад сравнительного менеджмента в современную науку и практику.

На основе проведенного исследования можно сформулировать следующие рекомендации.

Для практикующих менеджеров:

1. Избегать механического переноса «лучших практик» в иную культурную среду, адаптируя управленческие инструменты к местному контексту.

2. Использовать культурное разнообразие как ресурс, а не препятствие, создавая среду для синергии разных подходов.

3. Осваивать восточные управленческие практики (управление неявным знанием, построение долгосрочных доверительных отношений), доказавшие свою эффективность.

4. Инвестировать в развитие кросс-культурной компетентности сотрудников как необходимое условие успеха в глобализованном мире.

Для преподавателей:

1. Расширять репрезентацию не западных кейсов и авторов в учебных программах по менеджменту.

2. Выстраивать обучение вокруг сравнения различных управленческих моделей, а не вокруг одной «лучшей».

3. Интегрировать знания из культурной антропологии, сравнительной политологии и других дисциплин для формирования целостного понимания контекстуальности менеджмента.

Список использованной литературы:

1. Redding, S. G. (1994). Comparative management theory: Jungle, zoo or fossil bed? *Journal of Management Studies*. Анализ состояния теории сравнительного менеджмента и роли культурных исследований.

2. Hunter, M. (2012). Do Asian Management Paradigms Exist? A Look at Four Theoretical Frames. *Review of Contemporary Philosophy*, (11), 92-124. Исследование вопроса о существовании самостоятельных азиатских парадигм менеджмента.

3. Conceptual and methodological issues in international and comparative HRM: Transferring lessons from comparative public policy. (2024). *Human Resource Management Review*. Анализ дискуссии о конвергенции/дивергенции и методологические перспективы.

4. Richter, F.-J. (2002). Redesigning Asian business: in the aftermath of crisis. Westport, Conn.: Quorum Books. Анализ трансформации азиатского бизнеса и формирования гибридных моделей управления.
5. Ter Hofstede, Steenkamp and Wedel (1999). International country segmentation. Анализ динамической природы сегментации и критика подхода "one size fits all".
6. Crainer, S. (1998). ASIA: Asian Management Theory – Brain gain. Management Today. Обзор ключевых азиатских мыслителей в области менеджмента.
7. Banai, M. (2024). From comparative management to supranational management. In International Business. Taylor & Francis. Анализ вклада Жана Боддена в развитие дисциплины.
8. Ахтамова Мохигуль Эркиновна, & Уразов Садулла Шодиевич (2021). Негосударственные способы применения опыта развитых стран для повышения эффективности образовательных услуг в узбекистане. Архивариус, 7 (4 (58)), 37-40.
9. Revista de Management Comparat International/Review of International Comparative Management (разные годы). Публикации по различным аспектам сравнительного менеджмента.

A. Latipov, P. Alibekova Xorijiy mamlakatlarda "qiyosiy menejment" fanining rivojlanishi: universal model inqirozi va Osiyo biznes amaliyotlarining qiyinchiliklari Annotatsiya. Ushbu maqola xorijiy ilm-fanda "Qiyosiy menejment" fanining Osiyo biznes amaliyotlari ta'siri ostidagi evolyutsiyasini tahlil qilindi. Universalistik paradigmaning inqirozi, "madaniy burilish" (G. Hofstede), Yaponiya va "Osiyo yo'lbarlari" muvaffaqiyatining o'zgarishlar katalizatori sifatidagi roli ko'rib chiqiladi. I. Nonaka, K. Omaye va boshqalarning nazariyaga qo'shgan hissiy alohida ajratib ko'rsatilgan. G'arb va Sharqni qarama-qarshi qo'yishdan gibridizatsiya va madaniyatlararo sintezga o'tish ko'rsatilgan. Ключевые слова: qiyosiy menejment, universalistik paradigma, madaniy relyativizm, Osiyo biznes amaliyotlari, konfutsiylik, boshqaruv modellarining gibridizatsiyasi, konvergensiya va divergensiya, madaniyatlararo menejment.	A. Latipov, P. Alibekova Development of the "comparative management" discipline in foreign countries: the crisis of the universal model and the challenge of asian business practices Abstract. The article analyzes the evolution of the "Comparative Management" discipline in foreign science under the influence of Asian business practices. The crisis of the universalist paradigm, the "cultural turn" (G. Hofstede), the successes of Japan and the "Asian tigers" as a catalyst for change are considered. The contribution of I. Nonaka, K. Omaye, and others into theory is highlighted. The transition from the opposition of the West and the East to hybridization and intercultural synthesis is shown. Keywords: comparative management, universalist paradigm, cultural relativism, Asian business practices, Confucianism, hybridization of management models, convergence and divergence, cross-cultural management.
---	--

Sadulla Shodiyevich Urazov – SamISI, "Menejment" kafedrası dotsenti v.b., PhD

LIDERLIKKA XULQ-ATVOR YONDASHUVINING NAZARIY KONSEPSIYALARI VA BOSHQARUV TIZIMIDAGI O'RNI

Annotatsiya. Mazkur maqolada liderlikka xulq-atvor yondashuvining nazariy asoslari va uning boshqaruv amaliyotidagi o'rni hamda ahamiyati yoritilgan. Tadqiqotda liderlikni shaxsiy fazilatlar bilan emas, balki rahbarning xulq-atvori, boshqaruv uslubi va jamoa bilan o'zaro munosabatlari orqali tushuntiruvchi ilmiy yondashuvlar tahlil qilingan. Xususan, Ogayo shtati universiteti va Michigan universiteti olimlari tomonidan ishlab chiqilgan xulq-atvor nazariyalari ilmiy jihatdan tahlil etilgan.

Kalit so'zlar: liderlik, xulq-atvor yondashuvi, rahbarlik uslublari, boshqaruv samaradorligi, jamoa, motivatsiya, Ohayo Shtati tadqiqotlari, Michigan Universiteti tadqiqotlari, boshqaruv panjarasi.

Kirish. Hozirgi globallashuv va raqamli iqtisodiyot sharoitida tashkilotlar faoliyatining samaradorligi ko'p jihatdan rahbarlarning liderlik salohiyati va boshqaruv xulq-atvoriga bog'liqdir. An'anaviy boshqaruv yondashuvlaridan farqli ravishda, zamonaviy menejment nazariyalarida liderlik masalasi alohida ilmiy yo'nalish sifatida qaralmoqda. Ayniqsa, liderlikka xulq-atvor yondashuvi rahbar shaxsining tug'ma sifatlaridan ko'ra, uning amaliy faoliyati, qaror

qabul qilish uslubi va jamoa bilan munosabatlariga e’tibor qaratishi bilan ahamiyatlidir.

Liderlikka xulq-atvor yondashuvi XX asrning o’rtalarida shakllanib, rahbarlik samaradorligini rahbarning qanday xatti-harakatlarni amalga oshirishi orqali aniqlashga urindi. Ushbu yondashuv doirasida rahbarning vazifaga yo’naltirilganligi, xodimlarga munosabati, muloqot madaniyati va motivatsiya berish usullari muhim omillar sifatida ko’rib chiqiladi. Natijada liderlikni rivojlantirish mumkin bo’lgan ko’nikma va xulq-atvorlar majmui sifatida talqin etish imkoniyati yuzaga keldi.

Bugungi boshqaruv amaliyotida xulq-atvor yondashuvi rahbarlar tayyorlash, kadrlarni qayta tayyorlash va boshqaruv samaradorligini oshirishda muhim metodologik asos bo’lib xizmat qilmoqda. Ayniqsa, jamoaviy ishni tashkil etish, xodimlar motivatsiyasini oshirish va ijtimoiy-psixologik muhitni yaxshilashda ushbu yondashuvning ahamiyati yanada ortib bormoqda. Shu bois, liderlikka xulq-atvor yondashuvining nazariy asoslarini o’rganish va uni boshqaruv amaliyotiga tatbiq etish dolzarb ilmiy-amaliy masalalardan biri hisoblanadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Ralf M. Stogdillning fikriga ko’ra liderlikni tug’ma xususiyat emas, balki kuzatiladigan va o’rganiladigan xatti-harakatlar majmui sifatida talqin qiladi. U liderlik samaradorligi liderning vazifaga va insoniy munosabatlarga qaratilgan xulq-atvoriga bog’liq ekanini ta’kidlaydi. Stogdillning ishlari xulq-atvor yondashuvining shakllanishida nazariy asos bo’lib xizmat qilgan¹.

Michigan universiteti tadqiqotchilaridan Rensis Likert boshchiligidagi Michigan universiteti tadqiqotlari liderlikni xodimlarga yo’naltirilgan va ishlab chiqarishga yo’naltirilgan xulq-atvor sifatida tahlil qiladi. Likertning fikriga ko’ra, xodimlarga yo’naltirilgan liderlik yuqori motivatsiya, sodiqlik va unumdorlikni ta’minlaydi².

Tadqiqot metodologiyasi. Liderlikka xulq-atvor yondashuvi bo’yicha mavjud adabiyotlarni tahlil qilish metodologiyasi qo’llanildi. Ilmiy maqolalar, kitoblar va tadqiqot hisobotlari kabi turli manbalardan olingan ma’lumotlar sintez qilindi va tanqidiy baholandi. Maqolada xulq-atvor yondashuvining asosiy nazariyalari, ularning afzalliklari va kamchiliklari, shuningdek, amaliy ahamiyati ko’rib chiqildi. Adabiyotlarni tahlil qilish jarayonida asosiy tushunchalarni aniqlash, nazariyalarni solishtirish va ziddiyatlarni aniqlashga e’tibor qaratildi.

Tahlil va natijalar. Liderlik masalasi boshqaruv nazariyasining muhim yo’nalishlaridan biri bo’lib, tashkilot faoliyatining samaradorligini ta’minlashda hal qiluvchi omil hisoblanadi. XX asrning o’rtalariga qadar liderlik asosan rahbar shaxsining tug’ma fazilatlarini orqali izohlangan bo’lsa, keyinchalik ilmiy tadqiqotlarda rahbarlikni o’rganishda yangi yondashuvlar shakllandi. Shular orasida liderlikka xulq-atvor yondashuvi alohida ahamiyat kasb etib, rahbarning qanday xatti-harakatlarni amalga oshirishi va ularning jamoa faoliyatiga ta’sirini asosiy tadqiqot obyekti sifatida qaraydi(1-jadval).

1-jadval

Liderlikka xulq-atvor yondashuvining nazariy asoslari

Xulq-atvor yondashuvi	Asosiy xususiyatlari	Rahbar xatti-harakatlari	Biznes boshqaruviga oid amaliy misollar
Vazifaga yo’naltirilgan liderlik	Natijaga, reja va intizomga e’tibor	Aniq topshiriqlar beradi, qat’iy nazorat o’rnatadi	Ishlab chiqarish korxonasida reja bajarilmayotganda direktor ishlab chiqarish jarayonini qat’iy reglament asosida boshqaradi
Insoniy munosabatlarga yo’naltirilgan liderlik	Jamoa, ishonch va motivatsiya muhim	Xodimlarni qo’llab-quvvatlaydi, muloqotga ochiq	Xizmat ko’rsatish kompaniyasida menejer xodimlar bilan muntazam suhbat o’tkazib, ularning muammolarini hal qiladi
Demokratik	Jamoa fikriga	Qarorlarni jamoa	IT-startapda rahbar yangi loyiha

¹ Stogdill R. M. Personal factors associated with leadership: A survey of the literature // The Journal of Psychology. - 1948. - Vol. 25, № 1. - P. 35-71

² Likert R. The Human Organization: Its Management and Value. - New York: McGraw-Hill, 1967. - 384 p.

liderlik xulqi	tanish	bilan birga qabul qiladi	yo‘nalishini jamoa muhokamasi asosida belgilaydi
Avtoritar liderlik xulqi	Markazlashgan boshqaruv	Qarorlarni yakka o‘zi qabul qiladi	Favqulodda vaziyatda logistika kompaniyasi rahbari tezkor buyruqlar beradi
Liberal (erkin) liderlik xulqi	Mustaqillikka urg‘u	Xodimlarga erkinlik beradi	Dizayn studiyasida rahbar ijodiy xodimlarga mustaqil ishlash imkonini yaratadi

Nazariy jihatdan xulq-atvor yondashuvi liderlik samaradorligini rahbar shaxsining kim ekanligi bilan emas, balki u nima qilishi bilan izohlaydi. Ushbu yondashuv doirasida Ogayo shtati universiteti olimlari tomonidan ishlab chiqilgan tadqiqotlar rahbar xulq-atvorini ikki asosiy yo‘nalishga ajratadi: vazifaga yo‘naltirilgan xulq-atvor va insoniy munosabatlarga yo‘naltirilgan xulq-atvor. Vazifaga yo‘naltirilgan liderlar rejalashtirish, nazorat va vazifalarni aniq belgilashga e‘tibor qaratadi, insoniy munosabatlarga yo‘naltirilgan liderlar esa jamoa a‘zolari bilan ishonchli muloqot, qo‘llab-quvvatlash va motivatsiyaga ustuvor ahamiyat beradi.

Shuningdek, Michigan universiteti tadqiqotlarida rahbarlik xulq-atvori “ishlab chiqarishga yo‘naltirilgan” va “xodimlarga yo‘naltirilgan” turlarga ajratilgan. Bu yondashuvlar rahbar samaradorligini vazifa bajarilishi bilan bir qatorda, jamoaning ijtimoiy-psixologik holati orqali baholash zarurligini ko‘rsatadi. Xulq-atvor yondashuvining muhim jihati shundaki, u liderlik ko‘nikmalarini rivojlantirish va o‘rgatish mumkinligini ilmiy asoslaydi.

Amaliy jihatdan qaralganda, liderlikka xulq-atvor yondashuvi zamonaviy boshqaruv tizimlarida keng qo‘llanilmoqda. Tashkilotlarda rahbarlarning xulq-atvorini baholash, ularni qayta tayyorlash va liderlik kompetensiyalarini shakllantirishda ushbu yondashuv muhim metodik asos bo‘lib xizmat qiladi. Masalan, demokratik va qo‘llab-quvvatlovchi boshqaruv uslublari jamoa a‘zolarining faolligini oshirib, tashabbuskorlik va mas‘uliyat hissini kuchaytiradi. Aksincha, haddan tashqari avtoritar xulq-atvor qisqa muddatda natija bersa-da, uzoq muddatda xodimlar motivatsiyasining pasayishiga olib kelishi mumkin.

Xulq-atvor yondashuvi asosida olib borilgan tahlillar shuni ko‘rsatadiki, rahbarning moslashuvchan xulq-atvori tashkilot samaradorligini oshirishda muhim ahamiyatga ega. Vaziyatga qarab vazifaga yo‘naltirilgan yoki insoniy munosabatlarga yo‘naltirilgan xulq-atvorni uyg‘unlashtira olgan liderlar yuqori natijalarga erishadi. Bu holat ayniqsa bilimga asoslangan iqtisodiyot va xizmat ko‘rsatish sohalarida yaqqol namoyon bo‘ladi.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, liderlikka xulq-atvor yondashuvi boshqaruv amaliyotida rahbarlar faoliyatini takomillashtirish, jamoa samaradorligini oshirish va sog‘lom ijtimoiy-psixologik muhitni shakllantirishda muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega. Ushbu yondashuv rahbarlikni rivojlantiriladigan jarayon sifatida talqin etib, tashkilotlarda kadrlar siyosatini takomillashtirish, trening va malaka oshirish dasturlarini ishlab chiqishda samarali asos bo‘lib xizmat qiladi.

Xulosa va takliflar. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, liderlikka xulq-atvor yondashuvi boshqaruv nazariyasida muhim metodologik asos bo‘lib, rahbarlik samaradorligini rahbar shaxsining tug‘ma fazilatlar bilan emas, balki uning amaliy xatti-harakatlari va boshqaruv uslubi orqali izohlash imkonini beradi. Ushbu yondashuv liderlik ko‘nikmalarini rivojlantirish mumkinligini ilmiy jihatdan asoslab, rahbarlarni tayyorlash va qayta tayyorlash jarayonida katta ahamiyat kasb etadi.

Liderlikka xulq-atvor yondashuvi doirasida rahbarning vazifaga yo‘naltirilganligi va insoniy munosabatlarga e‘tibor qaratishi tashkilot faoliyatiga turlicha ta‘sir ko‘rsatishi aniqlanadi. Tadqiqotlar shuni isbotlaydiki, faqatgina vazifaga yo‘naltirilgan boshqaruv qisqa muddatli natijalarni ta‘minlasa-da, uzoq muddatda xodimlar motivatsiyasining pasayishiga olib kelishi mumkin. Aksincha, insoniy munosabatlarga asoslangan, demokratik va qo‘llab-quvvatlovchi liderlik xulq-atvori jamoada sog‘lom ijtimoiy-psixologik muhitni shakllantirib, tashkilot samaradorligini barqaror oshirishga xizmat qiladi.

Birinchidan, tashkilotlarda rahbarlar uchun xulq-atvor yondashuviga asoslangan trening va

malaka oshirish dasturlarini joriy etish, unda muloqot, motivatsiya, jamoa bilan ishlash va qaror qabul qilish ko‘nikmalarini rivojlantirish zarur.

Ikkinchidan, rahbarlar faoliyatini baholashda nafaqat iqtisodiy ko‘rsatkichlar, balki xodimlar qoniqishi, jamoaviy muhit va muloqot sifati kabi ijtimoiy-psixologik mezonlarni ham hisobga olish tavsiya etiladi.

Uchinchidan, rahbarlarga vaziyatdan kelib chiqib vazifaga yo‘naltirilgan va insoniy munosabatlarga yo‘naltirilgan xulq-atvorni uyg‘unlashtirish amaliyotini rivojlantirish lozim.

To‘rtinchidan, rag‘batlantirish, e’tirof etish va qo‘llab-quvvatlashga asoslangan liderlik xulq-atvorini tashkilot madaniyatining muhim elementi sifatida shakllantirish tavsiya etiladi.

Beshinchidan, kelgusida liderlikka xulq-atvor yondashuvining turli sohalarda (ta’lim, xizmat ko‘rsatish, sanoat, davlat boshqaruvi) qo‘llanilishini empirik tadqiqotlar asosida o‘rganish maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Bass B. M., Riggio R. E. Transformational Leadership. - 2-e izd. - New York: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2006. - 219 p.
2. Northouse P. G. Leadership: Theory and Practice. - 8-e izd. - Thousand Oaks: SAGE Publications, 2018. - 424 p.
3. Mackenzie K. D. Organizational Behavior and Leadership. - London: Routledge, 2015. - 312 p.
4. Hayitov O. E. Boshqaruv psixologiyasi. - Toshkent: Istiqbol Nashriyoti, 2021. - 288 p.
5. Tillashayxova X. A., Raximova I. G‘., Toshmatov B. E., Teshayev S. S. Boshqaruv psixologiyasi. - Toshkent: [nashriyot], 2023. - 320 p.
6. Mamaradjabova B. A. Psychological Aspects of Use of Leadership Styles in Management // Multidisciplinary Journal of Science and Technology. - 2024. - № 7. - P. 233-236.
7. Zulxaydarova F. Liderlik va boshqaruv tushunchalarining mohiyati // Studies in Economics and Education in the Modern World. - 2024. - Vol. 3, № 8. - P.
8. Stogdill R. M. Personal factors associated with leadership: A survey of the literature // The Journal of Psychology. - 1948. - Vol. 25, № 1. - P. 35-71.
9. Likert R. The Human Organization: Its Management and Value. - New York: McGraw-Hill, 1967. - 384 p.

С.Уразов Теоретические концепции поведенческого подхода к лидерству и его роль в системе управления	S. Urazov Theoretical Concepts of the Behavioral Approach to Leadership and Its Role in the Management System
Аннотация. В данной статье рассматриваются теоретические основы поведенческого подхода к лидерству, а также его роль и значение в практике управления. В исследовании проанализированы научные подходы, объясняющие лидерство не через личностные качества руководителя, а через его поведение, стиль управления и характер взаимодействия с коллективом. В частности, с научной точки зрения рассмотрены поведенческие теории лидерства, разработанные учёными из Университета штата Огайо и Мичиганского университета. Ключевые слова: лидерство, поведенческий подход, стили руководства, эффективность управления, коллектив, мотивация, исследования Университета штата Огайо, исследования Мичиганского университета, управленческая решётка.	Abstract. This article examines the theoretical foundations of the behavioral approach to leadership, as well as its role and significance in management practice. The study analyzes scientific approaches that interpret leadership not through personal traits, but through a leader’s behavior, management style, and interaction with team members. In particular, behavioral leadership theories developed by scholars from Ohio State University and the University of Michigan are analyzed from a scientific perspective. Keywords: leadership, behavioral approach, leadership styles, management effectiveness, team, motivation, Ohio State university studies, Michigan university studies, managerial grid.

Xurshid Azamatovich Yunusov – SamISI mustaqil izlanuvchisi

TADBIR VA KO'NGILOCHAR XIZMATLARNI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH

Annotasiya. Mazkur maqolada Yangi O'zbekistonda tadbir va ko'ngilochar xizmatlarni rivojlantirishda marketing strategiyalaridan samarali foydalanish masalalari yoritilgan. Tadbir va ko'ngilochar xizmatlar bozorida raqobatning kuchayishi, iste'molchilar ehtiyojlarining o'zgarishi hamda yirik tadbirlar sonining ortib borishi sharoitida marketing yondashuvlarini ilmiy asosda takomillashtirish zarurati asoslab berilgan. Shuningdek, maqolada tadbirlar industriyasining shakllanish bosqichlari, xalqaro tajriba hamda zamonaviy marketing nazariyalari, xususan STP modeli asosida segmentatsiya, maqsadli auditoriyani aniqlash va pozitsiyalash mexanizmlari tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: tadbir va ko'ngilochar xizmatlar, ommaviy tadbirlar, zamonaviy marketing strategiyalari, segmentatsiya, maqsadli auditoriyani aniqlash va pozitsiyalash, xizmatlar marketingi, integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyalari, raqobat ustunligi.

Kirish. Yangi O'zbekistonda tadbir va ko'ngilochar xizmatlar sohasi so'nggi yillarda jadal rivojlanayotgan, iqtisodiyotning istiqbolli yo'nalishlaridan biriga aylanib bormoqda. Mazkur soha nafaqat xizmatlar bozorining tarkibiy qismi, balki aholining bandligini ta'minlash, shaharlar infratuzilmasini modernizatsiya qilish, hududiy brendlarni shakllantirish hamda mamlakatning xalqaro imijini mustahkamlashda muhim omil sifatida namoyon bo'lmoqda. Raqobat muhitining kuchayishi, iste'molchilarning talab va ehtiyojlari diversifikatsiyalashuvi hamda xizmatlar sifatiga bo'lgan talabning ortishi ushbu yo'nalishda zamonaviy marketing strategiyalarini ishlab chiqish va qo'llash zaruratini yuzaga keltirmoqda.

So'nggi yillarda mamlakatda xalqaro forumlar, investitsiya anjumanlari, madaniy festivallar, ko'rgazmalar, sport musobaqalari va biznes konferensiyalari muntazam tashkil etilmoqda. Jumladan, Samarqand, Toshkent, Buxoro va Xiva shaharlarida o'tkazilayotgan yirik tadbirlar xizmatlar bozorining institutsional rivojlanishiga, infratuzilmaning takomillashuviga hamda kreativ industriyaning faollashuviga xizmat qilmoqda.

Xususan, 2025-yil 30-oktabrdan 14-noyabrgacha O'zbekistonda UNESCOning 43-Bosh konferensiyasining o'tkazilishi mamlakatda ilmiy-madaniy hamkorlikni kengaytirish, global muloqot maydonini yaratish va yirik xalqaro tadbirlarni tashkil etish salohiyatini namoyish etish nuqtayi nazaridan muhim voqea bo'ldi. Bunday ko'lamdagi tadbirlar xizmatlar bozori uchun yangi marketing imkoniyatlarini yuzaga chiqarib, investitsiya jozibadorligini kuchaytirish hamda milliy brend imijini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Shu bois tadbir va ko'ngilochar xizmatlarni rivojlantirishda marketing strategiyalaridan samarali foydalanish, bozor segmentatsiyasi va pozitsiyalashuvni aniqlash, raqamli kommunikatsiyalarni keng joriy etish hamda xizmatlar diversifikatsiyasini ta'minlash ilmiy-amaliy jihatdan dolzarb masalaga aylanmoqda. Mazkur maqolada aynan ushbu jarayonlarning nazariy asoslari va amaliy mexanizmlarini tadqiq etish ko'zda tutilgan.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Tadbir va ko'ngilochar xizmatlarni tashkil etish hamda ularni bozor tamoyillari asosida boshqarish masalalari xalqaro amaliyotda uzoq tarixga ega. 1896-yilda AQShning Detroit shahrida ilk bor kongress va tashrif buyuruvchilar byurosining tashkil etilishi mazkur yo'nalishning institutsional asoslarini yaratdi. Keyinchalik Cleveland (1904), Atlantic City (1908), Denver va St. Louis (1909), shuningdek Louisville hamda Los Angeles (1910) shaharlarida ham shunday markazlar faoliyati yo'lga qo'yildi. Mazkur tuzilmalar hududiy marketingni kuchaytirish, kongress va konvensiyalarni jalb etish hamda tashrif buyuruvchilar oqimini boshqarishga qaratilgan professional mexanizmlarni shakllantirdi. Hozirgi kunda AQShda 400 dan ortiq kongress va tashrif buyuruvchilar byurolari faoliyat yuritayotgani ushbu tizimning barqaror rivojlanib borayotganini ko'rsatadi [1].

1914-yilda tashkil etilgan Xalqaro Konvensiya Byurolari Assotsiatsiyasi keyinchalik o'z faoliyatini kengaytirib, 1974-yilda nomini Destination Marketing Association International (bugungi kunda Destinations International) deb o'zgartirdi. Ushbu tashkilotlar global miqyosda tadbirlar marketingi, hududiy brending va tashrif buyuruvchilarni jalb qilish bo'yicha metodik tavsiyalar ishlab chiqishda muhim rol o'ynadi.

Ikkinchi jahon urushi davrida iqtisodiy beqarorlik sabab mazkur soha rivoji sekinlashgan

bo‘lsa-da, 1950-yillardan boshlab transmilliy kompaniyalar faoliyatining kengayishi, korporativ uchrashuvlar va xodimlarni malaka oshirish dasturlariga talabning ortishi natijasida tadbirlar bozori jadal rivojlana boshladi. Urushdan keyingi davrda transport, xususan havo qatnovining rivojlanishi, ishbilarmonlik aloqalarining kengayishi hamda investitsiyalarning ko‘payishi tadbirlar industriyasini ommaviy va tizimli sohaga aylantirdi. 1960-yillardan boshlab Yevropa va boshqa mintaqalarda yirik kongress markazlari, ko‘rgazma majmualari va ko‘p funksiyali infratuzilmalarni barpo etishga katta miqdorda investitsiyalar yo‘naltirildi. Bu jarayon tadbir va ko‘ngilochar xizmatlarning iqtisodiy samaradorligini oshirish bilan birga, hududlar o‘rtasidagi raqobatni ham kuchaytirdi [3].

Tadbir va ko‘ngilochar xizmatlarni rivojlantirishda marketingning nazariy-uslubiy asoslari alohida ahamiyat kasb etadi. Xususan, STP modeli (Segmentation, Targeting, Positioning) mazkur yo‘nalishda eng samarali konseptual yondashuvlardan biri hisoblanadi. Segmentatsiya g‘oyasi ilk bor Wendell R. Smith tomonidan 1956-yilda ilmiy muomalaga kiritilgan bo‘lib, u bozorni iste‘molchilar xatti-harakatlari va ehtiyojlariga qarab guruhlariga ajratish zarurligini asoslab bergan. Keyinchalik Philip Kotler ushbu yondashuvni rivojlantirib, segmentatsiya, maqsadli auditoriyani tanlash va pozitsiyalash jarayonlarini yagona strategik tizim sifatida marketing amaliyotiga joriy etdi. Michael Porter esa STP modelini raqobat ustunligini shakllantirish va strategik menejment konsepsiyalari bilan bog‘lab, xizmatlar bozorida differensial ustunlikka erishish mexanizmlarini ilmiy asoslab berdi [6].

Mazkur nazariy qarashlar tadbir va ko‘ngilochar xizmatlar segmentida marketing strategiyalarini ishlab chiqishda muhim metodologik asos bo‘lib xizmat qiladi. Chunki ushbu sohada auditoriya tarkibi turlicha (korporativ mijozlar, davlat tashkilotlari, yoshlar, oilaviy auditoriya, xalqaro delegatsiyalar va boshqalar) bo‘lib, har bir segment uchun mos marketing yondashuvi talab etiladi. STP modeli orqali xizmatlar portfelini aniq segmentlarga moslashtirish, brend pozitsiyasini belgilash hamda raqobat muhitida barqaror ustunlikka erishish mumkin.

Shunday qilib, tarixiy tajriba va zamonaviy marketing nazariyalari tahlili shuni ko‘rsatadiki, tadbir va ko‘ngilochar xizmatlarni rivojlantirish samarali institutsional mexanizmlar, rivojlangan infratuzilma va ilmiy asoslangan marketing strategiyalarini uyg‘unlashtirish orqali ta‘minlanadi. Mazkur maqolada aynan ushbu nazariy yondashuvlar asosida amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqish maqsad qilingan.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur ilmiy maqolada tadbir va ko‘ngilochar xizmatlarni rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanish jarayonini kompleks o‘rganish maqsadida tizimli va ko‘p bosqichli metodologik yondashuv qo‘llanildi. Tadqiqot metodologiyasi nazariy va amaliy tahlil usullarining uyg‘unligiga asoslanib, sohaning institutsional, iqtisodiy hamda marketing jihatlarini o‘zaro bog‘liq holda o‘rganishni nazarda tutadi. Tadqiqotda marketing nazariyasining zamonaviy konsepsiyalari, xususan segmentatsiya, maqsadli auditoriyani aniqlash va pozitsiyalash (STP modeli), xizmatlar marketingi, integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyalari hamda raqobat ustunligini shakllantirish tamoyillariga tayangan holda tahlillar olib borildi. Shuningdek, strategik menejment va xizmatlar iqtisodiyoti bo‘yicha ilmiy manbalar, xalqaro tajriba hamda tadbirlar industriyasiga oid normativ-huquqiy hujjatlar o‘rganildi. Nazariy yondashuvlar asosida tadbir va ko‘ngilochar xizmatlar bozorining o‘ziga xos xususiyatlari – xizmatning nomoddiylik, talabning mavsumiylik, auditoriya tarkibining heterogenligi hamda yuqori raqobat muhiti kabi omillar tizimlashtirildi. Shuningdek, tahlil va sintez usulidan tadbir va ko‘ngilochar xizmatlar bozoridagi marketing faoliyatini tarkibiy qismlarga ajratib o‘rganish hamda umumlashtirilgan xulosalar chiqarishda foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Zamonaviy ommaviy tadbirlar nafaqat ijtimoiy faollikning ifodasi, balki aholining bo‘sh vaqtini mazmunli tashkil etish, ma‘naviy-madaniy ehtiyojlarini qondirish va turizmni rivojlantirishda muhim vosita hisoblanadi. Ular ijtimoiy jarayonlar, sport va san‘at bilan shug‘ullanish imkoniyatlarini yaratadi hamda shaxslar va jamoalar o‘rtasidagi kommunikatsiya va hamkorlikni kuchaytiradi. Shu bilan birga, yirik ommaviy tadbirlar, jumladan, festivallar, konsertlar, sport musobaqalari va xalq bayramlari, mahalliy hamda xorijiy sayyohlarni jalb qilishi orqali hududning turistik jozibasini oshiradi va iqtisodiy samaradorlikni mustahkamlaydi.

Ijtimoiy hayotimizda to‘y marosimlari, marafonlar, teatr tomoshalari, ko‘rgazmalar, biznes va professional uchrashuvlar kabi turli formatdagi ommaviy tadbirlar keng tarqalgan. Bunday

tadbirlar nafaqat madaniy merosni namoyon etadi, balki ishtirokchilar uchun yangi tajribalar yaratadi, ularning hududga bo‘lgan qiziqishini oshiradi va qayta tashrif buyurishga undaydi. Shu tariqa, tadbirlar turizmdagi ijtimoiy va iqtisodiy foydani birlashtiruvchi vosita sifatida ishlaydi.

Marketing – bu har qanday tadbir yoki ko‘ngilochar xizmatning muvaffaqiyati uchun asosiy vosita bo‘lib, u mijozlarni jalb qilish, ularning ehtiyojlarini aniqlash va mahsulot yoki xizmatni raqobatbardosh tarzda bozorga chiqarishni ta‘minlaydi. Tadbir va ko‘ngilochar xizmatlar sohasida marketingning o‘ziga xosligi shundaki, u nafaqat mahsulot yoki xizmatni targ‘ib qilish, balki ishtirokchilar uchun unutilmas tajribalar yaratish, brendni kuchaytirish va biznes natijalarini oshirishga qaratilgan strategik jarayonni tashkil etadi.

Marketing strategiyasini ishlab chiqish jarayoni bir nechta muhim bosqichlarni o‘z ichiga oladi:

1. Ma‘lumot va tahlil. Tadbir yoki xizmatning asosiy auditoriyasi aniqlanadi, ularning ehtiyojlari, xohishlari va psixografik xususiyatlari o‘rganiladi. Bu bosqich muvaffaqiyatli marketingning poydevorini tashkil etadi.

2. Yagona qiymat taklifi. Tadbir yoki ko‘ngilochar xizmatning boshqa raqobatchilardan farq qiluvchi noyob jihatlari aniqlanadi va ular marketing kommunikatsiyasida asosiy o‘rinni egallaydi.

3. Marketing kommunikatsiyasi va kanallari. Maqsadli auditoriyaga eng samarali tarzda yetib borish uchun reklama kanallari (ijtimoiy tarmoqlar, elektron pochta, veb-platformalar, PR va boshqalar) tanlanadi va integratsiyalashgan kommunikatsiya strategiyasi ishlab chiqiladi.

4. Narx siyosati va aksiyalar. Tadbir yoki xizmat uchun optimal narx belgilash, chegirmalar, paket takliflar va boshqa sotuvni rag‘batlantiruvchi vositalar ishlab chiqiladi.

5. Natijalarni o‘lchash va muvofiqlashtirish. Marketing kampaniyalarining samaradorligi doimiy ravishda monitoring qilinadi, olingan natijalar asosida strategiyalar takomillashtiriladi.

Ishlab chiqilgan marketing strategiyasi yangi mijozlarni jalb qilish, mavjud ishtirokchilarni ushlab qolish va ularning sodiqligini oshirishga xizmat qiladi. Tadbirlar davomida amalga oshiriladigan faol marketing faoliyati brendning bozoridagi o‘rnini mustahkamlash, ishtirokchilarning qoniqishini oshirish va kelgusidagi tadbirlar uchun ijobiy reputatsiya yaratadi.

Event marketing – bu tadbirlarni targ‘ib qilishning strategik jarayoni bo‘lib, u ishtirokchilarni jalb qilish, brendni tanitish va unutilmas tajribalarni yaratish orqali biznes maqsadlarini amalga oshirishga qaratilgan. Ivent-marketingning samaradorligi tadbirning har bir bosqichida, ya‘ni rejalashtirishdan tortib tadbirni o‘tkazish va undan keyingi qo‘llab-quvvatlashgacha bo‘lgan jarayonlarda namoyon bo‘ladi. Shu bilan birga, to‘g‘ri yondashuv bilan event-marketing oddiy tadbirni strategik o‘rish vositasiga aylantiradi.

Zamonaviy tadbir va ko‘ngilochar xizmatlar sohasida marketing strategiyalari quyidagi yo‘nalishlarda samarali bo‘lishi mumkin:

- ishtirokchilarni jalb qilish va ularni faol ishtirokchiga aylantirish;
- brendning taniqliligi va ijobiy imidjini shakllantirish;
- ijtimoiy media va raqamli kanallar orqali auditoriya bilan uzluksiz aloqani ta‘minlash;
- tadbirlar qiymatini oshirish va ishtirokchilarning sodiqligini mustahkamlash;
- natijalarni o‘lchash va keyingi tadbirlar uchun strategik tavsiyalar ishlab chiqish.

Shu tariqa, tadbir va ko‘ngilochar xizmatlarni rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanish ularni raqobatbardosh va samarali qilish, ishtirokchilar uchun qadrlil va unutilmas tajribalar yaratish hamda biznes natijalarini oshirish imkonini beradi.

Marketing strategiyalari zamonaviy tadbir va ko‘ngilochar xizmatlarni rivojlantirishda quyidagi yo‘nalishlarda muhim ahamiyatga ega:

1) Auditoriyani aniqlash va segmentlash. Tadbir yoki xizmatning asosiy ishtirokchi auditoriyasi aniqlanadi, ularning ehtiyojlari, xohishlari va psixografik xususiyatlari o‘rganiladi.

2) Yagona qiymat taklifi yaratish. Tadbir yoki xizmatning raqobatchilardan farq qiluvchi noyob jihatlari ishlab chiqiladi va marketing kommunikatsiyasida asosiy o‘rinni egallaydi.

3) Marketing kanallari va kommunikatsiya. Maqsadli auditoriyaga yetib borish uchun raqamli platformalar, ijtimoiy tarmoqlar, PR, elektron pochta va boshqa kanallar integratsiyalashgan holda qo‘llaniladi.

4) Narx siyosati va aksiyalar. Tadbirlar uchun optimal narx belgilash, chegirmalar va paket takliflar orqali ishtirokchilar sonini ko‘paytirish strategiyasi ishlab chiqiladi.

5) Natijalarni monitoring va muvofiqlashtirish. Tadbir va xizmatlarning samaradorligi doimiy ravishda o‘lchanadi, olingan natijalar asosida strategiyalar takomillashtiriladi.

1-jadval

Tadbir va ko‘ngilochar xizmatlarni rivojlantirish bo‘yicha marketing strategiyalarini ishlab chiqishning asosiy bosqichlari

Bosqichlar	Mazmuni	Strategik ahamiyati
Strategik tahlil va konsepsiyani shakllantirish	Tadbirning maqsadi, vazifalari, maqsadli auditoriyasi, asosiy g‘oyasi va kutiladigan natijalarini aniqlash	Marketing faoliyatining umumiy yo‘nalishini belgilaydi va barcha keyingi qarorlar uchun metodologik asos yaratadi
Moliyaviy holatni rejalashtirish va byudjetni ishlab chiqish	Xarajatlar va daromadlar prognozi, homiylik manbalari, resurslar taqsimoti va risklarni hisoblash	Tadbirning iqtisodiy barqarorligini ta‘minlaydi hamda moliyaviy xavflarni kamaytiradi
Taym menejment va jadval tuzish	Tayyorlov bosqichlari, reklama kampaniyasi muddatlari va tadbir o‘tkazish sanalarini aniq rejalashtirish	Jarayonlarni muvofiqlashtiradi va vaqt resursidan samarali foydalanishni ta‘minlaydi
Logistika va infratuzilmani tashkil etish	Joy tanlash, texnik jihozlar, transport, xavfsizlik, xizmat ko‘rsatish va tashkiliy infratuzilmani shakllantirish	Tadbirning moddiy-texnik asosini yaratadi va uning uzluksiz o‘tishini ta‘minlaydi
Marketing kommunikatsiyalari dan foydalanish	Reklama kampaniyalari, PR faoliyati, raqamli marketing, auditoriyani jalb qilish va branding	Ishtirokchilar oqimini shakllantiradi, brend imijini mustahkamlaydi va tadbirning ijtimoiy rezonansini oshiradi
Tadbirni amalga oshirish va operativ boshqaruv	Tadbir jarayonini real vaqt rejimida boshqarish, jamoa koordinatsiyasi va muammolarni tezkor hal etish	Rejalashtirilgan strategiyaning amaliy natijasini belgilaydi va ishtirokchilar tajribasini shakllantiradi
Monitoring, tahlil va keyingi faoliyat	Natijalarni baholash, ishtirokchilar fikrini o‘rganish, moliyaviy hisobotlar va xulosalar chiqarish	Kelgusidagi tadbirlar sifatini oshirish va marketing strategiyasini takomillashtirish imkonini beradi

Shu tariqa, marketing strategiyalarining samarali qo‘llanilishi tadbir va ko‘ngilochar xizmatlarni raqobatbardosh va qiziqarli qiladi, ishtirokchilar uchun unutilmas tajribalar yaratadi va hududning iqtisodiy va turistik rivojlanishiga sezilarli hissa qo‘shadi.

Tadbir va ko‘ngilochar xizmatlarni samarali tashkil etish zamonaviy boshqaruv sharoitida tasodifiy qarorlar asosida emas, balki puxta ishlab chiqilgan strategik yondashuv asosida amalga oshiriladi. Har qanday muvaffaqiyatli tadbir aniq maqsadlar, auditoriya ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, resurslarni oqilona taqsimlash va marketing kommunikatsiyasini samarali yo‘lga qo‘yish orqali shakllanadi. Shu bois tadbir strategiyasini ishlab chiqish jarayoni o‘zaro bog‘liq bosqichlardan iborat kompleks boshqaruv tizimi sifatida qaraladi.

Tadbirni rejalashtirish jarayoni, avvalo, uning umumiy konsepsiyasi va yo‘nalishini aniqlashdan boshlanadi. Bu bosqichda tadbirning asosiy maqsadi, kutilayotgan natijalari, ijtimoiy yoki tijoriy vazifalari belgilab olinadi. Masalan, tadbir brend imijini mustahkamlash, yangi mahsulotni taqdim etish, auditoriya bilan aloqani kuchaytirish yoki daromad olishga qaratilgan bo‘lishi mumkin.

Maqsadning aniq va o‘lchab bo‘ladigan tarzda belgilanishi keyingi barcha boshqaruv qarorlarining asosini tashkil etadi. Strategik aniqlik marketing kampaniyalari, budjet shakllantirish va kommunikatsiya siyosatini yagona yo‘nalishga yo‘naltiradi.

Tadbir va ko'ngilochar xizmatlarning muvaffaqiyati ko'p jihatdan maqsadli auditoriyani to'g'ri aniqlashga bog'liq. Shu sababli strategik rejalashtirish jarayonida ishtirokchilarning yoshi, ijtimoiy maqomi, kasbiy sohasi, qiziqishlari, xarid qobiliyati va motivatsiyasi o'rganiladi.

Auditoriyani segmentlash marketing strategiyasini individuallashtirish imkonini beradi. Masalan, yoshlar auditoriyasi uchun raqamli platformalar va ijtimoiy tarmoqlar samarali bo'lsa, biznes auditoriya uchun professional platformalar, PR tadbirlar va to'g'ridan-to'g'ri marketing vositalari ustuvor ahamiyat kasb etadi. Auditoriyani chuqur tahlil qilish tadbir formatini, dastur mazmunini va kommunikatsiya uslubini to'g'ri tanlashga xizmat qiladi.

Xulosa va takliflar. Tadbir va ko'ngilochar xizmatlarni rivojlantirishda marketing strategiyasi ajralmas omil hisoblanadi. Marketing quyidagi yo'nalishlarda amalga oshiriladi:

- reklama kampaniyalarini ishlab chiqish;
- ijtimoiy tarmoqlarda faoliyat yuritish;
- PR va ommaviy axborot vositalari bilan hamkorlik;
- brending va vizual identifikatsiya;
- auditoriya bilan ikki tomonlama kommunikatsiya.

Marketing faoliyati tadbirning ijtimoiy rezonansini oshiradi, brend imijini shakllantiradi va ishtirokchilar sonini ko'paytiradi. Zamonaviy sharoitda raqamli marketing vositalari – maqsadli reklama, kontent-marketing, email kampaniyalar va influencer hamkorliklari alohida ahamiyat kasb etadi.

Tadbirni bevosita o'tkazish jarayoni avvalgi bosqichlarda ishlab chiqilgan rejalar samaradorligini sinovdan o'tkazadi. Bu bosqichda tezkor boshqaruv, jamoa koordinatsiyasi va muammolarni operativ hal etish qobiliyati muhim rol o'ynaydi. Nazorat va monitoring mexanizmlari jarayonni boshqariladigan holatda saqlash imkonini beradi.

Tadbir va ko'ngilochar xizmatlarni rivojlantirish bo'yicha marketing strategiyalari – bu tadbir va ko'ngilochar mahsulotlarning bozordagi raqobatbardoshligini oshirish, maqsadli auditoriyani aniqlash va jalb etish, xizmatlar sifatini takomillashtirish hamda barqaror daromad oqimini shakllantirishga qaratilgan kompleks boshqaruv va kommunikatsiya choralar tizimidir.

Marketing strategiyalari bozorni tahlil qilish, iste'molchilar ehtiyojini o'rganish, brending, narx siyosati, reklama va PR faoliyati, raqamli marketing vositalaridan foydalanish, xizmatlar diversifikatsiyasi hamda mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish kabi yo'nalishlarni o'z ichiga oladi.

