



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLIV TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI  
ABU RAYHON BERUNIY NOMIDAGI  
URGANCH DAVLAT UNIVERSITETI**

**“Kambag‘allikni qisqartirishda hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ahamiyati” mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy anjuman**

**MATERIALLARI**

**Международная научно-практическая конференция на тему  
«Значение социально-экономического развития регионов в сокращении  
бедности»**

**МАТЕРИАЛЫ**

**International scientific and practical conference on the topic  
"The importance of socio-economic development of regions in reducing  
poverty"**

**MATERIALS**

**II Jild**

**25-26 Aprel, 2025-yil Urganch, O‘zbekiston**

**Urganch – 2025**

**UO‘K: 332.1:364.662(06)**

**KBK: 65.04**

**K 20**

*“Kambag‘allikni qisqartirishda hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ahamiyati” xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya [Matn] / jamoa .- Urganch: Khwarezm publication, 2025.- 342 b.*

*Xalqaro konferensiya materiallari tezislar to‘plamidan iborat bo‘lib, unda kambag‘allikni qisqartirishda hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning metodologik jihatlarini o‘rganish, hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish orqali kambag‘allikni qisqartirishga oid xorijiy tajribalarni o‘rganish, kambag‘allikni qisqartirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning dolzarb muammolari aniqlash va ularning yechimlarini berish, hududlarni barqaror rivojlantirishda turizm va xizmatlar sohasini rivojlantirishning ahamiyati aniqlash, shuningdek, hududlarda kambag‘allikni qisqartirishga qaratilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish masalalariga oid materiallar kiritilgan.*

*To‘plam iqtisodiyot sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan, ilmiy tadqiqotlar olib borayotgan yosh olimlar, tayanch doktorantlar, mutaxassislar, mustaqil izlanuvchi va magistrilar uchun mo‘ljallangan.*

**Mas‘ul muharrirlar: i.f.d., prof. Abdullayev I.S.  
i.f.d., dots. Islamutdinov V.F.**

**Tahrir hay‘ati: i.f.d., prof. Ruzmetov B.R.,  
i.f.d. dots. Abdullayev F.O.,  
i.f.d., dots. Xudayberganov D.T.,  
dots. Bekjanov D.Y.,  
dots. Rahimov T.J.,  
dots. Ollanazarov B.D.,  
dots. Aminova M.S.,  
dots. Matyaqubova D.O.,  
PhD. Sapayeva N.Q.,  
PhD. Avezov M.K.,  
PhD. Xodjaniyazov E.S.,  
PhD. Xaytbayeva N.B.,  
PhD. Ilhamova Z.P.**

**Taqrizchilar: i.f.d., prof. Doschanov T.D.,  
i.f.d., prof. Anopchenko T.Y.**

**To‘plamdan o‘rin olgan maqolalarning ilmiy va uslubiy jihatlariga mualliflarning o‘zlari mas‘uldirlar**

**ISBN: 978-9910-565-00-7 ©“Khwarezm publication” MChJ nashriyoti, 2025 y.**

© “Kambag‘allikni qisqartirishda hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ahamiyati” mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari II jild.

## **4-SHO‘BA. KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHNING DOLZARB MUAMMOLARI**

### **XORAZM VILOYATIDA QISHLOQ XO‘JALIGI TEXNIKALARI BILAN TA‘MINLANISH DARAJASINING AGRAR SEKTORIDA SUV RESURSLAR SAMARADORLIGI TAMINLASHDAGI ROLINI BAHOLASH**

**Abdullayev I.S.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Ijtimoiy-iqtisodiy fanlar fakulteti dekani, b iqtisodiyot fanlari doktori, professor

**Shamurotov S.B.**- Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti tayanch doktoranti

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada Xorazm viloyati tumanlar kesimida qishloq xo‘jaligi suv resurslari samardorligi va qishloq xo‘jalik texnikalari bilan ta‘minlanganlik darajasi o‘rasidagi boglanish regression tahlili amalga oshirilgan. Undan tashqari model adekvatligi va model koeffitsiyentlari ishonchliligi test o‘tkazish orqali baholab chiqilgan.