Natijada marketing strategiyalari tadbir va ko'ngilochar xizmatlarning iqtisodiy samaradorligini oshirish, auditoriya sodiqligini mustahkamlash va bozordagi barqaror o'sishni ta'minlashga xizmat qiladi.

Tadbir va ko'ngilochar xizmatlarni rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanishda quyidagilarga e'tibor berish maqsadga muvofiqdir:

1. Tadbir va ko'ngilochar xizmatlar marketing strategiyalarini ishlab chiqishda STP modelini keng qo'llash, ya'ni segmentatsiya, maqsadli auditoriyani aniqlash va brend pozitsiyasini shakllantirish.
2. Raqamli marketing vositalaridan foydalangan holda ishtirokchilar bilan muntazam interaktiv aloqani ta'minlash va sodiqlikni oshirish.
3. Moliyaviy va logistika rejalashtirishni integratsiyalash, tadbir resurslarini samarali boshqarish va operatsion jarayonlarni muvofiqlashtirish.
4. Tadbirdan keyingi baholash mexanizmlarini joriy etish, shu jumladan ishtirokchi fikrlarini o'rganish, moliyaviy natijalarni tahlil qilish va kelgusi tadbirlar uchun strategik xulosalar chiqarish.
5. Xalqaro tajriba asosida zamonaviy marketing va PR texnologiyalarini tatbiq etish orqali tadbirlarning xalqaro maydondagi raqobatbardoshligini oshirish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
2. Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.

3. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson.
4. Jahon Gretzel, U. (2021). Stienmetz, J., V. Bellász, Zsuzsa Szent István .
5. Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
6. Kotler On Marketing Mastering Modern Marketing for Competitive Advantage Written by Bookey
7. Middleton, V. T. C. (1994). Marketing in travel and tourism. Butterworth Heinemann.
8. Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). Services Marketing: People, Technology, Strategy (8th ed.). Pearson.
9. Solomon, M. R. (2017). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (12th ed.). Pearson.

Х.Юнусов	Kh.Yunusov
Использование маркетинговых стратегий в развитии событийных и развлекательных услуг	Utilization of Marketing Strategies in the Development of Event and Entertainment Services
Аннотация. В статье освещаются вопросы эффективного использования маркетинговых стратегий в развитии событийных и развлекательных услуг в Новом Узбекистане. Обоснована необходимость научного совершенствования маркетинговых подходов в условиях усиления конкуренции на рынке событийных и развлекательных услуг, изменения потребностей потребителей и роста числа крупных мероприятий. Также в статье проанализированы этапы формирования индустрии событий, международный опыт и современные маркетинговые теории, в частности механизмы сегментации, определения целевой аудитории и позиционирования на основе модели STP. Ключевые слова: событийные и развлекательные услуги, массовые мероприятия, современные маркетинговые стратегии, сегментация, определение и позиционирование целевой аудитории, маркетинг услуг, интегрированные маркетинговые коммуникации, конкурентное преимущество.	Abstract. This article examines the issues of effective application of marketing strategies in the development of event and entertainment services in New Uzbekistan. The necessity of scientifically improving marketing approaches is substantiated in the context of increasing competition in the event and entertainment services market, changing consumer needs, and the growing number of large-scale events. The article also analyzes the stages of formation of the event industry, international experience, and modern marketing theories, in particular the mechanisms of segmentation, target audience identification, and positioning based on the STP model. Keywords: event and entertainment services, mass events, modern marketing strategies, segmentation, target audience identification and positioning, services marketing, integrated marketing communications, competitive advantage.

Hamdam Iris o'g'li Allayorov – SamISI, Marketing kafedrası dotsenti v.b.

LOGISTIKA AXBOROT OQIMLARINI SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA OPTIMALLASHTIRISH

Annotatsiya. Mazkur maqolada logistika tizimlarida axborot oqimlarini boshqarishning nazariy va amaliy jihatlari tahlil qilindi hamda sun'iy intellekt texnologiyalari asosida ularni optimallashtirish mexanizmlari ko'rib chiqildi. Ta'minot zanjirida ma'lumotlar hajmining ortishi sharoitida AI (Artificial Intelligence) yechimlarining prognozlash, marshrutni rejalashtirish, zaxiralarni boshqarish va risklarni kamaytirishdagi roli asoslab berildi. Tadqiqot natijasida logistika axborot oqimlarini intellektual boshqarish samaradorlikni oshirish, xarajatlarni kamaytirish va qaror qabul qilish tezligini yaxshilashga xizmat qilishi aniqlangan. Kalit so'zlar: axborot logistikasi, sun'iy intellekt, ta'minot zanjiri, Big Data, optimallashtirish, operatsiya, raqamlashtirish.
--

Kirish. Raqamli iqtisodiyot sharoitida logistika tizimlari murakkablashib axborot oqimlarining tezkorligi va aniqligi ta'minot zanjiri barqarorligini belgilovchi asosiy omilga aylandi hamda sun'iy intellekt texnologiyalarini joriy etish logistika jarayonlarini real vaqt rejimida optimallashtirish imkonini beradi. Jahon iqtisodiyotining globallashuv-raqamlashuv

sharoitida samarali rivojlanishini ta'minlash yuzasidan amalga oshirilayotgan tadqiqotlar tarkibida innovatsion rivojlantirishning samarali yondashuv, vosita va mexanizmlarini ishlab chiqishga ustuvor darajada qaralmoqda. Bu borada raqamli va sun'iy intellekt texnologiyalarining uslubiy asoslarini takomillashtirish, raqamli iqtisodiyotning qiymati va samaradorligini baholashning integral indikatorlarini yaratish, yangi avlod texnologiya-larining (Big Data, 5G, VR/AR, Cloud Computing, Artificial Intelligence, Blockchain) zamonaviy taraqqiyotdagi o'rni va ularni turli sohalarda tatbiq etishning samarali uslubiy yondashuvlarini asoslash, telekommunikasiya infratuzilmasi bilan qamrab olishning samarali va tejamkor vositalarini yaratish kabi yo'nalishdagi tadqiqotlarga alohida e'tibor qaratilmoqda¹.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida logistika tizimlari nafaqat moddiy oqimlarni, balki ularga hamroh bo'lgan katta hajmdagi axborot oqimlarini ham samarali boshqarishni talab etadi. Zamonaviy logistika konsepsiyalari, xususan, real vaqt rejimida ma'lumotlarni yig'ish, qayta ishlash va tahlil qilishga asoslanadi. Axborot oqimlarining murakkablashuvi, global ta'minot zanjirlarining kengayishi va bozor noaniqligining ortishi sun'iy intellekt asosidagi boshqaruv tizimlarini joriy etishni dolzarb masalaga aylantirmoqda.

Logistika rivojlanishining zamonaviy holatini axborot-komp'yuter texnologiyalarisiz tasavvur ham qilib bo'lmaydi. Logistikaning zamonaviy konsepsiyalarini tezkor komp'yuterlar, lokal tarmoqlar, telekommunikasiya tizimlari va axborot-dasturiy ta'minotisiz amalda joriy qilib bo'lmas edi. Logistik jarayonlarni boshqarishda axborotlar bilan ta'minlashning ahamiyati shunchalik balandki, ko'pchilik mutaxassislar axborotlar logistikasiga boshqarishning alohida bir quyi tizimi sifatida qaraydilar. Logistik tizimlardagi axborot oqimlari asosan iqtisodiy axborotlardan tashkil topadi va ular iqtisodiy obyektlar, hodisalar, jarayonlar to'g'risida turli ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Logistika oid ma'lumotlar moddiy ne'matlar va xizmatlarni ijtimoiy ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash, va istyemol qilish jarayonlarida to'planadi.

Logistik axborot oqimi deganda logistik operatsiyalarni boshqarish va nazorat qilishda foydalaniladigan logistik tizim ichida va logistik tizim bilan tashqi muhit o'rtasida harakatlanadigan ma'lumotlar to'plami tushiniladi.

Axborot oqimi – bu ma'lum ketma - ketlikda, belgilangan yo'nalishda harakatlanayotgan, hamda boshlang'ich, oraliq va oxirgi nuqtalari belgilab qo'yilgan axborotdir².

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Logistika axborot oqimlarini optimallashtirish kontekstida raqobatbardoshlik tushunchasi transport xizmatlarining iste'molchilarga taqdim etiladigan xizmat xususiyatlari va axborot oqimlarini boshqa transport korxonalari bilan solishtirish orqali aniqlanadi. Xorijiy olimlardan taniqli iqtisodchilar Justin Lee Goldston “Sun'iy intellekt, blokcheyn va SCM integratsiyasi” AI va SCM o'rtasidagi texnologik aloqalarni chuqur o'rgangan tadqiqotchi.(1). Jan Pennekamp, Mihaela Gabriela Belu & Ana Maria Marinoiu, ossi Sheffi kabi olimlar ham axborot logistikasi va sun'iy intellekt optimizatsiyasi bo'yicha bir qancha ishlarni amalga oshirishgan.

Mahalliy olimlar va tadqiqotchilardan Sharipov Sherzod Odilovich “Logistika tizimlarida axborot almashinuvi va SI integratsiyasini tahlili”, Boboyev Nasim Diyorovich “Ta'minot jarayonlari logistikasi”, Olimova Bahora Shuhratovna “Logistika tendensiyalari va sun'iy intellekt texnologiyalarini logistika jarayonlarida qo'llash tahlili” va boshqa birqancha olimlar tomonidan amalga oshirilgan ishlarni uchratish mumkin. Lekin barchasi Axborot texnologiyalari va logistika integratsiyasi bo'yicha hamda O'zbekiston sharoitida AI va logistika jarayonlariga e'tiborni qaratishgan xolos. Logistika axborot oqimlarini sun'iy intellekt asosida optimallashtirish va takomillashtirish kabi masalalar yetarli darajada ko'rib chiqilmagan. Shunday qilib tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, sun'iy intellekt asosida logistika axborot oqimlarini optimallashtirish ta'minot zanjirining barqarorligi va samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Taklif etilgan model logistika tizimlarida xarajatlarni kamaytirish, tezkorlikni oshirish va risklarni minimallashtirish imkonini beradi.

Tadqiqot metodologiyasi. Maqolada logistika tizimidagi axborot oqimlarini optimallashtirishda transport xizmatlarining raqobatbardoshligini baholash bo'yicha iqtisodchi va transport sohasidagi olimlarning ilmiy ishlari tahlil qilindi. Tadqiqot metodologiyasi sifatida

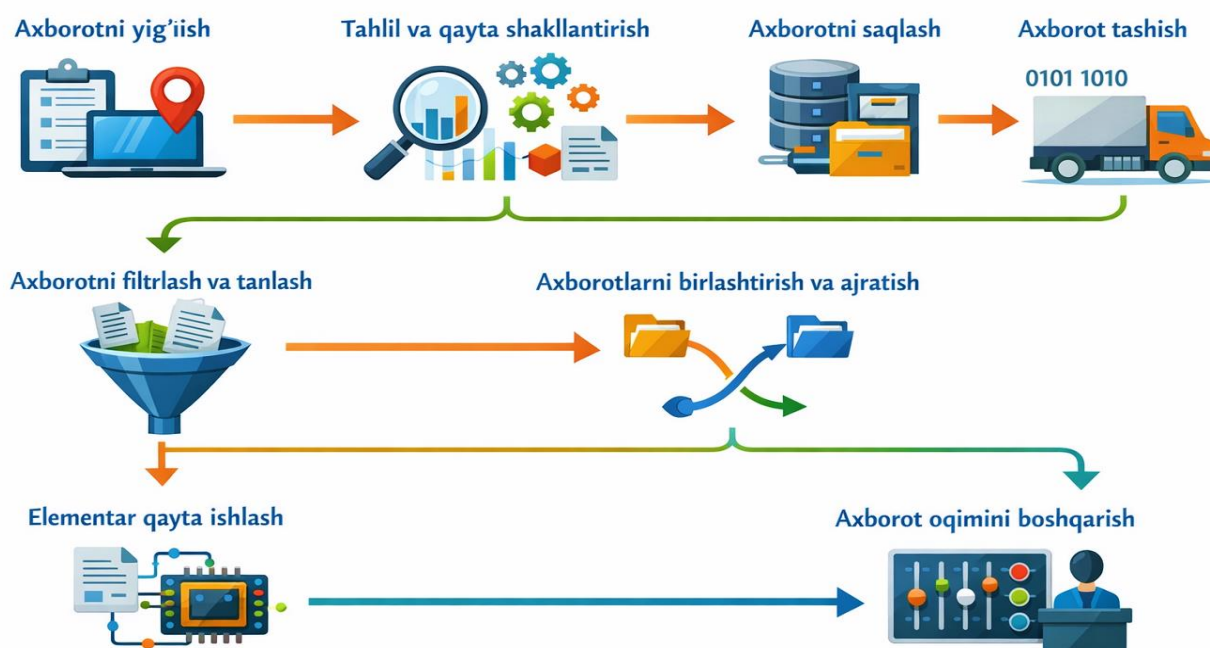
¹ Allayorov H.I. Milliy aloqa xizmatlari bozorini innovatsion rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish – Dissertatsiya 2025 yil.

² Boboyev N.D., H.I.Allayorov “Logistika fani bo'yicha o'quv-uslubiy majmua” SamISI, 2025 y.

adabiyotlarni qiyosiy tahlil qilish, farazlarni asoslash hamda sun'iy intellekt (SI) vositalari yordamida axborot oqimini boshqarish metodlari ishlatildi. Ushbu yondashuv logistika jarayonlaridagi ma'lumotlar oqimini samarali boshqarish va raqobatbardosh xizmat ko'rsatishni baholash imkonini beradi.

Tahlil va natijalar. Yangi innovatsion texnologiyalar masofa nuqtai nazaridan geografik, lingvistik yoki me'yoriy bo'lishidan qat'iy nazar mohiyatini kamaytirish imkonini beradi. Shu bilan birga ular savdo xarajatlari, saqlash va yetkazib berish, logistik xarajatlarni, hamda vaqtni tejash imkonini beradi. Onlayn platformalar transchegaraviy tranzaksiyalarda ishonch va axborotni yetarliligi kabi muammolarni xal etish imkonini beradi.

Axborot jarayoni – bunda axborot o'zgarishlarning aniq ketma - ketligiga ega bo'lgan asosiy obyekt sifatida ko'rib chiqiladi. Bu holatda axborotni yig'ish, tahlil qilish, qayta shakllantirish, saqlash, qidirish va tarqatish muhim o'rin tutadi. Bu jarayonni sun'iy intellekt orqali quyidagicha tasvirlash mumkin (1-rasm).



1-rasm. Logistik tizimda o'tadigan axborot jarayoni davomida funktsiyalarning ishlash jarayoni¹

Logistika tizimi asosida axborot - texnika bazasining tashkil etilishi, boshqarishda zarur bo'lgan strategik va taktik vazifalarni hal tishda axborotlarni yig'ish va ularni ajratib olish asosiy rol o'ynaydi. Axborotlarning xarakteri va uning sifatli ajratilishi qabul qilinadigan qarorlarning natijasiga katta ta'sir ko'rsatadi. Logistika tizimning tuzilishi amaliyotda shuni ko'rsatadiki, axborotlarni to'g'ri ajrata bilishda, ularni tahlil qilib, korxonaning kuchli va kuchsiz tomonlarini o'rganib, axborotlarni yig'ish va tayyorlash asosiy ko'rsatkichlariga e'tibor berish zarurdir. Bunday tahlil, shu soha bo'yicha puxta, qiziquvchi mutaxassislar bilan o'tkazilishi lozim.

Ushbu nomuvofiqlik tanqidiy qabul qilinadigan darajadan oshib ketganda, korxona tomonidan ushbu muammoga e'tibor bermaslik axborot xizmatlarini ko'rsatadigan biznesning mavjudligi va mavjudligiga shubha tug'diradi. Bozor talablariga muvofiq axborot xizmatlarining raqobatbardoshlik darajasini saqlab turishning eng samarali vositasi bu biznes maqsadlariga erishish uchun xizmat ko'rsatish obyektiga maqsadga muvofiq ta'sir qilish jarayoni sifatida tushuniladigan boshqaruvdir. Shu munosabat bilan logistikada axborot xizmatlarining to'g'ri amalga oshirilishi va raqobatbardoshligini boshqarishda obyektни aniqlash vazifasi dolzarbdir.

Bundan tashqari IoT va Blockchain sertifikatsiya, nazorat, real vaqt oralig'ida pul o'tkazmalari jarayonlarida yengilliklar yaratadi. Transchegaraviy to'lovlar va raqamli moliyaviy xizmatlardagi innovatsiyalar xalqaro savdoni amalga oshirida, mamlakat raqobatbardoshligini o'sishida va umuman iqtisodiy o'sishiga katta ta'sir ko'rsatadi. Ushbu texnologiyalarni

¹ Muallif tomonidan tahliliy ma'lumotlar asosida sun'iy intellect orqali chizildi.

rivojlanishi mamlakatlarda raqamli iqtisodiyotni rivojlanishiga olib keldi. Kompaniyalar millionlab mijozlar bilan ishlashda, internetdan xaridlar bilan bog‘liq katta hajmdagi ma’lumotlarni qayta ishlashda sun’iy intellektdan keng foydalanmoqdalar. Shuning uchun logistika axborot oqimlarini sun’iy intellekt asosida optimallashtirish turlari kun sayin kengayib bormoqda. 2-rasmda bunday xizmat turlari keltirilgan.



2-rasm. Logistika axborot oqimlarini sun’iy intellekt asosida optimallashtirish mezonlari¹

Mamlakatimizda aloqa xizmatlari sohasini rivojlanishi, elektron hukumatni joriy etish va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun hukumatimiz rahbari tomonidan barcha chora tadbirlar amalga oshirilmoqda va me’yoriy xuquqiy asos yaratib berildi. Bugungi kunda ushbu me’yoriy-xuquqiy asoslar mamlakatimiz iqtisodiyotini AKT asosida rivojlantirish, iqtisodiy barqarorlikka erishish hamda jahon standartlariga mos raqobatbardosh kadrlar, tovar va xizmatlar yaratish uchun zamin yaratib beradi. Biroq buning uchun elektron hukumat va raqamli iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda aloqa xizmatlari sohasi, axborotni qayta ishlash va himoya qilish, mualliflik xuquqlarini himoya qilish, rag‘batlantirish va moliyalashtirish masalalari bo‘yicha tartibga soluvchi me’yoriy xuquqiy asoslarini tadqiq etish va mamlakatimizga mos kelgan jihatlarini tanlab, me’yoriy xuquqiy asosimizni yanada takomillashtirish maqsadga muvofiq bo‘ladi.

Sun’iy intellekt asosida optimallashtirish modeli quyidagicha: Taklif etilayotgan model quyidagi bosqichlarni o‘z ichiga oladi:

- 1) Ma’lumotlarni yig‘ish;
- 2) Ma’lumotlarni tozalash va integratsiyalash;
- 3) Mashinaviy o‘qitish asosida prognozlash;
- 4) Qarorlarni avtomatlashtirish;
- 5) Monitoring va qayta optimallashtirish.

AI texnologiyalarini bosqichma-bosqich joriy etish logistika samaradorligini oshiradi, axborot qayta ishlash vaqtini qisqartiradi va risk darajasini pasaytiradi.

Xulosa va takliflar. Amalga oshirilgan tadqiqotlar natijasida logistika axborot oqimlarini sun’iy intellekt asosida optimallashtirish xizmatlarining raqobatbardoshligini baholash va tahlil qilish metodologiyasi yanada ishlab chiqildi. Bularni quyidagicha keltirib o‘tsak maqsadga muvofiqdir:

1. Logistika axborot oqimlarini AI asosida optimallashtirishning integratsiyalashgan modeli ishlab chiqildi.

2. Axborot oqimlari samaradorligini baholashning ko‘p mezonli metodikasi taklif etildi.

3. Axborot qayta ishlash vaqtini qisqartirishning matematik bog‘liqligi ishlab chiqildi.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, sun’iy intellekt asosida logistika axborot oqimlarini optimallashtirish ta’minot zanjirining barqarorligi va samaradorligini sezilarli darajada oshiradi.

¹ Muallif ishlanmasi

Taklif etilgan model logistika tizimlarida xarajatlarni kamaytirish, tezkorlikni oshirish va risklarni minimallashtirish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Christopher M. Logistics & Supply Chain Management. Pearson Education.
2. Davenport T., Ronanki R. Artificial Intelligence for the Real World..
3. “Logistika” fanidan UUM. TermDU, 2019y.
4. Dadaboyev Q.A. Logistika: O‘quv qo‘llanma. – Toshkent, 2007.
5. Umarova D.M., Bo‘ronova M.A. Logistika: O‘quv qo‘llanma. –T.: TDIU, 2006.

Х. Аллаёров Оптимизация логистических информационных потоков на основе искусственного интеллекта	Н.Аллойоров Artificial intelligence-based optimization of logistics information flows
Аннотация. В данной статье проанализированы теоретические и практические аспекты управления информационными потоками в логистических системах и рассмотрены механизмы их оптимизации на основе технологий искусственного интеллекта. Обоснована роль решений ИИ (искусственного интеллекта) в прогнозировании, планировании маршрутов, управлении запасами и снижении рисков в условиях увеличения объема данных в цепочке поставок. Исследование показало, что интеллектуальное управление логистическими информационными потоками способствует повышению эффективности, снижению затрат и повышению скорости принятия решений. Ключевые слова: информационная логистика, искусственный интеллект, цепочка поставок, большие данные, оптимизация, эксплуатация, оцифровка.	Abstract. This article analyzes the theoretical and practical aspects of information flow management in logistics systems and examines the mechanisms of their optimization based on artificial intelligence technologies. The role of AI (Artificial Intelligence) Solutions in forecasting, route planning, inventory management and risk reduction in conditions of increased data volume in the supply chain is justified. The study found that intellectual management of logistics information flows serves to improve efficiency, reduce costs, and improve decision-making rates. Keywords: information logistics, artificial intelligence, supply chain, Big Data, optimization, operation, digitization.

Nodirjon Fayzullayevich Bekbutayev – Urganch davlat universiteti mustaqil tadqiqotchisi

MONOPOLIYAGA QARSHI SIYOSATNI AMALGA OSHIRISHDA DAVLAT ORGANI VA HUDUDIIY BOSHQARMALAR FAOLIYATINING SAMARADORLIGI

Annotatsiya. Mazkur maqolada monopoliyaga qarshi siyosatni amalga oshirishda davlat organi va uning hududiy boshqarmalari faoliyatining samaradorligi ilmiy-nazariy va empirik jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqotda monopoliyaga qarshi tartibga solish mexanizmlarining institutsional asoslari, markaziy va hududiy darajadagi vakolatlar taqsimoti hamda ularning o‘zaro muvofiqlashuvi masalalari yoritilgan. Kalit so‘zlar: monopoliyaga qarshi siyosat, raqobat muhiti, davlat organi, hududiy boshqarmalar, institutsional samaradorlik, bozor tuzilmasi, monopoliyaga qarshi nazorat, hududiy rivojlanish, iqtisodiy tartibga solish, raqamli iqtisodiyot

Kirish. Monopoliyaga qarshi siyosatni amalga oshirishda davlat organi va uning hududiy boshqarmalari faoliyatining samaradorligi, avvalo, raqobatni cheklovchi amaliyotlarni aniqlash va ularga o‘z vaqtida huquqiy choralar ko‘rish bilan belgilanadi. Xususan, mahsulotlarni bog‘lash (tying) amaliyoti bir mahsulotni sotib olishni boshqa mahsulotni majburiy ravishda xarid qilish bilan bog‘lash orqali bozorga kirish to‘siqlarini kuchaytiradi va raqobatchilar faoliyatini cheklaydi. Bunday holatlarda antimonopol organlar tomonidan tezkor aralashuv bozor erkinligi va innovatsion jarayonlarni saqlab qolishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Eksklyuziv savdo bitimlari sotuvchi va xaridor o‘rtasida faqat bitta yetkazib beruvchi bilan ishlash majburiyatini belgilab, raqobatchilar uchun bozorga kirish imkoniyatlarini qisqartiradi. Davlat organlari va hududiy boshqarmalar tomonidan ushbu bitimlarni tahlil qilish va baholash Sherman hamda Kleyton qonunlarida belgilangan tamoyillar asosida amalga oshiriladi. Bu jarayon hududiy darajada raqobat muhitining buzilishining oldini olishda muhim rol o‘ynaydi.

Yakka hukmronlik (monopolizatsiya) holatlari bozorning bir subyekt tomonidan nazorat qilinishi va ustun mavqening suiiste‘mol qilinishi bilan tavsiflanadi. Monopoliyaga qarshi davlat

organlarining vazifasi nafaqat monopol holatlarni aniqlash, balki ularni saqlab qolish yoki kuchaytirishga qaratilgan harakatlarni bartaraf etishdan iborat bo‘lib, bu raqobatbardosh bozor muhitini ta‘minlashga xizmat qiladi. Shuningdek, raqobatni cheklovchi qo‘shilish va qo‘shib olishlar ustidan oldindan nazorat mexanizmlarining samarali qo‘llanilishi bozor konsentratsiyasining haddan tashqari oshib ketishini oldini olish imkonini beradi. FTC qonuni doirasida esa aldovchi harakatlar, noto‘g‘ri reklama va iste‘molchilarni chalg‘ituvchi amaliyotlarga qarshi kurash olib borilib, bozorda halollik va shaffoflikni ta‘minlashga erishiladi.

Umuman olganda, davlat organi va uning hududiy boshqarmalari tomonidan ushbu raqobatni cheklovchi amaliyotlarga qarshi ko‘rilayotgan chora-tadbirlar monopoliyaga qarshi siyosatning amaliy samaradorligini oshirish, hududlar kesimida sog‘lom raqobat muhitini shakllantirish va iste‘molchilar manfaatlarini himoya qilishga xizmat qiladi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Monopoliyaga qarshi siyosatning nazariy asoslari va uni amalga oshirish mexanizmlari iqtisodiy adabiyotlarda keng va tizimli ravishda yoritilgan. Klassik va zamonaviy antimonopol nazariya doirasida bozor kuchi, raqobatni cheklovchi amaliyotlar hamda davlat regulyatorlarining roli chuqur tahlil qilingan.

Xususan, Jean Tirole o‘zining *“The Theory of Industrial Organization”* (1988) asarida monopol mavqega ega firmalarning strategik xatti-harakatlari, jumladan mahsulotlarni bog‘lash (tying), eksklyuziv bitimlar va narx diskriminatsiyasi orqali raqobatni cheklash mexanizmlarini nazariy jihatdan asoslab bergan. Uning fikricha, bozor kuchining nazoratsiz kuchayishi samaradorlik yo‘qotishlari va iste‘molchilar farovonligining pasayishiga olib keladi, shu sababli davlatning maqsadli aralashuvi muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, Joseph Stiglitz (2002) asarlarida axborot nomukammalligi va bozor nosozliklari sharoitida raqobat mexanizmi o‘z-o‘zidan samarali ishlamasligi ilmiy asosda isbotlangan. U monopoliyaga qarshi siyosatni faqat jazolovchi emas, balki bozor muvozanatini tiklovchi institutsional mexanizm sifatida talqin qiladi.

Xorijiy tadqiqotlarda monopoliyaga qarshi siyosatning amaliy samaradorligi asosan AQShning Sherman, Clayton va Federal Trade Commission (FTC) qonunlari doirasida baholanadi. Herbert Hovenkamp (2016) antimonopol huquqiy normalarning iqtisodiy mantiq bilan uyg‘unlashuvi zarurligini ta‘kidlab, qo‘shilish va qo‘shib olishlar (M&A) ustidan oldindan nazorat bozor konsentratsiyasini cheklashda hal qiluvchi omil ekanini ko‘rsatadi. Massimo Motta (2018) esa eksklyuziv bitimlar va tying amaliyotlarining uzoq muddatli raqobatga salbiy ta‘sirini empirik dalillar asosida tahlil qilgan.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida monopoliyaga qarshi siyosatning transformatsiyasi masalasiga alohida e‘tibor qaratgan Ariel Ezrachi va Maurice Stucke (2020) raqamli platformalar bozorida an‘anaviy antimonopol choralari yetarli emasligini ta‘kidlab, davlat organlarining faol, moslashuvchan va proaktiv siyosatini zarur deb hisoblaydi.

Xalqaro tashkilotlar, xususan OECD (2019, 2022) va World Bank (2020, 2023) hisobotlarida monopoliyaga qarshi siyosatni amalga oshirish samaradorligini baholashda qarorlar izchilligi, markaziy va hududiy organlar vakolatlarining aniqligi hamda iste‘molchilar manfaatlarini himoya qilish darajasi asosiy mezonlar sifatida ko‘rsatib o‘tilgan.

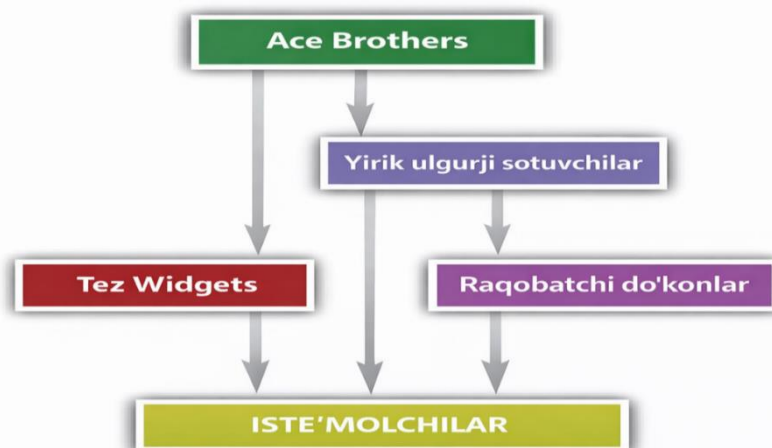
O‘zbekiston va MDH mamlakatlari olimlarining 2017–2024-yillardagi ilmiy tadqiqotlarida esa monopoliyaga qarshi davlat organlari va hududiy boshqarmalar faoliyatida raqobatni cheklovchi amaliyotlarni aniqlash va bartaraf etish mexanizmlarining yetarli darajada samarali ishlamayotgani, hududlar kesimida ijro tafovutlari mavjudligi qayd etilgan. Aksariyat tadqiqotlarda normativ-huquqiy asoslar mavjud bo‘lishiga qaramay, ularning amaliy ijrosi va natijadorligini kompleks baholash masalasi yetarli darajada yoritilmagan. Shu boisdan, davlat organlari va hududiy boshqarmalar faoliyatining samaradorligini tizimli va kompleks baholashga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar nafaqat nazariy, balki amaliy jihatdan ham dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqot monopoliyaga qarshi siyosatni amalga oshirishda davlat organlari va hududiy boshqarmalar faoliyatining samaradorligini baholashga qaratilgan. Tadqiqotda tizimli va qiyosiy tahlil usullari orqali monopoliyaga qarshi tartibga solishning institutsional mexanizmlari va hududlar kesimidagi amaliy natijalari o‘rganildi. Huquqiy tahlil usuli yordamida monopoliyaga qarshi siyosatga oid milliy va xorijiy normativ-huquqiy hujjatlar, xususan, AQShning Kleyton qonuni normalari tahlil qilindi. Statistik tahlil usuli rasmiy statistika va ochiq ma‘lumotlar asosida raqobat muhitining holatini baholashda qo‘llanildi. Shuningdek,

tadqiqotda induktiv va deduktiv mantiqiy usullar, ilmiy abstraksiyalash va umumlashtirish orqali narx diskriminatsiyasining bozor subyektlariga ta’siri ilmiy jihatdan asoslandi.

Huquqiy tahlil usuli yordamida monopoliyaga qarshi siyosatga oid milliy va xorijiy normativ-huquqiy hujjatlar, xususan, AQShning Kleyton qonuni normalari tahlil qilindi. Statistik tahlil usuli rasmiy statistika va ochiq ma’lumotlar asosida raqobat muhitining holatini baholashda qo’llanildi. Shuningdek, tadqiqotda induktiv va deduktiv mantiqiy usullar, ilmiy abstraksiyalash va umumlashtirish orqali narx diskriminatsiyasining bozor subyektlariga ta’siri ilmiy jihatdan asoslandi.

Tahlil va natijalar. Mahsulotni ishlab chiqaruvchi yoki asosiy yetkazib beruvchi kompaniyani anglatadi. Ace Brothers bozorning yuqori pog’onasida joylashgan bo’lib, mahsulot oqimini nazorat qiladi va kimlar orqali iste’molchiga yetib borishini belgilaydi. Aynan shu bosqichda taqsimot strategiyasi, narx siyosati va raqobatga ta’sir qiluvchi shartlar shakllanadi.



1-rasm. Ishlab chiqaruvchi–ulgurji–chakana savdo zanjirida vertikal taqsimot va raqobat munosabatlari modeli¹

Yirik ulgurji sotuvchilar Ace Brothers bilan iste’molchilar o’rtasidagi oraliq bo’g’in hisoblanadi. Ular mahsulotni katta hajmda xarid qilib, uni chakana savdo tarmoqlariga yoki boshqa sotuvchilarga yetkazadi. Bu bosqich bozorni qamrab olishni kengaytiradi, biroq noto’g’ri shartnomalar mavjud bo’lsa, raqobatni cheklovchi vositaga aylanishi mumkin.

Tez Widgets ishlab chiqaruvchi bilan bevosita bog’langan alohida savdo kanali sifatida tasvirlangan. Bu holat Ace Brothers tomonidan ma’lum sotuvchiga ustunlik berilayotganini ko’rsatadi. Bunday amaliyot bozorda teng raqobat tamoyillarini buzishi va boshqa sotuvchilar uchun noqulay sharoit yaratishi ehtimolini oshiradi.

Raqobatchi do’konlar mahsulotni yirik ulgurji sotuvchilar orqali oluvchi mustaqil chakana savdo subyektlarini anglatadi. Ular Tez Widgets bilan bir xil bozor segmentida faoliyat yuritadi, ammo ta’minot shartlari teng bo’lmasligi sababli raqobat jihatidan zaif holatga tushib qolishi mumkin. Bu esa bozorda adolatsiz raqobat xavfini kuchaytiradi.

Iste’molchilar sxemaning yakuniy nuqtasi bo’lib, barcha taqsimot va raqobat munosabatlari aynan ular manfaatiga ta’sir qiladi. Agar ta’minot zanjiri adolatli bo’lmasa, iste’molchilar yuqori narxlar, cheklangan tanlov va past sifat bilan yuzlashishi mumkin. Shu sababli monopoliyaga qarshi nazorat aynan iste’molchi farovonligini himoya qilishga qaratiladi. Ushbu sxema ishlab chiqaruvchi, ulgurji va chakana sotuvchilar o’rtasidagi **vertikal munosabatlarni** yaqqol ko’rsatadi. Agar ishlab chiqaruvchi ayrim sotuvchilarga ustunlik bersa, bu **vertikal cheklovlar, eksklyuziv savdo** yoki **adolatsiz raqobat** holatlariga olib kelishi mumkin. Shu bois bunday modellar monopoliyaga qarshi tahlilda muhim ahamiyat kasb etadi. Taqqoslama tahlil shuni ko’rsatadiki, raqamli iqtisodiyot sharoitida monopoliyaga qarshi siyosatni baholashda alohida yondashuvlar yetarli emas, balki strukturaviy, xulq-atvoriy, ma’lumotlarga asoslangan va empirik usullarni birlashtiruvchi integratsiyalashgan yondashuv eng samarali hisoblanadi.

¹ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Xulosa va takliflar. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, monopoliyaga qarshi siyosatning amaliy samaradorligi davlat organi va uning hududiy boshqarmalari tomonidan raqobatni cheklovchi amaliyotlarni aniqlash, baholash va bartaraf etish jarayonlarining izchilligi hamda bir xil qo‘llanish darajasiga bevosita bog‘liqdir. Hududlar kesimida tartibga solish mexanizmlarining notekis qo‘llanilishi raqobat muhitining barqarorligini susaytiradi va normativ-huquqiy asoslarning mavjudligi amaliy ijro samaradorligi bilan to‘liq uyg‘unlashmaganligini ko‘rsatadi.

Monopoliyaga qarshi siyosatning natijadorligini oshirish maqsadida quyidagi aniq takliflar ishlab chiqildi:

1. Davlat organi va hududiy boshqarmalar faoliyatida qarorlar qabul qilish hamda ijro jarayonlari uchun yagona metodik va amaliy standartlarni joriy etish;
2. Raqobatni cheklovchi amaliyotlarga nisbatan oldindan (ex-ante) va keyingi (ex-post) nazorat mexanizmlarini o‘zaro uyg‘unlashtirish;
3. Hududlar kesimida monopoliyaga qarshi siyosat samaradorligini baholash uchun yagona indikatorlar tizimi va doimiy monitoring mexanizmini shakllantirish;
4. Ochiq ma’lumotlar va raqamli tahlil vositalaridan foydalanishni kengaytirish orqali shaffoflik va hisobdorlikni kuchaytirish;
5. Hududiy boshqarmalar xodimlarining institutsional va analitik salohiyatini oshirishga qaratilgan maqsadli o‘quv va malaka oshirish dasturlarini joriy etish.

Mazkur takliflarning amaliyotga tatbiq etilishi sog‘lom raqobat muhitini shakllantirish, iste’molchilar manfaatlarini himoya qilish hamda monopoliyaga qarshi siyosatning barqaror va prognozlanadigan tizimini yaratishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Katz L., Shapiro J. Network Effects and Competition in Digital Markets // Journal of Economic Perspectives. – 2020. – Vol. 34, No. 3. – P. 3–24.
2. OECD. Competition in the Digital Age. – Paris: OECD Publishing, 2020. – 214 p.
3. Crémer J., de Montjoye Y.-A., Schweitzer H. Competition Policy for the Digital Era. – Brussels: European Commission, 2021. – 129 p.
4. Khan L. The Separation of Platforms and Commerce // Columbia Law Review. – 2021. – Vol. 121, No. 4. – P. 973–1098.
5. World Bank. World Development Report 2022: Finance for an Equitable Recovery. – Washington, DC: World Bank, 2022. – 286 p.
6. Abdullayev A. A. O‘zbekistonda monopoliyaga qarshi siyosatni takomillashtirish yo‘nalishlari // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2022. – №3. – B. 45–53.
7. UNCTAD. Digital Economy Report 2023: Cross-border Data Flows and Development. – Geneva: United Nations, 2023. – 198 p.
8. European Commission. The Digital Markets Act: Ensuring Fair and Open Digital Markets. – Brussels, 2023. – 112 p.

Н.Бекбутаев Эффективность деятельности государственных органов и региональных администраций в реализации антимонопольной политики Аннотация. В данной статье анализируется эффективность деятельности государственного органа и его территориальных ведомств в реализации антимонопольной политики с научной, теоретической и эмпирической точек зрения. Исследование охватывает институциональные основы механизмов антимонопольного регулирования, распределение полномочий на центральном и территориальном уровнях, а также их координацию. Ключевые слова: антимонопольная политика, конкурентная среда, государственный орган, территориальные ведомства, институциональная эффективность, структура рынка, антимонопольный контроль, территориальное развитие, экономическое регулирование, цифровая экономика.	N.Bekbutaev Effectiveness of the activities of state bodies and regional administrations in implementing anti-monopoly policy Abstract. This article analyzes the effectiveness of the activities of the state body and its territorial departments in implementing antitrust policy from a scientific, theoretical and empirical perspective. The study covers the institutional foundations of antitrust regulatory mechanisms, the distribution of powers at the central and territorial levels, and their coordination. Keywords: antitrust policy, competitive environment, state body, territorial departments, institutional efficiency, market structure, antitrust control, territorial development, economic regulation, digital economy
---	---

Bekzodjon Sheraliyevich Oblakulov – PhD student at “Silk Road” International University of Tourism and Cultural Heritage.

IMPROVING PRIVATE EDUCATION CUSTOMER LOYALTY AND BRAND TRUST THROUGH THE IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES

Abstract. This article analyzes the loyalty and brand trust through applying digital marketing strategies and offering some improvements to get highly satisfied customer profile. This article also shows how educational centers are implementing digital marketing tools like SMM, Google Analytics and Ads to drive customer demand and increase their trust in the brand.

Keywords: digital marketing, marketing analytics, innovation, SMM, Google Analytics, brand loyalty, brand trust.

Introduction. The popularity of private educational institutions in our country has been experiencing sustainable development in recent years through the application of scientific, technological and international standards. In addition, it is no exaggeration to say that the Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan dated September 15, 2017 “On measures to further develop the activities of non-state educational services” to support the activities of non-state educational services, further increase the share of the private sector in the education sector, create favorable conditions for business entities in this area, and introduce innovative pedagogical forms, methods and technologies of teaching has ensured the progressive development of the private education sector.¹ However, this growth factor has created a significant competitive environment among the education sectors, making learners' trust and loyalty to the brand key to their long-term sustainability. Unlike state educational institutions in our republic, private educational institutions depend on the loyalty of their students and their parents, which serves to enhance the brand image. Therefore, the strategies used in digital marketing remain one of the main directions for educational market participants to properly establish and form relationships with their customers. The significant development of digital information technologies in 2019-2020 has provided members of society with the opportunity to quickly master various modern technologies and elements. This has created a favorable environment for the educational services market, since previously such educational institutions mainly focused on the “word of mouth” strategy as a marketing element. Currently, digital marketing technologies are significantly replacing this trend. Potential students and their parents are placing their trust in the quality of the educational center, the educational center's website, its activities on social networks such as Instagram, Facebook, Telegram and YouTube, online reviews and other digital marketing advertisements. Institutions that fail to implement the above-mentioned marketing practices effectively are gradually losing their customers. Digital marketing platforms are serving as a fundamental foundation for the private education sector to establish two-way relationships and ensure transparency, which is necessary for trust and loyalty to their brands. In private education, the factor of determining customer loyalty is a very important element, therefore, it consists of re-registration or long-term communication. At the same time, brand trust allows you to overcome some of the shortcomings that may arise in private education. Data-driven digital marketing strategies, such as Content Marketing, Social Media Marketing, and Influencer Engagement, play an important role in significantly increasing both customer loyalty and trust.

Literature Review. Research on customer loyalty and trust in the brand has also been carried out by professors of prestigious universities around the world. In particular, Philip Kotler's² book Marketing 4.0 “From Traditional to Digital Marketing” contains views on the formation of customer attitudes towards the brand, Anastasia Gribkova's book Improving the brand through digital marketing³, in addition, various scientific works on digital marketing, branding, customer loyalty have been carried out by D. Bowen, D. Maykens, D. Walker, L.F. Khodorkov, Yu.F. Volkov, A.D. Chudnovsky, N.M. Kuldoshina, A. Braymer, A. Lesnik, I.P. Matsitsky, A. Chernyshev, A. B. Kosolapov, V. Kvartalnov, M. Yakimenko, A. Saak, D. A. Michelli, L. P.

¹<https://lex.uz/uz/docs/-3343077>

² Philip Kotler. Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital- Human-Centric Marketing for Brand Attraction (page 107-118)

³ Anastasia Gribkova. Brand promotion through digital marketing

Shmatko, L. V. Zholobova, G. Ilyashko, D. S. Ushakov, V. G. Fedtsov, T. Hayes¹.

The scientific works of CIS scientists O.S. Batalova, M.N. Krivtsova, E.I. Bulin-Sokolova, C. Maslowsky, D.G. Kochergin, E.E. Zhernov, A.V. Poltavets, I.Yu. Shpolyanskaya, A.M. Vorobyeva, N.V. Sukhenko, A.M. Prokhorova, E.E. Tarasova, E.A. Shein, L.V. Danilenko, E.A. Neretina, K.V. Pitelinsky and others have studied the promotion of higher education services, the digitalization of higher education services, the effective use of websites of higher education institutions, the role of Internet marketing in promotion, and some aspects of digital marketing.²

In Uzbekistan, the digitalization and increase in the efficiency of educational services, marketing strategies for increasing the competitiveness of higher education, improving brand capital management in higher education, as well as some theoretical and methodological aspects of digital marketing in promoting higher education services are widely covered in the scientific works of Q.J. Mirzayev, M.Q. Pardaev, M.M. Mukhammedov, Sh.J. Ergashkhodjaeva, M.A. Ikramov, S.S. Gulyamov, G. Akhunova, Z.A. Khakymov, U.U. Sharifkhodjayev, A.O. Ochilov, N.G. Zufarova, D.Sh. Nishonov, A.A. Khamidova, S.A. Babanazarova and others.³

However, the studies conducted by our country's scholars, based on the principles of general service or digital marketing, or their developments, are focused on the activities of the Higher Education sectors, providing limited sources of information on customer trust and loyalty to brands in private education. This, in turn, draws attention to the need to improve the research gap on this topic and provide some insights that are relevant to the private education sector in our country.

Methodology. This article adopts different digital marketing tools and analysis through SPSS to get the results and primary and secondary data applied to this research reveal overall results by applying research objects and subjects. Organized survey questions to business owners and clients reveals all results as authentic.

Results. Based on the methods outlined in the methodology, the analysis revealed several significant findings regarding the impact of digital marketing strategies on customer loyalty and brand trust in private education institutions. Firstly, the results indicate that the use of digital marketing tools such as social media platforms, email marketing, and targeted online advertising has a positive effect on customer engagement. Institutions that actively communicate with their clients through digital channels demonstrate higher levels of customer satisfaction and interaction.

The descriptive statistics provide an overview of the main variables used in the study, including digital marketing usage, customer loyalty, and brand trust. The mean value for digital marketing usage ($M = 4.12$, $SD = 0.76$) indicates a relatively high level of implementation among

¹ T. Hayes. Delphi study of the future of marketing of higher education. 2007. Journal of Business Research, 60, 927-931.; G. Drummond, Consumer confusion: reduction strategies in higher education, International Journal of Educational Management, 2004. 18(5), 317-323.; Ph. Kotler, KFAFox. Strategic Marketing for Educational Institutions, Prentice Hall, 1985, 396 p.; F. Hewitt, M. Clayton. Quality and complexity lessons from English higher education. International Journal of Quality & Reliability Management, 1999. 16(9), 838-858.

² O.S. Batalova. Specifics of marketing communication and rynke obrazovatelnykh uslug // Ekonomicheskaya nauka i praktika: materialy Mejdunar. Nauch. conf. 2012. S.110-114.; M.N. Krivtsova. Spetsifika i vidy informatsionno-reklamnykh istochnikov v proforientatsionnoy rabote vuzov // Molodoy uchenyy. 2016. No. 8. S. 1274-1276.; E.I. Bulin-Sokolova. Informatsionno-kommunikativnye tehnologii v sisteme obshchego obrazovaniya [Text] // M.: FGNU IOO, 2004. 7.5 uch. - izd. ; C. Maslowsky. Five Ways Higher Education Marketing Will Change in 10 Years. The EvoLLLution. Retrieved 20 July 2016. ; D.G. Kochergin, E.E. Zhernov. Opyt tsifrovizatsii vysshego obrazovaniya v SShA. Professional education in Russia and za rubejom 2 (34) 2019, pp. 12-23; A. V. Poltavets. Website vuza kak effektivnyy instrument obespecheniya

³ Mirzayev QJ et al. Digital economy. Textbook. “STAP-SEL” LLC. Publishing and printing department, SamSI, 2022. – 288 pages. ; Mirzayev K.J. Possibilities of developing the educational process based on the credit-module system. “Modern education” journal. No. 7 (116), 2022. pp. 16-20.; Pardaev M.K. et al. Educational services and issues of increasing their efficiency. Monograph. – T.: “Innovative development publishing house”, 2020. – 260 p.; Muhammedov M.M. et al. Theoretical foundations of the development of the service sector and tourism. Monograph. “Zarafshon” publishing house. 2017 pp. 283-284.; Ergashkhodjaeva Sh.J. Prospects for improving the quality and competitiveness of education in higher educational institutions. Journal of Green Economy and Development. 2023, No. 11-12; Ikramov MA and others. Branding. Textbook. – T.: “Innovative Development Publishing House”, 2021, - 276 p.; Gulyamov S.S. and others. Digital economy - current directions of personnel training. Scientific electronic journal “Economy and Innovative Technologies”, No. 1, 2020. pp. 186-198; Akhunova G. Problems of marketing educational services in Uzbekistan: Monograph. – Tashkent. – 2005 – 244 p.; Khakimov Z.A., Sharifkhodjaev U.U. Interactive and digital marketing. Textbook. Tashkent: “IQTISODIYOT”. 2020. - 261 p.; Ochilov A.O. Increasing the efficiency of management of highly qualified personnel training. Abstract of a dissertation written for the degree of Doctor of Economics. Tashkent: TDIU, 2018.; Zufarova N.G. Improving brand capital management in higher education. Abstract of a dissertation written for the degree of Doctor of Philosophy in Economics. Tashkent : TDIU, 2022. ; Nishonov D.Sh. Marketing strategies for increasing the competitiveness of higher education. Abstract of a dissertation written for the degree of Doctor of Philosophy in Economics. T., TDIU, 2022. ; Khamidova A.A. Improving the organizational and economic mechanism for the development of the educational services market. Abstract of the dissertation written for the degree of Doctor of Philosophy in Economics. Samarkand: SamSI, 2022. ; Babanazarova S.A. Organizational methods for improving the efficiency and quality of educational services Improvement of economic mechanisms . Abstract of the dissertation written for the degree of Doctor of Philosophy in Economics. Samarkand: SamSI, 2022.

private education institutions. Customer loyalty ($M = 3.98$, $SD = 0.81$) and brand trust ($M = 4.05$, $SD = 0.73$) also show above-average levels, suggesting positive perceptions among respondents.

Table 1. Descriptive Statistics

Variable	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Digital Marketing	150	2.10	5.00	4.12	0.76
Customer Loyalty	150	2.00	5.00	3.98	0.81
Brand Trust	150	2.30	5.00	4.05	0.73

Secondly, the statistical analysis conducted using SPSS shows a strong correlation between personalized digital communication and customer loyalty. Clients who receive customized content, timely responses, and relevant educational information are more likely to remain loyal to the institution.

Table 2. Correlation Matrix

Variables	1	2	3
Digital Marketing	1		
Customer Loyalty	0.68**	1	
Brand Trust	0.72**	0.75**	1

Note: ** $p < 0.01$

Furthermore, the findings highlight that brand trust is significantly influenced by transparency, online reviews, and consistent digital presence. Educational organizations that maintain active and professional online profiles tend to build stronger trust among their customers.

Additionally, survey results from both business owners and clients confirm that digital marketing strategies contribute to long-term relationships. Respondents emphasized the importance of responsiveness, content quality, and accessibility of information in building trust.

Recommendations and Conclusion. Based on the findings of this study, several practical recommendations can be proposed for private education institutions aiming to enhance customer loyalty and brand trust through digital marketing strategies.

Firstly, institutions should invest more in personalized digital marketing. Using data analytics tools to understand customer preferences and behavior allows organizations to deliver tailored content, which significantly improves engagement and loyalty.

Secondly, it is recommended to strengthen social media presence. Active and consistent communication through platforms such as Instagram, Telegram, and Facebook helps institutions build closer relationships with their audience and maintain continuous interaction.

Thirdly, improving responsiveness is essential. Educational institutions should ensure timely replies to customer inquiries through digital channels, as responsiveness directly influences trust and satisfaction.

Moreover, organizations should focus on transparency and authenticity. Publishing real customer reviews, success stories, and accurate information about services can enhance credibility and long-term trust.

Finally, continuous monitoring and evaluation of digital marketing performance using analytical tools such as SPSS or Google Analytics is highly recommended. This enables institutions to adjust their strategies based on data-driven insights and improve overall effectiveness.

In conclusion, this study demonstrates that the implementation of digital marketing strategies plays a crucial role in improving customer loyalty and brand trust in the private education sector. The findings reveal that digital engagement, personalized communication, and consistent online presence significantly influence customer perceptions and long-term relationships. The statistical analysis confirms a strong positive relationship between digital marketing practices and both customer loyalty and brand trust. Institutions that effectively utilize digital tools are more likely to retain customers and establish a reliable brand image. Overall, the research highlights the importance of adopting a strategic and data-driven approach to digital marketing. As competition in the private education sector continues to increase, institutions that prioritize digital transformation will gain a significant advantage in building sustainable customer relationships and achieving long-term success.

Reference:

1. Business Analysis Hub, “SAG: Analyzing the BCG Matrix and STP Framework for a Leading Uzbek Carpet Manufacturer,” Business Analysis Hub, 2024. [Online]. Available:

- <https://www.businessanalysishub.com>. [Accessed: Dec. 18, 2024].
2. K. Campbell, “Hotel Advertising: The Complete Guide,” Cvent Blog, 2021. [Online]. Available: <https://www.cvent.com/en/blog/hospitality/hotel-advertising>
3. L. Fredericks, “Top Hotel Affiliate Marketing Strategies for Hotels,” Cvent Blog, 2021. [Online]. Available: <https://www.cvent.com/en/blog/hospitality/hotel-affiliate-marketing>
4. B. O. Sheraliyevich and M. Zarina, “Marketing Research and Customer Satisfaction of Nestle in Uzbekistan,” American Journal of Economics and Business Management, vol.5, no.6, pp.31–38, 2022.
5. B. O. Sheraliyevich, K. Kadorkin, N. Akramov, R. Nuriddinov, and N. Abiyorov, “Market Analysis and Research of Nestle Company,” Journal of Marketing in Emerging Economies, vol. 3, no. 4, pp. 18–23, 2023.
6. B. O. Sheraliyevich, R. Erkinova, and M. Umedova, “Business Analysis and Marketing Report of Nestle,” Journal of Marketing in Emerging Economies, vol. 3, no. 4, pp. 24–28, 2023.
7. B. O. Sheraliyevich, “Human Resource Management in the Case of the Company Loblow,” The Seybold Report, vol. 18, no. 5, pp. 55–62, 2023.
8. Y. Chen, B2B, B2C and Virtual Enterprise Management Systems. Beijing, China: Academic Publisher, 2020. doi:10.46532/jebm.20201205.
9. B. Cova and R. Salle, Business-to-Business Marketing: A Relational Perspective. New York, NY, USA: Business Expert Press, 2008.
10. Forbes, “Augmented Reality Transforms Online Shopping Experiences,” Forbes, 2022. [Online]. Available: <https://www.forbes.com>.

Б.Облақулов	B.Oblaқulov
Формирование лояльности клиентов и доверия к бренду в частном образовании посредством экспериментов с цифровыми маркетинговыми стратегиями.	Raqamli marketing strategiyalarini tajroq etish orqali xususiy ta’lim mijozlarining sodoqligi va brend ishonchini orqalish
Аннотация. В данной статье анализируются лояльность и доверие к бренду с помощью стратегий цифрового маркетинга и предлагаются некоторые улучшения для достижения высокого уровня удовлетворённости клиентов. В статье также показано, как образовательные центры внедряют инструменты цифрового маркетинга, такие как SMM, Google Analytics и Ads, для увеличения спроса со стороны клиентов и повышения их доверия к бренду. Ключевые слова: цифровой маркетинг, маркетинговая аналитика, инновации, SMM, Google Analytics, лояльность к бренду, доверие к бренду.	Аннотация. Ushbu maqola raqamli marketing strategiyalarini qo’llash va mijozlarning yuqori darajada qoniqlashini ta’minlash uchun ba’zi takliflarni ishlab chiqish orqali sodiqlik va brend ishonchini tahlil qiladi. Ushbu maqolada, shuningdek, ta’lim markazlari mijozlar talabini oshirish va ularning brendga ishonchini oshirish uchun SMM, Google Analytics va Ads kabi raqamli marketing vositalarini qanday tatbiq etilayotgani ko’rsatilgan. Kalit so’zlar: raqamli marketing, marketing tahlillari, innovatsiyalar, SMM, Google analytics, brendga sodiqlik, brend ishonchi.

Sadulla Shodiyevich Urazov – SamISI, “Menejment” kafedrası dotsenti v.b, PhD.

Laylo Obidjon qizi Abduraxmanova – SamISI, 1-kurs MMN-125 guruh magistranti

TA’LIM MUASSASALARIDA TASHKIY TUZILMANING BOSHQARUV SAMARADORLIGIGA TA’SIRI

Аннотация. Mazkur maqolada ta’lim muassasalarida tashkiliy tuzilmaning boshqaruv samaradorligiga ta’siri ilmiy jihatdan tahlil qilingan. Shu bilan birga ta’lim muassasalarida tashkiliy tuzilmani takomillashtirish, vakolat va mas’uliyatlarni aniq taqsimlash, boshqaruv jarayonlarini optimallashtirish hamda raqamli boshqaruv mexanizmlarini joriy etish masalalariga alohida e’tibor qaratilgan.
Kalit so’zlar: ta’lim muassasasi, tashkiliy tuzilma, boshqaruv samaradorligi, menejment, vakolat va mas’uliyat, strategik boshqaruv, raqamli boshqaruv, inson resurslari, ta’lim sifati, monitoring.

Кирish. Hozirgi globallashtirish va raqamli transformatsiya sharoitida ta’lim muassasalarining samarali faoliyat yuritishi ko’p jihatdan ularning tashkiliy tuzilmasi va boshqaruv tizimining qay darajada puxta shakllantirilganiga bog’liq. Chunki tashkiliy tuzilma ta’lim muassasasida vakolatlarning taqsimlanishi, boshqaruv qarorlarining qabul qilinishi, axborot oqimining harakati hamda inson resurslaridan foydalanish samaradorligini belgilab beradi. Noto’g’ri yoki eskirgan tashkiliy tuzilma boshqaruv jarayonlarining sekinlashuvi, mas’uliyatning noaniqligi va samaradorlikning pasayishiga olib keladi.

Bugungi kunda dunyo tajribasida ta’lim muassasalarida moslashuvchan, gorizontal aloqalarga asoslangan va natijaga yo’naltirilgan tashkiliy tuzilmalar keng joriy etilmoqda. Bunday tuzilmalar strategik rejalashtirish, raqamli boshqaruv, ochiq muloqot va jamoaviy qaror

qabul qilishni qo‘llab-quvvatlaydi. O‘zbekistonda ham ta‘lim tizimini modernizatsiya qilish jarayonida muassasalarning tashkiliy tuzilmasini zamon talablari asosida qayta ko‘rib chiqish dolzarb masalaga aylanmoqda.

Raqamli transformatsiya sharoitida samarali tashkiliy-boshqaruv modelini shakllantirish, inson resurslaridan unumli foydalanish va ichki boshqaruv aloqalarini rivojlantirish orqali boshqaruv samaradorligini oshirish asosiy zaruriyatga aylanmoqda. Shuningdek, xorijiy tajribalar tahlil qilinib, ularning ta‘lim tizimining milliy xususiyatlariga mos holda tatbiq etish imkoniyatlari ilmiy maqolamizda nazariy va amaliy jihatdan asoslab berilgan.

Shu bois, ta‘lim muassasalarida tashkiliy tuzilmaning boshqaruv samaradorligiga ta‘sirini ilmiy jihatdan tahlil qilish, mavjud muammolarni aniqlash va amaliy takliflar ishlab chiqish muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Ta‘lim muassasalarining tashkiliy tuzilmasi va boshqaruv samaradorligi masalalari menejment va pedagogika fanlari doirasida keng o‘rganilgan. O‘zbekistonlik olimlar orasida A. Xolboyev ta‘lim muassasalarida boshqaruv tuzilmasining strategik rejalashtirish va rahbarlik kompetensiyalariga bevosita ta‘sir ko‘rsatishini ta‘kidlaydi¹. Uning fikricha, aniq vakolatlar va funksional bo‘linmalar mavjudligi boshqaruv jarayonining tizimlilikini ta‘minlaydi.

D. Turg‘unov tadqiqotlarida tashkiliy tuzilmani raqamli boshqaruv tizimlari bilan integratsiyalash masalalariga alohida e‘tibor qaratilgan bo‘lib, u zamonaviy axborot texnologiyalari asosida shakllantirilgan tuzilma boshqaruv samaradorligini oshirishini asoslab beradi. Sh. Alimov esa ta‘lim muassasalarida monitoring va baholash tizimlarining samarali ishlashi aynan tashkiliy tuzilmaning to‘g‘ri tashkil etilishiga bog‘liqligini qayd etadi.

Xorijiy tadqiqotlarda P. Drucker tashkiliy tuzilmani natijaga yo‘naltirilgan boshqaruvning asosiy omili sifatida ko‘rib chiqadi H. Mintzberg tashkilot tuzilmalarining turlari va ularning boshqaruv samaradorligiga ta‘sirini tahlil qilgan² bo‘lsa, M. Fullan ta‘lim muassasalarida o‘zgarishlarni boshqarishda moslashuvchan tashkiliy modellarning ustuvorligini ta‘kidlaydi. Shuningdek, UNESCO, OECD va World Bank hisobotlarida ta‘lim tizimida boshqaruv samaradorligini oshirishda institutsional tuzilmaning muhim roli alohida qayd etilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda ta‘lim muassasalarida tashkiliy tuzilmaning boshqaruv samaradorligiga ta‘sirini aniqlash asosiy maqsad qilib olindi. Tadqiqot metodologiyasi tizimli va funksional yondashuvlarga asoslanib, pedagogik va menejment nazariyalari bilan uyg‘unlashtirildi.

Ilmiy ishda sifat va miqdoriy tadqiqot usullaridan foydalanildi. Ma‘lumotlarni to‘plash jarayonida so‘rovnoma, yarim strukturali suhbatlar, hujjatlarni tahlil qilish va kuzatuv metodlari qo‘llanildi. So‘rovnoma orqali ta‘lim muassasalarida rahbarlari va xodimlarining tashkiliy tuzilma samaradorligi haqidagi fikrlari o‘rganildi. Suhbatlar yordamida esa boshqaruv vakolatlarining taqsimlanishi, qaror qabul qilish mexanizmlari va ichki aloqalar tizimi tahlil qilindi.

Olingan ma‘lumotlar statistik va taqqoslama tahlil asosida qayta ishlanib, muammolar va ularning yechimiga doir ilmiy xulosalar ishlab chiqildi.

Natija va muhokama. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, ta‘lim muassasalarida tashkiliy tuzilmaning aniq va moslashuvchan tashkil etilishi boshqaruv samaradorligiga sezilarli ta‘sir ko‘rsatadi. So‘rovnoma natijalariga ko‘ra, ko‘plab muassasalarda boshqaruv tuzilmasi markazlashgan bo‘lib, qaror qabul qilish jarayonlari ortiqcha byurokratik bosqichlardan iborat. Bu holat tezkorlik va innovatsion tashabbuslarning pasayishiga olib kelmoqda.

Kuzatuvlar shuni ko‘rsatdiki, funksiyalar va mas‘uliyatlarning aniq belgilanmaganligi ayrim holatlarda takroriy vazifalar yoki boshqaruvdagi uzilishlarga sabab bo‘lmoqda. Shu bilan birga, ilg‘or ta‘lim muassasalarida gibril va gorizontal aloqalarga asoslangan tashkiliy tuzilmalarning joriy etilishi boshqaruv samaradorligini oshirayotganligi aniqlandi. Bunday muassasalarda jamoaviy qaror qabul qilish, ochiq muloqot va raqamli boshqaruv platformalaridan foydalanish ijobiy natijalar bermiqda.

Tadqiqot natijalari asosida ta‘lim muassasalarida tashkiliy tuzilma elementlarining boshqaruv samaradorligiga ta‘siri 1-jadvalda aks ettirilgan.

¹ Xolboyev A. Ta‘lim muassasalarini boshqarish nazariyasi va amaliyoti. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2020.

² Mintzberg H. Structure in Fives: Designing Effective Organizations. – Prentice Hall, 2019.

So‘rov natijalariga ko‘ra, respondentlarning 62 foizi o‘z ta‘lim muassasasida boshqaruv tuzilmasi yuqori darajada markazlashgan ekanligini ta‘kidlagan. Ushbu respondentlarning 48 foizi markazlashgan boshqaruv qaror qabul qilish jarayonini sekinlashtirishini, 14 foizi esa bu holat xodimlar tashabbusining cheklanishiga olib kelishini bildirgan. Shu bilan birga, respondentlarning 38 foizi nisbatan moslashuvchan boshqaruv tuzilmasi mavjudligini qayd etgan bo‘lib, ular orasida boshqaruv samaradorligi yuqori baholangan.

1-jadval.

Ta‘lim muassasalarida tashkiliy tuzilma elementlarining boshqaruv samaradorligiga ta‘siri¹

№	Tashkiliy tuzilma elementi	Boshqaruvdagi ahamiyati	Samaradorlikka ta‘siri
1	Vakolat va mas‘uliyatlarning aniq taqsimlanishi	Qaror qabul qilish jarayonini tezlashtiradi	Yuqori
2	Funksional bo‘linmalar faoliyati	Vazifalarning tizimli bajarilishini ta‘minlaydi	Yuqori
3	Gorizontal boshqaruv aloqalari	Jamoaviy boshqaruv va muloqotni kuchaytiradi	O‘rtacha-yuqori
4	Raqamli boshqaruv tizimlari	Axborot almashinuvini optimallashtiradi	Yuqori
5	Monitoring va nazorat mexanizmlari	Natijadorlikni baholash imkonini beradi	O‘rtacha
6	Rahbarlik darajalari soni	Byurokratik to‘siqlarni belgilaydi	O‘rtacha

Vakolat va mas‘uliyatlarning taqsimlanishi bo‘yicha olingan natijalar ham muhim ahamiyatga ega. Respondentlarning 57 foizi vazifalar va mas‘uliyatlar to‘liq va aniq belgilanmaganligini bildirgan. Ushbu guruhdagi respondentlarning 41 foizi bu holat vazifalarning takrorlanishiga, 16 foizi esa boshqaruv jarayonlarida uzilishlar yuzaga kelishiga sabab bo‘layotganini ta‘kidlagan. Aksincha, vakolatlar aniq belgilangan muassasalarda faoliyat yurituvchi respondentlarning 72 foizi boshqaruv jarayonlari samarali tashkil etilganini e‘tirof etgan.

Gorizontal boshqaruv aloqalarining rivojlanganlik darajasi ham statistik jihatdan tahlil qilindi. Natijalarga ko‘ra, respondentlarning 46 foizi jamoaviy qaror qabul qilish mexanizmlari yetarli darajada yo‘lga qo‘yilmaganini bildirgan. Shu bilan birga, gorizontal aloqalar rivojlangan muassasalarda ishlovchi respondentlarning 68 foizi boshqaruv samaradorligi va ichki muloqot sifati yuqori ekanligini qayd etgan.

Raqamli boshqaruv tizimlaridan foydalanish darajasi bo‘yicha tahlil natijalari quyidagicha: respondentlarning 51 foizi o‘z muassasasida raqamli boshqaruv vositalari (elektron hujjat aylanishi, onlayn monitoring, avtomatlashtirilgan hisobotlar) qisman joriy etilganini bildirgan. 29 foiz respondent raqamli boshqaruv tizimlari to‘liq joriy etilganini, 20 foiz esa ushbu tizimlardan deyarli foydalanilmasligini ta‘kidlagan. Raqamli boshqaruv tizimlari to‘liq joriy etilgan muassasalarda respondentlarning 76 foizi boshqaruv qarorlarining tezkorligi oshganini, 69 foizi esa shaffoflik ta‘minlanganini qayd etgan.

Monitoring va nazorat mexanizmlariga doir natijalar shuni ko‘rsatdiki, respondentlarning 58 foizi mavjud monitoring tizimlari samaradorlikni to‘liq aks ettirmasligini bildirgan. Shu bilan birga, samarali monitoring tizimi joriy etilgan muassasalarda respondentlarning 71 foizi boshqaruv qarorlarining sifati yaxshilanganini ta‘kidlagan.

Rahbarlik darajalari sonining ta‘siri bo‘yicha tahlil natijalari ham e‘tiborga molikdir. Respondentlarning 64 foizi rahbarlik bo‘g‘inlari sonining ko‘pligi byurokratik to‘siqlarni kuchaytirishini qayd etgan. Aksincha, optimallashtirilgan boshqaruv darajalariga ega muassasalarda respondentlarning 73 foizi tezkorlik va mas‘uliyatning oshganini e‘tirof etgan.

Umuman olganda, statistik tahlillar shuni ko‘rsatdiki, respondentlarning 78 foizi tashkiliy tuzilmani takomillashtirish boshqaruv samaradorligini sezilarli darajada oshiradi, deb hisoblaydi. Bu natija tashkiliy tuzilmaning ta‘lim muassasalari faoliyatida strategik ahamiyatga ega ekanligini yana bir bor tasdiqlaydi.

¹ Muallif tahlillari asosida ishlab chiqilgan

Xulosa va takliflar. Tadqiqot natijalari asosida shuni xulosa qilish mumkinki, ta’lim muassasalarida tashkiliy tuzilmaning to’g’ri va zamonaviy tashkil etilishi boshqaruv samaradorligini oshirishning asosiy shartlaridan biridir. Moslashuvchan va funksional tuzilma strategik rejalashtirishni samarali amalga oshirish, resurslardan oqilona foydalanish va inson resurslarini rivojlantirishga xizmat qiladi.

Aniqlangan muammolarni bartaraf etish maqsadida quyidagi takliflar ilgari suriladi:

birinchidan, ta’lim muassasalarida tashkiliy tuzilmani strategik maqsadlarga mos ravishda qayta ko’rib chiqish;

ikkinchidan, vakolat va mas’uliyatlarni aniq belgilash orqali boshqaruvdagi takrorlanishlarni kamaytirish;

uchinchidan, tashkiliy tuzilmani raqamli boshqaruv tizimlari bilan integratsiya qilish;

to’rtinchidan, gorizontal boshqaruv aloqalarini rivojlantirish orqali jamoaviy boshqaruv madaniyatini shakllantirish.

Mazkur yondashuvlar ta’lim muassasalarining boshqaruv tizimini zamon talablariga mos ravishda takomillashtirish va ularning umumiy samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati:

1. S.Sh.Urazov, T.O.Umarov. Ta’lim menejmenti.- Samarqand iqtisodiyot va servis instituti - Samarqand.: “STEP-SEL” MCHJ nashiriyoti, 2025 -236 b.
2. Xolboyev A. Ta’lim muassasalarini boshqarish nazariyasi va amaliyoti. - Toshkent : Fan va texnologiya, 2020. - 256 b.
3. Alimov Sh. Oliy ta’lim tizimida menejment faoliyatining samaradorligini oshirish yo’llari. - Toshkent : Ilm Ziyo, 2019. - 198 b.
4. Turg’unov D. Zamonaviy menejment asoslari. - Toshkent : Yangi asr avlodi, 2021. - 312 b.
5. Yuldashev M. Ta’lim menejmenti: nazariya va amaliyot. - Samarqand, 2022. - 284 b.
6. To’xtayev M. Ta’lim muassasalarida innovatsion boshqaruv tizimi. - Toshkent : O’qituvchi, 2018. - 220 b.
7. Drucker P. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. - New York : Harper & Row, 2018. - 416 p.
8. Mintzberg H. Structure in Fives: Designing Effective Organizations. - Englewood Cliffs : Prentice Hall, 2019. - 331 p.
9. Fullan M. The New Meaning of Educational Change. - London : Routledge, 2020. - 302 p.
10. UNESCO Educational Management and Leadership. - Paris, 2022. - 145 p.

С.Уразов, Л.Абдурахманова Влияние организационной структуры на эффективность управления в образовательных учреждениях Аннотация. В данной статье с научной точки зрения проанализировано влияние организационной структуры на эффективность управления в образовательных учреждениях. Наряду с этим особое внимание уделено вопросам совершенствования организационной структуры в образовательных учреждениях, чёткого распределения полномочий и ответственности, оптимизации управленческих процессов, а также внедрения механизмов цифрового управления. Ключевые слова: образовательное учреждение, организационная структура, эффективность управления, менеджмент, полномочия и ответственность, стратегическое управление, цифровое управление, человеческие ресурсы, качество образования, мониторинг.	S.Urazov, L.Abdurakhmanova The Impact of Organizational Structure on Management Effectiveness in Educational Institutions Abstract. This article scientifically analyzes the impact of organizational structure on management effectiveness in educational institutions. At the same time, special attention is paid to the issues of improving the organizational structure of educational institutions, clearly defining the distribution of authority and responsibility, optimizing management processes, and implementing digital management mechanisms. Keywords: educational institution, organizational structure, management effectiveness, management, authority and responsibility, strategic management, digital management, human resources, quality of education, monitoring.
---	---

MOLIYA, PUL MUOMALASI VA KREDIT

Nuriddin Elamonovich Ernazarov — SamISI Moliya kafedrası dotsenti., PhD

AKSIZ SOLIG‘INING BYUDJETI DAROMADLARINI SHAKLLANTIRISHDAGI MUAMMOLAR

Annotatsiya. Ushbu maqolada aksizosti tovarlarni soliqqa tortishning iqtisodiy ahamiyati budjet daromadlarini ta‘minlashdagi ahamiyati tadqiq etilgan hamda aksiz solig‘ining huquqiy mexanizmini takomillashtirish bo‘yicha muhim takliflar bayon etilgan.

Kalit so‘zlar: soliq tizimi, aksiz solig‘i, soliq bazasi, budjet, soliq to‘lovchi, budjet tushumlari, monitoring tizimi, huquqiy asos, yashirin aylanma, soliq amaliyoti.

Kirish. Bugungi kunda aksiz solig‘i dunyoda rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda keng tarqalgan soliq turlaridan biridir. Amaliyotdan bizga ma‘lumki, tabiat va insonlar uchun zararli bo‘lgan barcha turdagi mahsulotlar aksizosti tovarlar qatorida ushbu soliq tortiladi. Uzuluksiz va doimiy ravishda ommaviy iste‘mol qilinadigan adektiv xususiyatga ega bo‘lgan mahsulotlarga solinadigan aksiz solig‘i, ma‘lum darajada, fiskal va rag‘batlantirish funksiyalarini samarali bajarib kelmoqda. Aksiz solig‘i davlat budjeti daromadlarining muhim va barqaror manbalaridan biri bo‘lib, uning dolzarbligi hozirgi iqtisodiy islohotlar sharoitida yanada ortib bormoqda. Avvalo, ushbu soliq turi tamaki, alkohol, neft mahsulotlari va mobil aloqa xizmatlari kabi talab barqaror bo‘lgan tovar va xizmatlarga qo‘llanilgani sababli budjetga kafolatli va muntazam tushumlarni ta‘minlaydi.

Aksiz solig‘i nafaqat fiskal barqarorlikni qo‘llab-quvvatlaydi, balki ijtimoiy va tartibga soluvchi funksiyani ham bajaradi. Zararli mahsulotlar iste‘molini cheklaydi, sog‘lom turmush tarzini rag‘batlantiradi va bozor muvozanatini tartibga solishga xizmat qiladi.

Budjet xarajatlarining ortib borishi, iste‘mol bozorining kengayishi, soliq ma‘murchiligining raqamlashtirilishi va iqtisodiy siyosatning takomillashtirilishi sharoitida aksiz solig‘ining ahamiyati yanada oshib, u davlat moliyasining strategik tarkibiy qismi sifatida dolzarbligini saqlab qolmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Mamlakatimizda aksiz solig‘ining budjeti daromadlarini shakllantirishdagi ahamiyati xorijiy hamda mahalliy iqtisodchi olimlarning qarashlarida quyidagicha yoritilgan.

John Cawley va Sarah Danziger (2010)—Cawley va Danziger o‘z tadqiqotlarida aksiz solig‘ining zararli mahsulotlar iste‘molini cheklashdagi samaradorligini o‘rganib, uni sog‘lom muhitni saqlashda muhim vosita deb ta‘riflagan. Ular soliq stavkalarini nazorat qilish va monitoring tizimlarini kuchaytirish orqali davlat byudjetiga tushumlarni oshirish mumkinligini ta‘kidlagan[2].

Maysam Goudarzi va Ahmad Gholipour (2016) – Ushbu olimlar aksiz solig‘i va sog‘liqni saqlash sohasi o‘rtasidagi aloqani o‘rganib, soliqlarning iste‘mol odatlariga ta‘sirini batafsil tahlil qilgan. Ularning tadqiqoti aksiz solig‘ining jismoniy salomatlikka ijobiy ta‘sirini ta‘minlash bo‘yicha soliq siyosati uchun tavsiyalar beradi[3].

Alp Simsek va Stephanie Schmitt-Grohe (2018) – Ushbu tadqiqotchilar aksiz solig‘ining inflyatsiya va iqtisodiy o‘sishga ta‘sirini tahlil qilib, uning soliqlarni hisoblash va to‘lash jarayonlarida muhim o‘rin tutishini ko‘rsatgan. Ular aksiz solig‘ining samaradorligini oshirish uchun soliq tizimlarini avtomatlashtirish va raqamlashtirish zarurligini qayd etishadi[4].

Mazkur mualliflarning sharhida aksiz solig‘ining nazariy va amaliy jihatlarini, uning davlat byudjetiga ta‘siri, ijtimoiy tenglikni saqlashdagi o‘rni va xalqaro amaliyotda samaradorligini oshirish yo‘llarini o‘rganish uchun asosiy manbalarni beradi. Ushbu tadqiqotlar aksiz solig‘i bo‘yicha yanada chuqur va keng qamrovli tahlillarni olib borish, amaliyotda uchraydigan aksiz solig‘ining byudjeti daromadlarini shakllantirishdagi muammolarni hal qilish bo‘yicha dolzarb tavsiyalarni ishlab chiqish imkoniyatini yaratadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Maqolani tayyorlashda iqtisodiy ko‘rsatkichlarni tizimli tahlili aksiz solig‘ining byudjeti daromadlarini shakllantirishdagi ahamiyatga ega ekanligini o‘zida

ifoda etadi.

Tahlil va natijalar. Amaldagi tartibga muvofiq aksiz solig‘i mahsulotlar narxiga qo‘shiladi hamda davlat byudjetiga uning qiymatidan bir qismini kesib olishga imkon beradi. Mahsulotning ustiga qo‘yilgan aksiz solig‘i mahsulot ishlab chiqarishning samaradorligini va alohida xususiyatlarini anlatmaydi, balki aksiz solig‘i mahsulotlarni turidan kelib chiqib belgilanadi.

Bunday holatning davlat byudjeti daromadlari tarkibida aksizosti tovarlarni soliqqa tortishdan tushadigan byudjet daromadlari so‘ngi yillarda ayrim tovar pozitsiyalari kamaygan bo‘lsa, ayrim boshqa tovar pozitsiyalaridan tushadigan solikli tushumlar o‘shirish ko‘rsatkichiga ega bo‘lgan. Ushbu holatning amaldagi holatni quyidagi 1-jadval ma‘lumotlaridan ko‘rishimiz mumkin.

Davlat byudjeti daromadlari dinamikasida 2022–2026 yillar davomida davlat byudjeti daromadlari barqaror o‘shirish tendensiyasini namoyon qilmoqda. 2022 yilda davlat byudjeti daromadlari 201 863,7 mlrd so‘mni tashkil etgan bo‘lsa, 2023 yilda ushbu ko‘rsatkich 231 720,7 mlrd so‘mga yetgan. 2024 yilda esa daromadlar hajmi 274 423,9 mlrd so‘mgacha o‘sgan. Prognozlarga ko‘ra, 2025 yilda davlat byudjeti daromadlari 308 547,0 mlrd so‘m, 2026 yilda esa 368 918,0 mlrd so‘mga yetishi kutilmoqda. Bu davlat moliya tizimida soliq tushumlari va iqtisodiy faollikning izchil o‘shirish borayotganini ko‘rsatadi.

Bilvosita soliqlar davlat byudjeti daromadlarida muhim o‘rin egallaydi. 2022 yilda ularning hajmi 71 390,2 mlrd so‘mni yoki jami daromadlarning 35,4 % ini tashkil etgan. 2023 yilda bu ko‘rsatkich 83 325,8 mlrd so‘mga (35,9 %) yetgan. 2025–2026 yillar prognozida bilvosita soliqlar hajmi mos ravishda 104 674,0 mlrd so‘m (33,9 %) va 124 601,0 mlrd so‘m (33,8 %)ga yetishi kutilmoqda. Ularning umumiy ulushi nisbatan barqaror saqlanib qolmoqda.

1-jadval

2022–2026 yillardagi davlat byudjeti daromadlari tahlili[5]

№		2022-yil		2023-yil		2024-yil		2025-yil prognoz		2026-yil prognoz	
		MLrd	%	MLrd	%	MLrd	%	MLrd	%	MLrd	%
1	Davlat byudjeti daromadlari	201863,7	100	231 720,7	100	274 423,9	100	308 547,0	100	368 918,0	100
2	Bilvosita soliqlar	71 390,2	35,4	83 325,8	35,9	88 342,1	32,2	104674,0	33,9	124 601,0	33,8
3	Qo‘shilgan qiymat solig‘i	52 189,4	25,8	57 885,3	24,9	59 281,2	21,6	71 838,0	23,3	88 859,0	24,0
4	Aksiz solig‘i	13 455,0	6,6	15 834,4	6,8	19 100,0	6,9	21 469,0	6,9	22 818,0	6,1

Qo‘shilgan qiymat solig‘i bilvosita soliqlar tarkibida eng katta ulushni tashkil qiladi. 2022 yilda qo‘shilgan qiymat solig‘idan tushumlari 52 189,4 mlrd so‘m (25,8 %) bo‘lgan. 2023 yilda esa 57 885,3 mlrd so‘mga (24,9 %) oshgan. Prognozlarga ko‘ra, 2025 yilda qo‘shilgan qiymat solig‘idan tushumlari 71 838,0 mlrd so‘m (23,3 %), 2026 yilda esa 88 859,0 mlrd so‘m (24,0 %)ni tashkil etishi kutilmoqda. Bu qo‘shilgan qiymat solig‘ining byudjetdagi ahamiyati saqlanib qolayotganini ko‘rsatadi. Aksiz solig‘i bo‘yicha tushumlar ham yildan-yilga o‘shirish bormoqda. 2022 yilda ushbu soliq tushumlari 13 455,0 mlrd so‘m (6,6 %) bo‘lgan. 2023 yilda 15 834,4 mlrd so‘mga (6,8 %) yetgan. 2024 yilda aksiz solig‘i 19 100,0 mlrd so‘m (6,9 %)ni tashkil etgan. 2025 yilda ushbu ko‘rsatkich 21 469,0 mlrd so‘m (6,9 %)ga yetishi prognoz qilinmoqda. 2026 yilda esa aksiz solig‘i tushumlari 22 818,0 mlrd so‘mga oshishi kutilmoqda, biroq uning umumiy daromadlardagi ulushi 6,1 % gacha biroz kamayishi mumkin. Quyida Davlat byudjeti va aksiz solig‘i ko‘rsatkichlarini taqqoslama tahlilini 2-jadvaldan ko‘rish mumkin.

Jadval ma‘lumotlaridan shuni ko‘rish mumkinki, 2022–2026 yillarda davlat byudjeti daromadlari 1,83 barobarga oshishi prognoz qilinmoqda. Shu davrda aksiz solig‘i tushumlari 1,7 barobarga o‘sgan. Bu holat aksiz solig‘ining umumiy byudjet o‘shirish sur‘atidan sekinroq o‘shirishini ko‘rsatadi. Xulosa qilib aytganda aksiz solig‘i byudjet daromadlarining o‘shirishiga hissa qo‘shmoqda, ammo asosiy drayver emas. 2022–2025 yillarda aksiz solig‘ining ulushi 6,6–6,9 % darajada barqaror. 2026 yilda ulush 6,1 % gacha pasayishi prognoz qilinmoqda. Kelgusida

Davlat byudjeti va aksiz solig‘i ko‘rsatkichlarini taqqoslama tahlil[5]

№	Yillar	Davlat byudjeti daromadlari (mlrd so‘m)	Aksiz solig‘i (mlrd so‘m)	Aksizning byudjetdagi ulushi (%)	Aksiz o‘rish sur‘ati (%)
1	2022	201 863,7	13 455,0	6,6	—
2	2023	231 720,7	15 834,4	6,8	+17,7
3	2024	274 423,9	19 100,0	6,9	+20,6
4	2025 (prog.)	308 547,0	21 469,0	6,9	+12,4
5	2026 (prog.)	368 918,0	22 818,0	6,1	+6,3

byudjet tarkibida qo‘shilgan qiymat solig‘i va boshqa soliq turlarining ahamiyati ortib, aksizning nisbiy roli pasayishi mumkin.

Xulosa va takliflar. Davlat byudjeti daromadlari oshirish borasida aksiz solig‘ining hisoblash amaliyotini takomillashtirish orqali erishish mumkin. Bu borada quyidagi muamollarni alohida ajratib ko‘rsatish mumkin:

-yashirish iqtisodiyotining yuqori ulushi tamaki, alkohol mahsulotlari va yoqilg‘i materiallar bozorida noqonuniy savdo hali ham mavjud. Kontrabanda mahsulotlari aksizdan tashqarida aylanadi, natijada byudjetga katta miqdorda tushum yo‘qoladi;

-aksiz stavkalarining tez-tez o‘zgarishi bu o‘zgarishi korxonalar rejalashtirish jarayonida noaniqlik tug‘diradi. Ba‘zan stavkalar iqtisodiy muhitga mos kelmaydi, natijada ayrim mahsulotlar narxining keskin oshishi iste‘molni pasaytiradi va soliq tushumlari kamayadi;

-markirovka va monitoring tizimidagi yetarli texnik qurilmalar, skanerlar va markirovka monitoringi sustligi, bu QR-kodli markirovka tizimining sekin joriy etilishi aksiz to‘lovlarining to‘liq yig‘ilishini ta‘minlamaydi;

-soliq organlarining aksiz bo‘yicha ma‘lumotlar bazasi to‘liq integratsiya qilinmagan. Bu esa real vaqt rejimida monitoring tizimining yetishmasligi tushumlar bo‘yicha xatoliklarni kuchaytiradi va byudjetga aksiz solig‘idan tushumlar ulushining kamayishga olib keladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

- 1.O‘zbekiston Respublikasining 2023 yil 25 dekabrda O‘RQ-886-sonli «2024 yil uchun O‘zbekiston Respublikasining Davlat byudjeti to‘g‘risida»gi Qonuni <https://lex.uz/uz/docs/-6707765>
- 2.Cawley, J., & Danziger, S. (2010). "The Impact of Excise Taxes on Consumer Demand for Sugary Drinks." National Bureau of Economic Research, Working Paper No. 16712.
- 3.Goudarzi, M., & Gholipour, A. (2016). "The Effect of Excise Taxes on Health Behavior: Evidence from Iran." Iranian Economic Review, 20(4), 519-538.
- 4.Simsek, A., & Schmitt-Grohe, S. (2018). "Inflation and the Tax Treatment of Personal and Corporate Income." American Economic Review, 108(4), 993-1033.
- 5.<https://openbudget.uz> - O‘zbekiston Respublikasi «Ochiq Budget» portali

Н. Эрнazarов Проблемы формирования бюджетных поступлений от акцизного налога Аннотация. В данной статье исследуется экономическое значение налогообложения подакцизных товаров, его роль в обеспечении доходов бюджета, а также изложены важные предложения по совершенствованию правового механизма акцизного налога. Ключевые слова: налоговая система, акцизный налог, налоговая база, бюджет, налогоплательщик, доходы бюджета, система мониторинга, правовая база, скрытый оборот, налоговая практика.	N. Ernazarov The Role of Excise Taxes in Budget Revenue Formation: Existing Problems Abstract. This article analyzes the economic importance of excise taxation, its role in securing government budget revenues, and outlines key proposals for improving the legal framework of excise tax regulation. Keywords: tax system, excise tax, tax base, budget, taxpayer, budget revenues, monitoring system, legal framework, hidden turnover, tax practice.
---	--

Шавкат Собирович Олтаев – СамИСИ доценти, и.ф.н.

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА СУВЕРЕН ФОНДЛАРНИ САМАРАЛИ БОШҚАРИШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация. Ушбу мақолада рақамли иқтисодиёт шaroитида суверен фондларни самарали бошқариш масалалари илмий-назарий ва амалий жиҳатдан таҳлил қилинган. Тадқиқотда суверен фондларнинг жаҳон молия тизимидаги ўрни, уларнинг инкирозга қарши восита сифатидаги аҳамияти ҳамда миллий иқтисодиётни барқарор ривожлантиришдаги роли ёритилган. Шунингдек, суверен фондлар фаолиятини ташкил этиш ва бошқаришда қўлланиладиган асосий принциплар, маблағларни шакллантириш ва фойдаланиш қоидалари, инвестиция стратегияларини ишлаб чиқиш ҳамда бошқарув самарадорлигини таъминлаш механизмлари асослаб берилган. Илғор хорижий тажриба таҳлили асосида суверен фондларни бошқаришда риск ва даромадлилик ўртасидаги оптимал нисбатни таъминлаш, шаффофлик ва ижтимоий жавобгарлик тамойилларининг аҳамияти очиб берилган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, суверен фондлар, давлат инвестициялари, молия бозори, инвестиция стратегияси, риск ва даромадлилик, шаффофлик, ижтимоий жавобгарлик.