**Kalit so‘zlar:** Suv resurslar samaradorligi, optimal foydalanish, regression tahlil, determinatsiya koeffitsenti, model adekvatligi, qishloq xo‘jaligi texnikalari bilan ta‘minlanganlik darajasi, model koeffitsientlari ishonchliligi, agrotexnik tadbir.

**Аннотация.** В статье проведен регрессионный анализ взаимосвязи эффективности использования водных ресурсов сельского хозяйства и уровня обеспеченности сельскохозяйственной техникой по районам Хорезмской области. Кроме того, адекватность модели и надежность ее коэффициентов оценивались путем тестирования.

**Ключевые слова:** Эффективность использования водных ресурсов, оптимальное использование, регрессионный анализ, коэффициент детерминации, адекватность модели, уровень обеспеченности сельскохозяйственной техникой, надежность коэффициентов модели, агротехнические мероприятия.

**Abstract.** In this article, a regression analysis of the relationship between the efficiency of agricultural water resources and the level of provision with agricultural machinery in the districts of Khorezm region was carried out. In addition, the adequacy of the model and the reliability of the model coefficients were assessed by testing.

**Keywords:** Water resources efficiency, optimal use, regression analysis, coefficient of determination, model adequacy, level of provision with agricultural machinery, reliability of model coefficients, agrotechnical measures.

Qishloq xo‘jaligida suvdan foydalanishni optimallashtirish ekologik, iqtisodiy va ijtimoiy jihatidan keng ko‘lamli ta’sirlarni hisobga olgan holda muhim ahamiyatga ega. [1] Jahonda suv resurslari tanqisligi muammosi ahamiyat kasb etar ekan, ushbu cheklangan suv resurslarini saqlab qolish uchun qishloq xo‘jaligida suvdan foydalanishni optimallashtirish zarur bo‘lib qoladi. [2] Suv tanqisligi va raqobatbardoshlik muammosi, ayniqsa, qishloq xo‘jaligi sohasida tobora tashvishga solmoqda. Suv tanqis bo‘lgan ko‘plab hududlarda suvning asosiy iste'molchisi bo‘lgan sug‘orish hosildorlikni oshirishni talab qiladi. [3]

Samaradorlik va oziq-ovqat xavfsizligi o‘rtasidagi bog‘liqlik, oziq-ovqat ishlab chiqarishning mos ravishda o‘shishini talab qiladigan global aholi sonining doimiy kengayishini hisobga olgan holda yaqqol namoyon bo‘ladi. [4] Qishloq xo‘jaligida suvdan foydalanish samaradorligini oshirish ko‘plab strategiya va texnologiyalarni qo‘llashni talab qiladi. Qishloq xo‘jaligidagi texnik jihatdan ta‘minlanganlik qishloq xo‘jaligida agrotexnik tadbirlarni o‘z vaqtida amalga oshirishga va yerga ishlov berish jarayonlari qisqa davr mobaynida amalga oshirish natijasida tuproqning namlilik darajasini saqlagan holda sug‘orish sonini kamaytirishga imkon beradi. [5]

Shu nuqtai nazaridan suv resurslari samaradorligini baholash va ularga ta’sir qiluvchi omillarni rolini baholash muhim ahamiyat kasb etadi. Jumladan, biz Xorazm viloyati tumanlar kesimida qishloq xo‘jalik texnikalari bilan ta‘minlanganlik darajasini qishloq xo‘jaligida suv samaradorlik ko‘rsatkichlariga

ta'sirini baholashni regression tahlilini amalga oshirdik. Unga ko'ra tahlil natijalari 1-jadvalda ko'rsatib o'tilgan.

**1-jadval.**

**Xorazm viloyatida qishloq xo'jalik texnikalari bilan ta'minlanganlik darajasini qishloq xo'jaligida suv resurslari samaradorligiga ta'sirini baholash bo'yicha regression tahlil natijalari.<sup>1</sup>**

Tumanlar nomi	Taklif qilinayotgan model.	Determinatsiya ko'effitsiyenti.	Model ko'effitsiyentlari ishonchliligi.
Bog'ot tumani	$Y = 0,47\log X_1 - 1,31\log X_2 + 0,94\log X_3$	$R^2 = 0,98$	Ijobiy
Gurlan tumani	$Y = 2,94 - 0,85\log X_1 + 0,45\log X_2 + 0,13\log X_3$	$R^2 = 0,79$	Salbiy
Qo'shko'pir tumani	$Y = 1,29 - 0,22\log X_1 + 0,13\log X_2 - 0,02\log X_3$	$R^2 = 0,94$	Ijobiy
Urganch tumani	$Y = 1,99 - 0,08\log X_1 - 0,16\log X_2 - 0,01\log X_3$	$R^2 = 0,90$	Salbiy
Hazorasp tumani	$Y = 1,78 - 0,12\log X_1 - 0,06\log X_2 - 0,04\log X_3$	$R^2 = 0,96$	Ijobiy
Xonqa tumani	$Y = 4,82 - 0,47\log X_1 + 0,083\log X_2 - 0,3\log X_3$	$R^2 = 0,86$	Salbiy
Xiva tumani	$Y = 1,19 - 0,07\log X_1 + 0,09\log X_2 - 0,09\log X_3$	$R^2 = 0,44$	Salbiy
Shovot tumani	$Y = 1,86 - 0,3\log X_1 + 0,13\log X_3$	$R^2 = 0,86$	Ijobiy
Yangiariq tumani	$Y = 1,99 - 0,17\log X_1 - 0,05\log X_2$	$R^2 = 0,85$	Salbiy
Yangibozor tumani.	$Y = 1,23 - 0,39\log X_1 + 0,07\log X_2 + 0,31\log X_3$	$R^2 = 0,95$	Ijobiy

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi.

*Bunda Y-DEA (ma'lumotlar muhiti tahlili) modeli yordamida hisoblangan qishloq xo'jaligida suv resurslari samaradorlik ko'rsatkichi.*

*X<sub>1</sub>- tumanda mavjud traktorlar soni.*

*X<sub>2</sub>- tumanda mavjud kultivatorlar soni.*

*X<sub>1</sub>- tumanda mavjud syelkalar soni.*

Yuqoridagi regression tahlil natijalariga ko'ra Bog'ot tumani ( $R^2=0.98$ ), Qo'shko'pir tumani ( $R^2=0.94$ ), Hazorasp tumani ( $R^2=0.96$ ), Shovot tumani ( $R^2=0.86$ ) va Yangibozor tumani ( $R^2=0.95$ ) bo'yicha tuzilgan modellar adekvat va model koeffitsiyentlari ishonchligini kuzatishimiz mumkin.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

[1]. Shi, C., Li, L., Chiu, Y.H., Pang, Q., Zeng, X., 2022. Spatial differentiation of agricultural water resource utilization efficiency in the Yangtze River Economic Belt under changing environment. J. Clean. Prod. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131200>.

[2]. Liu, W., Liu, X., Yang, H., Ciais, P., Wada, Y., 2022. Global water scarcity assessment incorporating green water in crop production. Water Resour. Res. <https://doi.org/10.1029/2020WR028570>.

[3] Perry, C., 2011. Accounting for water use: Terminology and implications for saving water and increasing production. Agric. Water Manag. <https://doi.org/10.1016/j.agwat.2010.10.002>.

### **IJTIMOY-IQTISODIY RIVOJLANTIRISHNI IJTIMOYIY TADBIRKORLIK MEXANIZMI ASOSIDA TAKOMILASHTIRISH MASALALARI**

**Do'schanov. T.D.**- Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti professori, iqtisodiyot fanlari doktori

**Nasretdinova. F.O.**, - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti dotsent. v.b., PhD.

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada ijtimoiylashgan bozor munosabatlari rivojlangan sharoitda mintaqaning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida ijtimoiy tadbirkorlik faoliyatining o'rni, xususan kambag'allikni keskin kamaytirishdagi ilmiy-amaliy ahamiyati tadqiq qilingan.

**Kalit soʻzlar.** Tadbirkorlik, ijtimoiy tadbirkorlikning shakllari, ijtimoiy xizmatlar, kambagʻallik, ijtimoiy korxonona.

**Аннотация.** В данной статье исследована роль социальной предпринимательской деятельности в социально-экономическом развитии региона в условиях развитых рыночных отношений, в частности её научно-практическое значение в резком сокращении бедности.

**Ключевые слова.** Предпринимательство, формы социального предпринимательства, социальные услуги, бедность, социальное предприятие.

**Abstract.** This article explores the role of social entrepreneurship in the socio-economic development of a region under the conditions of a socially oriented market economy. In particular, it examines the scientific and practical significance of social entrepreneurship in drastically reducing poverty.