Кириш. Ҳозирги кунда жаҳон иқтисодиётида кечаётган чуқур глобал трансформациялар шaroити суверен фондлар масаласига алоҳида эътибор қаратишни тақозо этмоқда. Бир томондан, улар йирик молиявий ресурслар жамланмаси сифатида намоён бўлса, иккинчи томондан, халқаро молия бозорларида фаол иштирок этувчи энг салмоқли институтлардан бири ҳисобланади. Инкирозли даврларда суверен маблағлардан фойдаланиш давлат бюджетига юзага келадиган даромадлар қисқаришини юмшатиш, молия бозорларида барқарорликни сақлаш, ҳукуматнинг кредит-молия тизимида етарли ликвидликни таъминлаш ҳамда аҳоли истеъмол фаоллиги ва ишончини тиклашда муҳим антикризис механизми сифатида хизмат қилмоқда. Амалдаги тажриба шуни кўрсатмоқдаки, бугунги кунда суверен фондлар жаҳоннинг элликдан ортиқ мамлакатларида, жумладан Ўзбекистон Республикасида ҳам, иқтисодиётга давлат таъсирини амалга оширишнинг самарали молиявий воситаси сифатида ўз ўрнини мустаҳкамлаб улгурган.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Жаҳон тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, иқтисодиётни жадал суръатларда ривожлантириш, йирик инфратузилмавий лойиҳаларни амалга ошириш ҳамда замонавий, юқори технологияларга асосланган ишлаб чиқариш қувватларини яратишда суверен фондлар муҳим молиявий институт сифатида майдонга чиқмоқда. Ижтимоий-иқтисодий аҳамиятга эга лойиҳаларни хорижий инвестициялар билан уйғун ҳолда молиялаштиришда ушбу фондлар ўз маблағлари орқали инвестицион ва инновацион фаолликни кучайтирувчи асосий омилга айланган. 2022 йил ҳолатига кўра, жаҳоннинг элликдан ортиқ мамлакатларида юздан зиёд суверен фондлар фаолият юритиб, улар ихтиёридаги умумий капитал ҳажми 10,1 триллион АҚШ долларидан ошиб кетган[11]. Суверен фондларнинг ҳудудий тақсимотига эътибор қаратилса, уларнинг 19,05 % (28 та) Яқин Шарқ давлатларига, худди шунча улуш Осиё минтақасига тўғри келади. Шу билан бирга, Африка мамлакатлари 17,69 % (26 та), Европа 15,64 % (23 та), Шимолий Америка 12,93 % (19 та), Лотин Америкаси 9,52 % (14 та) ҳамда Австралия ва Тинч океани ҳудудлари 6,1 % (9 та) улушни ташкил этмоқда.

Ҳозирги босқичда давлатлар ўз миллий иқтисодиётининг барқарор ривожланишини таъминлаш орқали жаҳон иқтисодий маконида рақобатбардош ўрин эгаллашга интилаётгани кузатилмоқда. Турли мамлакатларда суверен фондларни ташкил этиш жараёнларининг фаоллашуви, уларнинг молиявий қўлами ҳамда фаолият олиб бориш ҳудудларининг изчил кенгайиб бориши мазкур институтларнинг вужудга келиши ва иқтисодий аҳамиятини янада оширмоқда. Айниқса, суверен фондларнинг айрим давлатларда ижтимоий-иқтисодий тараққиётни қўллаб-қувватловчи амалий молиявий механизм сифатида фаол иштирок этиши уларни самарали бошқариш масаласини долзарб йўналишга айлантирмоқда.

Республикамизда иқтисодиёт тармоқларида юқори ва барқарор ўсиш суръатларини таъминлаш орқали келгуси беш йил давомида аҳоли жон бошига ялпи ички маҳсулот ҳажмини 1,6 баробарга ошириш, 2030 йилга бориб эса аҳоли жон бошига тўғри келадиган даромадни 4 минг АҚШ долларидан юқори даражага етказиш ҳамда мамлакатни «даромади ўртачадан юқори бўлган давлатлар» тоифасига киритиш стратегик мақсад

сифатида белгиланган [1].

Маълум бир давлатда суверен фонд маблағларини шакллантириш ҳамда улардан фойдаланиш тартиби кўп қиррали омилларнинг таъсирига боғлиқ бўлади. Жумладан, табиий-иқлим шароитлари, мамлакатнинг умумий ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси, демографик ҳолат, пул-кредит ва бюджет сиёсатини амалга ошириш самарадорлиги, шу билан бирга фонднинг институционал хусусиятлари ва юклатилган вазифалари ушбу жараёнга бевосита таъсир кўрсатади. Ривожланаётган давлатларда ишлаб чиқариш таркибининг етарлича диверсификация қилинмагани ва иқтисодиётнинг хомашё ресурсларига юқори даражада боғлиқлиги инқирозли вазиятларда суверен фондлардан фойдаланиш заруратини кучайтиради. Айрим мамлакатларда, хусусан, Хитой ва “Сингапур”да суверен фондларнинг шаклланиши экспорт ҳажмларининг тезда ўсиши ҳамда ташқи бозорларга юқори даражада йўналтирилган иқтисодий модель билан изоҳланади.

Фотак ва бошқалар [2] олиб борган тадқиқотларда стратегик мувофиқлик тамойили суверен фондлар олдида қўйилган мақсад ва вазифалар солиқ-бюджет ҳамда пул-кредит сиёсати билан ўзаро уйғун ҳолда, шунингдек, мамлакатнинг узоқ муддатли ижтимоий-иқтисодий ривожланиш стратегиялари билан боғлиқ бўлиши лозимлигини назарда тутди.

Жуманиязов [3] тадқиқотларида маблағларни шакллантириш ва улардан фойдаланишнинг тўлиқлиги принципи давлат бюджети даромадларининг конъюнктурага юқори даражада боғлиқлигини камайитириш мақсадида барча конъюнктура даромадларини яхлит ҳолда бошқариш зарурлигини ифода этади. Фотак ҳамда айрим тадқиқотчилар [2] фикрича бошқарувда мақсадларни аниқ белгилаш тамойили суверен фондлар фаолияти олдиндан белгилаб қўйилган, очик ва тушунарли вазифаларга эришишга қаратилган бўлиши шартлигини аниқлатади. Самарали бошқарув принципи эса белгиланган мақсадларга тежамли ва оқилона эришишни таъминлаш учун бошқарув субъектларининг жавобгарликлари ва ваколатлари аниқ тақсимланган, шаффоф ҳамда институционал жиҳатдан барқарор бошқарув тузилмасини шакллантиришни талаб қилади.

Жумманиязов [4] тадқиқотлари асосида ижтимоий жавобгарлик тамойили суверен фонд маблағларидан фойдаланиш жараёнида асосий манфаатдор томон ҳисобланган аҳоли қатламларининг эҳтиёжлари ва давлатнинг ижтимоий-иқтисодий сиёсат мақсадлари устувор ҳисобга олиниши лозимлигини билдиради. Самарали инвестициялаш принципи [5] суверен фонд ресурсларини олдиндан ишлаб чиқилган инвестиция стратегияларига мувофиқ равишда, эҳтимолий инвестиция рискларини ҳисобга олган ҳолда жойлаштириш зарур.

Тадқиқот методологияси. Суверен фондларни рақамли иқтисодиёт шароитида самарали бошқариш масалаларини ўрганишда комплекс илмий ёндашув қўлланилди. Тадқиқот методологияси сифат жиҳатдан таҳлилий ҳамда қиёсий усулларга, шунингдек, иқтисодий-статистик кузатув ва тизимли таҳлил методларига таянади. Аввало, суверен фондлар фаолиятига оид илмий-назарий манбалар, халқаро молиявий ташкилотлар ҳисоботлари ҳамда хорижий мамлакатлар амалиётини ёритувчи очик маълумотлар таҳлил қилинди. Ушбу жараёнда жаҳон амалиётида қўлланилаётган бошқарув моделлари, инвестиция стратегиялари ва институционал тузилмалар ўрганилди ҳамда уларнинг рақамли иқтисодиёт шароитидаги трансформациясига алоҳида эътибор қаратилди. Қиёсий таҳлил усули орқали суверен фондларнинг турли мамлакатлардаги ташкил этилиш ва бошқарилиш хусусиятлари солиштирилди. Бунда ресурсга боғлиқ ва ресурсга боғлиқ бўлмаган иқтисодиётлардаги суверен фондлар фаолияти ўртасидаги фарқлар аниқланди. Норматив-ҳукукий ҳужжатлар таҳлили асосида суверен фондларни бошқаришда давлат сиёсатининг ўрни ва таъсири баҳоланди. Тизимли ёндашув суверен фондларни молия-бюджет, пул-кредит сиёсати ва миллий ривожланиш стратегиялари билан ўзаро боғлиқ ҳолда ўрганиш имконини берди. Риск ва даромадлилик кўрсаткичлари ўртасидаги нисбатни баҳолашда иқтисодий моделлаштириш элементларидан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар. Таҳлил натижалари шуни кўрсатадики, рақамли иқтисодиёт шароитида суверен фондларни бошқариш жараёни анъанавий молиявий механизмлар билан чекланиб қолмай, ахборот технологиялари ва рақамли платформалар билан чамбарчас боғлиқ ҳолда ривожланмоқда. Айниқса, инвестиция қарорларини қабул қилишда катта ҳажмдаги маълумотларни (Big Data) қайта ишлаш, рискларни прогноз қилиш ва активлар самарадорлигини баҳолаш имкониятлари кенгайиб бормоқда. Халқаро амалиёт таҳлили

суверен фондлар инвестиция портфелларида диверсификация даражасининг ошиши кузатилаётганини кўрсатди. Кўпгина фондлар анъанавий молиявий активлар билан бир қаторда инновацион тармоқлар, рақамли технологиялар, “яшил иқтисодиёт” ва инфратузилмавий лойиҳаларга инвестицияларни фаол равишда йўналтирмоқда. Бу эса узоқ муддатли барқарор даромад манбаларини шакллантириш имконини яратмоқда. Таҳлил жараёнида аниқландики, суверен фондлар бошқарув самарадорлиги кўп жиҳатдан институционал тузилманинг шаффофлиги, ҳисобот юритиш тизимининг очиклиги ҳамда профессионал бошқарув кадрларининг мавжудлигига боғлиқ. Рақамли инструментларни жорий этиш орқали инвестиция жараёнлари устидан мониторингни кучайтириш, рискларни ўз вақтида аниқлаш ва бошқарув қарорларининг сифатини ошириш мумкин. Республикамиз мисолида суверен фонд фаолияти таҳлили асосида миллий ривожланиш устувор йўналишларига мос инвестицияларни молиялаштиришда суверен фондлар муҳим восита ҳисобланади. Бироқ рақамли бошқарув элементларини кенг жорий этиш фонд маблағларидан фойдаланиш самарадорлигини оширишга хизмат қилиши мумкин.

Рақамли иқтисодиёт шароитида суверен фондларни самарали бошқариш инвестиция қарорларининг илмий асосланганлиги ва маълумотларга таянган ҳолда қабул қилинишига боғлиқ эканлиги исботланди. Рақамли технологиялардан фойдаланиш риск ва даромадлилик ўртасидаги мувозанатни таъминлаш имкониятларини кенгайтиради. Суверен фондлар фаолиятида шаффофлик ва ҳисобдорликни ошириш инвестицион жозибадорликни кучайтириши ҳамда жамоатчилик ишончини мустаҳкамлаши аниқланди. Бу, ўз навбатида, фонд маблағларини узоқ муддатли стратегик мақсадларга йўналтириш учун қулай институционал муҳит яратади. Суверен фондларнинг миллий иқтисодиёт ривожига роли фақат молиявий барқарорликни таъминлаш билан чекланмасдан, иқтисодиёт тармоқларини диверсификация қилиш, инновацион фаолликни рағбатлантириш ва инсон капиталини ривожлантиришга хизмат қилиши белгиланди. Тадқиқот натижалари суверен фондларни бошқариш самарадорлигини баҳолаш учун комплекс мезонлар тизимини қўллаш зарурлигини кўрсатди.

Шунингдек, мустақиллик тамойили суверен фондлар маблағларини шакллантириш, улардан фойдаланиш ва инвестиция қарорларини қабул қилиш жараёнларини сиёсий конъюнктура таъсиридан ҳоли ҳолда амалга оширишни назарда тутди. Шаффофлик принципи эса суверен фондлар фаолияти тўғрисидаги ахборотларни очик тақдим этиш орқали инвесторлар ва жамоатчилик ишончини мустаҳкамлашга қаратилган.

Юқорида баён этилган тамойилларга таянган ҳолда суверен фондлар фаолиятини ташкил этиш ва уларни бошқариш мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий тараққиётига сезиларли таъсир кўрсатади. Бироқ мазкур таъсирнинг самарадорлиги, аввало, суверен фондлар тизимида профессионал бошқарув механизмларининг қай даражада йўлга қўйилгани билан чамбарчас боғлиқ ҳисобланади. Суверен фондлар маблағларини шакллантириш ҳамда улардан фойдаланиш тартиб-қоидаларини белгилаш деганда, фонд олдида қўйилган мақсад ва вазифалар доирасида молиявий ресурсларни тўлиқ жамлаш ва улардан оқилона фойдаланишни таъминловчи меъёрий механизмларни ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий этиш тушунилади.

Хулоса ва таклифлар. Ушбу тадқиқот рақамли иқтисодиёт шароитида суверен фондларни самарали бошқариш масалаларини илмий-назарий ва амалий жиҳатдан таҳлил қилишга қаратилган бўлиб, олинган натижалар суверен фондларнинг миллий иқтисодиёт барқарорлигини таъминлашда муҳим стратегик институт эканини тасдиқлайди. Глобал иқтисодий трансформациялар ва рақамли технологияларнинг жадал ривожланиши шароитида суверен фондлар фаолияти анъанавий молиявий ёндашувлар билан чекланиб қолмасдан, замонавий ахборот-коммуникация технологиялари билан уйғунлашган ҳолда ташкил этилиши зарурлиги аниқланди. Айниқса, инвестиция қарорларини қабул қилишда маълумотларга асосланган ёндашувни жорий этиш риск ва даромадлилик ўртасидаги мувозанатни таъминлашда муҳим аҳамият касб этади.

Тадқиқот натижалари суверен фондларни бошқариш самарадорлиги кўп жиҳатдан институционал тузилманинг шаффофлиги, бошқарув жараёнларининг мустақиллиги ҳамда профессионал кадрлар салоҳиятига боғлиқ эканини кўрсатди. Рақамли иқтисодиёт шароитида Big Data, иқтисодий моделлаштириш ва прогнозлаш инструментларидан

фойдаланиш орқали инвестиция портфелларини оптимал шакллантириш, активлар самарадорлигини баҳолаш ва рискларни олдиндан аниқлаш имкониятлари кенгаймоқда. Шу билан бирга, суверен фондлар фаолиятида ҳисобдорлик ва жамоатчилик назоратини кучайтириш инвестицион жозибдорликни ошириш ҳамда жамоатчилик ишончини мустаҳкамлашга хизмат қилиши асосланди.

Олиб борилган таҳлиллар асосида қуйидаги илмий-амалий таклифларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ, деб ҳисобланади. Биринчидан, суверен фондлар фаолиятини бошқаришда ягона рақамли ахборот платформаларини жорий этиш орқали инвестиция жараёнлари устидан доимий мониторингни таъминлаш ва бошқарув қарорларининг сифатини ошириш лозим. Иккинчидан, инвестиция стратегияларини ишлаб чиқишда маълумотларга асосланган ёндашувни кенг қўллаш, сунъий интеллект ва прогнозлаш моделларидан фойдаланиш суверен фондлар активларининг узоқ муддатли даромадлигини таъминлайди. Учинчидан, суверен фондларнинг институционал мустақиллигини кучайтириш, сиёсий омиллар таъсирини чеклаш ҳамда профессионал бошқарув кадрларини жалб этиш фондлар фаолияти самарадорлигини оширади.

Тўртинчидан, суверен фондлар фаолиятида шаффофлик ва ҳисобдорликни халқаро стандартлар асосида таъминлаш, молиявий ва инвестиция ҳисоботларини очиқ эълон қилиш орқали жамоатчилик ва инвесторлар ишончини мустаҳкамлаш зарур. Бешинчидан, суверен фонд маблағларини инновацион тармоқлар, рақамли технологиялар, “яшил иқтисодиёт” ҳамда инфратузилмавий лойиҳаларга йўналтириш миллий иқтисодиётни диверсификация қилиш ва барқарор иқтисодий ўсишни таъминлашга хизмат қилади.

Хулоса қилиб айтганда, мазкур тадқиқотда илгари сурилган илмий хулоса ва таклифларни амалга ошириш рақамли иқтисодиёт шароитида суверен фондларни бошқаришнинг институционал ва технологик асосларини мустаҳкамлаб, уларнинг миллий иқтисодиётни барқарор ривожлантиришдаги ролини янада оширишга хизмат қилади.

Ш.Олтаев	Sh.Oltayev
Вопросы эффективного управления суверенными фондами в цифровой экономике Аннотация. В данной статье с научно-теоретической и практической точек зрения анализируются вопросы эффективного управления суверенными фондами в цифровой экономике. Исследование освещает роль суверенных фондов в мировой финансовой системе, их значение как антикризисного инструмента и их роль в устойчивом развитии национальной экономики. Также обосновываются основные принципы организации и управления суверенными фондами, правила формирования и использования фондов, разработка инвестиционных стратегий и механизмы обеспечения эффективности управления. На основе анализа передового зарубежного опыта раскрывается важность обеспечения оптимального соотношения риска и доходности, принципов прозрачности и социальной ответственности в управлении суверенными фондами. Ключевые слова: цифровая экономика, суверенные фонды, государственные инвестиции, финансовый рынок, инвестиционная стратегия, риск и доходность, прозрачность, социальная ответственность.	Issues of effective management of sovereign funds in the digital economy Abstract. In this article, the issues of effective management of sovereign funds in the digital economy are analyzed from a scientific-theoretical and practical point of view. The study highlights the role of sovereign funds in the world financial system, their importance as an anti-crisis tool, and their role in the sustainable development of the national economy. Also, the main principles used in the organization and management of sovereign funds, the rules for the formation and use of funds, the development of investment strategies, and the mechanisms for ensuring the efficiency of management are justified. Based on the analysis of advanced foreign experience, the importance of ensuring the optimal ratio between risk and profitability, transparency and social responsibility principles in the management of sovereign funds is revealed. Keywords: digital economy, sovereign funds, public investment, financial market, investment strategy, risk and return, transparency, social responsibility.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining, 28.01.2022 yildagi “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-son Farmoni
2. Fotak, V., Gao, X., Megginson, W.L., 2017. A Financial Force to be Reckoned With? An Overview of Sovereign Wealth Funds. The Oxford Handbook of Sovereign Wealth Funds, p. 16

3. Jumaniyozov, I. T. (2021). The Progressive Foreign Experiments in the Activity of Sovereign Wealth Funds. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 109-116.
4. Jumaniyozov, I. (2018). Impact of Development Finance Institutions on Economic Growth: Implications for Reconstruction and Development Fund of Uzbekistan. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 4(2), 84-88.
- Jumaniyozov, I. (2020). Issues of ensuring the transparency of sovereign wealth funds. *International Finance and Accounting*, 2020(5), 1.

Madina Sanjar qizi Khotamkulova – PhD student, Samarkand Institute of Economics and Service

CORPORATE EFFICIENCY AS A FINANCIAL MARKET PARTICIPANT

Abstract. This paper develops a theoretical and analytical framework for determining the efficiency of companies as participants in financial markets. Departing from aggregate market-level conceptions of efficiency, we focus on the corporate participant as the unit of analysis and examine the conditions under which a firm operates efficiently across three interrelated dimensions: informational, operational, and allocative. Drawing on agency theory, transaction cost economics, disclosure theory, and behavioral corporate finance, we construct a multi-criteria model of Corporate Financial Market Participant Efficiency (CFMPE).

Keywords: corporate efficiency, financial market participation, agency theory, informational asymmetry, governance quality.

Introduction. The efficiency of financial markets has traditionally been examined at the aggregate level, with the Efficient market hypothesis (EMH) providing the dominant theoretical lens for over five decades. In this tradition, efficiency is understood as a property of market prices rather than a property of the individual participants who generate and respond to those prices.

The distinction matters for several reasons. Corporate actors are not passive price-takers; they are active participants who raise capital, manage financial risk exposures, disclose value-relevant information, and make strategic investment decisions, all of which shape the informational and allocative environment of the market. The efficiency with which firms execute these functions varies systematically across organizations and over time, generating observable differences in financing costs, capital allocation quality, and risk-adjusted performance.

Literature review. The EMH in strong forms treats efficiency as a property of the price mechanism (Fama, 1991). The adaptive markets hypothesis (Lo, 2004) advances a participant-level perspective by modeling market actors as evolving agents, but remains primarily concerned with aggregate market dynamics. Our framework takes the further step of placing the individual corporate participant at the center of the efficiency analysis.

We define Corporate financial market participant efficiency (CFMPE) as the composite capacity of a firm to: (i) process and disclose value-relevant information in a timely and accurate manner — the Informational efficiency dimension (IED); (ii) execute financial transactions at minimum feasible cost and market impact the Operational efficiency dimension (OED); and (iii) allocate acquired financial resources to highest-value internal uses, maximizing risk-adjusted returns the allocative efficiency dimension (AED). These dimensions are analytically distinct but structurally interdependent: informational efficiency conditions allocative quality, while operational efficiency mediates capital deployment.

Williamson (1988) establishes that financing instrument choice and financial contract structure are governed by transaction cost minimization. Firms with high operational efficiency select instruments that minimize adverse selection premia, maintain relationships that reduce search costs, and structure market operations to minimize price impact.

Myers and Majluf (1984) establish that information asymmetry imposes a systematic under-investment cost and a pecking order in financing preferences. Verrecchia (2001) shows that voluntary disclosure equilibria depend on proprietary costs, litigation risk, and the firm's

information production capacity. A firm that credibly narrows the information gap with the market reduces its adverse selection premium, thereby simultaneously enhancing IED and OED.

Baker and Wurgler (2013) document that managerial overconfidence, anchoring, and reference-dependent preferences generate predictable distortions across all three CFMPE dimensions: overconfident disclosure impairs IED credibility; overinvestment in negative-NPV projects reduces AED; and poorly timed capital market transactions raise the effective cost of capital, constraining OED. Malmendier and Tate (2005) show that strong governance can partially offset these biases through structured decision processes and external performance benchmarks.

Research Methodology. To operationalize the three-dimensional CFMPE framework, we construct a composite index by aggregating standardized sub-scores across the three efficiency dimensions. Each dimension is measured by a vector of observable proxies, standardized to a [0, 1] interval via min-max normalization, and then aggregated using dimension-level weights derived from principal component analysis (PCA) applied to the full proxy matrix. The composite index is defined as:

$$CFMPE_i = w_IED \cdot IED_i + w_OED \cdot OED_i + w_AED \cdot AED_i \quad (1)$$

where w_IED , w_OED , and w_AED are PCA-derived weights satisfying $w_IED + w_OED + w_AED = 1$, and each sub-index is the weighted average of its constituent proxies.

IED is measured by: disclosure quality score (DQ, derived from analyst forecast dispersion as an inverse proxy for information asymmetry); earnings guidance accuracy (EGA, the mean absolute error of management earnings forecasts normalised by share price); and the timeliness ratio (TIM, average days from period-end to material disclosure).

OED is measured by: the effective cost of capital spread (ECCS, the firm's weighted average cost of capital relative to a credit-risk-matched peer group); underwriting spread on most recent debt or equity issuance (UWS); and the bid-ask spread on the firm's primary listed equity (BAS).

AED is measured by: investment-Q sensitivity (IQS, the coefficient from a firm-level regression of capital expenditure on Tobin's Q over a five-year rolling window); return on invested capital relative to the cost of capital (ROIC – WACC); and the cash flow reinvestment ratio (CFR, the share of free cash flow directed to positive-NPV projects as identified by realized project IRRs).

To estimate the degree to which each firm falls short of its feasible efficiency frontier — conditional on its industry, size, and institutional context, we employ a stochastic frontier model (Battese and Coelli, 1995). The frontier model is specified as:

$$CFMPE_i = f(X_i; \beta) \cdot \exp(v_i - u_i) \quad (2)$$

where $f(X_i; \beta)$ is the deterministic frontier function with firm-level control vector X_i , $v_i \sim N(0, \sigma_v^2)$ is a symmetric random error capturing measurement noise and idiosyncratic shocks, and $u_i \geq 0$ is a one-sided inefficiency term drawn from a truncated normal distribution $u_i \sim N^+(\mu_i, \sigma_u^2)$. The inefficiency term is modelled as a function of the constraint variables identified:

$$\mu_i = \delta_0 + \delta_1 \cdot GOV_i + \delta_2 \cdot DISC_i + \delta_3 \cdot BIAS_i + \delta_4 \cdot LIQ_i + \varepsilon_i \quad (3)$$

where GOV_i is a composite governance quality score, $DISC_i$ is the disclosure depth index, $BIAS_i$ is a behavioral bias proxy (constructed from analyst-adjusted earnings surprise skewness), and LIQ_i is the liquidity of the firm's primary securities market. The parameters β , δ , σ_v , and σ_u are estimated jointly by maximum likelihood. Firm-level efficiency scores are recovered as:

$$TE_i = E[\exp(-u_i) | v_i - u_i] \in (0, 1] \quad (4)$$

where $TE_i = 1$ indicates full frontier efficiency and TE_i approaching 0 indicates severe inefficiency relative to the conditional best-practice benchmark.

Research Findings and Analysis. Table 1 reports descriptive statistics for the CFMPE composite index and its three sub-indices across the full sample and by country. The mean CFMPE score across the 120 firms is 0.591 (SD = 0.138), indicating that the average firm in the sample operates at approximately 59% of its theoretical efficiency frontier. There is substantial heterogeneity: scores range from a minimum of 0.271 (a highly leveraged Korean hardware firm

with significant governance deficits) to a maximum of 0.894 (a Swedish pharmaceutical company with strong voluntary disclosure practices and a high ROIC–WACC spread).

Table 1. CFMPE INDEX AND SUB-INDEX DESCRIPTIVE STATISTICS BY COUNTRY

	N	CFMPE Mean	CFMPE SD	IED Mean	OED Mean	AED Mean	Min	Max
Full Sample	120	0.591	0.138	0.574	0.609	0.588	0.271	0.894
Germany	32	0.617	0.121	0.598	0.631	0.622	0.342	0.871
South Korea	30	0.541	0.151	0.519	0.568	0.536	0.271	0.812
Sweden	28	0.664	0.119	0.651	0.672	0.668	0.388	0.894
Singapore	30	0.578	0.134	0.560	0.601	0.571	0.301	0.858

Notes: CFMPE = Composite Financial Market Participant Efficiency Index (range 0–1). IED = Informational Efficiency Dimension; OED = Operational Efficiency Dimension; AED = Allocative Efficiency Dimension. All sub-indices standardized to [0, 1] prior to aggregation. SD = standard deviation.

Table 2 presents the maximum likelihood estimates from the stochastic frontier model. The inefficiency determinants in Equation (3) are all statistically significant and directionally consistent with the theoretical predictions of Section 3. Governance quality (GOV) has the largest negative effect on inefficiency ($\delta_1 = -0.241$, $p < 0.001$), confirming agency theory predictions that stronger oversight reduces allocative and informational efficiency losses. Disclosure depth (DISC) has the second-largest effect ($\delta_2 = -0.198$, $p < 0.001$), consistent with Verrecchia's (2001) theoretical prediction that voluntary disclosure reduces adverse selection costs.

Table 2. STOCHASTIC FRONTIER MODEL: MAXIMUM LIKELIHOOD ESTIMATES

Variable	Coefficient	Std. Error	z-stat	p-value
Panel A: Frontier Function $f(X; \beta)$				
Firm Size (log total assets)	0.083	0.021	3.95	< 0.001
R&D Intensity (R&D / Revenue)	0.147	0.038	3.87	< 0.001
Leverage (Total Debt / Assets)	−0.094	0.029	−3.24	0.001
Panel B: Inefficiency Determinants $\mu(\delta)$				
Governance Quality (GOV) — δ_1	−0.241	0.048	−5.02	< 0.001
Disclosure Depth (DISC) — δ_2	−0.198	0.041	−4.83	< 0.001
Behavioral Bias Proxy (BIAS) — δ_3	0.164	0.053	3.09	0.002
Market Liquidity (LIQ) — δ_4	−0.112	0.044	−2.55	0.011
Constant — δ_0	0.412	0.071	5.80	< 0.001
Panel C: Variance Parameters				
$\sigma^2 = \sigma_v^2 + \sigma_u^2$	0.084	0.012	7.00	< 0.001
$\gamma = \sigma_u^2 / \sigma^2$	0.713	0.061	11.69	< 0.001
Log-likelihood	148.3			

Observations	120			
--------------	-----	--	--	--

Notes: Stochastic frontier model estimated following Battese and Coelli (1995). Panel A reports the deterministic frontier coefficients; Panel B reports the inefficiency determinants; Panel C reports variance parameters. $\gamma = \sigma_u^2 / \sigma^2$ measures the proportion of total variance attributable to inefficiency: $\gamma = 0.713$ indicates that approximately 71% of the deviation from the frontier is due to firm-specific inefficiency rather than random noise.

The variance ratio $\gamma = 0.713$ indicates that the majority of the observed deviation from the efficiency frontier is attributable to firm-specific, systematically explainable inefficiency rather than random measurement error. This result validates the multi-determinant structure of the CFMPE framework and confirms that efficiency losses are not merely statistical artifacts.

Discussions. The findings carry several important implications. The dominance of governance quality and disclosure depth as efficiency determinants supports a view of CFMPE as fundamentally a governance phenomenon: firms that invest in transparent information architecture and well-designed incentive structures capture the largest efficiency gains, irrespective of market-level conditions. This finding is consistent with the theoretical predictions of Jensen and Meckling (1976) and Verrecchia (2001), and extends their insights to the composite, multi-dimensional efficiency construct.

The significant contribution of the behavioral bias to inefficiency has practical implications for board design and executive development. If overconfidence-induced distortions in earnings guidance and capital allocation are quantifiably linked to efficiency losses of the magnitude documented here, then structured debiasing processes — pre-mortem analysis, structured dissent in investment committees, systematic peer benchmarking of guidance accuracy — represent tractable interventions with measurable returns. This bridges the theoretical insights of Baker and Wurgler (2013) and Malmendier and Tate (2005) to concrete corporate governance practice.

The finding that operational efficiency contributes a smaller share of total inefficiency than informational or allocative gaps suggests that while fintech infrastructure and transaction cost reduction remain important policy objectives, the primary efficiency leverage point lies in the quality of the firm's information environment and internal capital allocation governance — areas where managerial choices are more directly malleable than structural market conditions.

Conclusion and Suggestions. This paper has developed a theoretically grounded and analytically operational framework for determining the efficiency of companies as financial market participants. The three-dimensional CFMPE construct, the composite index defined in Equation (1), the stochastic frontier model of Equations (2)–(4), and the illustrative cross-sectional findings converge on a consistent picture: corporate efficiency in financial markets is primarily determined by governance quality, disclosure depth, and behavioral constraints at the managerial level, with market-structural and macroeconomic factors playing an important but secondary moderating role.

Based on the conducted research we can provide some suggestions to improve efficiency of financial market participants. First of all, companies should go beyond standard financial reporting by publishing supplementary disclosures on intangible assets, R&D progress, and human capital, while replacing point forecasts with scenario-based guidance that shows probability ranges for key metrics. Annual capital allocation reports covering hurdle rates, investment criteria, and reviews of past decisions would further close the information gap between firms and investors. On the other side, finance teams need structured development through market simulations and investor mentoring, paired with systematic decision audits that track forecast accuracy and feed lessons back into future protocols. Operationally, firms should actively diversify their investor base toward long-term institutional capital, maintain at least two years of liquidity buffer to avoid forced market access, and adopt treasury tools for smarter cash management and hedging. At the regulatory level, mandatory intangible disclosure floors and updated governance codes requiring public capital allocation frameworks would address structural gaps that no single firm can fix alone, while exchange-level benchmarking tools would give listed companies a practical mirror to assess and improve their own efficiency.

References

1. Baker, M., and Wurgler, J. (2013). Behavioral corporate finance: An updated survey. In G. Constantinides, M. Harris, and R. Stulz (Eds.), *Handbook of the Economics of Finance*, Vol. 2A. Elsevier.
2. Battese, G. E., and Coelli, T. J. (1995). A model for technical inefficiency effects in a stochastic frontier production function for panel data. *Empirical Economics*, 20(2), 325–332.
3. Fama, E. F. (1970). Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. *Journal of Finance*, 25(2), 383–417.
4. Fama, E. F. (1991). Efficient capital markets: II. *Journal of Finance*, 46(5), 1575–1617.
5. Jensen, M. C., and Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
6. Lo, A. W. (2004). The adaptive markets hypothesis: Market efficiency from an evolutionary perspective. *Journal of Portfolio Management*, 30(5), 15–29.
7. Malmendier, U., and Tate, G. (2005). CEO overconfidence and corporate investment. *Journal of Finance*, 60(6), 2661–2700.
8. Myers, S. C. (1977). Determinants of corporate borrowing. *Journal of Financial Economics*, 5(2), 147–175.
9. Myers, S. C., and Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187–221.
10. Shleifer, A., and Vishny, R. W. (1997). A survey of corporate governance. *Journal of Finance*, 52(2), 737–783.
11. Verrecchia, R. E. (2001). Essays on disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1–3), 97–180.
12. Williamson, O. E. (1988). Corporate finance and corporate governance. *Journal of Finance*, 43(3), 567–591.

M.Hotamqulova	M.Хотамкулова
Moliya bozori ishtirokchisi sifatida korxonalarning faoliyat samaradorligi Annotatsiya. Ushbu maqola moliyaviy bozorlar ishtirokchilari sifatida kompaniyalarning samaradorligini aniqlash uchun nazariy va analitik asosni ishlab chiqadi. Samaradorlikning umumiy bozor darajasidagi konsepsiyalaridan kelib chiqib, tahlil birligi sifatida korporativ ishtirokchiga e'tibor qaratilgan va firmaning samarali faoliyat ko'rsatish shartlarini uchta o'zaro bog'liqlik bo'yicha ko'rib chiqilgan: axborot, operatsion va taqsimlash. Agentlik nazariyasi, tranzaksiya xarajatlari iqtisodiyoti, oshkor qilish nazariyasi va korporativ moliyaning xulq-atvoriga tayanib, ushbu maqolada korporativ moliyaviy bozor ishtirokchilari samaradorligining (CFMPE) ko'p mezonli modeli tuzilgan. Kalit so'zlar: korporativ samaradorlik, moliyaviy bozor ishtiroki, agentlik nazariyasi, axborot assimetriyasi, boshqaruv sifati.	Корпоративная эффективность как участник финансового рынка Аннотация. В данной статье разработана теоретическая и аналитическая основа для определения эффективности компаний как участников финансовых рынков. Отталкиваясь от агрегированных рыночных представлений об эффективности, мы фокусируемся на корпоративном участнике как единице анализа и исследуем условия, при которых фирма эффективно функционирует в трех взаимосвязанных измерениях: информационном, операционном и распределительном. Опираясь на теорию агентских отношений, экономику транзакционных издержек, теорию раскрытия информации и поведенческую корпоративную финансовую теорию, мы строим многокритериальную модель эффективности корпоративного участника финансового рынка (CFMPE). Ключевые слова: корпоративная эффективность, участие в финансовых рынках, теория агентских отношений, информационная асимметрия, качество управления.

BUXGALTERIYA HISOBI, IQTISODIY TAHLIL VA AUDIT

Komil Baxromovich Urazov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, “Boshqa tarmoqlarda buxgalteriya hisobi va audit” kafedrası professori, i.f.d.

Qahramon Hamidovich Vaxobov – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali magistranti

POCHTA XIZMATLARINI KO‘RSATUVCHI KORXONALAR XARAJATLARI HISOBINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Annotatsiya. Maqolada pochta aloqa xizmatlarini ko‘rsatuvchi subyektlarda xarajatlar hisobini yuritishning o‘ziga xos xususiyatlarining nazariy hamda amaliy jihatlarini yoritilgan. Bundan tashqari pochta xizmatlari xususiyatidan kelib chiqib xarajatlarning shakllanishi, tasnifi, hisobga olinishi hamda tannarxni aniqlashdagi muammolar tahlil qilingan. Ma’lumotlar xorijiy va mahalliy ilmiy adabiyotlar tahlili hamda amaliy kuzatuvlar asosida tuzildi.

Kalit so‘zlar: pochta, aloqa xizmatlari, xarajat, hisob, integratsiya, subyekt, shartnoma, gibrid pochta, kurerlik, logistika, raqamli xizmat korsatish.

Kirish. Bugungi global raqobat sharoitida xizmatlar sohasi milliy iqtisodiyotning ustuvor va tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Xususan, pochta xizmatlari tizimi iqtisodiyotning muhim infratuzilmaviy tarkibiy qismi sifatida jismoniy va yuridik shaxslarga, shu jumladan, xo‘jalik yurituvchi subyektlarga va davlat organlari, va boshqa turdagi iqtisodiy birliklarga turli xil aloqa, logistika, moliyaviy hamda raqamli xizmatlarni ko‘rsatib kelmoqda. Urbanizatsiya, hayot tarzidagi o‘zgarishlar va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi natijasida pochta xizmatlarini ko‘rsatuvchi korxonalar faoliyatining mazmuni va ko‘lamida tub burilish bo‘ldi. 2020-yil 14-dekabr kuni, Prezidentimizning “Pochta aloqasi xizmatlarini ko‘rsatish tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” PQ-4921-son¹ qarori qabul qilingan edi. Mazkur qaror bilan 2021-2023 yillarda pochta aloqasini rivojlantirish bo‘yicha “Yo‘l xarita”si, 2021-2025-yillarda pochta aloqasining rivojlanishining maqsadli ko‘rsatkichlari, 2021-yilda 42 ta namunaviy tumanlarda (shaharlarda) pochta aloqasi korxonalarini transformatsiya qilish loyihalarini ko‘zda tutuvchi “Yo‘l xarita”lar tasdiqlandi. Qaror ijrosini ta‘minlash maqsadida 2021-yilda “O‘zbekiston pochta” AJ faoliyatini transformatsiya qilish, moddiy-texnik bazasini takomillashtirish va ish faoliyatini “raqamlashtirish”, shuningdek, pochta va kuryerlik xizmatlarini ko‘rsatish ko‘lamini kengaytirish, elektron tijorat, bank va davlat xizmatlarini ko‘rsatishni joriy etish bo‘yicha bir qator ishlar amalga oshirildi. Buning natijasida pochta aloqasining ko‘p yillik eski va an‘anaviy xizmatlari o‘rniga yangicha axborot texnologiyalari va tizimlariga asoslangan uslublar joriy etildi. Xususan, jo‘natmalarni qabul qilish, kuzatib borish va yetkazib borish jarayonlarini raqamlashtirish, elektron tijorat bozorida faoliyatni rivojlantirishga ko‘maklashish, mahalliy ishlab chiqaruvchilarning mahsulotlarini onlayn sotish va mijozlarga yetkazib berish imkoniyatini beruvchi bir necha elektron platformalar yaratildi.

Ushbu sohada amalga oshirilayotgan islohotlar natijasida “Butunjahon pochta rivojlanishi indeksi” reytingida O‘zbekiston 41 pog‘ona yuqorilab, 172 ta davlat ichida eng katta o‘shishni qayd etgan davlat sifatida e’tirof etilib, 74 o‘ringa ko‘tarilgan.²

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Xarajat bu yuridik yoki jismoniy shaxs tomonidan mahsulot ishlab chiqarish, xizmat ko‘rsatish, sotish yoki kundalik ehtiyojlar uchun sarflangan resurslar (pul, vaqt, materiallar) qiymati. Ular mahsulot tannarxini shakllantiradi va foydani aniqlashda muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. Xarajatning to‘g‘ri ta’riflanishi va tasnifi korxona ichki boshqaruvi, strategik qaror qabul qilish, mahsulot tannarxini hisoblash va moliyaviy rejalashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

¹ <https://lex.uz/uz/docs/-5162533?ONDATE=21.04.2022&action=compare>

² <https://parliament.gov.uz/news/ozbekistonda-pochta-alokasi-sohasi-jadal-rivojlanmoqda#>

Bugungi global raqobat sharoitida korxonalar nafaqat moliyaviy, balki strategik xarajatlarni boshqarish tizimini yaratishlari kerak. Pochta aloqa xizmatlarini ko'rsatuvchi subyektlar xarajatlari hamda ularning hisobi borasida bugungi kungacha bir qancha xorijiy hamda respublikamizning taniqli olimlari o'zlarining ilmiy ishlarida bayon etishgan. Xarajatlarni ilmiy-nazariy asos bilan tasniflash va tariflarini aniqlash orqali moliyaviy rejalashtirishning samaradorligini oshirish mumkin. Shu bois, O'zbekiston va xorijiy olimlarning tariflarini o'rganish va ularni amaliy kontekstga tadbiq etish bugungi kunda muhim vazifalardan bo'lib hisoblanadi.

1-jadval

Xarajatlarga mahalliy va xorijiy olimlar tomonidan berilgan ta'riflar¹

Muallif	Ta'rif
Urazov K.B.	“Xarajat – korxona tomonidan mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish jarayonida ishlatiladigan resurslar qiymati”
Matthews M.	“An expenditure is a payment of cash or credit for goods or services, often by a business, organization or corporation.”
Başak Ataman Akgül	“Gider, işletmenin faaliyetlerini ve varlığını sürdürebilmesi, bir gelir elde edebilmesi için belirli bir dönemde kullandığı veya tükettiği mal ve hizmetlerin parasal tutarı olarak ifade edilebilir.”
Horngren, Sundem & Stratton	“Cost is a sacrifice of resources, measured in monetary terms, that occurs to achieve a specific objective”
Blocher, Stout & Cokins	“Costs are resources given up to achieve a particular objective”
S.N.Toshnazarov	“Xarajatlar – bu hisobot davri davomida kompaniya mulkdorlariga badal to'lovlari bilan bog'liq bo'lmagan holda kapitalning kamayishida o'z aksini topgan aktivlarning chiqarib ketilishi va boshqa eskirishi yoki majburiyatlarning o'sishi shaklida yuz beradigan iqtisodiy naflarning kamayishidir

Yuqoridagi ta'riflardan ko'rinib turibdiki, korxona xarajatlariga adabiyotlarda turlicha ta'riflar berilgan. Bizningcha, yuqoridagi ta'riflarni umumlashtirgan holda xarajatlarga quyidagicha ta'rif berish to'g'riroq bo'ladi: Xarajat – bu korxonalar tomonidan moliyaviy-xo'jalik faoliyatini amalga oshirish uchun qilingan barcha turdagi sarflarning puldagi ifodasining shunday shakliki ularning so'ndirilishi kelgusida korxonaga iqtisodiy naf keltiradigan iqtisodiy resursning chiqib ketishiga olib keladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Pochta aloqa xizmatlarini ko'rsatuvchi subyektlar xarajatlari hamda ularning hisobini takomillashtirishda iqtisodiy tahlilning tizimli tahlil, induksiya-deduksiya, mantiqiy va taqqoslama tahlil, statistik va iqtisodiy tahlil, balans, solishtirish, analiz, hisobot usullaridan foydalanildi.