**Keywords.** Entrepreneurship, forms of social entrepreneurship, social services, poverty, social enterprise.

XX asrning oxiri va XXI asrning birinchi choraklari dunyoning rivojlangan mamlakatlari ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida tadbirkorlik shakllarini jadal rivojlantirish bilan ajralib turadi chunki mamlakatlar va ular mintaqalari birinchi navbatda aholining xususan uning kambagʻal qatlamini davlat nodavlat tashkilotlari tomonidan moddiy, ijtimoiy qollab-quvvatlashda tadbirkorlikning ustuvor yonalishlari hisoblangan innovatsion va ijtimoiy va uning ilgʻor shakllari oʻrni keskin oshib bormoqda va bu yoʻnalishdagi ilmiy-amaliy tadqiqotlar koʻlami ham ortmoqda. Jumladan, ilk bor Buyuk Britaniyalik Florens Neytingeylning urush davrida yarador jangchilarga begʻaraz hamshiralik, tibbiy yordam tashkil qiladigan tashkilotchilik faoliyatini [1], pokistonlik Roshana Zafarning mamlakatdagi nisbatan nochor qatlami boʻlgan ayol-qizlarni ijtimoiy qoʻllab-quvvatlash, xususan oʻzini oʻzi ish bilan taʼminlashni amalga oshirish maqsadida ular katta imtiyozli mikrokreditlar berish bilan shugʻullanuvchi tashkilotlari tuzishni shakllantirish [2] kabi tashabbuslar ushbu yoʻnalishdagi ilk ilgʻor amaliy tajribalaridan boʻldi.

Mamlakatimiz mustaqillikka erishganidan so‘ng aholining ehtiyojmand qatlamini davlat tomonidan yetarlicha qo‘llab-quvvatlashga katta e‘tibor qaratishga kirishildi. Yangi O‘zbekiston sharoitiga kelib mamlakatimiz iqtisodiy taraqqiyoti darajasidan rivojlangan bozor munosabatlari imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot uchun muhim bo‘lgan ijtimoiy xizmatlar va uning ilg‘or shakli sifatidagi ijtimoiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirishga qaratilgan maxsus rasmiy hujjatlar qabul qilinishi bu sohada yangi bir davrni boshlab berdi. Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kambag‘allikni qisqartirish va aholi turmush farovonligini oshirish borasidagi chora-tadbirlarni yangi bosqichga olib chiqish to‘g‘risida” gi 2024-yil 23-sentabrdagi PF-143-sonli Farmoni [3] hamda shu asosidagi 2024-yil 4-oktabrdagi “Kambag‘allikni qisqartirish va bandlik sohasida davlat siyosatini takomillashtirish va samaradorlikni oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi PQ-347-sonli Qarori [4] yuqoridagi fikrlarimizning yaqqol dalili bo‘lib xizmat qiladi.

Ushbu rasmiy hujjatlarga asosan mamlakatimizda mehnat bozorini isloh qilish, ***“bandlikning zamonaviy shakllarini tashkil etish orqali kambag‘allikni qisqartirish”*** bo‘yicha sohada ko‘rsatilayotgan davlat xizmatlari sifatini oshirishga e‘tibor qaratilgan. Xususan, faqat joriy yil davomida 1 million nafar aholini kambag‘allikdan chiqarish davlat ijtimoiy-iqtisodiy siyosati hamda barcha darajadagi davlat organlari va tashkilotlarining birinchi navbatdagi vazifasi etib belgilandi. Shuningdek, har yili 50 ming nafar o‘zini o‘zi band qilgan fuqarolarni bosqichma bosqich kichik biznes sub’yektlariga aylantirish, sanoat hududiga yaqin mahallalarda qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini qayta ishlash hamda kichik ishlab chiqarish loyihalarini joriy yilda 1000 va keyingi yilda 2000 tasini ishga tushirish loyihalari ishlab chiqilib, Vazirlik huzuridagi “Ishga marhamat” monomarkazlari va kasb-hunarga o‘qitish markazlari negizida tashkil etiladigan kasbiy ko‘nikmalar markazlarining hududlar kesimida tarkibiy tuzilmasi shakllantirish kabi qator tadbirlar amalga oshirildi. Ijtimoiy tadbirkorlik turlari va xususiyatlari jahonning ayrim rivojlangan mamlakatlari kesimida ilmiy manbaalar tahliliga ko‘ra

umumlashtirilgan holda quyidagicha shaklda keltirishni lozim deb topdik (1-jadval).