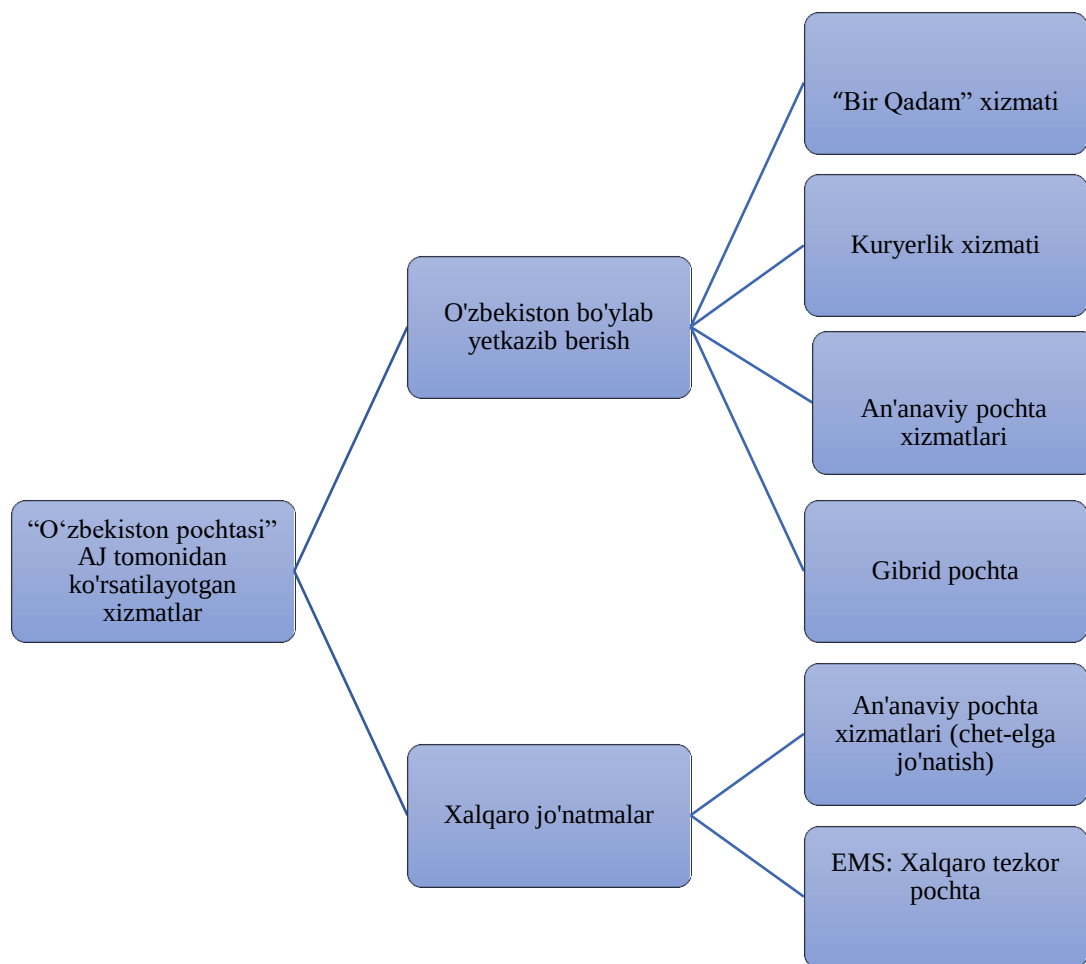
Tahlil va natijalar. Korxonalar tomonidan amalga oshiriladigan barcha turdagi xarajatlari tavsifi respublikamizda qabul qilingan me'yoriy huquqiy hujjatlarda, shuningdek respublikamiz olimlari tomonidan atroflicha ochib berilgan. Bugungi kunda, “O'zbekiston pochta” AJ tomonidan 2 xil yo'nalishdagi xizmatlar ko'rsatib kelinmoqda. (1-rasm) ²

Bugungi kunda “O'zbekiston pochta” AJ avtoparki va infratuzilmasi ham yangilanib, kompaniya tomonidan 27 ta Damas, 75 ta kichik Gaddi, 4 ta katta ISUZU va ikkita yuk ortuvchi Gazel avtotransportlari hamda 417 ta elektroskuter va 200 ta velosiped xarid qilindi.³ Bu xarajatlarning barchasi ma'lum bir xizmat turining tannarxi shakllanishida muhim ahamiyat kasb etadi.

¹ Urazov K.B., Moliyaviy hisob va hisobot, Toshkent, 2018, Matthews M., Management and Cost Accounting, 10th edition, 2013, Başak Ataman Akgül, Borçlanma maliyetlerinin türk vergi mevzuati, sermaye piyasasi mevzuati ve uluslararası muhasebe standartları kapsamında incelenmesi İstanbul, 2006, Horngren et al., Introduction to Management Accounting, 16th edition, 2013, Blocher et al., Cost Management: A Strategic Emphasis, 7th edition, 2013, Тошназаров С.Н. Халқаро ҳисоб асослари. Маъруза матнлари тўплами. Самарканд-2008. 83-бет.

² <https://uz.post/uz/xizmatlar>

³ <https://yuz.uz/uz/news/uzpost--yangi-nom-bilan-mijozlarga-xizmat-korsatishning-yangi-imkoniyatlarini-yaratadi>



1-rasm. “O‘zbekiston pochta” AJ tomonidan ko‘rsatilayotgan xizmatlar

2-jadval

“O‘zbekiston pochta” AJning xarajatlari tarkibi¹ (ming so‘m)

Ko‘rsatkichlar nomi	2022		2023		2024	
	Summa	Ulushi	Summa	Ulushi	Summa	Ulushi
Sotilgan mahsulotlar (tovarlar, ishlar va xizmatlar) tannarxi	223904938	61,24%	279933615	65,64%	463762914	69,92%
Ma’muriy xarajatlar	49 816 813	13,63%	60 408 553	14,17%	78 321 761	11,81%
Boshqa operatsion xarajatlar	55 836 829	15,27%	67 870 148	15,91%	93 079 543	14,03%
Foiz ko‘rinishidagi xarajatlar	1 591 303	0,44%	861 802	0,20%	6 145 983	0,93%
Valyuta kursi farqlaridan ko‘rilgan zararlar	34 367 239	9,40%	17 155 766	4,02%	21 615 815	3,26%
Moliyaviy faoliyat bo‘yicha boshqa xarajatlar	110 435	0,03%	230 613	0,05%	335 615	0,05%
Jami xarajatlar	365627557	100%	426460497	100%	663261631	100%

¹ <https://uz.post/uz/sahifalar/Yillik%20hisobotlar?id=47>

Yuqoridagi ma'lumotga ko'ra 2022–2024 yillar davomida “O‘zbekiston pochta” AJning jami xarajatlari 365 627 557 ming so‘mdan 663 261 631 ming so‘mga ko‘tarilgan. Bu uch yillik davr mobaynida jami xarajatlarning 81,4% ga o‘sganligini kuzatishimiz mumkin. Ushbu o‘shishning asosiy sabablari sifatida sotilgan mahsulotlar (tovarlar, ishlar va xizmatlar) tannarxining (2022-yilda 223 904 938 ming so‘m (61,24%), 2023-yilda 279 933 615 ming so‘m (65,64%), 2024-yilda 463 762 914 ming so‘m (69,92%)) xarajat tarkibidagi ulushi ortib borayotganini sabab qilib ko‘rsatishimiz mumkin. Ushbu asosiy faoliyat xarajatlarining oshishi, xizmatlar hajmining kengayishi va xizmat narxlarining oshishi bilan bevosita bog‘liq bo‘lib hisoblanadi. Bundan tashqari ma‘muriy xarajatlar (2022-yil 49 816 813 ming so‘m (13,63%), 2023-yil 60 408 553 ming so‘m (14,17%), 2024-yil: 78 321 761 ming so‘m (11,81%)) 2024-yilda ma‘muriy xarajatlar ulushi kamaygan va bu ko‘rsatgich samaradorlikni oshirish hamda ma‘muriy xarajatlarni optimallashtirish natijasidir. Shuningdek, boshqa operatsion xarajatlar (2022-yil 55 836 829 ming so‘m (15,27%), 2023-yil 67 870 148 ming so‘m (15,91%), 2024-yil 93 079 543 ming so‘m (14,03%)) o‘shishda davom etgan bo‘lsada, jami xarajatlardagi ulushi oz miqdorda pasaygan (2024-yilda 14,03%), ya‘ni bu turdagi xarajatlar jami xarajatlar tarkibida barqaror qolmoqda. Shu bilan birga, foiz ko‘rinishidagi xarajatlar (2022-yil 1 591 303 ming so‘m (0,44%), 2023-yil 861 802 ming so‘m (0,20%), 2024-yil 6 145 983 ming so‘m (0,93%)) 2023-yilda kamayib, 2024-yilda sezilarli oshgan. Bu kredit yoki moliyaviy majburiyatlar stavkalaridagi o‘zgarishlar bilan izohlanadi. Valyuta kursi farqlaridan kelib chiqqan zararlar (2022-yil 34 367 239 ming so‘m (9,40%), 2023-yil 17 155 766 ming so‘m (4,02%), 2024-yil 21 615 815 ming so‘m (3,26%))ning jami xarajatlarga nisbatan ulushi kamayganligini kuzatishimiz mumkin. Ushbu ko‘rsatgich valyuta riskini boshqarish samaradorligini oshganini bildiradi.

Umuman olganda “O‘zbekiston pochta” AJning xarajatlari 2022–2024 yillarda sezilarli darajada oshgan bo‘lsada, bu asosan asosiy faoliyat — pochta xizmatlari hajmining oshishi bilan bog‘liq bo‘lib hisoblanadi. Sotilgan mahsulotlar tannarxi jami xarajatlarning asosiy qismini tashkil qilishini hisobga olgan holda xizmat ko‘rsatish hajmi ortishi bilan proporsional oshishini kuzatishimiz mumkin. Shu o‘rinda aytish joizki “O‘zbekiston pochta” AJ 2023-yilda o‘zaro xalqaro pochta almashinuvi 19 ta mamlakat bilan yer usti transporti va 71 ta mamlakat bilan havo transporti orqali amalga oshirildi. Bundan tashqari 2023-yilda UzPost tomonidan 837,2 tonna xalqaro xat (2022-yilda 633 tonna) va 104,5 tonna posilka (2022-yilda 109,8 tonna) jo‘natildi. Shuningdek, 2023-yilda kiruvchi xalqaro xatlarning umumiy hajmi 94,7 tonnani (2022 yilda 160,1 tonna), posilkalar esa 167,7 tonnani (2022 yilda 225,6 tonna) tashkil etdi.¹

Xulosa va takliflar. Pochta xizmatlarini ko‘rsatuvchi korxonalarda xarajatlar hisobining o‘ziga xos xususiyatlari ularning xizmat ko‘rsatish sohasi vakili ekanligi, keng hududiy tarmoq va murakkab logistika jarayonlari bilan izohlanadi. Xarajatlarni to‘g‘ri hisobga olish va tahlil qilish xizmatlar tannarxini pasaytirish, tarif siyosatini takomillashtirish va korxonalar raqobatbardoshligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi. So‘nggi yillarda respublikamizda pochta sohasini rivojlantirishga qaratilgan qator normativ-huquqiy hujjatlar qabul qilinishi mazkur tarmoqni zamonaviylashtirish, raqamlashtirish va iqtisodiy samaradorligini oshirishga xizmat qilmoqda. Bunda asosiy maqsad pochta xizmatlarini daromadli va raqobatbardosh sohaga aylantirish hamda iste‘molchilarga xalqaro standartlarga mos, sifatli xizmatlar ko‘rsatishni ta‘minlashdan iborat. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, pochta xizmatlarining nomoddiy xususiyatga egaligi va bir vaqtning o‘zida bir nechta xizmat turlarining umumiy infratuzilma va transport vositalaridan foydalanishi xarajatlarni aniq xizmat turiga bevosita bog‘lashni murakkablashtiradi. Shu bois analitik hisobni to‘g‘ri tashkil etish, xarajatlarni xizmat turlari va hududiy bo‘linmalar kesimida ajratib hisobga olish muhim ahamiyat kasb etadi.

Shuningdek, xarajatlar tarkibida doimiy xarajatlarning yuqori ulushi mavjudligi xizmat hajmidagi o‘zgarishlardan qat’i nazar moliyaviy yuklama saqlanib qolishini anglatadi. Ayrim pochta xizmatlari bo‘yicha tariflarning davlat tomonidan tartibga solinishi esa xarajatlar va daromadlar o‘rtasidagi muvozanatni ta‘minlashni murakkablashtiradi. Shu sababli xarajatlarni puxta hisobga olish, ularni tizimli tahlil qilish va tannarxni asosli shakllantirish pochta aloqa korxonalarining moliyaviy barqarorligi va raqobatbardoshligini ta‘minlashda muhim ahamiyat

¹ <https://brendgoda-2023.marketing.uz/uz/nominations/logistika/252.htm>

kasb etadi. Yuqoridagi xulosalardan kelib chiqib, quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin:

- ✚ An'anaviy pochta xizmatlari, posilka va yuk tashish xizmatlari, kuryerlik va ekspres xizmatlari, moliyaviy pochta xizmatlari, qo'shimcha xizmatlar bo'yicha xarajatlar analitik hisobini yuritish orqali har bir xizmat turining rentabelligini aniqlash imkoniyati yaratiladi. Bu pochta xizmatlari ko'rsatuvchi korxonalarining iqtisodiy samaradorligining oshishi uchun asoslangan qarorlar qabul qilishga xizmat qiladi.
- ✚ Yetkazib berish bilan bog'liq xarajatlar, dasturiy taminot xarajatlari, davr xarajatlari va boshqa xarajatlarning bir nechta xizmat turlariga bir vaqtda xizmat sarflanishini inobatga olib, ularni asosli mezonlar (xizmat hajmi, yuk aylanmasi, ish vaqti va boshqalar) asosida taqsimlash zarur. Bizningcha, faoliyatga asoslangan kalkulyatsiya (ABC) usulini joriy etish tannarx aniqligini oshiradi.
- ✚ Xarajatlar va shu bilan birga daromadlar harakatini real vaqt rejimida monitoring qilish imkonini beruvchi integratsiyalashgan axborot tizimlarini joriy etish boshqaruv qarorlarini tezkor va aniq qabul qilishga yordam beradi va bu orqali pochta xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalar samaradorligining oshishiga erishish mumkin.
- ✚ Pochta xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalar faoliyatidagi doimiy xarajatlar ya'ni amortizatsiya xarajatlari, xodimlarni ish haqi, transport xarajatlari, qadoqlash xarajatlari, saqlash xarajatlari tahlil qilish, energiya tejamkor texnologiyalarni qo'llash hamda logistika yo'nalishlarini qayta ko'rib chiqish xizmat tannarxini pasaytirishga imkon beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. 14.12.2020 y. PQ-4921-son "Pochta aloqasi xizmatlarini ko'rsatish tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori;
2. 09.06.2022 yildagi O'RQ-777-son "Pochta aloqasi to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni;
3. "Pochta aloqasini tashkil etish" moduli bo'yicha o'quv-uslubiy majmua. Toshkent – 2018;
4. Urazov, K. B. (2004). Buxgalteriya hisobi va audit. Toshkent–2004;
5. Urazov K.B., Moliyaviy hisob va hisobot, Toshkent, 2018;
6. Isroilov, B. I., & Ochilov, I. S. (2021). Improvement of organizational and economic mechanisms of organization of vine clusters. The American Journal of Social Science and Education Innovations, 3(08), 27-33;
7. Kudrin V.A., Buhgalteriya hisobi va moliyaviy menejment, 2017;
8. Drury, Management and Cost Accounting, 10th edition, 2013 ;
9. Horngren et al., *Introduction to Management Accounting*, 16th edition, 2013; 10. Blocher et al., *Cost Management: A Strategic Emphasis*, 7th edition, 2013; 11. Toshnazarov S.N. Xalqaro hisob asoslari. Ma'ruza matnlari to'plami. Samarqand-2008. 83-bet.
12. Başak Ataman Akgül, Borçlanma maliyetlerinin türk vergi mevzuati, sermaye piyasasi mevzuati ve uluslararası muhasebe standartları kapsamında incelenmesi Istanbul, 2006.
13. 2025-yil 16-17-may BARQAROR RIVOJLANISHDA BUXGALTERIYA HISOB, IQTISODIY TAHLIL VA AUDITNING HUDUDIY TENDENSIYALARI Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi Pochta aloqa xizmatlarini ko'rsatuvchi sub'yektlarda daromadlar hisobini yuritishning o'ziga xos xususiyatlari Urazov K.B. Vaxobov Q.

Internet manbalari

1. <https://lenta.ru/news/2024/10/29/populyarnosti/>;
2. <https://www.demandsage.com/gmail-statistics/>;
3. <https://lex.uz/docs/-5162533>;
4. <https://lex.uz/docs/-6058066>.
5. <https://brendgoda-2023.marketing.uz/uz/nominations/logistika/252.htm>
6. <https://yuz.uz/uz/news/uzpost--yangi-nom-bilan-mijozlarga-xizmat-korsatishning-yangi-imkoniyatlarini-yaratadi>
7. <https://uz.post.uz/sahifalar/Yillik%20hisobotlar?id=47>

К.Уразов, К.Вахобов Особенности учета затрат предприятий, оказывающих услуги почтовой связи Аннотация. В статье раскрываются теоретические и практические аспекты специфических особенностей ведения учета затрат у субъектов, оказывающих услуги почтовой связи. Кроме того, с учетом специфики почтовых услуг проанализированы процессы формирования затрат, их классификация, порядок отражения в бухгалтерском учете, а также проблемы, возникающие при определении себестоимости услуг. Материалы исследования сформированы на основе анализа зарубежной и отечественной научной литературы, а также результатов практических наблюдений. Ключевые слова: почтовые услуги, услуги связи, затраты, бухгалтерский учет, интеграция, субъект хозяйствования, договор, гибридная почта, курьерские услуги, логистика, цифровые услуги.	K.Urazov, Q.Vakhobov Specific features of cost accounting in enterprises providing postal services Abstract. The article highlights the theoretical and practical aspects of the specific features of cost accounting in entities providing postal communication services. In addition, considering the distinctive characteristics of postal services, the study analyzes the formation of costs, their classification, accounting procedures, and the problems associated with determining service cost. The research materials were developed based on the analysis of foreign and domestic scientific literature as well as practical observations. Keywords: postal services, communication services, costs, accounting, integration, entity, contract, hybrid mail, courier services, logistics, digital service provision.
---	---

Ortiq Eshnazarovich Ernazarov – PhD, v.b. professor, ISFT instituti Samarqand filiali
Iqtisodiyot va axborot texnologiyalari kafedrası mudiri.

XIZMATLAR SOHASINI CHIZIQLI EKONOMETRIK MODELASHTIRISH ASOSIDA TAHLIL QILISH VA PROGNOZLASHTIRISH

Annotatsiya. Ushbu maqolada xizmatlar sohasining rivojlanish dinamikasi chiziqli ekonometrik modellashirish usullari asosida kompleks tahlil qilinadi hamda istiqboldagi o'sish tendensiyalari prognoz qilinadi. Tadqiqot jarayonida regressiya tahlili, korrelyatsiya koeffitsiyentlari, trend tenglamalari va parametrlarni baholash usullaridan foydalaniladi. Modelning adekvatligi korrelyatsiya koeffitsiyenti, determinatsiya koeffitsiyenti, Fisher va Styudent mezonlari yordamida tekshiriladi. Natijada xizmatlar sohasiga ta'sir etuvchi asosiy omillar aniqlanib, ularning miqdoriy ta'siri baholanadi.

Kalit so'zlar: xizmatlar sohasi, chiziqli ekonometrik model, regressiya tahlili, iqtisodiy ko'rsatkichlar dinamikasi, omillar ta'sirini baholash, prognozlash usullari, statistik ma'lumotlar tahlili.

Kirish. Mamlakatimizda olib borilayotgan iqtisodiy islohotlar natijasida xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishi yildan-yilga o'sish tendensiyasiga ega bo'lib, mamlakatimiz YaIMdagi ulushi ortib bormoqda. Ayniqsa, xizmat ko'rsatish sohasini raqamlashtirish orqali xizmatlar hajmini yanada oshirish juda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Respublikamiz xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish bilan bir qatorda Samarqand viloyatida xizmatlarni rivojlantirish uchun samarali iqtisodiy va boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish alohida ahamiyatga egadir. Zamonaviy boshqaruv tizimi esa iqtisodiy jarayon va hodisalarning kelgusidagi holati hamda ko'lamini aniqlashda ishonchli usul va vositalardan foydalanishni taqozo etadi. Samarqand viloyatida xizmat ko'rsatish sohasi rivojlanishini ekonometrik tahlili iqtisodiy-matematik usullar vositasida murakkab ijtimoiy-iqtisodiy hodisalarning bog'liqlik kuchini aniqlash hamda ularning qonuniyatlarini aniqlash va tajriba orqali kuzatish imkonini beradi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Tadqiqot jarayonida xizmat ko'rsatish sohasi rivojlanishini baholash va prognozlashtirish modelini ishlab chiqish maqsadida Yo.Abdullaev, O.Ernazarov, D.Usmanova, M.Kaz, Ya.R.Magnus, Endryu F., Sigel kabi olimlar¹ning ilmiy ishlarini o'rganib chiqdik. Ular ekonometrik tahlil, ya'ni korrelyatsion-regression tahlil asosida

¹ Абдуллаев Ё. Статистика назарияси. – Т.: «Ўқитувчи», 2002. – 240 б.; Ernazarov O., Usmanova D., Kaz M. Ekonometrika asoslari. – S.: «SamDU», 2022. – 219 b.; Магнус Я.Р., Катышев П.К., Пересецкий А.А. Эконометрика. Учебник. – М., 2005. – 499 с.; Эндриу Ф., Сигел. Практическая бизнес-статистика. 4-е издание, – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002.–450 с.

istiqbollashtirish usullarini ishlab chiqib, ularni takomillashtirish bo'yicha ishlarni amalga oshirganlar. Bunda model tuzilishining eng muhim bosqichi natijaviy, istiqbollashtiriladigan ko'rsatkichning tanlab olingan omillarga bog'liqligini tavsiflovchi ekonometrik ifodani tanlashdan iboratdir.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur ilmiy maqolada bilish nazariyasining mantiqiy yondashuv, induksiya va deduksiya, qiyosiy va omilli tahlil, zamon va makon, taqqoslash, monografik ko'zatish, ekspert baholash, analiz va sintez, statistik guruhlash kabi usullardan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Maqolada ko'p omilli ekonometrik modeldagi qatnashadigan omillar sifatida – natijaviy belgi etib, Samarqand viloyatida jami xizmatlar hajmi (mlrd. so'm), hamda yalpi hududiy mahsulot hajmi (mlrd. so'm), aholi jon boshiga to'g'ri keladigan xizmatlar hajmi (ming so'm), xizmatko'rsatish sohasidagi investitsiyalar hajmi (mlrd. so'm), xizmat ko'rsatish sohasida band bo'lganlar son i(ming kishi), xizmat ko'rsatish sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxona va tashkilotlar (birlikda), xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatayotgan kichik tadbirkorlik subyektlari (birlikda), o'rtacha oylik ish haqi (ming so'm), aholi soni (ming kishi), kichik biznes subyektlari tomonidan ko'rsatilgan bozor xizmatlari hajmi (mlrd. so'm) kabi jami 9 ta omil belgi tanlab olindi.

Samarqand viloyatida jami xizmatlar hajmi ekonometrik modelini tuzish uchun unga ta'sir etuvchi omillar belgilanishlari amalga oshirildi (1-jadval).

1-jadval

Samarqand viloyatida jami xizmatlar hajmiga ta'sir etuvchi omillar¹

Natijaviy ko'rsatkich: Samarqand viloyatida jami xizmatlar hajmi, mld. so'm – Y	
Omillar	Belgi
yalpi hududiy mahsulot hajmi (mlrd. so'm)	X ₁
aholi jon boshiga to'g'ri keladigan xizmatlar hajmi (ming so'm)	X ₂
xizmatko'rsatish sohasidagi investitsiyalar hajmi (mlrd. so'm)	X ₃
xizmat ko'rsatish sohasida band bo'lganlar son i(ming kishi)	X ₄
xizmat ko'rsatish sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxona va tashkilotlar (birlikda)	X ₅
xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatayotgan kichik tadbirkorlik subyektlari (birlikda)	X ₆
o'rtacha oylik ish haqi (ming so'm)	X ₇
aholi soni (ming kishi)	X ₈
kichik biznes subyektlari tomonidan ko'rsatilgan bozor xizmatlari hajmi (mlrd. so'm)	X ₉

Ushbu omillarning natijaviy omilga ta'sirini aniqlash uchun korrelyatsion-regression tahlil usullaridan foydalanish mumkin. Bu esa, juft korrelyatsiya koeffitsientlarini hisoblash yo'li bilan aniqlanadi. Bu usul, bizga, bir-birini takrorlaydigan va natijaviy omil bilan kuchsizroq bog'lanishda bo'lgan omillarni tuzilayotgan ekonometrik modelga kiritmaslik imkonini beradi (2-jadval).

2-jadval

Korrelyatsion-regression tahlil uchun tanlab olingan natijaviy belgi va unga ta'sir etuvchi omillar²

	Y(x)	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉
2011	2336,9	8218,5	708,5	714,1	669,0	9067	5440	488	3 270,8	1 815,9
2012	3080,7	9954,5	918,6	750,4	694,2	10117	6070	581	3 326,2	2 352,2
2013	3983,4	12383,0	1167,0	851,4	721,8	11303	6782	671	3 380,9	3 074,7
2014	5065,9	15477,0	1455,6	950,4	734,6	12983	7790	790	3 445,6	3 945,5
2015	5832,9	18513,7	1643,1	1066,3	752,5	12935	7761	931	3 514,8	4 564,5

¹ Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

² Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

2016	7200,5	23083,3	1990,3	1117,0	765,2	14025	8415	1 036	3 583,9	5 712,1
2017	8343,2	29852,1	2263,5	1413,2	780,3	13838	8303	1 163	3 651,7	6 343,9
2018	10043,5	36320,9	2671,5	2134,3	794,9	15470	9282	1 444	3 720,1	7 421,8
2019	12786,8	43558,9	3331,5	2938,4	808,6	18218	10931	1 909	3 798,9	9 035,6
2020	14086,1	47576,0	3600,3	6783,5	771,5	20373	14751	2 115	3 798,9	9 703,0
2021	18259,0	59260,4	4576,7	6982,5	798,2	25 683	19 978	2 458	3 947,7	12 676,0
2022	22953,6	68988,6	5633,1	8007,8	842,7	25 683	25 748	2 892	4 031,3	15 458,4
2023	28992,0	84093,8	6963,5	8959,3	864,8	37 417	31 330	3408	4 118,2	19 140,4
2024	58875,7	99866,1	13843,3	9216,4	915,5	31 963	26 025	4 022,2	4 208,5	38 853,7

Soʻngra korrelyatsion-regression usullar yordamida koʻp omilli ekonometrik model tuziladi. Maqolada natijaviy belgi koʻrsatkichlarini tahlil qilish uchun quyidagi ekonometrik modeldan (koʻp omilli regressiya tenglamasidan) foydalanildi:

$$y = a_0 + \sum_{i=1}^m (a_i x_i), \quad (1)$$

Chiziqli model;

Bunda, a_0 – ozod had; y – Samarqand viloyatida jami xizmatlar hajmi;

x_i –taʼsir etuvchi omillar; a_i – koʻp omilli model parametrlari; ($i= 1,2,3,...n$);

n – tanlangan omillar soni.

Omillarni tanlash juft korrelyatsiya koeffitsiyentlaridan foydalangan holda tahlil qilinadi. Buning uchun belgilar $y, x_1, x_2, ..., x_n$ oʻrtasidagi juft korrelyatsiya koeffitsiyentlarining matritsasi tuziladi. Omillarni tahlil qilishning uchinchi bosqichida regressiya tenglamasi aniqlanadi va uning parametrlarining mohiyatli boʻlishi yoki boʻlmasligi maxsus mezonlar bilan baholanadi.

Ushbu omillarning natijaviy belgiga taʼsirini aniqlash uchun korrelyatsion tahlil usullaridan foydalanish mumkin. Bunda juft korrelyatsiya koeffitsienti quyidagicha aniqlanadi:

$$r_{ij} = \frac{(\sum x_i x_j - \sum x_i \times \sum x_j / n)}{\sqrt{(\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2 / n)(\sum x_j^2 - (\sum x_j)^2 / n)}}, \quad (2)$$

Qaysi omillarni regressiya tenglamasiga kiritish lozimligini aniqlash uchun omillar oʻrtasidagi juft korrelyatsion koeffitsientlar matritsasini tuzamiz (3-jadval).

3-jadval

Taʼsir qiluvchi omillarning oʻzaro juft korrelyatsion koeffitsientlar matritsasi¹

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
	1									
1	0,9254	1								
2	0,9998	0,9295	1							
3	0,8363	0,9529	0,8397	1						
4	0,8849	0,947	0,8917	0,8275	1					
5	0,8425	0,9636	0,8458	0,9492	0,8869	1				
6	0,8221	0,9476	0,8244	0,9608	0,8525	0,98	1			
7	0,9229	0,998	0,9269	0,9629	0,9369	0,9648	0,952	1		
8	0,8564	0,9795	0,8638	0,9265	0,9643	0,9424	0,9194	0,9753	1	
9	0,9997	0,9257	0,9999	0,8328	0,8908	0,8404	0,8182	0,9225	0,8602	1

3-jadvalda r_{ij} x_i va x_j omillar oʻrtasidagi juft korrelyatsiya koeffitsientidir. Jadvaldan koʻrinib turibdiki baʼzi omillarning oʻzaro (z_i va z_j) juft korrelyatsiya koeffitsienti (r_{ij}) mutlaq

¹ Manba: muallif hisob-kitoblari asosida hisoblangan.

qiymati bo'yicha uning kritik qiymatidan kichik, ya'ni $|r_{ij}| < r_{kr}$. Shuning uchun ishda barcha omillardan beshtasini ekonometrik modelga kiritilishi rejalashtirildi, bunda korrelyatsiya koeffitsientining kritik qiymati sifatida $r_{kr} = 0,92$ olindi.

Agar 3-jadvalni tahlil qilsak, kritik qiymatdan r_{kr} kichik bo'lgan o'zaro kuchsiz bog'langan omillarning mavjudligiga guvoh bo'lamiz. Shu sababli x_3, x_4, x_5, x_6 va x_8 omillarni regressiya tenglamasidan chiqarishni lozim topdik.

Aniqlangan regressiya tenglamasining umumiy sifatini aniqlashda determinatsiya koeffitsientidan (R^2) foydalanilib, mazkur ko'rsatkich quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2}{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}, \quad (3)$$

y_i - natijaviy ko'rsatkichning kuzatilgan miqdorlari; $\bar{y}$ - natijaviy ko'rsatkichning o'rtacha arifmetik qiymati; $\hat{y}$ - natijaviy ko'rsatkichning aniqlangan, prognozlashtirilgan, tekislangan miqdorlari ya'ni nazariy qiymatlari; n – kuzatuvlar soni.

Determinatsiya koeffitsienti aniqlangan model, ya'ni ko'rilayotgan omillarning ta'siri bilan tushuntiriladigan natijaviy o'zgaruvchi dispersiyasining ulushini ko'rsatadi. Ushbu ko'rsatkich “0” va “1” oralig'idagi qiymatlarni qabul qiladi. Uning miqdori “1” qiymatiga qanchalik yaqin bo'lsa, Shunchalik regressiya tenglamasiga kiritilgan omillar natijaviy ko'rsatkichning harakatlarini asoslab beradi.

Aniqlangan model ahamiyatliligining tahlili “nolga teng gipoteza”ni tekshirish orqali amalga oshiriladi. “Nolga teng gipoteza” $H_0: \beta_1' = \beta_2' = \dots = \beta_k' = 0$ tarzida aks ettirilib, regressiya koeffitsientining umumiy ahamiyatini ifodalaydi. Ushbu gipotezani tekshirish uchun F- Fisher mezonidan foydalaniladi.

Bunda mezonning haqiqiy qiymati quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$F = \frac{\sum_{i=1}^n (\hat{y}_i - \bar{y})^2 / k}{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2 / (n - k - 1)} = \frac{R^2}{1 - R^2} * \frac{(n - k - 1)}{k}, \quad (4)$$

Bu yerda: $\sum_{i=1}^n (\hat{y}_i - \bar{y})^2 / k$ – bitta erkinlik darajasiga to'g'ri keluvchi omilli dispersiya (erkinlik darajalari soni $\gamma_1 = k$);

$\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2 / (n - k - 1)$ – bitta erkinlik darajasiga to'g'ri keluvchi qoldiq dispersiya (erkinlik darajalari soni $\gamma_1 = n - k - 1$);

n – kuzatuvlar soni;

k - ko'p omilli regressiya tenglamasidagi omillar (parametrlar) soni.

Agar $F_{\text{haqiqiy}} > F_{\text{jadval}}$ bo'lsa, u holda aniqlangan model ahamiyatli hisoblanadi.

Samarqand viloyatida jami xizmatlar hajmiga ta'sir etuvchi omillar tahlili orqali ishlab chiqilgan modelda F- Fisher mezonining haqiqiy qiymati $F_{\text{haqiqiy}} = 16130,04$ va jadval qiymati $F_{\text{jadval}} = 3,86$. Demak, hosil qilingan ko'p omilli regressiya tenglamamiz ahamiyatli hisoblanadi (4-jadval).

4-jadval

Modelning sifati va ahamiyatini tekshirish mezonlari¹

Ko‘p omilli korrelyatsiya koeffitsienti R	Ko‘p omilli determinatsiya koeffitsienti R-kvadrat	Korrektlashtirilgan R-kvadrat	Baholashning standart xatosi	F-haqiqiy	P-qiymat	DW
0,999	0,999	0,999	213,15	16130,04	0,0006	2,01

4-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, bog‘lanish zichligi yuqori bo‘lgan to‘rtta omil bo‘yicha nazariy qiymatlarning o‘rtacha qiymatga nisbatan farqlanishi amaliy qiymatlarning o‘rtacha qiymatga nisbatan farqlanishi deyarli 1 ga yaqin. Shuning uchun biz tuzmoqchi bo‘lgan chiziqli regressiya tenglamasi ahamiyatli hisoblanadi.

Tahlilda ko‘p omilli regressiya alohida parametrlarining ahamiyati Student mezon (t-statistika) yordamida baholanadi. Bunda mezonning haqiqiy qiymati quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$t_{b_j} = \frac{b_j}{m_{b_j}} \left(\text{ëкн } t_a = \frac{a}{m_a} \right), \quad (5)$$

Bu yerda: $b_j(a)$ – regressiyaning koeffitsientlari (parametrlari);

$m_{b_j}(m_{a_j})$ – bu $b_j(a)$ parametrning standart xatosi.

Regressiya tenglamasining parametrlarining ahamiyatligini quyidagi oddiy taqqoslama tahlil orqali baholash mumkin:

- agar $|t| \leq 1$ bo‘lsa, regressiya koeffitsienti statistik jihatdan ahamiyatsiz;
- agar $1 < |t| \leq 2$ bo‘lsa, regressiya koeffitsienti statistik jihatdan nisbatan ahamiyatli;
- agar $2 < |t| \leq 3$ bo‘lsa, regressiya koeffitsienti statistik jihatdan ahamiyatli;
- agar $|t| > 3$ bo‘lsa, regressiya koeffitsienti statistik jihatdan yuqori ahamiyatli hisoblanadi. Ushbu fikr $(n-p-1) > 2$ va $\alpha \geq 0,05$ holatlarda amal qiladi.

5-jadval

Chiziqli regression modelga kiritilgan ahamiyatli omillar²

	Standartlashtirilmagan koeffitsientlar		Standartlashtirilgan koeffitsientlar	t-mezon	P-miqdor
	a	Standart xato	Beta		
(Konstanta)	-1002,3	194,8	0,13	-5,14	0,0006
X ₁	0,015	0,041	0,007	0,36	0,0012
X ₂	8,144	1,82	0,042	4,47	0,0016
X ₇	1,066	1,13	0,037	0,94	0,0739
X ₉	1,287	0,63	0,046	2,03	0,0073

5-jadvalni tahlil qilsak, x_1 , x_7 , x_9 omillar statistik jihatdan ahamiyatli, x_2 omil esa yuqori ahamiyatli ekanligini ko‘rish mumkin.

Ko‘p omilli ekonometrik model bo‘yicha natijaviy omilning qoldiqlarida avtokorrelyatsiyani tekshirish uchun Darbin-Uotson (DW) mezonidan foydalanamiz.

¹ Manba: muallif hisob-kitoblari asosida hisoblangan.

² Manba: muallif hisob-kitoblari asosida hisoblangan.

$$DW = \frac{\sum_{t=2}^T (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^T e_t^2} = \frac{\sum_{t=2}^T e_t^2 + \sum_{t=2}^T e_{t-1}^2 - 2 \sum_{t=2}^T e_t e_{t-1}}{\sum_{t=1}^T e_t^2} =$$

$$= 1 - \frac{\sum_{t=2}^T e_t e_{t-1}}{\sum_{t=1}^T e_t^2} \approx 1 - \rho_1, \quad (6)$$

Bu yerda ρ_1 - birinchi tartibdagi korrelyatsiya koeffitsienti.

Agar natijaviy omilning qoldiqlarida avtokorrelyatsiya mavjud bo'lmasa, u holda hisoblangan DW mezonining qiymati 2 atrofida bo'ladi. Bizning misolda hisoblangan DW mezonining qiymati 2,01 ga teng. Bu esa natijaviy omil qoldiqlaridan avtokorrelyatsiya mavjud emasligini ko'rsatadi.

5-jadval ma'lumotlaridan foydalanib, ekonometrik modelning ko'rinishini quyidagi ko'rinishda yozamiz:

$$Y = 0,015x_1 + 8,144x_2 + 1,066x_7 + 1,287x_9 \quad (8)$$

Endi biz tuzgan modelning yanada ishonchli bo'lishini tekshirib o'tamiz. Unga ko'ra, approksimatsiya xatoligini aniqlaymiz:

$$\varepsilon = 1,54\%$$

Approksimatsiya xatoligi 10% gacha qabul qilingan. Biz, tuzgan modelda esa 1,54%. Demak, approksimatsiya xatoligi katta emas. Shuning uchun modelimizni amaliyotga joriy qilsak bo'ladi.

Yuqorida keltirilgan ekonometrik model (8) yordamida istiqbol funksiyalarini tuzishda Samarqand viloyati bo'yicha 2011-2024 yillardagi statistik ma'lumotlardan foydalanib, Samarqand viloyatida aholi jon boshiga to'g'ri keladigan xizmatlar hajmiga ta'sir etuvchi omillar X_1 , X_2 , X_7 va X_9 uchun istiqbol modellari ro'yxatini hosil qildik (6-jadval).

6-jadval

Samarqand viloyatida jami xizmatlar hajmiga ta'sir etuvchi omillar¹

	Model ko'rinishi	F – Fisher mezonining hisoblangan qiymati
1.	$X_1 = 6672,73t - 13422437,68$	4,21
2.	$X_2 = 689,025t - 1386482,31$	3,57
3.	$X_7 = 258,29t - 519401,45$	4,13
4.	$X_9 = 1924,12t - 3871881,62$	3,54

Prognoz natijalaridan ko'rinib turibdiki, 2030 yilda 2024 yilga nisbatan Samarqand viloyatida jami xizmatlar hajmi 7,5 %, yalpi hududiy mahsulot hajmi 23,4 %, aholi jon boshiga to'g'ri keladigan xizmatlar hajmi 2,9 %, o'rtacha oylik ish haqi 22,7 %, kichik biznes subyektlari tomonidan ko'rsatilgan bozor xizmatlari hajmi 13,4 % oshishiga erishiladi (7-jadval).

7-jadval

Samarqand viloyatida jami xizmatlar hajmiga ta'sir etuvchi omillar²

	Y	X_1	X_2	X_7	X_9
2011	2336,9	8218,5	708,5	488	1 815,9
2012	3080,7	9954,5	918,6	581	2 352,2
2013	3983,4	12383,0	1167,0	671	3 074,7

¹ Manba: muallif hisob-kitoblari asosida tayyorlangan.

² Manba: muallif hisob-kitoblari asosida hisoblangan.

2014	5065,9	15477,0	1455,6	790	3 945,5
2015	5832,9	18513,7	1643,1	931	4 564,5
2016	7200,5	23083,3	1990,3	1 036	5 712,1
2017	8343,2	29852,1	2263,5	1 163	6 343,9
2018	10043,5	36320,9	2671,5	1 444	7 421,8
2019	12786,8	43558,9	3331,5	1 909	9 035,6
2020	14086,1	47576,0	3600,3	2 115	9 703,0
2021	18259,0	59260,4	4576,7	2 458	12 676,0
2022	22953,6	68988,6	5633,1	2 892	15 458,4
2023	28992,0	84093,8	6963,5	3408	19 140,4
2024	58875,7	99866,1	13843,3	4 022,2	38 853,7
2025	36551,8	89841,68	8793,87	3644,9	34 437,8
2026	39503,1	96514,41	9482,89	3903,2	36 361,9
2027	42454,4	103187,1	10171,9	4161,5	38 286,0
2028	45405,7	109859,9	10860,9	4419,8	40 210,1
2029	58357	116532,6	13550	4678,1	42 134,2
2030	63308,3	123205,3	14239	4 936	44 058,3

Xulosa va takliflar. Xizmatlar sohasi iqtisodiyotning eng dinamik va tez o‘zgaruvchan segmentlaridan biri hisoblanadi. Uni chuqur tahlil qilish va istiqboldagi rivojlanish yo‘nalishlarini aniqlashda chiziqli ekonometrik modellashtirish usullari muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, xizmatlar hajmi va tarkibiy o‘zgarishlariga yalpi hududiy mahsulot hajmi, aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan xizmatlar hajmi, o‘rtacha oylik ish haqi, kichik biznes subyektlari tomonidan ko‘rsatilgan bozor xizmatlari hajmi kabi omillar sezilarli ta’sir ko‘rsatadi.

Shunqay qilib, chiziqli ekonometrik modellashtirish xizmatlar sohasini kompleks baholash, risklarni aniqlash va o‘rta hamda uzoq muddatli rivojlanish strategiyalarini ishlab chiqishda samarali vosita sifatida namoyon bo‘ladi.

Keltirilgan xulosalar natijasida quyidagi takliflar ishlab chiqildi: 1. Statistik ma’lumotlar bazasini takomillashtirish – xizmatlar sohasiga oid ko‘rsatkichlarni muntazam va aniqlik bilan yig‘ish, hududiy kesimda kengaytirilgan ma’lumotlar bazasini shakllantirish lozim; 2. Ekonometrik modellarni amaliy boshqaruvga joriy etish – vazirlik va idoralarda prognozlash jarayonida regressiya modellaridan foydalanish tizimini yo‘lga qo‘yish zarur; 3. Raqamli texnologiyalarni kengaytirish – xizmatlar ko‘rsatishda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini jadal joriy etish orqali mehnat unumdorligini oshirish tavsiya etiladi; 4. Investitsion muhitni yaxshilash – xususiy sektor ishtirokini kengaytirish, kichik biznes va startap loyihalarni qo‘llab-quvvatlash xizmatlar hajmining barqaror o‘shishini ta’minlaydi; 5. Hududiy nomutanosiblikni kamaytirish – iqtisodiy jihatdan sust rivojlangan hududlarda infratuzilmani yaxshilash va xizmatlar tarmog‘ini kengaytirish zarur; 6. Kadrlar salohiyatini oshirish – ekonometrik tahlil va prognozlash bo‘yicha mutaxassislarni tayyorlash, amaliy treninglar tashkil etish muhim hisoblanadi; 7. Risklarni baholash tizimini yaratish – tashqi iqtisodiy omillar ta’sirini oldindan aniqlash va muqobil prognoz ssenariylarini ishlab chiqish orqali xizmatlar bozorida barqarorlikni ta’minlash mumkin.

Ushbu xulosa va takliflar xizmatlar sohasini ilmiy asosda tahlil qilish, uning rivojlanish tendensiyalarini aniq baholash hamda uzoq muddatli barqaror o‘shishni ta’minlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Абдуллаев Ё. Статистика назарияси. – Т.: «Ўқитувчи», 2002. – 240 б.

2. Ernazarov O.E., Usmanova D.Q., Kaz M.S. Ekonometrika asoslari. – S.: «SamDU», 2022. – 219 b.
3. Ernazarov O.E. Korxonalarda foyda va zararlarni tahlil qilishda innovatsion metodlar ahamiyati // Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot jurnali, 12-son, 2025. Elektron nashr. 207-211-betlar. // https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=j2jVIjkAAAAJ&citation_for_view=j2jVIjkAAAAJ:zYLM7Y9cAGgC_.
4. Магнус Я.Р., Катышев П.К., Пересецкий А.А. Эконометрика. Учебник. – М., 2005. – 499 с.
5. Эндрю Ф., Сигел. Практическая бизнес-статистика. 4-е издание, – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 450 с.

О.Эрназаров Анализ и прогнозирование сектора услуг на основе линейного эконометрического моделирования	O.Ernazarov Analysis and forecasting of the services sector based on linear econometric modeling
Аннотация. В данной статье представлен комплексный анализ динамики развития сектора услуг на основе методов линейного эконометрического моделирования и прогнозов будущих тенденций роста. В процессе исследования используются методы регрессионного анализа, коэффициентов корреляции, уравнений тренда и оценки параметров. Адекватность модели проверяется с помощью коэффициента корреляции, коэффициента детерминации, критериев Фишера и Стьюдента. В результате определены основные факторы, влияющие на сектор услуг, и оценено их количественное воздействие. Ключевые слова: сектор услуг, линейная эконометрическая модель, регрессионный анализ, динамика экономических показателей, оценка влияния факторов, методы прогнозирования, статистический анализ данных.	Abstract. This article provides a comprehensive analysis of the development dynamics of the service sector based on linear econometric modeling methods and forecasts of future growth trends. The research process uses regression analysis, correlation coefficients, trend equations, and parameter estimation methods. The adequacy of the model is checked using the correlation coefficient, determination coefficient, Fisher and Student criteria. As a result, the main factors affecting the service sector are identified and their quantitative impact is assessed. Keywords: service sector, linear econometric model, regression analysis, dynamics of economic indicators, assessment of the impact of factors, forecasting methods, statistical data analysis.

Тўлқин Исматулла ўғли Яхёев – СамИСИ доценти в.б., PhD

ҚУРИЛИШ ХИЗМАТЛАРИ КЎРСАТУВЧИ КОРХОНАЛАРДА 15 СОН МҲХС АСОСИДА ДАРОМАДЛАРНИ ТАН ОЛИШ

Аннотация. Ушбу мақолада қурилиш корхоналарида 15-сон МҲХС стандартининг қўлланилиши ва даромадларни тан олишнинг асосий усуллари таҳлил қилинади. Мақолада босқичма-босқич тан олиш, тугалланганидан сўнг тан олиш ва шартномавий келишувга қараб тан олиш усуллари моҳияти, афзалликлари ва қурилиш соҳасига хос жиҳатлари ёритилади. Шунингдек, ушбу стандарт молиявий ҳисоботнинг шаффофлигини таъминлаш ва лойиҳа самарадорлигини баҳолашдаги аҳамияти кўрсатиб ўтилган. Калит сўзлар: даромадни тан олиш, қурилиш корхонаси, 15-сон МҲХС, молиявий ҳисобот, шартнома, қурилиш ишлари, асосий фаолият даромади, бошқа даромадлар, пул тушими, асосий қурилиш ишлари, даромадлилик.

Кириш. Ҳозирги глобал иқтисодий муҳитда қурилиш корхоналари ва бошқа ташкилотлар ўз фаолиятларини шаффоф ва рақобатбардош тарзда олиб боришлари зарур. Шу жиҳатдан молиявий ҳисобни Халқаро Молиявий Ҳисобот Стандартлари (IFRS)

асосида юритиш стратегик ва ҳуқуқий жиҳатдан муҳим аҳамиятга эга.

Халқаро стандартлар асосида ҳисоб юритиш корхона стратегиясини ривожлантиришга бевосита таъсир кўрсатади. IFRS молиявий ҳисоботларни шаффоф ва таққосланадиган қилиб тақдим этиш орқали раҳбариятга лойиҳа ва инвестиция қарорларини аналитик, аниқ ва прогнозга асосланган тарзда қабул қилиш имконини беради. Бу эса корхонанинг узоқ муддатли ривожланиш стратегиясини шакллантиришда, ресурслардан самарали фойдаланишда ва рақобат устунлигини яратишда муҳим восита ҳисобланади. Масалан, пул оқимлари, даромад ва харажатларнинг реал ва далилларга асосланган кўрсатилиши молиявий режалаштириш ва инвестицион стратегияни ишлаб чиқишда зарурдир.

Халқаро стандартлар корхона фаолиятини глобал молия бозорларига мослаштиришга ёрдам беради. Агар қурилиш корхонаси халқаро стандартларга амал қилса, у инвесторлар ва молиявий аудиторлар учун ишончли ва барқарор молиявий ҳисоботларни тақдим этади, бу эса халқаро молия ресурсларини жалб қилиш имкониятини оширади. Шу тариқа, молиявий ҳисобни IFRS асосида юритиш стратегик ривожланиш ва кенгайишнинг ажралмас қисмига айланади.

Ҳуқуқий жиҳатдан, молиявий ҳисобни халқаро стандартларга мувофиқ юритиш корхонанинг меъёрий талаблар ва қонунчиликка риоя қилишини таъминлайди. Кўплаб давлатлар, жумладан Ўзбекистон, молиявий ҳисоботни халқаро стандартлар билан мувофиқлаштиришни рағбатлантиради ва қонуний базани яратади. Бу, ўз навбатида, солиқ ҳисоботи, аудиторлик текширувлари ва молиявий назорат жараёнларини соддалаштиради ҳамда молиявий хавфларни камайтиради. Шу билан бирга, ҳуқуқий жиҳатдан стандартларга амал қилиш корхонанинг молиявий масъулиятини оширади ва шаффофликни таъминлайди.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили Ушбу мавзу бўйича маҳаллий ва хорижий адабиёт манбалари таҳлили, қурилиш соҳасида фундаментал тадқиқотлар қаторида И.С.Степанова [1], Аренс Е.А. [2], ДЖ.К. Лоббек [3], Серов В.М. [4], Гурков И.Б [5] сингари хорижий олимларнинг, М.К.Пардаев[6], Н.Т.Тухлиев [7], Е.В.Голешева [8], М. Мирахмедов [9], А.А.Ештаев [10], К.Б.Уразов [11], сингари маҳаллий иқтисодчи олимларнинг қурилиш соҳасидаги турли масалалари бўйича илмий тадқиқот ишларини олиб бормоқдалар.

Тадқиқот методологияси. Мақоладага қурилиш хизматлари кўрсатувчи корхоналар самарадорлигини баҳолашни омилли таҳлил усулларида фойдаланишни тадқиқ қилишда макон ва замон, индукция ва дедукция, шакл ва мазмун, микдор ва сифат, мантикий ёндошув, омилли таҳлил, математик моделлаштириш каби усуллардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. 15-сон МХХС (“Ҳаридорлар билан шартномалар бўйича даромадларни тан олиш”) қурилиш корхоналарида молиявий ҳисоботни юритишда муҳим стандартлардан бири бўлиб, у корхонанинг даромадларини шартномалар ва хизмат кўрсатиш ҳажмига қараб тан олишни тартибга солади. Ушбу стандарт пул оқимлари ва даромадларни тан олиш принципларини белгилайди, бу эса корхона молиявий натижаларининг ҳаққоний ва шаффоф бўлишини таъминлайди.

15-сон МХХС бўйича даромадларни тан олиш қуйидаги асосий тамойилларга асосланади:

Даромадларни тан олишнинг энг муҳим тамойили – бу шартнома асосида келишилган хизматларнинг ҳақиқий бажарилганлигидир. Қурилиш лойиҳалари одатда узоқ муддатли бўлиб, турли босқичларда амалга оширилади. Шу сабабли, даромад корхона томонидан фақат хизматлар ёки ишлар аниқ бажарилганидан сўнг ҳисобга олинади. Масалан, асосий қурилиш ишлари, материаллар етказиб бериш ва монтаж ишлари бажарилган босқичда корхона ўз молиявий ҳисоботларида даромадни тан олади. Бу принциб корхонанинг фаолияти натижасини ҳақиқий кўрсатиш ва пул оқимларини назорат қилиш учун муҳим аҳамиятга эга.

15-сон МХХС бўйича даромадларни тан олиш бўйича асосий тамойиллар

Шартнома асосида келишилган хизматлар — даромад, хизмат кўрсатиш амалга оширилган ёки ишлар бажарилган босқичга қараб тан олинади.	Пул тушумининг аниқлиги — келишилган нарх ва тўловлар аниқ бўлганда, даромад ҳисобга олинади.	Хавф ва фойда ўтиши — қурилиш корхонаси хизматни бажариш жараёнида барча молиявий хавф ва фойда мижозга ўтганини аниқлаши лозим.
--	---	--

1-расм. 15-сон МХХС бўйича даромадларни тан олиш бўйича асосий тамойиллар

Даромадларни тан олиш учун тушум ва тўловларнинг аниқлиги асосий шарт ҳисобланади. Корхона фақат мижоз билан келишилган нарх ва шартларга мувофиқ, тўловлари аниқ белгиланган хизматлар учун даромад ҳисоблайди. Бу талаб нафақат молиявий ҳисоботнинг ишончилиги ва шаффофлигини таъминлайди, балки бухгалтерия ва аудит жараёнларини ҳам соддалаштиради. Аниқ пул тушумлари асосида корхона келажакдаги маблағ оқимларини ва инвестицион режаларини режалаштириши мумкин.

Даромадларни тан олишда хавф ва фойда ўтишининг баҳоланиши муҳим аҳамиятга эга. Қурилиш корхонаси хизматни бажариш жараёнида молиявий хавфлар ва фойда мижозга ўтганини аниқлаши лозим. Масалан, агар лойиҳада кечикишлар, қўшимча ишлар ёки шартномавий санкциялар бўлса, даромад фақат барча рисклар ва масъулиятлар мижозга ўтганидан сўнг ҳисобга олинади. Бу принцип корхонанинг иқтисодий натижаларини тўғри ва шаффоф кўрсатиш учун асос бўлиб хизмат қилади.

Қурилиш корхоналарида 15-сон МХХС асосида даромадларни тан олиш одатда қуйидаги усулларда амалга оширилади:



2-расм. Қурилиш корхоналарида 15-сон МХХС асосида даромадларни тан олиш усуллари

Босқичма-босқич тан олиш усули асосан узоқ муддатли қурилиш лойиҳаларида қўлланилади. Ушбу усулда даромад лойиҳа бажарилган ишлар фоизига қараб тан олинади. Моҳияти шундаки, лойиҳа ҳар бир босқичини бажариш билан бирга корхона ўз молиявий ҳисоботларида даромадни қисм-қисм акс эттиради. Бу усулнинг афзалликлари:

- ✓ Лойиҳанинг молиявий натижаси ҳаққоний кўрсатилади.
- ✓ Лойиҳа давомида ликвидлик ва даромад мониторинги осонлаштирилади.
- ✓ Бошқарув учун доимий молиявий маълумотлар тақдим этилади, шу орқали қарз ва маблағ оқимларини режалаштириш имкони пайдо бўлади.

Тугалланганидан сўнг тан олиш усулида даромад лойиҳа ёки иш тўлиқ бажарилгандан сўнг ҳисобга олинади. Бу усул одатда қисқа муддатли лойиҳалар ёки турли рисклар юқори бўлган ҳолатларда қўлланилади. Моҳияти шундаки:

- ✓ Даромад фақат барча хизмат ва ишлар бажарилгандан сўнг эътироф этилади.
- ✓ Молиявий ҳисоботда даромадлар аниқ ва тўлиқ кўрсатилади.

Хулоса ва таклифлар. 15-сон МҲХС (“Ҳаридорлар билан шартномалар бўйича даромадларни тан олиш”) қурилиш корхоналарида даромадларни тўғри ва шаффоф ҳисобга олишнинг муҳим стандарти ҳисобланади. Даромадларни тан олишнинг асосий усуллари – босқичма-босқич тан олиш, тугалланганидан сўнг тан олиш ва шартномавий келишувга мувофиқ тан олиш – ҳар бирининг мақсад ва қўлланиш соҳаси бор.

Тадқиқотлардан келиб чиқиб қуйидаги **таклифлар** ишлаб чиқилди:

1. Босқичма-босқич усулдан кенгроқ фойдаланиш – узоқ муддатли қурилиш лойиҳаларида молиявий назоратни яхшилаш ва даромадларни шаффоф ҳисобга олиш учун тавсия этилади.
2. Лойиҳа бошидан таҳлил ва режалаштиришни жорий қилиш – шартномавий рисклар ва келиб чиқиши мумкин бўлган қўшимча харажатларни ҳисобга олиш учун зарур.
3. Ҳар бир лойиҳа бўйича шартномавий келишувларни аниқ белгилаш – бонус ва пеналти тизимлари, қўшимча хизматлар ва тўлов шартлари аниқ кўрсатилиши лозим.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

7. Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари (IFRS). London: IFRS Foundation, 2021.
8. Молиявий ҳисобот ва аудит асослари – Т. Иброҳимов, Т.: “Ўзбекистон”, 2020.
9. Қурилиш корхоналарида бухгалтерия ҳисоби ва молиявий назорат – А. Султонов, Т.: “Иқтисод-полиграфия”, 2019.
10. Accounting for Revenue from Contracts with Customers (IFRS 15) – Deloitte Insights, 2020.

Т.Яҳёев Признание выручки в строительных компаниях в соответствии со стандартом МСФО 15	T.Yakhyoev Revenue Recognition in Construction Companies under IFRS 15
Аннотация. В данной статье анализируется применение стандарта МСФО 15 («Выручка по договорам с клиентами») в строительных компаниях и основные методы признания выручки. Рассматриваются суть, преимущества и особенности применения в строительной отрасли таких методов, как метод по мере завершения (Percentage of Completion), метод после завершения (Completed Contract Method) и признание по условиям договора. Ключевые слова: признание выручки, строительная компания, МСФО 15, финансовая отчетность, контракт, строительные работы, операционная прибыль, прочие доходы, денежные поступления, операционная прибыль, рентабельность.	Abstract. This article analyzes the application of IFRS 15 (“Revenue from Contracts with Customers”) in construction companies and the main methods of revenue recognition. It examines the significance, advantages, and sector-specific features of the percentage of completion method, completed contract method, and contract-based recognition. Furthermore, the standard’s role in ensuring transparent financial reporting and evaluating project efficiency is highlighted. Keywords: revenue recognition, construction company, IFRS 15, financial statements, contract, construction work, operating income, other income, cash receipts, operating income, profitability.

ORCID: 0000-0003-1630-8694

Jamshidbek Axmad ug‘li Abdurasulov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tayanch doktoranti

KORXONALARNI QAYTA TASHKIL ETISHNING O‘ZGARTIRISH SHAKLIDA BUXGALTERIYA HISOBI VA HISOBOTINI MHXS ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH

Annotatsiya. Ushbu maqolada korxonalarni qayta tashkil etishning o‘zgartirish shaklida buxgalteriya hisobi va moliyaviy hisobotni xalqaro moliyaviy hisobot standartlari asosida takomillashtirish masalalari tadqiq etilgan. Tadqiqotda milliy buxgalteriya hisobi standartlari va xalqaro standartlar talablari qiyosiy tahlil qilinib, aktivlar va majburiyatlarni adolatli qiymatda baholash, gudvillni tan olish, konsolidatsiya va hisobot shaffofligini ta‘minlash masalalari yoritilgan. Olingan natijalar milliy hisob amaliyotini xalqaro standartlar bilan uyg‘unlashtirish va davlat ishtirokidagi korxonalarining moliyaviy samaradorligini oshirishga qaratilgan ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Kalit so‘zlar: qayta tashkil etish, o‘zgartirish shakli, adolatli qiymat, gudvill, konsolidatsiya, xalqaro moliyaviy hisobot standartlari.

Kirish. So‘nggi yillarda jahon iqtisodiyotida kechayotgan global o‘zgarishlar, moliyaviy axborotning shaffofligi va xalqaro solishtirish imkoniyatiga bo‘lgan talablar mamlakatlarni xalqaro moliyaviy hisobot standartlariga moslashish zaruratiga olib keldi. Bugungi kunda har bir davlat iqtisodiy tizimining barqaror o‘shirishini ta‘minlash uchun milliy hisob va hisobot tizimini xalqaro mezonlar asosida tashkil etishni strategik ustuvor yo‘nalish sifatida belgilamoqda. O‘zbekistonda ham bu jarayon izchil amalga oshirilmoqda va u davlat ishtirokidagi korxonalarni isloh etish hamda bozor mexanizmlariga moslashtirish jarayoni bilan uzviy bog‘liqdir. Qayta tashkil etishning o‘zgartirish shakli yuridik shaxsni tugatmasdan, faqat uning tashkiliy huquqiy shaklini o‘zgartirish orqali faoliyatini davom ettirishni nazarda tutadigan huquqiy iqtisodiy jarayondir. Bu shaklda korxona faoliyati uzluksiz bo‘lib qoladi, faqat uning boshqaruv va hisob tizimi yangi shaklda ifodalanadi. Masalan, davlat unitar korxonasi aksiyadorlik jamiyati yoki mas‘uliyati cheklangan jamiyatga aylantirilishi mumkin. Bu esa faqat nom o‘zgarishi emas, balki boshqaruv, hisobot va moliyaviy munosabatlarning butunlay yangi darajaga ko‘tarilishini anglatadi.

O‘zbekistonda so‘nggi o‘n yil ichida davlat ishtirokidagi korxonalarni qayta tashkil etish jarayonlari keng ko‘lamda amalga oshirildi. Davlat aktivlarini boshqarish agentligi ma‘lumotlariga ko‘ra, 2014-yilda mamlakatda 6 mingdan ziyod davlat ishtirokidagi korxona faoliyat yuritgan bo‘lsa, 2024-yilga kelib ularning soni 2,3 mingga tushgan. Bu 61 foizlik qisqarish davlat ishtirokini bosqichma bosqich kamaytirish, iqtisodiyotni erkinlashtirish va xususiy sektor faoliyatini kengaytirish yo‘nalishidagi izchil islohotlarning amaliy natijasidir. Ayniqsa, davlat unitar korxonalarining katta qismi aksiyadorlik jamiyati yoki mas‘uliyati cheklangan jamiyat shakliga o‘tkazilib, korporativ boshqaruv tizimlari joriy qilindi¹. Mazkur jarayonning iqtisodiy ahamiyati shundaki, u davlat mulkidan foydalanish samaradorligini oshirish, xo‘jalik hisobini kuchaytirish va faoliyatni bozor talablariga moslashtirish imkonini beradi. Korxonalar mustaqil moliyaviy subyektga aylandi, harajatlar va daromadlar bo‘yicha hisobotlar segmentlar kesimida yuritiladi, bu esa rentabellikni aniq baholash va xo‘jalik mas‘uliyatini kuchaytirishga xizmat qiladi. So‘nggi yillarda qayta tashkil etilgan korxonalarda foydalilik darajasi o‘rtacha 5,8 foizdan 19,5 foizgacha oshgan, aktivlar qiymati esa qariyb ikki barobarga o‘sgan².

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Korxonalarni qayta tashkil etish, xususan uning o‘zgartirish shaklida buxgalteriya hisobi va moliyaviy hisobotni xalqaro standartlar asosida yuritish masalalari xorijiy va mahalliy iqtisodchi-olimlar tomonidan keng tadqiq etilgan. Mazkur masala hisob tizimlarini globallashtirish sharoitida muvofiqlashtirish, moliyaviy axborotning shaffofligini ta‘minlash va investorlar uchun ishonchli muhit yaratish nuqtai nazaridan dolzarb hisoblanadi.

¹ Davaktiv.uz hisoboti

² Davaktiv.uz hisoboti

Xorijiy iqtisodiy adabiyotlarda korxonalarni qayta tashkil etish va biznes birlashuvlarining hisobda aks ettirilishi masalalari, asosan, MHXS 3 “Biznes birlashuvlari”, MHXS 10 “Konsolidatsiyalashgan moliyaviy hisobot” va MHXS 13 “Adolatli qiymatni aniqlash” standartlari doirasida o‘rganilgan. Xususan, Ya.V. Sokolov buxgalteriya hisobi nazariyasida qayta tashkil etish jarayonlarini iqtisodiy mazmundan kelib chiqqan holda baholash zarurligini ta’kidlab, hisob axboroti faqat yuridik shaklni emas, balki iqtisodiy mohiyatni aks ettirishi lozimligini asoslab beradi. Uning fikricha, hisobda adolatli qiymatdan foydalanish korxonaning haqiqiy moliyaviy holatini ochib berishda muhim ahamiyatga ega.

V.F. Paliy o‘z tadqiqotlarida xalqaro moliyaviy hisobot standartlariga o‘tish jarayonida biznes birlashuvlari va qayta tashkil etish natijalarini hisobda to‘g‘ri aks ettirish masalalariga alohida e’tibor qaratgan. Olim MHXS asosida hisob yuritish korxonalarining moliyaviy natijalarini qiyosiy tahlil qilish imkoniyatini oshirishini hamda xalqaro kapital bozorlariga chiqish uchun zarur shart ekanligini ta’kidlaydi.

A.A. Xomyakov ishlarida biznes birlashuvlari va konsolidatsiyalashgan moliyaviy hisobotni shakllantirish masalalari chuqur tahlil qilingan. Muallif qayta tashkil etish jarayonida aktiv va majburiyatlarni adolatli qiymatda baholash, gudvillni tan olish hamda impairment test o‘tkazish mexanizmlari hisob axborotining ishonchliligini ta’minlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligini ilmiy jihatdan asoslaydi.

Shuningdek, xalqaro konsalting kompaniyalari – KPMG, Deloitte va Ernst & Young tomonidan tayyorlangan uslubiy qo‘llanmalarda MHXS asosida qayta tashkil etish, biznes birlashuvlari va konsolidatsiya hisobini yuritishning amaliy jihatlari keng yoritilgan. Ushbu manbalarda transformatsiya jarayonlarida hisob siyosati, baholash usullari va hisobot shakllarini muvofiqlashtirish bo‘yicha aniq amaliy tavsiyalar keltirilgan.

Mahalliy iqtisodiy adabiyotlarda ham korxonalarni qayta tashkil etish va buxgalteriya hisobi masalalari muayyan darajada o‘rganilgan. Ayrim tadqiqotlarda milliy buxgalteriya hisob standartlari doirasida qayta tashkil etishda hisobot tuzish tartibi yoritilgan bo‘lsa-da, ularda xalqaro standartlar bilan to‘liq qiyosiy tahlil yetarli darajada amalga oshirilmagan. Xususan, BHMS 23 “Qayta tashkil etishda moliyaviy hisobotni shakllantirish” standartida aktivlarning adolatli qiymatda baholanishi, gudvillni tan olish va impairment test kabi mexanizmlar to‘liq qamrab olinmagan. O‘zbekistonlik ayrim tadqiqotchilar tomonidan biznes birlashuvlari, gudvill hisobi va xalqaro standartlarni joriy etish masalalariga bag‘ishlangan ishlar mavjud bo‘lsa-da, qayta tashkil etishning aynan o‘zgartirish shaklida hisob yuritish va hisobotni MHXS asosida takomillashtirish masalasi kompleks tarzda kam o‘rganilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Korxonalarni qayta tashkil etish jarayonlarining o‘zgartirish shaklining iqtisodiy mohiyatini aniqlash, nazariy asoslarini umumlashtirishda tahlil va sintez usullari, iqtisodiy-statistik usullaridan foydalanildi.

Shuningdek, MHXS 3 standarti gudvillni hisobga olishni talab qiladi. Gudvill korxona-ning obro‘si, mijozlar bilan munosabatlari, bozordagi reputatsiyasi orqali shakllangan nomoddiy aktivdir. Milliy amaliyotda bu kabi nomoddiy aktivlar aks ettirilmagani uchun, kompaniyaning haqiqiy qiymati ko‘p hollarda kam baholanadi. Bu esa tashqi investorlar va xalqaro moliya institutlari uchun ishonchsiz ma’lumotlar xavfini keltirib chiqaradi. Boshqa muhim jihati konsolidatsiya (bir necha kompaniyalarning yagona hisobotini tuzish) amaliyoti. Milliy tizimda bu asosan aksiyadorlik jamiyatlari uchun qo‘llanilsa, MHXS 10 talablariga ko‘ra, har qanday nazorat munosabati mavjud bo‘lgan guruh subyektlari uchun majburiy hisoblanadi. Bu xalqaro investorlar uchun hisobotlarning solishtirish imkonini oshiradi. Moliyaviy hisobotlarni xalqaro talablarga moslashtirish O‘zbekistondagi korxonalar uchun nafaqat hisobotning shaffofligini ta’minlaydi, balki tashqi sarmoyalar jalb etish, xalqaro moliyaviy institutlar bilan hamkorlik etish va reyting ko‘rsatkichlarini yaxshilash imkoniyatini yaratadi. Masalan, MHXS hisobotiga o‘tgan “O‘zbekneftgaz” AJ va “O‘zmetkombinat” AJlarining xalqaro bozordagi ishonch darajasi oshdi, kredit reytinglari yaxshilandi va tashqi investitsiya kirib kelishi faollashdi¹.

Tahlil va natijalar. Shu bilan birga, amalda qator muammolar ham mavjud.

¹ Davaktiv.uz sayti ochiq ma’lumotlari asosida tayyorlandi.

Birinchidan, baholovchi tashkilotlar faoliyati yetarlicha institutsional darajada rivojlanmagan.

Ikkinchidan, buxgalterlar va auditorlarning xalqaro standartlar bo'yicha malakasi past darajada.

Uchinchidan, hisob tizimlarining raqamlashuvi to'liq ta'minlanmagan. Bu holatlar hisobotlarning sifatini pasaytiradi va islohot samaradorligini cheklaydi.

Shu sababli, fikrimizcha ilmiy va amaliy nuqtai nazardan quyidagi yechimlar muhim ahamiyat kasb etadi:

- Milliy buxgalteriya standartlarini MHXS 3, MHXS 10 va MHXS 13 talablariga uyg'unlashtirish;
- Aktiv va majburiyatlarni baholashda adolatli qiymat usulini joriy etish;
- BHXS 36 asosida gudvill va impairment test amaliyotini qonunchilik asosida joriy etish;
- Buxgalter kadrlarning MHXS bo'yicha malakasini oshirish uchun sertifikat dasturlarini kengaytirish;
- Elektron hisobot va raqamli moliyaviy tizimlarni to'liq avtomatlashtirish.

Xalqaro amaliyot tadqiqi shuni ko'rsatadiki, Yevropa Ittifoqi va Turkiyada MHXSning to'liq joriy etilishi natijasida davlat ishtirokidagi korxonalar rentabelligi 15–20 foizga oshgan, moliyaviy ma'lumotlarning ishonchligi esa xalqaro audit agentliklari tomonidan yuqori baholangan. O'zbekistonda ham bu jarayon bosqichma bosqich amalga oshirilayotgan bo'lib, uning ilmiy asoslangan tarzda rivojlanishi iqtisodiy barqarorlikni ta'minlaydi. Qayta tashkil etishning o'zgartirish shakli O'zbekistonda iqtisodiy islohotlarning strategik yo'nalishi sifatida ahamiyat kasb etmoqda. Bu shakldagi qayta tashkil etish milliy hisob tizimini xalqaro mezonlarga moslashtirish, davlat ishtirokidagi aktivlarni samarali boshqarish va hisobotlarning ishonchligini ta'minlashga xizmat qiladi. Milliy va xalqaro standartlarni uyg'unlashtirish, buxgalteriya tizimini raqamlashtirish va kadrlar malakasini oshirish orqali O'zbekiston moliyaviy hisobotlar sohasida xalqaro darajaga chiqishi mumkin. Bu esa mamlakatning investitsion jozibadorligini oshirib, uni global iqtisodiy tizimning ishonchli ishtirokchisi sifatida mustahkamlaydi(1-jadval).

1-jadval

Xalqaro tajriba va O'zbekiston amaliyoti taqqoslamasi

Ko'rsatkich	Yevropa Ittifoqi	Turkiya	O'zbekiston
MHXSni joriy etish darajasi	100%	95%	65%
Davlat korxonalarni xususiyashtirish	85%	72%	58%
Gudvill hisobga olish amaliyoti	To'liq joriy	Qisman	Yo'q
Impairment test amaliyoti	Yo'lga qo'yilgan	Yo'lga qo'yilgan	Amalda yo'q
Davlat statistika tizimida qayta tashkil etish hisoboti	Avtomatlashgan	Markazlashgan	Yo'q
Buxgalter kadrlar malakasi	MHXS sertifikatsiya	MHXS dasturlari	Bosqichma-bosqich joriy etilmoqda

Yuqoridagi jadvaldan ko'rinib turibdiki, O'zbekistonda xalqaro standartlarni joriy etish jarayoni bosqichma bosqich kechayotgan bo'lsada, Yevropa va Turkiya amaliyoti bilan solishtirganda hali yetarli darajaga yetmagan. Hozirgi global iqtisodiy rivojlanish sharoitida har bir mamlakat milliy iqtisodiyotini barqaror rivojlantirish va jahon bozorida raqobatbardoshlikni ta'minlash uchun moliyaviy hisob va hisobot tizimini xalqaro standartlarga moslashtirish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Iqtisodiy hamkorlik va sarmoyalar harakati kengaygan sharoitda milliy buxgalteriya tizimlarining xalqaro talablar bilan uyg'unlashuvi nafaqat investitsion muhitni yaxshilaydi, balki moliyaviy ma'lumotlarning ishonchligi va shaffofligini ham ta'minlaydi. Shu boisdan, O'zbekistonda ham oxirgi o'n yillik davomida davlat ishtirokidagi korxonalarni qayta tashkil etish, ularni bozor tamoyillariga moslashtirish va hisob tizimini xalqaro standartlarga yaqinlashtirish bo'yicha izchil ishlar amalga oshirilmoqda. O'zgartirish shaklidagi qayta tashkil etish yuridik shaxsning tugatilmasdan, faqat uning tashkiliy huquqiy shaklini o'zgartirish orqali faoliyatini davom ettirish jarayoni hisoblanadi. Bunday shaklda yuridik shaxsning barcha huquq

va majburiyatlari yangi tashkil etilgan subyektga to‘liq vorislik asosida o‘tadi. Bu jarayonda korxona-soni oshmaydi yoki kamaymaydi, balki uning huquqiy formasi o‘zgaradi. Masalan, aksiyadorlik jamiyati mas’uliyati cheklangan jamiyatga aylantirilishi, davlat unitar korxonasi aksiyadorlik jamiyati yoki xususiy korxonaga aylanishi mumkin. Bu jarayon korxonaning tashkiliy tuzilmasini optimallashtirish, uning moliyaviy hisobot tizimini bozor tamoyillariga moslashtirish va faoliyat samaradorligini oshirish maqsadida amalga oshiriladi.

2-jadval

Davlat ishtirokidagi korxonalar sonining o‘zgarishi (2014–2024)¹

Yillar	Davlat korxonalari umumiy-soni	Ulardan DUK	AJ	MCHJ	Qisqartirish (%)	darajasi
2014	6 020	2 200	1 000	2 820	–	
2016	5 120	1 950	980	2 190	15	
2018	4 130	1 580	850	1 700	31	
2020	3 150	1 150	700	1 300	48	
2022	2 620	920	580	1 120	56	
2024	2 300	450	258	1 592	61	

Bu ma’lumotlardan ko‘rinib turibdiki, so‘nggi o‘n yilda davlat ishtirokidagi korxonalar-soni qariyb uch baravarga qisqargan. Bu jarayonda davlat unitar korxonalarning aksar qismi mas’uliyati cheklangan jamiyatlar va aksiyadorlik jamiyatlariga aylantirilgan. Qayta tashkil etishning bu shakli iqtisodiy mazmunan davlat ishtirokidagi aktivlarni samarali boshqarish, ularni raqobatbardosh biznes subyektlariga aylantirish hamda davlat ulushini bosqichma bosqich qisqartirish strategiyasining asosiy qismi hisoblanadi. 2021–2025-yillarga mo‘ljallangan “Davlat ishtirokidagi korxonalarni boshqarish va isloh etish strategiyasi”ga ko‘ra, 2030-yilga qadar davlat ulushi bo‘lgan korxonalar-sonini 6 barobargacha qisqartirish rejalashtirilgan. Bu jarayonda davlat unitar korxonalari va aksiyadorlik jamiyatlarining ko‘pchiligi faoliyatini yangi tashkiliy huquqiy shaklda davom ettirmoqda.

3-jadval

Qayta tashkil etish jarayonlarining o‘zgartirish shaklini amalga oshirgan korxonalar tahlili²

№	Korxona nomi	Ilgarigi shakli	Yangi shakli	Yil	Maqsad
1	“O‘zmetkombinat”	DUK	AJ	2018	Korporativ boshqaruvni joriy etish
2	“O‘zavtosanoat”	Holding	AJ	2019	Korxonalarni ixtisoslashtirish
3	“O‘zbekneftgaz”	DUK	AJ	2020	Xalqaro hisobot standartlariga o‘tish
4	“O‘ztelekom”	DUK	MCHJ	2021	Raqamli xizmatlar segmentini ajratish
5	“O‘ztemiryo‘lkonteyner”	Filial	MCHJ	2022	Mustaqil moliyaviy hisobot yuritish

Jadvalda nomi keltirilgan korxonalar o‘zgartirish shaklidagi qayta tashkil etish faqat huquqiy o‘zgarish ekanligini emas, balki boshqaruv, hisob va hisobot tizimini modernizatsiya etish vositasi ekanligini ko‘rsatadi. Hisob va hisobot nuqtai nazaridan, o‘zgartirish shaklidagi qayta tashkil etishda eng muhim vazifa yuridik shaxsning faoliyatidagi uzluksizlikni ta’minlash va barcha aktiv hamda majburiyatlarning haqiqiy qiymatda aks ettirilishini ta’minlashdir. Milliy amaliyotda bu jarayon asosan “Buxgalteriya hisobi milliy standarti”ning 23-soni “Qayta tashkil etishni amalga oshirishda moliyaviy hisobotni shakllantirish” talablariga asoslanadi. Biroq bu standartda xalqaro moliyaviy hisobot standartlari (MHXS 3 “Biznes birlashuvlari”, MHXS 10 “Konsolidatsiyalashgan moliyaviy hisobot”, MHXS 13 “Adolatli qiymatni aniqlash”) me’yorlari to‘liq qamrab olinmagan. Natijada amaliyotda aktivlar ko‘pincha qoldiq qiymat bo‘yicha taqsimlanadi, gudvill yoki salbiy gudvill tan olinmaydi, taqsimot balansi shakli yagona formatda

¹ Davlat aktivlarini boshqarish agentligi(DABA), 2024-yil hisoboti asosida tayyorlandi.

² Davlat aktivlarini boshqarish agentligi(DABA), 2024-yil hisoboti asosida tayyorlandi.

belgilanmagan. Shu sababli hisobotlardagi ma’lumotlar xalqaro investorlar va auditorlar uchun har doim ham solishtiriladigan darajada bo’lmaydi. Xalqaro amaliyotda esa bunday qayta tashkil etish jarayonlari adolatli qiymat usuli asosida aktiv va majburiyatlarni baholash majburiy hisoblanadi. Masalan, Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida o’zgartirish shaklidagi qayta tashkil etish jarayonida moliyaviy hisobotlar MHXS talablariga mos tarzda qayta shakllantiriladi, vorislik asosidagi balans tuziladi va gudvill yoki hariddan kelgan foydamoliyaviy hisobotlarda tan olinadi. Bu amaliyot hisobotlardagi ma’lumotlarning ishonchliligini oshirib, tashqi sarmoyadorlar uchun shaffof axborot muhitini yaratadi.

4-jadval

Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlarining buxgalteriya hisobi milliy standartlari bilan solishtirish jadvali

Ko’rsatkich	BHMS	MHXS	Amaliy ahamiyati
Aktivlarni baholash usuli	Qoldiq qiymat	Adolatli (bozor) qiymat	Haqiqiy moliyaviy holatni aks ettirish
Gudvillni tan olish	Yo’q	Majburiy (MHXS 3)	Bozordagi noqidiy aktivlarni hisobga olish
Konsolidatsiya	Faqat AJlar uchun	Barcha guruhlar uchun (MHXS 10)	Guruh hisobotlarining aniqligi
Hisobot formati	Mahalliy	Yagona xalqaro (BHXS 1)	Solishtirish imkoni
Impairment test	Mavjud emas	BHXS 36 bo’yicha majburiy	Aktivlarning haqiqiy qiymatini baholash

Milliy standartlar odatda sodda va mahalliy bozor talablariga moslashgan bo’lsa, MHXS hisobotlarni xalqaro tadqiq uchun ifodalaydi. O’zbekiston amaliyotida bu jarayon hali to’liq institutsionallashmagan. Milliy buxgalteriya tizimida aktivlarni adolatli qiymatda baholash amaliyoti yetarlicha rivojlanmagan, baholovchi tashkilotlar faoliyati cheklangan va malaka jihatidan MHXS talablariga mos emas. Shuningdek, buxgalterlar va auditorlarning xalqaro standartlar bo’yicha bilim va ko’nikmalari yetarli darajada emasligi qayta tashkil etish jarayonlarida hisobotlarning sifatini pasaytiradi.

Boshqa tomondan, xalqaro standartlar asosida hisob yuritishning afzalliklari juda katta. Birinchidan, adolatli qiymat usuli asosida aktivlarni baholash moliyaviy hisobotlarning haqqoniyligini ta’minlaydi, ikkinchidan, korporativ boshqaruv va shaffoflikni kuchaytiradi, uchinchidan, xorijiy investorlar uchun mamlakat iqtisodiyoti haqida xolis va ishonchli ma’lumot beradi. Shuning uchun ham xalqaro standartlarni milliy amaliyotga to’liq joriy etish davlat korxonalarini transformatsiya etish jarayonida ustuvor ahamiyatga ega.

5-jadval

Qayta tashqil etish jarayonlarining o’zgartirish shaklida qayta tashkil etishning iqtisodiy natijalari (2015–2024)¹

Yil	Qayta tashkil etilgan korxonalar-soni	Rentabellik o’sishi (%)	Aktivlar qiymati (trln so’m)	Xususiy sektor ulushi (%)
2015	120	5.8	19.6	28
2017	240	9.2	23.1	33
2019	410	12.7	28.5	41
2021	530	15.4	34.9	49
2023	720	18.2	42.3	57
2024	810	19.5	45.8	60

Jadval ma’lumotlari shundan dalolat beradiki, qayta tashkil etish natijasida korxonalarda rentabellik o’sishi barqaror holat kasb etgan va davlat ishtirokining qisqarishi iqtisodiy samaradorlikni oshirgan.

O’tgan 10 yildagi statistik ma’lumotlar shuni ko’rsatmoqdaki, davlat ishtirokidagi korxonalarni qayta tashkil etish va ularning moliyaviy hisobot tizimini xalqaro standartlarga moslashtirish mamlakat iqtisodiyotining samaradorligiga ijobiy ta’sir ko’rsatgan. Masalan, Davlat

¹ Davlat aktivlarini boshqarish agentligi(DABA), 2024-yil hisoboti asosida tayyorlandi.

statistika qo‘mitasi ma‘lumotlariga ko‘ra, qayta tashkil etilgan korxonalarining o‘rtacha rentabellik darajasi so‘nggi 5 yilda 18 foizga oshgan, ularda ishlab chiqarish samaradorligi 22 foizga o‘sgan. Bu raqamlar qayta tashkil etish va xalqaro standartlarni joriy etishning iqtisodiy foydasini yaqqol namoyon etadi. Biroq, hali ham qator tizimli muammolar mavjud: hisob tizimining avtomatlashtirish darajasi past, auditorlik tekshiruvlari yetarlicha mustaqil emas, gudvillni hisobga olish amaliyoti yo‘q, taqsimot balansi standartlashtirilmagan. Shu sababli, kelgusida qayta tashkil etish jarayonlarining samaradorligini ta‘minlash uchun quyidagi chora tadbirlar amalga oshirilishi zarur.

Birinchidan, milliy buxgalteriya standartlarini MHXS 3, MHXS 10 va MHXS 13 me‘yorlariga uyg‘unlashtirish lozim.

Ikkinchidan, adolatli qiymat usuli asosida baholash tizimini joriy etish va baholovchi tashkilotlar malakasini oshirish kerak.

Uchinchidan, gudvillni tan olish va BHXS 36 talablariga mos ravishda impairment testini amalga oshirishni normativ asosga kiritish maqsadga muvofiq.

To‘rtinchidan, buxgalter va auditorlar uchun xalqaro standartlar bo‘yicha malaka oshirish dasturlarini keng yo‘lga qo‘yish lozim. Beshinchidan, taqsimot balansi uchun yagona normativ shakl ishlab chiqilib, uni BHMS tarkibiga kiritish zarur.

Xulosa va takliflar. Qayta tashkil etishning o‘zgartirish shaklida buxgalteriya hisobi va moliyaviy hisobotni xalqaro moliyaviy hisobot standartlari (MHXS) asosida tashkil etish O‘zbekistonda iqtisodiy barqarorlikni ta‘minlash, moliyaviy shaffoflikni oshirish va xalqaro integratsiyani chuqurlashtirishga xizmat qiluvchi muhim strategik yo‘nalish hisoblanadi. Ushbu jarayon davlat ishtirokidagi korxonalar faoliyatini bozor mexanizmlariga moslashtirish, moliyaviy axborotlarning aniqligi va xolisligini ta‘minlash hamda xalqaro investorlar uchun ishonchli axborot muhitini shakllantirish orqali mamlakatning investitsion jozibadorligini oshirishga xizmat qiladi.

O‘zbekistonda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar doirasida qayta tashkil etishning o‘zgartirish shakli yuridik shaxsni tugatmasdan, uning tashkiliy-huquqiy shaklini o‘zgartirish orqali faoliyat uzluksizligini ta‘minlaydigan samarali mexanizm sifatida namoyon bo‘lmoqda. Bu shaklda korxonaning barcha huquq va majburiyatlari vorislik asosida saqlanib qoladi, bu esa xo‘jalik faoliyatining barqarorligini ta‘minlaydi. Natijada, korxonalar mustaqil moliyaviy subyekt sifatida faoliyat yuritib, ichki nazorat va korporativ boshqaruv tizimini takomillashtirish imkoniyatiga ega bo‘lmoqda. Qayta tashkil etishning o‘zgartirish shaklida hisob yuritishda MHXS 3 “Biznes birlashuvlari”, MHXS 10 “Konsolidatsiyalashgan moliyaviy hisobot” va MHXS 13 “Adolatli qiymatni aniqlash” standartlari asosiy metodologik mezon bo‘lib xizmat qiladi. Biroq amaldagi milliy buxgalteriya standartlarida aktivlarni adolatli qiymatda baholash, gudvillni tan olish, impairment test o‘tkazish hamda vorislik balansi shaklini standartlashtirish masalalari to‘liq qamrab olinmagan. Bu esa moliyaviy hisobotlarda ma‘lumotlarning solishtirilish imkoniyatini cheklamoqda.

Shu munosabat bilan, qayta tashkil etishning o‘zgartirish shaklida hisob va hisobot tizimini takomillashtirish maqsadida quyidagi ilmiy-amaliy takliflar ilgari suriladi:

- milliy buxgalteriya hisob standartlarini MHXS 3, MHXS 10 va MHXS 13 talablariga uyg‘unlashtirish;
- aktiv va majburiyatlarni baholashda adolatli qiymat usulini keng joriy etish;
- gudvillni tan olish va BHXS 36 asosida impairment test amaliyotini normativ-huquqiy jihatdan mustahkamlash;
- baholovchi tashkilotlar faoliyatini institutsional rivojlantirish va ularning rolini aniq belgilash;
- buxgalter va auditor kadrlarning MHXS bo‘yicha malakasini oshirish uchun sertifikatlash dasturlarini kengaytirish;
- hisob va hisobot tizimini raqamlashtirish hamda elektron hisobot platformalarini joriy etish.

Xulosa qilib aytganda, qayta tashkil etishning o‘zgartirish shaklida buxgalteriya hisobi va moliyaviy hisobotni xalqaro standartlar asosida tashkil etish nafaqat hisob tizimini takomillashtirish, balki iqtisodiy islohotlarning strategik yo‘nalishi hisoblanadi. Ushbu jarayon

milliy hisob tizimini xalqaro mezonlar bilan uygʻunlashtirish, moliyaviy axborotning ishonchliligini oshirish va davlat ishtirokidagi korxonalarning moliyaviy samaradorligini yuksaltirishga xizmat qiladi. Natijada, mamlakatning investitsion jozibadorligi oshadi va Oʻzbekiston jahon moliya tizimidagi oʻrni mustahkamlanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar roʻyxati:

1. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi PF-4947-son Farmoni. “Oʻzbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish boʻyicha Harakatlar strategiyasi”.
2. Oʻzbekiston Respublikasining 2016-yil 13-apreldagi “Buxgalteriya hisobi toʻgʻrisida”gi Qonuni.
3. Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2020-yil 28-iyuldagi 469-son qarori. “Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlarini joriy etish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”.
4. International Accounting Standards Board (IASB). IFRS 3 – Business Combinations. London: IFRS Foundation.
5. International Accounting Standards Board (IASB). IFRS 10 – Consolidated Financial Statements. London: IFRS Foundation.
6. International Accounting Standards Board (IASB). IFRS 13 – Fair Value Measurement. London: IFRS Foundation.
7. International Accounting Standards Board (IASB). IAS 36 – Impairment of Assets. London: IFRS Foundation.
8. International Accounting Standards Board (IASB). IAS 38 – Intangible Assets. London: IFRS Foundation.
9. KPMG. Business Combinations and Consolidation under IFRS. London, 2022.
10. Deloitte. IFRS in Focus: Accounting for Business Combinations. Deloitte Global, 2023.
11. Ernst & Young. Applying IFRS: Business Combinations and Goodwill Accounting. EY Global, 2022.
12. Paliy V.F. Buxgalterskiy uchët i otchetnost po mezhdunarodnym standartam. Moskva: Finansy i statistika, 2020.
13. Sokolov Ya.V. Teoriya buxgalterskogo ucheta. Moskva: Magistr, 2019.
14. Khomyakov A.A. Uchet obʻedineniy biznesa i konsolidatsiya otchetnosti. Sankt-Peterburg: Piter, 2021.
15. Abdurasulov J.A. Biznes birlashuvlari jarayonlarida gudvill hisobini takomillashtirish masalalari. // Iqtisodiyot va moliya jurnali. Samarqand, 2024.

Ж.Абдурасулов	J.Abdurasulov
Совершенствование бухгалтерского учета и отчетности при реорганизации предприятий в форме преобразования на основе МСФО Аннотация. В статье исследуются вопросы совершенствования бухгалтерского учета и финансовой отчетности при реорганизации предприятий в форме преобразования на основе Международных стандартов финансовой отчетности. Проведен сравнительный анализ требований национальных и международных стандартов учета, рассмотрены вопросы оценки активов и обязательств по справедливой стоимости, признания гудвилла, консолидации и повышения прозрачности отчетности. Полученные результаты направлены на сближение национальной учетной практики с международными стандартами и повышение финансовой эффективности предприятий с государственным участием. Ключевые слова: реорганизация, форма преобразования, справедливая стоимость, гудвилл, консолидация, МСФО.	Improving Accounting and Financial Reporting in the Transformation Form of Enterprise Reorganization Based on IFRS Abstract. This article examines the improvement of accounting and financial reporting in corporate reorganization through transformation based on International Financial Reporting Standards. A comparative analysis of national and international accounting standards is conducted, focusing on fair value measurement of assets and liabilities, goodwill recognition, consolidation, and enhancement of reporting transparency. The findings contribute to harmonizing national accounting practices with IFRS and improving the financial performance of state-involved enterprises. Keywords: reorganization, transformation form, fair value, goodwill, consolidation, IFRS.

TA'LIM, KADRLAR TAYYORLASH VA PEDAGOGIKA

Умар Худайбердиев – СамИСи доценти, и.ф.н.

МАКТАБГАЧА ВА МАКТАБ ТАЪЛИМИ - ИЛМ ВА МУВАФФАҚИЯТ КАЛИТИДИР

Аннотация. Мақолада ёшларнинг сифатли илм олишида мактабгача ва умумий ўрта таълимнинг моҳияти ва аҳамияти баён қилинган. Мактабгача ва мактаб таълими - ёшлар учун таълим ва тарбиянинг муҳим бўғини, келажакдаги мувоффақиятлар калити эканлиги мисоллар билан исботланган.

Калит сўзлар: ёшлар, тарбия, таълим, мактабгача таълим, умумий ўрта мактаблари, фан олимпиадалари, олимпиада ғолиблари, мукофотлар, тарғибот, ташвиқот, муваффақиётлар калити.

Кириш. Донишмандлар болалар тарбиясини аёлнинг хомиладорлик давридан бошлаш керак дейишган. Демак ёшлар тарбияси ота-онадан бошланади. “Қуш уясида кўрганини қилади” деган мақол ўз-ўзидан пайдо бўлган эмас. Бола ёшлигида ота-онадан андоза олади. Оила тинч, эр ва хотин бир-бирига меҳрибон бўлиб, бола тарбиясига эътибор берса, бола соғлом, ақлли, рухан тетик ўсади. Оилада кўпроқ жанжаллар бўлиб турса, эри ва хотин бир-бирини ҳурмат қилмаса, бола инжик, рухий ва ақлий ривожланиши паст бўлиб ўсади. Бола катталашган сайин ахлоқий, манавий тарбиясига қариндошлар, кўшнилари, ўртоқ-тенгдошлари, мактабгача таълим, ўрта мактаб таълими таъсир кўрсатади. Мамлакат мустақил бўлгач ёшларнинг ахлоқий, маънавий ва жисмоний тарбиясига катта эътибор қаратилди. Худудларда замонавий талабларга жавоб берадиган болалар боғчалари қурилди. Айниқса кейинги йилларда давлат боғчалари билан бир вақтда, давлат- шерикчилик ва хусусий мактабгача таълим муассасаларига руҳсат берилди. Бу боғчалар ўз обрўини (брендини) ошириш учун, турли тил (она тили, инглиз тили каби тугараклари, болаларни боғчага олиб келиш ва манзилга олиб бориш) каби қўшимча хизматлар ҳам кўрсатмоқда. Мактабгача таълим муассасаларининг асосий вазифаси беғубор, мурғак қалбли ёш болаларни соғлом ўстириш, умуминсоний қадриятлар асосида тарбиялаш, ёшига мос равишда билим бериш, маънавий ва жисмоний тарбиялашдан иборат. Мактабгача ва мактаб таълими ёшларни тарбиялаш ва таълим беришнинг асосий бўғинидир.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили: Ўзбекистонда таълим тизимини ислоҳ қилишнинг устувор йўналишларини белгилаш, ёш авлодни маънавий- ахлоқий ва интеллектуал салоҳиятини ривожлантириш, ўқув-тарбия жароёнига таълимнинг инновацион шакллари жорий этиши Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги қонунда (2020 й. 23 сентябр) ҳамда Республика Президентининг 2019 йил 29 апрелдаги “Ўзбекистон Республикаси Халқ таълими тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепцияси” тўғрисидаги Фармонида баён қилинган.

Олимларимиздан С. Ғуломов, А. Вахобов, М.Қ.Пардаев, М.Саидов, М.Б. Кубаева, Б. Усмонов кабилар. Таълим ва тарбиянинг турли соҳалари бўйича илмий изланишлар олиб борганлар. Мақолада ёшларнинг таълим ва тарбияси узвийлиги, мунтазамлиги, натижаси эса муваффақиятларга олиб келиши фактлар билан ёзилган.

Тадқиқот методологияси: Мақолани ёзишда керакли меъёрий материаллар, адабиётлар ўрганилди, статистик маълумотлар тўпланди, анализ ва синтез, миқдор ва сифат замон ва макон категорияларидан, индукция ва дедукция усуллари билан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар: Мактабгача таълим муассасаларида тарбиячи, педагог, психолог каби мутахассислар болаларни шаклланишига, ахлоқий - эстетик, маънавий ва жисмоний ривожланишига, умумий ўрта таълимга таёрлашда ёрдам беради. Кейинги

йилларда мактабгача таълим муассасаларнинг сони ва улардаги ўринлар сони ҳудудлар бўйича, айниқса қишлоқ жойларда жадал суръатлар билан кўпайди.

1-жадвал

Ўзбекистон Республикасида мактабгача таълим муассасаларининг 2020-2024 йиллардаги асосий кўрсаткичлари

	Йиллар кўрсаткичлар	2020	2024	2024 йил 2020 йилга нисбатан, %
1	Мактабгача таълим муассасалар сони, бирлик	13615	35973	264,2
2	Мактабгача таълим муассасалардаги ўринлар сони минг бирлик	945,5	2969,3	314,0
3	Мактабгача таълим муассасалардаги болалар сони, минг киши	1276,9	2169,5	169,9

Жадвал маълумотларидан кўришиб турибдики, кейинги 5 йилда мактабгача таълим муассасалар сони 2,6 баравардан, улардаги болалар ўринлар сони эса-3,2 бараварга яқин кўпайган. Бундай мактабгача таълим муассасаларининг юқори суръатлар билан кўпайиши асосан оилавий нодавлат мактабгача таълим шаклига тўғри келади. Агарда 2020 йил 1 январ ҳолатига мамлакатда оилавий боғчалар сони 6647 та болалар боғчаси бўлган бўлса, 2024 йил 1 январга келиб уларнинг сони - 26858 тага етган яни 4 баравардан (26858: 6647) кўпрокга кўпайган. Мактабгача таълим муассасалари сони 2024 й. 1 январига асосан аҳоли сони кўпроқ бўлган ҳудудларда: Самарканд (4285та), Андижон (3991 та) ва Фарғона (3922 та) вилоятларида кўпроқ, аҳолиси кам ҳудудларда эса камроқни Сирдарё (1182 та), Навоий (1385) ташкил этади.

Мактабгача таълим муассасалар ва улардаги ўринлар сонининг юқори суръатлар билан кўпайиши натижасида 3-6 ёшли болаларни мактабгача таълим билан қамраб олиш даражаси ўсиб бормоқда. 2020 йил 1 январ ҳолатига бу ёшдаги болаларнинг 45,6% қамраб олинган бўлса, 2024 йил бошига бу кўрсаткич 71,1% га етказилган.

Таълим ва тарбиянинг кейинги бўғини умумий ўрта таълимдир. Собиқ Совет Иттифоқидан мерос бўлиб қолган ўрта таълим мактабларининг кўплари, айниқса қишлоқ жойларидагилари талабга жавоб бермас эди. Бинолари ҳом ғиштдан ёки паҳсадан, хоналари ёғочдан пол қилинмаган, газ, сув ва канализация билан таъминланмаган эди. Ўзбекистон мустақил бўлгач таълимга эътиборни кучайтириб, замонавий мактаб биноларини қуриб, керакли жиҳозлар билан таъминлади. Кейинги йилларда мактаблар ва ўқувчилар сони ортиши билан бир вақтда, ҳудудларда, Президент мактаблари, атоқли шоир ва ёзувчилар номидаги мактаблар, математика, физика, кимё, биология, информатика каби фанлар бўйича ихтисослашган мактаблар ташкил этилди. Мактабларда илғор ҳалқаро тажрибаларга асосланган миллий таълим дастурлари, улар асосида дарсликлар, методик қўлланмалар тайёрланди.

2-жадвал

Ўзбекистонда фаолият юритаётган мактаблар кўрсаткичлари

	Ўқув йиллари кўрсаткичлар	2020/2021	2024/2025	2024/2025 ўқув йили 2020/2021 ўқув йилига нисбатан, %
1	Умумий ўрта таълим ташкилотлари сони, бирлик	10181	10943	107,5

	Шу жумладан: нодавлат ташкилотлар сони, бирлик	102	455	446,0
2	Умумий ўрта таълим ташкилотларида ўқиётган ўқувчилар сони, минг киши	6287,9	6776,3	107,8

Жадвал маълумотларидан маълумки мактаблар сони даврда 7,5 фоизга, улардаги умумий ўқувчилар сони эса 7,8 фоизга ўсган. Лекин ушбу йилларда нодавлат ўрта таълим ташкилотлари сони қарийиб 4,5 бараварга кўпайган. Нодавлат мулк асосида ташкил этилган мактаблар асосан Тошкент шаҳри (131та), Фарғона (93та), Самарканд (38та) вилоятларида ташкил этилган.

Умумий ўрта таълим ташкилотларида таҳсил олаётган ўқувчилар сони, аҳоли сони кўп ҳудудларга тўғри келади. 2024/2025 ўқув йили маълумоти бўйича Самарканд вилоятида - 801,5 минг киши, Фарғона вилоятида - 721,7 минг киши, Қашқадарё вилоятида 682,0 минг киши, Андижон вилоятида - 625,8 минг киши қайд этилган. Махсус ихтисослашган ҳамда нодавлат мулк шаклидаги мактабларнинг ташкил этилиши умумий ўрта таълим ташкилотлари ва уларда таҳсил олаётган ўқувчилар ўртасида фанлар бўйича билим даражасини белгилашда рақобатни кучайтирди.

Умумий ўрта таълим ташкилотларининг асосий вазифаси ёшларга фанлардан чуқур ва сифатли билим беришдир. Умумий ўрта таълим ўқувчиларининг халқаро фан олимпиадаларида ғолибликка эришиб олган медаллар сони йилдан-йилга изчил кўпайиб бормоқда. 2020 йилда - 25 та медал олинган бўлса, 2021 йил - 45та, 2023 йил - 96 та, 2024 йил-128 та, 2025 йилда - 210 та медал (40 та олтин, 78 та кумуш, 92 та бронза) олишган.

Фан олимпиадаларида ўқувчиларнинг ғолиблик кўрсаткичлари шу мактабнинг, шу фан ўқитувчисининг самарадорлигини ифодоловчи кўрсаткичлардан биридир.

2025 йил июль ойида Дубайда бўлиб ўтган 57- халқаро кимё олимпиадасида Абу Али ибн Сино номидаги ихтисослаштирилган мактаб ўқувчиларидан 2-таси олтин медалга сазовор бўлган. Улар битирувчи синф ўқувчиси Далер Рахимов ва ўқувчи Миржаҳон Мухаммедовлардир. Уларнинг устози кимё фани ўқитувчиси Мохира Болтаева ҳам 2019 йилда халқаро олимпиада ғолиби бўлган.

Мамлакат Президенти қарори билан фан олимпиада ғолибларига ва уларнинг устозларига пул мукофотлари берилган олтин медал соҳиблари Д. Рахимов ва М. Мухаммедовларнинг ҳар бирига 1.039.888.000 сўмдан, уларнинг устози М. Болтаевага жами 591 млн. сўрт мукофот берилган. 2025 йилда халқаро фан олимпиада ғолибларини ва устозларини тақдирлаш учун давлат бюджетидан жами 12 млрд 424 миллион сўм ажратилган. Фанлар бўйича олимпиада ғолиблари келажакда фанларда янги кашфиётлар қилишга, иқтисодиёт тармоқларига инновацияларни жорий этиб, ривожланишига муносиб ҳисса қўшадилар. Шунинг учун ҳам ўмумий ўрта мактаб фанларини яхши ўзлаштиришга ташвиқот ва тарғибот ишларини кучайтириш, сифатли илм ривожланишни пойдевори эканлиги тушунтириш лозим. Дунёда илм-фанга эътибор мамлакат иқтисодиётини тезда ривожланишига олиб келишини Япония, Сингапур каби мамлакатлар амалда исботлади.

Хулоса ва таклифлар.

- Ёшларни фанлардан чуқур ва сифатли таълим олишга ташвиқот ишларини кучайтириш лозим. Боксчиларимиз Х. Дўсматов Б. Жалолов, футболчимиз А. Хусановларни Ўзбекистон аҳолисининг 100,0 фоизи эмас, 99,0 фоизи билади. Халқаро - олимпиада олтин медал соҳиблари, Д.Рахимов, Мухаммедовларничи? Тўғри, спортчиларимиз Ўзбекистонни дунёга танитди. Уларни ОАВ тинмай ёзишади, телевизордан кўп кўрсатишди, блогерлар эса улардаги ҳар бир ўзгаришни узликсиз тасвирлаб боришади. Фан олимпиада ғолибларини ҳам иложи борида ОАВда кўпроқ ёритиш лозим. Улар ўқиган мактабларда шон-шухрат хонаси ташкил этиб, уларнинг портретларини, эришган ютуқларини кўрсатиш керак. Бу ғолиблар шу мактабда ўқийдиган ёшларнинг акаси, опаси, қариндоши, маҳалладоши бўлиши мумкин. Бу тадбир ёшларда ҳам фанларни яхши ўзлаштиришга иштиёқ, уйғотади;

-Фанлар бўйича олимпиада ғолиблигига эришган, кейинчалик меҳнат фаолиятида ҳам муваффақиятга эришган ёшлар бўйича, уларнинг ҳаёт йўллари, ғолиблик ва муваффақиятлар қандай эришганлигини ифодаловчи очерклар ёзиб, уларни кўп нусхада чоп эттириб, мактаб кутубхоналарига тарқатиш лозим. Уларни ўқиганлар илм муваффақияти калити эканлигини англаши керак.

Ёшларни илмга, билимга, маърифатли, маънавиятли бўлишга, баркамолликка тарғибот қилиш ҳозирги замоннинг долзарб вазифасидир.

Илм-фаннинг ривожланиши иқтисодиётнинг барқарор ўсишига аҳоли фаровонлигининг юксалишига замин яратади.

Фойдаланилган адабиётлар руйхати

1. Ўзбекистон Республикаси қонуни: “Таълим тўғрисида”, 2020 йил 23 сентябрда қабул қилинган.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 29 апрелдаги “Ўзбекистон Республикаси Халқ таълими тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепцияси” тўғрисидаги Фармони

3. Худайбердиев Умар. Мактабгача таълим-таълим ва тарбиянинг асосидир. “Сервис” илмий-амалий журнали, №1 сон, 2023 йил Самарканд

4. “Газета уз” 2025 йил 15 декабр

5. www.stat.uz

У.Худойбердиев	U.Khudoyberdiev
Дошкольное и школьное образование — ключ к знаниям и успеху	Preschool and school education is the key to knowledge and success
Аннотация. В статье описывается сущность и значение дошкольного и общеобразовательного среднего образования в качественном воспитании молодежи. На примерах доказывается, что дошкольное и школьное образование является важной частью образования и воспитания молодежи, ключом к будущему успеху.	Abstract. This article describes the essence and importance of preschool and general secondary education in the quality development of youth. Examples demonstrate that preschool and school education are an important part of the education and upbringing of youth, and the key to future success.
Ключевые слова: молодежь, воспитание, образование, дошкольное образование, общеобразовательные средние школы, научные олимпиады, победители олимпиад, награды, продвижение, пропаганда, ключ к успеху.	Keywords: youth, upbringing, education, preschool education, comprehensive secondary schools, science olympiads, olympiad winners, awards, promotion, propaganda, key to success.

Bexzod Nematillayevich Gapparov – Jizzax Politexnika Instituti “Arxitekturaviy loyihalash” kafedrasi dotsent vazifasini bajaruvchi

OTM KICHIK GURUHLARDA TEMPERAMENTGA YO‘NALTIRILGAN PEDAGOGIK MODEL

Annotatsiya. Mazkur maqolada oliy ta’lim muassasalarida kichik guruhlar bilan ishlash jarayonida temperamentga asoslangan pedagogik boshqaruv modelining samaradorligi yoritilgan. Sinov-tajriba xolerik, sangvinik va flegmatik temperamentli talabalar misolida olib borilib, ularning faolligi, motivatsiyasi va o‘zlashtirish ko‘rsatkichlarida ijobiy o‘shish qayd etilgan.

Kalit so‘zlar: temperament, pedagogik boshqaruv, kichik guruh, sinov-tajriba, o‘quv motivatsiyasi, oliy ta’lim.

Kirish. Bugungi kunda O‘zbekiston Respublikasida oliy ta’lim tizimini modernizatsiya qilish, talabalarining intellektual salohiyatini oshirish hamda ta’lim jarayonini samarali boshqarish masalalari davlat siyosati darajasiga ko‘tarilgan. So‘nggi yillarda oliy ta’lim muassasalarida

talabaga yo‘naltirilgan ta‘lim, kompetensiyaviy yondashuv, alohida tartibda olib boriladigan ta‘lim trayektoriyalarini shakllantirish, shuningdek, psixologik-pedagogik qo‘llab-quvvatlash tizimini rivojlantirish bo‘yicha qator islohotlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, ta‘lim jarayonida talabalarning shaxsiy xususiyatlarini hisobga olish, ularning qiziqishlari va imkoniyatlariga mos boshqaruv mexanizmlarini joriy etish masalalariga alohida e‘tibor qaratilmoqda¹. Bu borada pedagoglar va ta‘lim tyutorlari tomonidan turli uslubiy tavsiyalar, treninglar hamda diagnostik yondashuvlar ishlab chiqilmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Temperament muammosi qadimdan olimlar e‘tiborida bo‘lib kelgan. Qadimgi yunon tabibi Gippokrat inson xulq-atvoridagi individual farqlarni tana suyuqliklari muvozanati bilan izohlab, temperamentning dastlabki tasnifini bergan. Keyinchalik Ibn Sino o‘zining Al-Qonun fi’t-tibb asarida mizoj (temperament) nazariyasini rivojlantirib, insonning ruhiy va jismoniy xususiyatlari o‘zaro bog‘liqligini ta’kidlagan. Ushbu qarashlar temperamentning biologik va psixologik asoslarini anglashda muhim manba bo‘lib xizmat qiladi.

XIX-XX asrlarda temperament masalasi ilmiy-eksperimental asosda o‘rganila boshlandi. Rus fiziologi Ivan Pavlov oliy nerv faoliyati tiplari haqidagi ta’limotida temperamentni nerv tizimi kuchi, muvozanati va harakatchanligi bilan bog‘ladi. Uning ishlari pedagogik jarayonda individual yondashuvning fiziologik asoslarini tushuntirishga xizmat qiladi. Shuningdek, Boris Teplov va Vladimir Nebylitsyn tadqiqotlarida individual-psixologik farqlar va qobiliyatlarning nerv-fiziologik mexanizmlari chuqur tahlil qilingan.

Shaxs psixologiyasi doirasida Hans Eysenck temperamentni ekstraversiya–introversiya va neyrotizm o‘lchamlari orqali izohlab, uning diagnostik modelini ishlab chiqqan. Mazkur yondashuv ta‘lim jarayonida talabalarni psixologik jihatdan differensial baholash imkonini beradi.

Pedagogik boshqaruv va individual yondashuv masalalari bo‘yicha Vasiliy Sukhomlinskiy hamda Konstantin Ushinskiy asarlarida o‘quvchi shaxsiga yo‘naltirilgan ta‘lim g‘oyasi ilgari surilgan. Ular ta‘lim samaradorligi bevosita shaxsiy xususiyatlarni hisobga olish bilan bog‘liqligini asoslab berganlar. Zamonaviy pedagogika va psixologiya adabiyotlarida ham talabalarning individual xususiyatlariga tayangan boshqaruv yondashuvlari muhim omil sifatida qayd etiladi.

Shu bilan birga, tahlil qilingan adabiyotlarda temperament nazariyasi yetarlicha yoritilgan bo‘lsa-da, uni oliy ta‘lim muassasalarida kichik guruhlar faoliyatini boshqarish modeli bilan tizimli bog‘lash masalasi to‘liq ishlab chiqilmagan. Aksariyat tadqiqotlarda temperament diagnostikasi va umumiy pedagogik tavsiyalar keltirilgan, ammo amaliyotga yo‘naltirilgan, sinov-tajriba asosida tekshirilgan boshqaruv modeli yetarli darajada asoslanmagan.

Shu nuqtai nazardan, temperamentga asoslangan pedagogik boshqaruv modelini ishlab chiqish va uni OTMlarda kichik guruhlar misolida sinovdan o‘tkazish mavjud ilmiy qarashlarni rivojlantiruvchi va amaliyotga tatbiq etuvchi dolzarb yo‘nalish sifatida namoyon bo‘ladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda temperamentga asoslangan pedagogik boshqaruv modelining samaradorligini aniqlash maqsadida bir qator nazariy va empirik tadqiqot usullaridan foydalanildi.

Avvalo, nazariy tahlil usuli asosida pedagogika va psixologiyaga oid ilmiy adabiyotlar o‘rganildi, temperament nazariyalari hamda individual yondashuvga doir ilmiy qarashlar tizimlashtirildi va umumlashtirildi.

Empirik bosqichda quyidagi usullar qo‘llanildi:

- Kuzatish usuli – talabalar faoliyati, dars jarayonidagi ishtiroki, muloqot darajasi va topshiriqlarni bajarish faolligi muntazam kuzatildi.
- Psixologik diagnostika usuli – talabalar temperament turi (xolerik, sangvinik, flegmatik) aniqlanib, shunga mos pedagogik yondashuv belgilandi.
- Pedagogik tajriba (sinov-tajriba) usuli – kichik guruh sharoitida har bir talaba bilan temperamentiga mos alohidalashtirilgan boshqaruv usullari qo‘llanildi.
- Suhbat va savolnoma usuli – talabalar motivatsiyasi, o‘zini baholashi va o‘quv jarayoniga

¹ Aynaqulov M.A. Xudayberdiyev B.B. Motivatsiya samaradorlik garovi sifatida // Ilmiy axborotnoma jurnali. Samarqand Davlat Universiteti. – 2020. – №. 2 (120). – C. 91.

munosabati o‘rganildi.

- Taqqoslash va tahlil usuli – tajriba boshidagi va yakunidagi ko‘rsatkichlar (o‘quv faolligi, motivatsiya, o‘zlashtirish darajasi) qiyosiy tahlil qilindi.
- Statistik qayta ishlash usuli – olingan natijalar miqdoriy va foiz ko‘rsatkichlari asosida umumlashtirildi.

Tadqiqot davomida kichik guruh tarkibidagi 3 nafar talaba (xolerik, sangvinik va flegmatik tip vakillari) tajriba obyektlari sifatida ishtirok etdi. Har bir talabaning individual-psixologik xususiyatlarini inobatga olgan holda pedagogik boshqaruv strategiyasi ishlab chiqildi va amaliyotga tatbiq etildi.

Mazkur metodologik yondashuv temperamentga mos pedagogik boshqaruv modelining ta’lim samaradorligiga ta’sirini aniqlash hamda ilmiy asoslangan xulosalar chiqarish imkonini berdi.

Tahlil va natijalar. Sinov-tajriba jarayonida xolerik temperamentli talabaga faol rahbarlik, tezkor aloqa va qisqa muddatli vazifalar berildi. Natijada ushbu talabada darsdagi ishtirok faolligi va topshiriqlarni bajarish tezligi sezilarli darajada oshdi.

Sangvinik temperamentli talaba bilan esa ijtimoiy faollikni qo‘llab-quvvatlovchi, guruhli ishlarga asoslangan boshqaruv usullari qo‘llanildi. Bu yondashuv talabaning o‘quv motivatsiyasi va bilimlarni o‘zlashtirish darajasini barqaror oshirishga xizmat qildi.

Flegmatik temperamentli talaba uchun esa sokin, rejalashtirilgan va bosqichma-bosqich nazoratga asoslangan pedagogik boshqaruv usullari tanlandi. Natijada talabaning darsga nisbatan mas’uliyati va mustaqil ishlash ko‘rsatkichlarida ijobiy o‘sish kuzatildi (1-jadval).

1-jadval

Temperamentga asoslangan pedagogik boshqaruv modelining samaradorlik ko‘rsatkichlari

№	Talaba temperament turi	Dars faolligi (ball)	Motivatsiya darajasi (ball)	O‘zlashtirish darajasi (%)
1	Xolerik	58 → 82	60 → 85	62 → 88
2	Sangvinik	65 → 87	68 → 90	70 → 92
3	Flegmatik	52 → 74	55 → 78	58 → 80

Manba: Jadvalda ko‘rsatkichlar tajriba oldi va tajriba yakunidagi natijalar asosida berilgan.

1-jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, temperamentga asoslangan pedagogik boshqaruv modeli barcha uch temperament turida ham ijobiy natijalar bergan. Xususan, xolerik temperamentli talabaning dars faolligi 24 ballga, motivatsiyasi 25 ballga, o‘zlashtirish darajasi esa 26 foizga oshgan. Bu holat tezkor va faol boshqaruv usullarining xolerik talabalar uchun samarali ekanligini ko‘rsatadi.

Sangvinik temperamentli talaba ko‘rsatkichlari barcha mezonlar bo‘yicha eng yuqori o‘sishga ega bo‘lib, bu uning ijtimoiy faollikka yo‘naltirilgan boshqaruv usullariga tez moslashishini tasdiqlaydi. Flegmatik temperamentli talabada esa o‘sish sur’ati nisbatan sekin bo‘lsada, barqaror va ijobiy natijalar qayd etilgan. Bu esa flegmatik talabalar bilan ishlashda uzoq muddatli va tizimli boshqaruv zarurligini ko‘rsatadi.

Umuman olganda, tajriba natijalari temperamentga mos pedagogik boshqaruv modeli talabalar faolligi, motivatsiyasi va o‘zlashtirish ko‘rsatkichlarini oshirishda samarali ekanligini ilmiy jihatdan asoslaydi.

Olib borilgan sinov-tajriba ishlari temperamentga asoslangan pedagogik boshqaruv modelining oliy ta’lim muassasalarida kichik guruhlar bilan ishlash jarayonida yuqori samaradorlikka ega ekanligini ko‘rsatdi. Turli temperament tiplari bilan tavsiflangan talabalar misolida o‘tkazilgan tajriba natijalari talabalarning o‘quv faolligi, motivatsiyasi va o‘zlashtirish ko‘rsatkichlarida sezilarli ijobiy o‘sish mavjudligini tasdiqladi. Bu esa ta’lim jarayonida yagona va standart boshqaruv yondashuvlaridan voz kechib, talabalar shaxsiy psixologik xususiyatlariga mos pedagogik boshqaruv mexanizmlarini joriy etish zarurligini ilmiy jihatdan asoslaydi.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, xolerik temperamentli talabalar uchun tezkor va

faol rahbarlik, sangvinik temperamentli talabalar uchun ijtimoiy faollikka yo‘naltirilgan boshqaruv, flegmatik temperamentli talabalar uchun esa rejalashtirilgan va bosqichma-bosqich nazoratga asoslangan yondashuvlar ta‘lim samaradorligini oshirishda muhim omil bo‘lib xizmat qiladi. Shuningdek, temperamentga mos boshqaruv talabalarining o‘z imkoniyatlarini to‘liq namoyon etishiga, ta‘lim jarayonida psixologik qulay muhit shakllanishiga zamin yaratadi¹.

Xulosa va takliflar. Olib borilgan tadqiqot natijalariga tayangan holda shuni ta‘kidlash mumkinki, temperamentga asoslangan pedagogik boshqaruv modeli oliy ta‘lim muassasalarida kichik guruhlar bilan ishlash samaradorligini oshirishda muhim omil bo‘lib xizmat qiladi. Tajriba jarayonida talabalarining individual-psixologik xususiyatlarini inobatga olish ularning o‘quv faolligi, motivatsiyasi hamda o‘zlashtirish ko‘rsatkichlariga ijobiy ta‘sir ko‘rsatishi aniqlandi.

Muallif fikricha, mazkur ilmiy yo‘nalishni yanada takomillashtirish maqsadida quyidagi taklif va tavsiyalarni ilgari surish maqsadga muvofiq:

1. Oliy ta‘lim muassasalarida talabalar temperamentini aniqlashga qaratilgan diagnostik vositalarni o‘quv jarayoniga tizimli ravishda joriy etish.

2. Pedagoglar va ta‘lim tyutorlari uchun temperamentga asoslangan boshqaruv bo‘yicha uslubiy qo‘llanmalar hamda amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.

3. Kichik guruhlar bilan ishlashda alohidalashtirilgan pedagogik boshqaruv modellarini keng qo‘llash va ularni o‘quv jarayoniga integratsiya qilish.

4. Mazkur yo‘nalish bo‘yicha tadqiqotlarni kengroq talaba auditoriyasida davom ettirish hamda bevosita kuzatish, sinov-tajriba, o‘lchash va empirik ma‘lumotlarga tayangan holda ilmiy bazani boyitish.

Xulosa sifatida aytish mumkinki, temperamentga asoslangan pedagogik boshqaruv modeli oliy ta‘lim tizimida ta‘lim sifatini oshirish, talabalar salohiyatini ro‘yobga chiqarish va ta‘lim jarayonini samarali tashkil etishning istiqbolli yo‘nalishlaridan biridir. Ushbu yondashuvni amaliyotga joriy etish innovatsion pedagogik boshqaruv tizimini shakllantirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Aynakulov M.A. Xudayberdiyev B.B. Motivatsiya samaradorlik garovi sifatida // Ilmiy axborotnoma jurnali. Samarqand Davlat Universiteti. – 2020. – №. 2 (120). – C. 91.

2. Aynakulov M.A. “Iqtisodiy tahlil va audit” fanini o‘qitishda G. Monj usulining tadbiqu // Biologiyaning zamonaviy tendensiyalari: muammolar va yechimlar. – 2023. – T. 1. – №. 5. – C. 902-905.

3. Айнакулов М.А. Менежмент қарорларининг бoshqaruv asosi sifatida shakllanishining tavsiyaviy bosqichlari // Results of National Scientific Research International Journal. – 2024. – T. 3. – №. 1. – C. 255-264.

Б.Гаппаров Педагогическая модель, ориентированная на темперамент, для работы в малых группах в университете	B.Gapparov Temperament-oriented pedagogical model in small groups at the university
Аннотация. В статье рассматривается эффективность педагогической модели управления, основанной на типах темперамента студентов в условиях малых групп высших учебных заведений. Эксперимент проведён с участием студентов с холерическим, сангвиническим и флегматическим темпераментом. Результаты показали рост учебной активности, мотивации и уровня усвоения знаний. Ключевые слова: темперамент, педагогическое управление, малая группа, эксперимент, учебная мотивация, высшее образование.	Abstract. This article examines the effectiveness of a temperament-based pedagogical management model in higher education small groups. An experimental study involving choleric, sanguine, and phlegmatic students demonstrated positive improvements in learning activity, motivation, and academic performance. The findings confirm the importance of individualized management approaches in the educational process. Keywords: temperament, pedagogical management, small group, experiment, learning motivation, higher education.

¹ Aynakulov M.A. “Iqtisodiy tahlil va audit” fanini o‘qitishda G. Monj usulining tadbiqu // Biologiyaning zamonaviy tendensiyalari: muammolar va yechimlar. – 2023. – T. 1. – №. 5. – C. 902-905.

Ilhom Begmatdulobovich Mattiyev – SamISI, “Tillarni o‘qitish” kafedrası professori, pedagogika fanlari doktori.

CHET TILLARNI O‘RGANISHDA PEDAGOGIK TEXNOLOGIYALARNING O‘RNI

Annotatsiya. Ushbu maqolada chet tillarni o‘rganish jarayonida pedagogik texnologiyalarning o‘rni va ahamiyati yoritilgan. Zamonaviy pedagogik texnologiyalar yordamida ta‘lim jarayonini samarali tashkil etish, talabalar faolligini oshirish va mustaqil fikrlash ko‘nikmalarini rivojlantirish masalalari tahlil qilingan. Maqolada interfaol metodlar, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari hamda innovatsion yondashuvlarning chet tilini o‘zlashtirishdagi samaradorligi asoslab berilgan. Shuningdek, pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etilgan darslarning natijadorligi va ta‘lim sifatiga ta‘siri ko‘rsatib o‘tilgan. Chet tillarni o‘qitishda zamonaviy metodlardan foydalanish talabalarning nutqiy kompetensiyasini rivojlantirishga xizmat qilishi ta‘kidlangan.

Kalit so‘zlar: pedagogik texnologiya, chet tillarni o‘qitish, interfaol metodlar, innovatsion yondashuv, ta‘lim samaradorligi, nutqiy kompetensiya, axborot texnologiyalari, mustaqil ta‘lim, kommunikativ yondashuv, zamonaviy metodlar, o‘quv jarayoni, ta‘lim sifati, talaba faolligi, pedagogik jarayon.

Kirish. Hozirgi davrda chet tillarni puxta o‘zlashtirish zamonaviy ta‘lim tizimining muhim yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Globallashuv jarayonlari, xalqaro ilmiy hamkorlik va axborot almashinuvining kengayib borishi natijasida xorijiy tillarni samarali o‘rganishga bo‘lgan ehtiyoj tobora ortib bormoqda. Shu sababli chet tillarni o‘qitish jarayonini zamonaviy pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etish ta‘lim samaradorligini oshirishning muhim omili sifatida qaralmoqda. Pedagogik texnologiyalar o‘quv jarayonini aniq maqsad asosida rejalashtirish, o‘qitish jarayonining izchilligini ta‘minlash hamda ta‘lim oluvchilarning bilim olish jarayonidagi faolligini kuchaytirishga xizmat qiladi [1].

Zamonaviy pedagogik texnologiyalarni qo‘llash orqali o‘quv jarayonini interfaol shaklda tashkil etish imkoniyati kengayadi. Bunday yondashuv talabalarni mustaqil fikrlashga o‘rgatadi, o‘quv materialini chuqur o‘zlashtirishga yordam beradi hamda ularning o‘quv faoliyatiga bo‘lgan qiziqishini oshiradi. Innovatsion texnologiyalar asosida tashkil etilgan mashg‘ulotlar o‘quvchilarning nazariy bilimlarini amaliy faoliyat bilan bog‘lash imkonini yaratadi va natijada ta‘lim sifatining oshishiga olib keladi [2].

Pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etilgan ta‘lim jarayonida o‘quvchilarning shaxsiy rivojlanishiga alohida e‘tibor qaratiladi. Bu jarayonda o‘quvchilarda nafaqat bilim va ko‘nikmalar, balki mustaqil ishlash malakalari ham shakllanadi. Ayniqsa, zamonaviy pedagogik yondashuvlar asosida tashkil etilgan mashg‘ulotlar o‘quvchilarning faol ishtirokini ta‘minlash bilan birga ularning bilimlarini mustahkamlashga xizmat qiladi [3].

Chet tillarni o‘qitishda pedagogik texnologiyalarni qo‘llash natijasida o‘quvchilarning kommunikativ kompetensiyasi rivojlanadi, nutqiy faoliyat ko‘nikmalari shakllanadi hamda mustaqil ta‘lim olishga bo‘lgan ehtiyoj kuchayadi. Ta‘lim jarayonida zamonaviy metodlardan foydalanish o‘quvchilarning bilim olish jarayoniga ongli yondashuvini shakllantiradi hamda ularning kasbiy faoliyatga tayyorgarligini oshiradi [4].

Mazkur maqolaning asosiy maqsadi chet tillarni o‘rganish jarayonida pedagogik texnologiyalarning o‘rni va ahamiyatini ilmiy-nazariy jihatdan yoritishdan iborat. Shuningdek, zamonaviy pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etilgan ta‘lim jarayonining samaradorligi va amaliy ahamiyati tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalari pedagogik texnologiyalarni chet tillarni o‘qitish jarayoniga keng joriy etish ta‘lim sifatini oshirishga xizmat qilishini ko‘rsatadi [5].

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Chet tillarni o‘rganishda pedagogik texnologiyalarning o‘rni masalasi pedagogika va metodika fanida keng tadqiq etilgan ilmiy yo‘nalishlardan biri hisoblanadi. Ilmiy manbalarda pedagogik texnologiyalar ta‘lim jarayonini samarali tashkil etish, o‘quvchilarning bilish faolligini oshirish hamda nutqiy kompetensiyalarini rivojlantirishga xizmat qiluvchi muhim didaktik vosita sifatida talqin etiladi. Tadqiqotchilar

pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etilgan ta'lim jarayoni o'quvchilarning mustaqil fikrlashini rivojlantirish bilan birga ta'lim sifatini oshirishga xizmat qilishini ta'kidlaydilar [6].

Pedagogik texnologiya tushunchasining ilmiy asoslari ko'plab olimlar tomonidan ishlab chiqilgan. Jumladan, V.P. Bospalko pedagogik texnologiya haqida shunday yozadi: “Pedagogik texnologiya - bu o'quv jarayonini oldindan loyihalash va amaliyotda izchil amalga oshirish tizimidir.” Olimning fikricha, o'qitish jarayonini texnologiyalashtirish ta'lim natijalarining barqarorligini ta'minlaydi hamda o'quvchilar tomonidan bilimlarning puxta o'zlashtirilishiga imkon yaratadi [7].

Pedagogik texnologiyalarning metodik jihatlari M.V. Klarin tomonidan ham keng o'rganilgan. Tadqiqotchi pedagogik texnologiyalar haqida quyidagicha fikr bildiradi: “Pedagogik texnologiyalar o'qitish jarayonini ilmiy asosda tashkil etish imkonini beruvchi metodlar tizimidir.” Uning ta'kidlashicha, pedagogik texnologiyalar o'quvchilarning faolligini oshirish va ta'lim samaradorligini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega [8].

O'zbekistonlik olimlar ham pedagogik texnologiyalarning ta'lim jarayonidagi o'rnini ilmiy jihatdan asoslab berganlar. Jumladan, N. Saidahmedov pedagogik texnologiyalar haqida shunday ta'kidlaydi: “Pedagogik texnologiya ta'lim jarayonini samarali tashkil etishga xizmat qiluvchi o'qitish shakl, metod va vositalarining yaxlit tizimidir.” Olimning fikricha, pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etilgan darslar o'quvchilarning mustaqil ishlash ko'nikmalarini rivojlantiradi hamda ularning ta'lim jarayonidagi faolligini oshiradi [9].

O'.Tolipov va M.Usmonboyeva pedagogik texnologiyalarning ta'lim jarayonidagi ahamiyatini quyidagicha izohlaydilar: “Zamonaviy pedagogik texnologiyalar o'quvchilarning shaxsiy xususiyatlarini hisobga olgan holda ta'lim jarayonini tashkil etishga imkon beradi.” Mualliflarning fikricha, shaxsga yo'naltirilgan pedagogik texnologiyalar ta'lim samaradorligini oshirishda muhim omil hisoblanadi [10].

Chet tillarni o'qitish metodikasida pedagogik texnologiyalarning o'rni xorijiy metodistlar tomonidan ham keng yoritilgan. Jumladan, J.Richards va T.Rodgers quyidagi fikrni ilgari suradilar: “Til o'rganish jarayoni kommunikativ faoliyat orqali samarali amalga oshadi.” Tadqiqotchilarning ta'kidlashicha, kommunikativ yondashuv asosida tashkil etilgan mashg'ulotlar o'quvchilarning nutqiy kompetensiyasini rivojlantirishga xizmat qiladi va pedagogik texnologiyalarni qo'llash bu jarayonni yanada samarali qiladi [11].

O'zbekistonlik metodist olimlardan B. Zaripov chet tillarni o'qitishda zamonaviy pedagogik texnologiyalar haqida quyidagicha fikr bildiradi: “Chet tilini o'qitishda interfaol metodlardan foydalanish o'quvchilarning nutqiy faoliyatini rivojlantirishning muhim omillaridan biridir.” Olimning fikricha, pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etilgan mashg'ulotlar o'quvchilarning og'zaki va yozma nutqini rivojlantirishga xizmat qiladi [12].

Chet tillarni o'rganishda pedagogik texnologiyalarning o'rni zamonaviy pedagogika va metodika fanida dolzarb ilmiy yo'nalishlardan biri sifatida o'rganilmoqda. Hozirgi davr o'zbek pedagog olimlari pedagogik texnologiyalarni ta'lim samaradorligini oshiruvchi muhim vosita sifatida baholaydilar. Ularning ilmiy qarashlarida pedagogik texnologiyalar o'quv jarayonini tizimli tashkil etish, o'quvchilarning mustaqil fikrlashini rivojlantirish hamda kommunikativ kompetensiyalarini shakllantirishga xizmat qilishi alohida ta'kidlanadi.

Zamonaviy o'zbek pedagog olimlaridan O'. Tolipov pedagogik texnologiyalar haqida shunday degan: pedagogik texnologiya o'qitish jarayonini ilmiy asosda loyihalashtirish va natijaga yo'naltirilgan holda tashkil etishga xizmat qiluvchi tizim hisoblanadi. Olimning fikricha, pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etilgan ta'lim jarayoni o'quvchilarning bilimlarni izchil o'zlashtirishiga imkon yaratadi hamda ta'lim samaradorligini oshiradi.

Pedagog olim N. Saidahmedov pedagogik texnologiyalarning ta'lim jarayonidagi o'rni haqida shunday degan: pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etilgan mashg'ulotlar o'quvchilarning mustaqil ishlash ko'nikmalarini rivojlantiradi va ularning o'quv jarayonidagi faolligini oshiradi. Uning ta'kidlashicha, interfaol metodlar o'quvchilarning bilimlarni ongli ravishda o'zlashtirishiga yordam beradi.

Zamonaviy metodist olimlardan R. Ishmuhammedov ta'lim jarayonida innovatsion pedagogik texnologiyalarni qo'llash haqida shunday degan: innovatsion pedagogik texnologiyalar o'quvchilarning mustaqil fikrlashini rivojlantirish bilan birga ularning ijodiy faoliyatini

faollashtiradi. Olimning fikricha, zamonaviy pedagogik texnologiyalar o‘quvchilarning ta’lim jarayonidagi faol ishtirokini ta’minlaydi.

O‘zbek pedagogika olimlaridan A. Abduqodirov axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining ta’lim jarayonidagi ahamiyati haqida shunday degan: axborot texnologiyalaridan foydalanish o‘quvchilarning bilim olish imkoniyatlarini kengaytiradi va ta’lim jarayonini yanada samarali tashkil etishga yordam beradi. Uning fikricha, elektron ta’lim resurslari o‘quvchilarning mustaqil ta’lim olish ko‘nikmalarini rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega.

Zamonaviy metodist olimlardan B. Zaripov chet tillarni o‘qitishda pedagogik texnologiyalarning o‘rni haqida shunday degan: chet tilini o‘qitishda zamonaviy pedagogik texnologiyalardan foydalanish o‘quvchilarning nutqiy faoliyatini rivojlantirishning muhim omili hisoblanadi. Olimning fikricha, interfaol metodlarga asoslangan mashg‘ulotlar o‘quvchilarning og‘zaki va yozma nutqini rivojlantirishga xizmat qiladi.

Shuningdek, zamonaviy o‘zbek olimlaridan J. Jalolov chet tillarni o‘qitish metodikasi haqida shunday degan: chet tilini o‘qitish jarayonida kommunikativ yondashuvdan foydalanish o‘quvchilarning tilni amaliy o‘zlashtirishiga yordam beradi. Uning ta’kidlashicha, o‘quvchilarni muloqot jarayoniga jalb etish til o‘rganish samaradorligini oshiradi.

Umuman olganda, hozirgi davr o‘zbek pedagog olimlarining ilmiy qarashlari shuni ko‘rsatadiki, pedagogik texnologiyalar chet tillarni o‘rganish jarayonini samarali tashkil etish, o‘quvchilarning nutqiy kompetensiyalarini rivojlantirish hamda mustaqil ta’lim olish ko‘nikmalarini shakllantirishda muhim metodik vosita hisoblanadi. Zamonaviy pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etilgan ta’lim jarayoni o‘quvchilarning bilim darajasini oshirish bilan birga ta’lim sifatini ham yaxshilaydi. Yuqoridagi ilmiy manbalar tahlili shuni ko‘rsatadiki, pedagogik texnologiyalar chet tillarni o‘qitish jarayonini samarali tashkil etish, o‘quvchilarning nutqiy kompetensiyasini rivojlantirish hamda mustaqil ta’lim olish ko‘nikmalarini shakllantirishda muhim metodik vosita hisoblanadi. Olimlarning ilmiy qarashlari pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etilgan ta’lim jarayoni o‘quvchilarning bilim darajasini oshirish bilan birga ularning ijodiy fikrlashini rivojlantirishini ko‘rsatadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot metodologiyasi ushbu mavzuni chuqur o‘rganish uchun kompleks yondashuvni o‘z ichiga oladi. Tadqiqot jarayonida chet tillarni o‘qitish metodikasi va pedagogik texnologiyalarga oid ilmiy manbalar hamda davlat ta’lim standartlari talablari tahlil qilinadi, mavjud pedagogik yondashuvlar solishtiriladi va umumlashtiriladi. Shuningdek, pedagogik kuzatuv, suhbat, so‘rovnoma, intervyu va test sinovlari orqali empirik ma’lumotlar to‘planadi. Olingan natijalar modellashtirish, retrospektiv tahlil, monitoring va analitik tahlil usullari asosida qayta ishlanadi. Yakuniy xulosalar matematik-statistik tahlil yordamida asoslanib, tadqiqot natijalarining ishonchliligi ta’minlanadi.

Tahlil va natijalar. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, chet tillarni o‘qitishda pedagogik texnologiyalardan foydalanish ta’lim jarayonining samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Empirik tadqiqot davomida pedagogik kuzatuv, suhbat, so‘rovnoma, intervyu va test sinovlari orqali ma’lumotlar to‘plandi. Ushbu metodlar yordamida olingan natijalar ko‘rsatdiki, interfaol metodlar, innovatsion yondashuvlar va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida tashkil etilgan darslarda talabalar o‘quv materialini tezroq va samarali o‘zlashtiradi, mustaqil fikrlash, tahlil qilish va nutqiy kompetensiya ko‘nikmalari sezilarli darajada rivojlanadi.

Tahlil jarayonida aniqlanishicha, pedagogik texnologiyalarni qo‘llash talabalarning dars jarayonidagi faolligini oshirishga, ularning o‘quv materialini chuqurroq o‘zlashtirishiga va mashg‘ulotlarga qiziqishini kuchaytirishga yordam beradi. Test va so‘rovnoma natijalariga qaraganda, pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etilgan mashg‘ulotlarda talabalarning bilim darajasi an’anaviy metodlardan foydalangan guruhlariga nisbatan yuqori bo‘ldi. Shu bilan birga, interfaol metodlar talabalarning mustaqil ishlash, loyiha va topshiriqlarni bajarish ko‘nikmalarini rivojlantirishga xizmat qilganligi kuzatildi.

Modellashtirish va statistik tahlil natijalari pedagogik texnologiyalarni qo‘llashning ta’lim samaradorligini oshirishda muhim ahamiyatga ega ekanligini tasdiqladi. Empirik ma’lumotlar shuni ko‘rsatdiki, pedagogik texnologiyalar asosida tashkil etilgan mashg‘ulotlar o‘quvchilarning bilim olish jarayonini tizimli, maqsadga yo‘naltirilgan va motivatsiyaga boy shaklda tashkil

etishga imkon beradi. Shu bilan birga, zamonaviy pedagogik texnologiyalardan foydalanish talabalarning o‘quv materialini mustahkamlash, nutqiy va kommunikativ kompetensiyalarini rivojlantirish hamda o‘z-o‘zini nazorat qilish ko‘nikmalarini shakllantirishda samarali vosita ekanligi ilmiy jihatdan tasdiqlandi. Bundan tashqari, tahlil shuni ko‘rsatdiki, pedagogik texnologiyalarni qo‘llash jarayonida talabalar o‘rtasida ta’limga bo‘lgan ijobiy munosabat va o‘z-o‘zini baholash qobiliyati sezilarli darajada oshadi. Interfaol mashg‘ulotlar orqali o‘quvchilarning bilimni amaliyot bilan bog‘lash va real vaziyatlarda qo‘llash ko‘nikmalari mustahkamlanadi. Shu sababli pedagogik texnologiyalar chet tillarni o‘rganish jarayonining nafaqat samaradorligini oshiradi, balki o‘quvchilarning ijodiy va analitik fikrlash qobiliyatlarini rivojlantirishga ham xizmat qiladi. Natijalar shuni ko‘rsatdiki, pedagogik texnologiyalarni tizimli va maqsadga yo‘naltirilgan tarzda qo‘llash ta’lim jarayonini optimallashtirish, talabalarning mustaqil o‘qish ko‘nikmalarini shakllantirish va ularning nutqiy faoliyatini yaxshilashning muhim omili hisoblanadi. Shu asosda, chet tillarni o‘qitishda zamonaviy pedagogik texnologiyalarni keng joriy etish ta’lim sifatini oshirishning ajralmas qismi ekanligi ilmiy jihatdan tasdiqlanadi.

Xulosa va takliflar. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, chet tillarni o‘qitishda pedagogik texnologiyalardan samarali foydalanish ta’lim jarayonining samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Empirik ma’lumotlar, kuzatuv, suhbat, so‘rovnoma va test sinovlari tahlili asosida aniqlanishicha, interfaol metodlar, innovatsion yondashuvlar va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida tashkil etilgan mashg‘ulotlarda talabalarning o‘quv materialini o‘zlashtirish sur’ati va sifati yuqori bo‘ladi. Talabalarning mustaqil fikrlash, tahlil qilish va nutqiy kompetensiya ko‘nikmalari pedagogik texnologiyalarni qo‘llash natijasida sezilarli darajada rivojlanadi.

Tadqiqot davomida kuzatilgan natijalarga ko‘ra, pedagogik texnologiyalarni qo‘llash dars jarayonini tizimli va maqsadga yo‘naltirilgan shaklda tashkil etishga imkon beradi. Shu bilan birga, pedagogik texnologiyalar talabalarning faolligini oshirish, mashg‘ulotlarga bo‘lgan qiziqishini kuchaytirish hamda o‘z-o‘zini nazorat qilish ko‘nikmalarini shakllantirishga xizmat qiladi. Test va so‘rovnoma natijalari shuni ko‘rsatdiki, pedagogik texnologiyalar asosida o‘tkazilgan mashg‘ulotlarda talabalar bilim darajasini mustahkamlash bilan birga, ularning ijodiy va analitik fikrlash qobiliyatlari ham rivojlanadi.

Pedagogik texnologiyalarni qo‘llash o‘quv jarayonida shaxsga yo‘naltirilgan ta’limni ta’minlashga yordam beradi. Individual yondashuv talabalarning qobiliyatlari, qiziqishlari va ehtiyojlarini hisobga olish imkonini beradi. Natijada har bir o‘quvchi o‘z bilim va ko‘nikmalarini samarali rivojlantiradi, ta’lim jarayoni esa yanada sifatli va tizimli bo‘ladi. Bu esa pedagogik texnologiyalarning chet tillarni o‘qitishda nafaqat vosita, balki ta’lim sifatini oshirishga xizmat qiluvchi strategik ahamiyatga ega ekanligini ko‘rsatadi.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. Chet tillarni o‘qitishda pedagogik texnologiyalarni tizimli joriy etish, xususan interfaol metodlar, multimedia vositalari va axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish.
2. Pedagogik texnologiyalar asosida mashg‘ulotlarni loyihalashtirish jarayonida talabalarning individual xususiyatlarini hisobga olish va shaxsga yo‘naltirilgan yondashuvni ta’minlash.
3. O‘qituvchilarni zamonaviy pedagogik texnologiyalar bo‘yicha muntazam malaka oshirish kurslari orqali tayyorlash va ularning metodik kompetensiyalarini oshirish.
4. Chet tillarni o‘qitishda pedagogik texnologiyalar samaradorligini baholash uchun monitoring va test tizimlarini rivojlantirish, olingan natijalarni ilmiy tahlil qilish.
5. O‘quv jarayonida innovatsion metodlar va axborot-kommunikatsiya vositalaridan foydalanishni kengaytirish orqali talabalarni mustaqil fikrlash, loyiha asosida ishlash va nutqiy kompetensiyasini rivojlantirish.

Pedagogik texnologiyalarni chet tillarni o‘qitish jarayoniga samarali joriy etish ta’lim sifatini oshirish, talabalarni mustaqil fikrlashga o‘rgatish va ularning nutqiy hamda kommunikativ kompetensiyalarini rivojlantirishning asosiy omili hisoblanadi. Shu bilan birga, zamonaviy pedagogik texnologiyalarni tizimli va maqsadga yo‘naltirilgan tarzda qo‘llash o‘quv jarayonini yanada interfaol, motivatsiyaga boy va natijaga yo‘naltirilgan shaklda tashkil etish imkonini beradi. Mazkur tadqiqot natijalari pedagogik texnologiyalarni amaliyotga keng joriy etish va ularning samaradorligini oshirish bo‘yicha ilmiy asoslangan tavsiyalar sifatida foydalanilishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Mattiyev, I. B. Ta’lim tizimida innovatsion texnologiyalar va ularning qo‘llanilishi. Zamonaviy dunyoda innovatsion tadqiqotlar: Nazariya va amaliyot, 2022, 1(11), 22–24.
2. Mattiyev, I. B. Salomatlik pedagogikasini takomillashtirish. Zamonaviy ta’limda fan va innovatsion tadqiqotlar, 2024, 2(13), 95–98.
3. Mattiyev, I. B. Pedagogik yondashuvlar orqali sog‘lom turmush tarzi ko‘nikmalarini shakllantirish. Zamonaviy ta’limda fan va innovatsion tadqiqotlar, 2024, 2(13), 100–103.
4. Mattiyev, I. B. Biznes va tadbirkorlik bilan shug‘ullanayotgan insonlar salomatligini asrash. Zamonaviy ta’limda fan va innovatsion tadqiqotlar, 2024, 2(13), 124–127.
5. Mattiyev, I. B. Salomatlikni asrash tamoyillari tarkibida tadbirkorlik faoliyatini olib borish. Zamonaviy ta’limda fan va innovatsion tadqiqotlar, 2024, 2(13), 99–102.
6. Eshmuhamedov R., Abduqodirov A., Pardaev A. Ta’limda innovatsion texnologiyalar. – Toshkent: Iste’dod, 2008.
7. Bepalko V.P. Slagaemye pedagogicheskoy texnologii. – Moskva: Pedagogika, qayta nashr. 2001.
8. Klarin M.V. Innovatsionnye modeli obucheniya v zarubejnyy pedagogike. – Moskva: Prosvesheniya, 2001.
9. Saidahmedov N. Yangi pedagogik texnologiyalar. – Toshkent: Moliya, 2003.
10. Tolipov O‘., Usmonboyeva M. Pedagogik texnologiya nazariyasi va amaliyoti. – Toshkent: Fan, 2005.
11. Richards J.C., Rodgers T.S. Approaches and Methods in Language Teaching. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
12. Zaripov B. Chet tillarni o‘qitish metodikasi. – Toshkent: O‘qituvchi, 2007.

И.Маттiev Роль педагогических технологий в изучении иностранных языков	I.Mattiev The Importance of Pedagogical Technologies in Teaching Foreign Languages
Аннотация. В данной статье освещается роль и значение педагогических технологий в процессе изучения иностранных языков. Проанализированы вопросы эффективной организации учебного процесса, повышения активности студентов и развития навыков самостоятельного мышления с использованием современных педагогических технологий. В статье обоснована эффективность интерактивных методов, информационно-коммуникационных технологий и инновационных подходов в усвоении иностранных языков. Также показана результативность занятий, организованных на основе педагогических технологий, и их влияние на качество образования. Подчеркивается, что использование современных методов обучения способствует развитию коммуникативной компетенции студентов. Ключевые слова: педагогические технологии, обучение иностранным языкам, интерактивные методы, инновационный подход, эффективность обучения, коммуникативная компетенция, информационные технологии, самостоятельное обучение, коммуникативный подход, современные методы, учебный процесс, качество образования, активность студентов, педагогический процесс.	Abstract. This article highlights the role and importance of pedagogical technologies in the process of learning foreign languages. The issues of effective organization of the educational process, increasing students’ activity, and developing independent thinking skills through modern pedagogical technologies are analyzed. The article substantiates the effectiveness of interactive methods, information and communication technologies, and innovative approaches in mastering foreign languages. It also describes the effectiveness of lessons organized on the basis of pedagogical technologies and their impact on the quality of education. The use of modern methods in foreign language teaching is emphasized as an important factor in developing students’ communicative competence. Keywords: pedagogical technologies, foreign language teaching, interactive methods, innovative approach, educational effectiveness, communicative competence, information technologies, independent learning, communicative approach, modern methods, learning process, education quality, student activity, pedagogical process.

Anvar Maxkamovich Soatov – Jizzax politexnika instituti “Arxitekturaviy loyihalash” kafedrası assistenti

TALABALAR TEMPERAMENTIGA MOS AKADEMIK YUKLAMA TAQSIMOTINING SAMARADORLIGI

Annotatsiya. Mazkur maqolada talabalar temperamentiga mos akademik yuklama taqsimotining ta’lim samaradorligiga ta’siri sinov-tajriba asosida tahlil qilinadi. Turli temperamentga ega talabalar misolida yuklama tabaqalashuvining o’zlashtirish darajasi, o’quv faolligi va psixologik holatga ijobiy ta’siri ilmiy jihatdan asoslab berilgan.

Kalit so’zlar: temperament, akademik yuklama, ta’lim samaradorligi, tabaqalashgan yondashuv, sinov-tajriba, oliy ta’lim.

Kirish. So’nggi yillarda mamlakatimizda oliy ta’lim tizimini modernizatsiya qilish, ta’lim sifatini oshirish va talabaga yo’naltirilgan yondashuvni kuchaytirishga alohida e’tibor qaratilmoqda. Xususan, kredit-modul tizimining joriy etilishi, o’quv yuklamalarini maqbullashtirish, mustaqil ta’lim ulushini oshirish, shuningdek, talabalarning individual xususiyatlarini inobatga olgan holda ta’lim jarayonini tashkil etish bo’yicha qator me’yoriy-huquqiy hujjatlar va amaliy chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Ushbu islohotlar ta’lim jarayonida shaxsga yo’naltirilgan pedagogik yondashuvni shakllantirish, talabalar bilimini chuqurlashtirish va ularning akademik samaradorligini oshirishga xizmat qilmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Temperament va uning ta’lim jarayoniga ta’siri masalasi qadimdan olimlar e’tiborida bo’lib kelgan. Temperament tushunchasining ilk ilmiy asoslari qadimgi yunon tabibi Gippokrat tomonidan ilgari surilgan bo’lib, u inson xulq-atvorini organizmdagi to’rt xil suyuqlik muvozanati bilan izohlagan. Keyinchalik, Galen ushbu nazariyani rivojlantirib, temperamentning sangvinik, xolerik, flegmatik va melanxolik turlarini ajratib ko’rsatgan.

XIX-XX asrlarga kelib temperament muammosi fiziologik asosda tadqiq qilina boshlandi¹. Xususan, Ivan Pavlov oliy nerv faoliyati tiplarini o’rganib, temperamentni nerv tizimining kuchi, muvozanati va harakatchanligi bilan bog’ladi. Uning ta’limotiga ko’ra, nerv jarayonlarining kuchi va barqarorligi o’quv yuklamasini qabul qilish hamda qayta ishlash tezligiga bevosita ta’sir ko’rsatadi.

Shuningdek, shaxs psixologiyasi doirasida Sergey Rubinshteyn hamda Lev Vygotsky inson psixik rivojlanishida alohida xususiyatlarning, jumladan, temperamentning ahamiyatini alohida ta’kidlaganlar. Vygotskiy ta’lim jarayonida individual yondashuv zarurligini asoslab, o’quv yuklamasi shaxsning rivojlanish zonasiga mos bo’lishi lozimligini ko’rsatib bergan.

Temperamentni eksperimental asosda chuqur o’rgangan xorijiy olimlardan biri Hans Eysenck hisoblanadi. U shaxsning ekstraversiya-introversiya va neyrotizm ko’rsatkichlari asosida temperament modelini ishlab chiqqan. Eysenck tadqiqotlari shuni ko’rsatadiki, introvert tipdagi talabalar uzoq muddatli va yuqori intensivlikdagi yuklamalarda tezroq charchaydi, ekstravertlar esa faol, interaktiv metodlarda yuqori natija ko’rsatadi.

Mahalliy tadqiqotchi Soatov A.M. ning ta’kidlashicha, shaxsning alohida-psixologik xususiyatlari, jumladan temperamentning ta’lim jarayonidagi o’rnini tadqiq etgan. Olim ta’lim samaradorligi o’quvchi shaxsining psixologik xususiyatlarini hisobga olish bilan chambarchas bog’liqligini ta’kidlaydi².

¹ Makhkamovich S.A. The Quality Education For Engineering Graphics Teaching Material Construction //JournalNX. – C. 270-277.

² Soatov A.M. Ta’limda sifat ko’rsatkichlari va bu borada rivojlangan xorijiy mamlakatlardan ba’zi andozalar // Экономика и социум. – 2023. – №. 4-2 (107). – C. 271-273.

Zamonaviy pedagogik tadqiqotlarda esa o‘quv yuklamasining me‘yorini belgilashda psixologik omillarni hisobga olish zarurligi qayd etiladi. Biroq amaliyotda akademik yuklama ko‘pincha standart mezonlar asosida belgilanib, talabalar temperamentiga mos tabaqalashgan yondashuv yetarli darajada qo‘llanilmayotgani kuzatilmoqda.

Yuqoridagi ilmiy manbalar tahlili shuni ko‘rsatadiki, temperament va o‘quv faoliyati o‘rtasidagi bog‘liqlik nazariy jihatdan yetarlicha asoslangan bo‘lsada, akademik yuklamani temperament turlariga moslashtirish masalasi hali ham dolzarb muammo sifatida saqlanib qolmoqda.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda temperamentga asoslangan tabaqalashgan akademik yuklama modelini ishlab chiqish va uning samaradorligini aniqlash maqsadida kompleks metodologik yondashuv qo‘llanildi. Tadqiqot jarayonida nazariy, empirik va statistik usullardan foydalanildi.

1. Nazariy tadqiqot usullari

- Ilmiy-adabiyotlar tahlili – temperament nazariyalari, shaxsning individual-psixologik xususiyatlari hamda o‘quv yuklamasini me‘yorlash masalalariga oid ilmiy manbalar o‘rganildi va tizimlashtirildi.

- Qiyosiy-tahliliy usul – mavjud akademik yuklama tizimi hamda individual yondashuv asosidagi ta‘lim modellari o‘zaro solishtirildi.

- Model ishlab chiqish (modellash usuli) – temperament turlariga mos ravishda akademik yuklamaning hajmi, murakkablik darajasi va muddatlarini tabaqalashtiruvchi konseptual model ishlab chiqildi.

- Tizimli yondashuv – ta‘lim jarayoni yaxlit pedagogik tizim sifatida ko‘rib chiqildi va temperament omilining undagi o‘rni asoslandi.

2. Empirik tadqiqot usullari.

- Psixologik diagnostika – talabalarning temperament turlarini aniqlash maqsadida shaxs tipologiyasini o‘lchovchi test metodikalari qo‘llanildi (masalan, Hans Eysenck tomonidan ishlab chiqilgan shaxs so‘rovnoma asosida).

- Pedagogik kuzatuv – talabalar faoliyati, charchash darajasi va o‘zlashtirish ko‘rsatkichlari tizimli ravishda kuzatildi.

- So‘rovnoma va anketa – talabalar motivatsiyasi, o‘quv yuklamasini qabul qilish darajasi va subyektiv qiyinchilik ko‘rsatkichlari o‘rganildi.

- Pedagogik tajriba (eksperiment) – tadqiqot nazorat va tajriba guruhlarida olib borildi. Tajriba guruhida temperamentga moslashtirilgan akademik yuklama modeli joriy etildi, nazorat guruhida esa an‘anaviy tizim saqlab qolindi.

3. Statistik va matematik usullar.

- Olingan natijalarni qayta ishlashda matematik-statistik tahlil usullaridan foydalanildi.
- Guruhlar o‘rtasidagi farqlarni aniqlash uchun foizli taqqoslash, o‘rtacha arifmetik ko‘rsatkichlar va dispersiya tahlili qo‘llanildi.

- Natijalarning ishonchliligi statistik mezonlar asosida tekshirildi.

4. Tadqiqotning metodologik asoslari.

Tadqiqot shaxsga yo‘naltirilgan ta‘lim konsepsiyasi, differensial yondashuv tamoyili hamda psixologiyada temperamentning nerv tizimi xususiyatlari bilan bog‘liqligi haqidagi ilmiy qarashlarga tayandi (xususan, Ivan Pavlovning oliy nerv faoliyati tiplari haqidagi ta‘limoti).

Qo‘llanilgan uslublar tadqiqot muammosini har tomonlama o‘rganish, ishlab chiqilgan modelning nazariy asoslanganligini ta‘minlash hamda uning amaliy samaradorligini eksperimental jihatdan tekshirish imkonini berdi.

Tahlil va natijalar. Mazkur tadqiqot doirasida talabalar temperamentiga mos akademik yuklama taqsimotining ta‘lim samaradorligiga ta‘siri sinov-tajriba asosida o‘rganildi. Tadqiqot tajriba-sinov ishlari oliy ta‘lim muassasasida o‘qiyotgan, o‘zlashtirish darajasi va akademik faolligi o‘rtacha bo‘lgan 3 nafar talaba bilan olib borildi. Tadqiqot jarayonida har bir talabaning

temperament turi aniqlanib, ularga mos holda akademik yuklama hajmi, mustaqil ishlar ulushi va nazorat shakllari tabaqalashgan tarzda belgilandi. Tajriba natijalari akademik o‘zlashtirish, o‘quv faolligi, topshiriqlarni bajarish sifati hamda psixologik holat ko‘rsatkichlari orqali baholandi.

Sinov-tajriba natijalariga ko‘ra, sangvinik temperamentga ega talabada akademik yuklama moslashtirilgandan so‘ng o‘quv faolligi va topshiriqlarni o‘z vaqtida bajarish ko‘rsatkichlari sezilarli darajada oshgani kuzatildi. Ushbu talaba guruhli ishlarda va og‘zaki muhokamalarda yuqori natija ko‘rsatdi.

Xolerik temperamentga ega talabada yuklama miqdorini qisqa muddatli, ammo murakkab topshiriqlar shaklida tashkil etish ijobiy samara berdi. Natijada uning diqqat jamlashi va yakuniy baholari barqarorlashdi, haddan tashqari zo‘riqish holatlari kamaydi.

Flegmatik temperamentga ega talabada esa yuklamani bosqichma-bosqich, aniq reja asosida taqsimlash orqali mustaqil ishlar sifati va topshiriqlarni yakunlash darajasi oshdi. Ushbu talaba barqaror, ammo sekin sur‘atda ijobiy o‘zlashni namoyon etd (1-jadval).

1-jadvalda keltirilgan natijalardan ko‘rinadiki, talabalar temperamentiga moslashtirilgan akademik yuklama barcha uch holatda ham ijobiy natija bergan. Xususan, o‘zlashtirish darajasi o‘rtacha 8-15 foiz oralig‘ida oshgan, topshiriqlarni o‘z vaqtida bajarish ko‘rsatkichlari esa 10-15 foizga yaxshilangan.

Talabalar temperamentiga mos akademik yuklama taqsimotining sinov-tajriba natijalari 1-jadval

№	Talabaning temperament turi	Akademik yuklama moslashuvi	O‘zlashtirish darajasi (%)	Topshiriqlarni o‘z vaqtida bajarish (%)	O‘quv faolligi (5 ballik tizimda)
1	Sangvinik	Moslashtirilgan	78 → 88	80 → 95	3.8 → 4.6
2	Xolerik	Moslashtirilgan	70 → 85	75 → 90	3.5 → 4.4
3	Flegmatik	Moslashtirilgan	74 → 82	78 → 88	3.6 → 4.2

Manba: 1-jadval muallif tomonidan ishlab chiqildi.

Eng yuqori o‘zlash sur‘ati sangvinik va xolerik temperamentli talabalar misolida kuzatilgan bo‘lsa, flegmatik talaba barqaror, ammo sekinroq ijobiy o‘zlashni namoyon etgan. Bu holat akademik yuklamani temperamentga moslashtirish talabaning psixologik holatini yengillashtirishi, o‘quv jarayoniga bo‘lgan qiziqishini oshirishi va ta‘lim samaradorligini ta‘minlashini tasdiqlaydi.

Xulosa va takliflar. O‘tkazilgan sinov-tajriba natijalari talabalar temperamentiga mos akademik yuklama taqsimoti ta‘lim jarayonining samaradorligini oshirishda muhim pedagogik omil ekanligini tasdiqladi. Tadqiqot davomida turli temperamentga ega bo‘lgan talabalar misolida akademik yuklamaning hajmi, murakkablik darajasi va bajarish shakllarini tabaqalashgan asosda tashkil etish o‘zlashtirish ko‘rsatkichlari, o‘quv faolligi hamda topshiriqlarni o‘z vaqtida bajarish darajasiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatgani aniqlandi. Darhaqiqat, Aynaqulov M.A. Xudayberdiyev B. kabi tadqiqotchilarning fikriga ko‘ra, bu holat ta‘lim jarayonida yagona, standart yondashuvdan voz kechib, talabalar shaxsiy-psixologik xususiyatlarini hisobga olgan holda o‘quv faoliyatini rejalashtirish zarurligini ko‘rsatadi¹.

Mazkur ilmiy yo‘nalishni yanada takomillashtirish maqsadida quyidagi taklif va tavsiyalarni ilgari surish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Birinchidan, oliy ta‘lim muassasalarida talabalar temperamentini aniqlashga xizmat qiluvchi psixodiagnostik vositalarni o‘quv jarayonining dastlabki bosqichlarida joriy etish lozim.

¹ Aynaqulov M.A. Xudayberdiyev B.B. Motivatsiya samaradorlik garovi sifatida // Ilmiy axborotnoma jurnali. Samarqand Davlat Universiteti. – 2020. – №. 2 (120). – C. 91.

Bu esa akademik yuklamani rejalashtirishda ilmiy asoslangan ma’lumotlarga tayanish imkonini beradi.

Ikkinchidan, fan dasturlari va o‘quv rejalari doirasida akademik yuklamaning variativ modellarini ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq etish tavsiya etiladi. Bunda mustaqil ishlar, amaliy mashg‘ulotlar va nazorat topshiriqlari temperament turlariga mos holda tabaqalashtirilishi maqsadga muvofiqdir.

Uchinchidan, professor-o‘qituvchilarning pedagogik va psixologik kompetensiyalarini oshirishga qaratilgan malaka oshirish kurslarida temperamentga asoslangan pedagogik boshqaruv masalalariga alohida e’tibor qaratish zarur. Bu o‘qituvchilarga ta’lim jarayonida individual yondashuvni samarali qo‘llash imkonini beradi.

To‘rtinchidan, mazkur yo‘nalish bo‘yicha keyingi tadqiqotlarda talabalarning son jihatidan kengroq guruhi qamrab olinishi, shuningdek, boshqa temperament turlari (melanxolik) va aralash temperamentlar misolida chuqurroq amaliy kuzatuv (empirik) tahlillar olib borilishi maqsadga muvofiqdir.

Xulosa qilib aytganda, talabalar temperamentiga mos akademik yuklama taqsimoti nafaqat o‘quv jarayonining samaradorligini oshiradi, balki talabalar psixologik holatini muvozanatlash, akademik zo‘riqishni kamaytirish va barqaror ta’lim natijalariga erishishda muhim pedagogik mexanizm sifatida namoyon bo‘ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Makhkamovich S.A. The Quality Education For Engineering Graphics Teaching Material Construction //JournalNX. – C. 270-277.
2. Soatov A.M. Ta’limda sifat ko‘rsatkichlari va bu borada rivojlangan xorijiy mamlakatlardan ba’zi andozalar // Экономика и социум. – 2023. – №. 4-2 (107). – C. 271-273.
3. Aynaqulov M.A. Xudayberdiyev B.B. Motivatsiya samaradorlik garovi sifatida // Ilmiy axborotnoma jurnali. Samarqand Davlat Universiteti. – 2020. – №. 2 (120). – C. 91.

А. Соатов Эффективность распределения академической нагрузки с учетом темперамента студентов	A. Soatov Effectiveness of academic workload distribution based on students’ temperament
Аннотация. В статье на основе опытно-экспериментального исследования анализируется эффективность распределения академической нагрузки с учетом темперамента студентов. На примере студентов с различными типами темперамента показано положительное влияние дифференцированной нагрузки на учебную активность, успеваемость и психоэмоциональное состояние обучающихся в условиях высшего образования. Ключевые слова: темперамент, академическая нагрузка, эффективность обучения, дифференциация, эксперимент, высшее образование.	Abstract. This article analyzes the effectiveness of distributing academic workload based on students’ temperament through an experimental study. Using examples of students with different temperament types, the research demonstrates the positive impact of differentiated workload on academic performance, learning activity, and psychological well-being within the higher education process. Keywords: temperament, academic workload, learning effectiveness, differentiation, experiment, higher education.

E'TIBORGA MOLIK MASALALAR

РАМАЗОН ЛУҒАТИ

Рамазон – Рамазон арабча «ар-рамад» деган сўздан олинган бўлиб, қуёш ҳароратининг жуда исиб, қайнаб кетишини англатади. «Рамазон» дейилишига сабаб, бу ойда гуноҳлар куйдирилади. Уларни ёндириб, кул қиладиган нарсасолиҳ амаллардир.

Рўза – ўзбек тилига «рўза» деб таржима қилинадиган «савм», «сиям» сўзи луғатда нафс истакларидан ўзини тийишни билдиради. Истилоҳий маъноси эсаният қилиб, тонг отгандан кун ботгунича нафснинг энг катта истаклари қаторига кирувчи ейиш-ичиш ва жинсий алоқа каби зарурий эҳтиёжлардан тийилишдир.

Таровех – луғатда дам олиш, истироҳат қилиш маъноларини англатади. Истилоҳда эса рамазон ойи кечаларида хуфтон намозидан кейин, витр намоздан олдин ўқиладиган таъкидланган суннат намоздир.

Хатм – тугатиш, якунлаш. Таровех намозларида Қуръони каримни бир ойда энг камида бир марта ўқиш.

Тасбех – Аллоҳ таолони турли ношойиста сифатлардан поклаб ёд этиш.

Таровех тасбеҳи – таровех намозларида ҳар тўрт ракатда дам олиш учун ўтирган айтиладиган тасбех.

Эътикоф – луғатда бирор нарсани ушлаб туриш, туриб қолиш деган маъноларни билдиради. Шариатда эса масжиднинг ичидан чиқмай, Аллоҳ таолога қурбат ҳосил қилиш ниятида бир неча кун ибодатни лозим тутиш маъносини англатади.

Қадр кечаси – Аллоҳ таоло Қуръони каримда “минг ойдан яхшироқ кеча” дея таърифлаган, унинг фазилати ҳақида алоҳида “Қадр сурасини нозил қилган тун. Кўпгина уламолар қадр кечасини рамазон ойи охириги ўн кунлигининг тоқ кечаларидан излаш кераклигини таъкидлашган.

Фитр садақаси – инсон ўзини поклаши, рўзада йўл қўйилган баъзи камчиликлар ўрнини тўлдириши, камбағал ва мухтожларга ёрдам бўлиши учун жорий қилинган молиявий ибодатдир. Бирламчи эҳтиёжидан ортиқча маблағга эга бўлганларнинг фитр садақасини беришлари вожиб.

Шайхи фоний – Рамазондан бошқа пайтда ҳам, умрининг охиригача рўза тутмайдиган кишилар. Масалан ўта қари ва сурункали касалга чалинганлар.

Фидя – луғатда бадал, эваз дегани. Бирор узрли сабаб билан рўза тутишга мадори етмайдиганлар ҳар рамазоннинг ҳар бир куни учун бир мискинни бир кунлик таом билан тўйдиради.

Каффорат – узрсиз, қасддан рўзасини бузган одам жазо сифатида икки ой узлуксиз рўза тутати. Бунга мадори етмаса, 60 нафар мискини эрталаб ва кечқурун овқатлантиради.

РЎЗАНИНГ ИНСОН УЧУН ФОЙДАЛАРИ ЖУДА ҲАМ КЎП

1. Рўза тутган кишининг тақводорлиги ошади. Аллоҳ рўза оятининг охирида: “Шоядки, тақво қилсангиз”, деган. Аллоҳнинг “шоядки” дегани “албатта” маъносидадар.

2. Рўза туфайли рўзадор соғлигини тиклаб олади. Бир вақтлар худосизлар рўзани соғлиқ учун кони зарар деб, одамларни мажбурлаб рўзасини очирган бўлса, бугун барча бир овоздан рўзанинг соғлиққа фойдалари ҳақида гапиряпти. Россия олимлари рўза йўли билан даволанган беморлар рўйхатини эълон қилган эди. Натижа ҳайратлантирадиган даражада муваффақиятли якунланди.

3. Рўза ҳавои нафсни синдиради. Рўза тутган киши иштаҳаси келиб турган ҳолда турли таом, ичимликлар, шаҳвоний ва бошқа нафси тилаб турган нарсалардан ўзини тийиш билан ҳавоий нафсини синдиради. Шу билан рўзадорнинг иродаси кучаяди, ҳавои нафсини жиловлаб олади.

4. Рўза туфайли инсон шайтонга қаҳр кўрсатади. Шайтони лаин инсонни ёмонликки буюриши маълум. Инсон рўза ва шунга ўхшаш ибодатлар туфайли шайтонга қарши бориб, унга қаҳр қилади.

5. Рўза билан рўзадорнинг қалби мусаффо бўлади. Рўза туфайли инсон доимо Аллоҳни ҳис қилиб туради. Бу эса киши қалбини мусаффо қилади. Унинг қалбига Аллоҳ муҳаббатидан бошқа нарса сиғмай қолади.

6. Рўза туфайли рўзадорнинг гуноҳлари мағфират қилинади. Бу маълум ва машҳур ҳақиқатдир.

7. Рўзадор рўзаси туфайли фаришталар сифати билан сифатланади. Маълумки емаслик, ичмаслик, жинсий яқинликдан тийилиш, доимо тоатда бўлиш фаришталарга хос сифатдир.

8. Рўзадор рўза туфайли сабр бардошли киши сифатига эга бўлади.

9. Рўза рўзадорда раҳм шафқат сифатини шакллантиришга ёрдам беради. Рўзадор ихтиёрий оч қолиб, бева-бечора, камбағалларга нисбатан меҳр-шафқатли бўлиб, доимо уларга яхшилик қилиш кераклигини ҳис қилиб туради.

Манба: @mehrob_uz

ИФТОРДАН ОЛДИН АЁЛЛАР НИМА ҚИЛИШИ КЕРАК?

Ҳадиси шарифда, Аллоҳ таоло рўзадорга ифтор вақтида нима сўраса, ато қилиши айтилган. Яхши, агар бирор банда ўша вақтда ҳеч нарса сўрамаса, у ҳолда у нимага эришади?

Бизнинг аксар оналаримиз, опа-сингилларимизнинг ҳолатлари айнан шундайки, ифторлик нарсаларини тайёрлашда ва дастурхон безашда шундай банд бўладиларки, уларга “Ҳой, ифторлик вақти бўлиб бўлди, сиз ҳам ифтор қилиб олинг”, дейишга тўғри келади. Бунинг маъноси шуки, у меҳнатни-ку қилган бир ишчи, лекин меҳнат ҳақини берувчи, хоҳлаганингча сўра, қанча керак? деб турганда, сўраш ёдига ҳам келмайди. Бундан ҳам улканроқ бирор ғафлат бўлиши мумкинми?

Аёллар ифторликларни ярим соат олдин тайёр қилиб, дастурхонга қўйилганини эрларига тушунтиришлари керак. Охирги ярим соатда биз ошхонада ўчоқ тепасида туришимиз ўрнига ва нималардир қовуриляпти, баъзан нималардир пишяпти, бу ишлар билан банд бўлиш ўрнига, ушбу охирги ярим соат ёки йигирма дақиқа жойнамозда ўтириб, Роббимизга дуолар қилиб олайлик. Аёллар уйларидаги барча ёш болаларни олдиларига ўтказиб олсинлар ва гуноҳдан пок болажонларга айтсинларки, улар ҳам қўлларини кўтариб дуо қилсинлар. Агар катталар гуноҳ қилган бўлсалар, ёш болалар гуноҳдан покдир. Ким билсин, ушбу гуноҳдан пок қўллар кўтарилгач, Аллоҳ таоло раҳм қилиб, сизнинг дуоларингизни қабул қилар.

Шунинг учун аёллар ифторлик вақтларини кадрлашлари керак. Агар бирор уйда фақат биргина аёл бўлса ва у таом пишириши ҳам зарур бўлса, у ҳолда дуо қўл билан эмас, қалб билан қилинадики, шунга кўра, қўл иш билан машғул бўлсин ва сиз ушбу ҳолатда ҳам қалбингизда Аллоҳ таолога дуолар қилаётган бўлсангиз, демак, сиз ҳам ушбу вақтда Аллоҳ таолодан сўраган нарсангизга эриша оласиз.

Ҳазрати Зулфиқор Аҳмад Нақшбандий. Манба: @mehrob_uz

Интернет маълумотлари асосида М.Қ.Пардаев тайёрлади.

БАХТ НИМА?

Бахт — бу ҳар бир инсон ўзини қандай ҳис қилишига боғлиқ бўлган серқирра тушунча. Мингта инсоннинг бахт ҳақидаги тушунчаси саноғи йўқ.

* * *

Бахт — бу бориға қаноат қилиб, шукроналик билан хотиржам яшашдир.

* * *

Бахт — бу одамнинг барча аъзоларининг соғ-омонликда ишлаб туришидир.

* * *

Бахт — бу оилангиз, бола-чақаларингизнинг тинч-хотиржам яшашидир.

* * *

Бахт — бу бир-бирини ҳурмат қиладиган садоқатли жамоангизнинг борлигидир.

* * *

Бахт — бу қарлар орасида қулоғингизнинг эшитиб туришидир.

* * *

Бахт — бу кўзи ожизлар олдида кўзингизнинг кўриб туришнинг ўзидир.

* * *

Бахт — бу уйғонганда уйда тинчлик ва осойишталикни ҳис қилишдир.

* * *

Бахт — бу жазирама иссиқ кунларда соябонингизнинг бўлишидир.

* * *

Бахт — бу узокдаги онангизнинг қўнғироғингизга жавоб бериб: «Менда ҳаммаси яхши», дейишидир.

* * *

Бахт — бу ўзи туғулиб ўсган Ватанида тинч-хотиржам яшашидир.

* * *

Бахт — бу иймон-этикодимикининг ва виждонимикининг софлигидир.

* * *

Бахт — бу севгн инсонингиз билан оила қуриб яшашга муяссар бўлганликдир.

* * *

Бахт — бу ўзингизни англаб, кимлигингизни билганингиздадир.

* * *

Бахт — бу фарзандларингизнинг кулгисини эшитиб, кўриб, гувоҳ бўлиб юришингиздир.

* * *

Бахт — бу севган касбингиз билан шуғулланиб, эл-улусга нафи тегадиган ишларни қила олишингиздир.

* * *

Бахт — бу дўстларингизнинг Сизни тарк этмаганлигидир.

* * *

Бахт — бу чарчаган пайтингизда бемалол дам оладиган масканингизнинг борлигидир.

* * *

Бахт — бу ҳаётимизни ташкил этувчи майда-чўйда нарсалардир.

* * *

Бахт — бу доимо ёнимизда, уни фақат пайқай билишдир.

* * *

Бахт — бу уни ҳис қилиб, тақдирдан қониқиб яшайдиган одамларнинг борлигидир.

* * *

Бахт — бу баҳорни кўрганда ёзни кўрадиган, ёзни кўриб, кузни кўрадиган, бундан кейин қишдан эсан-омон чиқиб, баҳорни кутиб оладиган кишининг туйғусидир.

* * *

Бахт — бу кўпни тушуниб, улар билан бирга яшай олишдир.

* * *

Бахт — бу бахтнинг борлигига ишониб, бахтлиман деб яшаётган одамнинг туйғусидир.

* * *

Бахт — бу шуларни ўқиб, бирорта хулоса чиқариб тушуниб яшайдиган одамлардадир.

* * *

Мамаюнус Пардаев ҳикматларидан

MUALLIFLARGA ESLATMA

Tahririyatga maqola yuborilganda muallif quyidagi qoidalarga rioya qilishi lozim:

- ☞ “Servis” jurnali xizmat ko’rsatish va servis hamda iqtisodiyotga oid mavzulardagi ilmiy maqolalarni chop etishga mo’ljallangan OAK tomonidan e’tirof etilgan ilmiy-amaliy nashr bo’lganligi sababli, tahririyatga taqdim etiladigan maqolalar ham bevosita shu sohaga oid ilmiy izlanishlarga, tadqiqot natijalariga asoslangan bo’lishi lozim.
- ☞ **Maqolaning tarkibi:**
- ☞ Muallifning familiyasi, ismi va otasining ismi, lavozimi va ilmiy darajasi, mavzuning nomi, annotatsiya, kalit so’zlar (o’zbek, rus va ingliz tillarida).
- ☞ Kirish. mavzuning dolzarbligi,
- ☞ Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili,
- ☞ Tadqiqot metodologiyasi,
- ☞ Tahlil va natijalar,
- ☞ Xulosa va takliflar,
- ☞ Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxatidan iborat bo’lishi lozim.
- ☞ **Ilmiy maqolaning hajmi** jadval, rasmlar, foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati bilan birga 4 betdan, qisqa xabarlar 3 betdan, taqrizlar 2 betdan kam bo’lmasligi, MS Word dasturida Times New Roman 14 shriftida bir interval oralig’ida 10 betgacha rasmiylashtirilgan bo’lishi kerak.
- ☞ Maqolaning matni o’zbek, rus yoki ingliz tillarida yozilgan bo’lib, aniq, ravon va adabiy tilda tahrir qilingan va 1 nusxada qog’oz variantida mualliflar imzo chekkan holda elektron versiyasi bilan birga taqdim etilishi talab qilinadi.
- ☞ Tahririyat maqolalarni qisqartirish, to’g’rilash va tahrirlash huquqiga ega.
- ☞ Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati amaldagi standartlar asosida rasmiylashtirilgan bo’lishi lozim.
- ☞ Jadval, diagramma va rasmlar ixcham va tushunarli faqat kitob shaklida yoritilishi, ularning tartib raqami, nomi, jadval ma’lumotlarining manbalariga havolalar albatta berilishi lozim. Albom shaklidagi jadval va rasmlar qabul qilinmaydi.
- ☞ Maqolaning umumiy mazmuni uning dolzarbligi, o’rganilganlik darajasi, mavzuga oid bugungi muammolar hamda ularning yechimlari xususida muallif fikr-mulohazalari ifoda etilgan, yakuniy xulosaga, aniq taklif va tavsiyalarni o’z ichiga olgan bo’lishi kerak.
- ☞ Ushbu talablarga javob bermaydigan maqolalar chop etishga qabul qilinmaydi va qaytarilmaydi.

“Servis” jurnalida e’lon qilinayotgan materiallardagi dalillar, raqamlar va ma’lumotlarning ishonchliligi uchun ularning mualliflari javobgardir.

Tahririyat fikri mualliflarning fikriga mos kelmasligi mumkin. Jurnalidan ko’chirib bosilayotgan materiallarni shu jurnalidan olingan, deb ko’rsatilishi va, albatta, iqtibos berilishi shart. Maqolalar plagiat (ko’chirmachilik) tekshiruvidan o’tkaziladi.

ISSN 2091-5187

❧ “SERVIS” ❧

Jurnal Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tahririyat
bo‘limida nashrga tayyorlandi.

06.03.2026 yilda terishga berildi. 19.03.2026 yilda bosishga ruxsat etildi. Ofset
bosma qog‘ozi. Qog‘oz bichimi 60x84_{1/8}. “Times” garniturasini. Ofset bosma usuli.
Shartli bosma tabog‘i 15,4. Hisob-nashriyot
tabog‘i 14,37. Adadi 100 nusxa. Buyurtma № 0031A/26

Samarqand iqtisodiyot va servis institutining
matbaa bo‘limida chop etildi.
Litsenziya № 025316.
Reestr № X-119112.

Manzil: Samarqand shahri, Shoxruh ko‘chasi, 60-uy.

© Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, 2026.