## 1-jadval.

### Rivojlangan mamlakatlarda ijtimoiy tadbirkorlik, ijtimoiy tadbirkor va ijtimoiy korxonalar (firma) tushunchalariga yondashuvlar<sup>2</sup>

№	Mintaqa	Asosiy tushunchalar		
		Ijtimoiy tadbirkorlik	Ijtimoiy tadbirkor	Ijtimoiy korxonalar (firma)
1.	<b>Shimoliy Amerika</b>	“An’anaviy davlat sektor institutlari zaif yoki mavjud bo‘lmagan muhitlarda ijtimoiy muammolarni hal qilishga qaratilgan faoliyat” [5];	Ijtimoiy missiyani amalga oshirish uchun biznes mantiqini yangi va tadbirkorlik usulida qo‘llaydigan shaxs. [6]	“Tijorat strategiyalarini ijtimoiy missiyalar bilan uyg‘unlashtirgan innovatsion tashkilotlar”. [7]
2.	<b>G‘arbiy Yevropa</b>	“Ijtimoiy, iqtisodiy va ekologik qiymat yaratishga qaratilgan tadbirkorlik yondashuvi”. [8]	Biznes mantiqini yangi va tadbirkorlik usulida qo‘llab, muhtojlarning hayotini yaxshilashga intiluvchi shaxs. [9]	Yevropa Komissiyasining ta’rifiga ko‘ra, ijtimoiy korxonalar “asosiy maqsadi foyda olish emas, balki ijtimoiy ta’sir ko‘rsatish bo‘lgan va foydasini asosan ijtimoiy maqsadlarni amalga oshirishga yo‘naltiruvchi tashkilot” [10]
3.	<b>Yaponiya</b>	Jamiyatdagi ijtimoiy muammolarni hal qilishga qaratilgan tadbirkorlik shakli. [11]	“ijtimoiy ehtiyojni aniqlab, yangi biznes boshlaydigan va ijtimoiy innovatsiyalarni targ‘ib qiladigan shaxs”	“Ijtimoiy ehtiyojlarni aniqlab, yangi biznes boshlaydigan va ijtimoiy innovatsiyalarni targ‘ib qiladigan tashkilotlar” [12]

Ijtimoiy tadbirkorlik va uning xususiyatlariga oid ilmiy yondashuv tahliliga tayangan holda biz mintaqalar ijtimoiy tadbirkorligi shakllanishining quyidagi 3 ta asosiy yo‘nalishlarini ajratishni maqsadga muvofiq deb bildik:

- Nodavlat notijorat tashkilotlarining asosiy faoliyatidan qo‘shimcha daromad olish yo‘lidagi tashabbuslari orqali;

- Sahovatpesha mulkdor insonlarning jamiyatdagi aniq bir ijtimoiy muammolarni hal qilish yo‘lidagi tashabbuslarini rasmiylashtirish orqali;

- Bir qator tarmoqlar biznes hamkorlarining ijtimoiy muammolarni birgalikdagi yechimini topishga qaratilgan faoliyatini muvofiqlashtirish orqali tashkil qilish.

<sup>2</sup> Tadqiqotlar asosida muallif ishlanmasi

Ushbu nazariy uslubiy yondashuvlar asosida amaliy tadqiqotlar o'tkazish uchun biz ijtimoiy-iqtisodiy vaziyati nisbatan murakkabroq bo'lgan Xorazm viloyatida ijtimoiy tadbirkorlik va xizmatlar samaradorligini aniqlash maqsadida mintaqa hududlarini rivojlantirish va ularni baholash ko'rsatkichlarini shakllantirdik. Tadqiqotlar natijalariga ko'ra mintaqa hududlarining o'ziga xos xususiyatlari, ijtimoiy xizmatlari darajasidagi tafovutlar, ijtimoiy ob'yektlari va monomarkazlar soni, ijtimoiy yordamga muhtoj aholi soni, ijtimoiy xizmatlar hajmini hudud aholisi jon boshiga nisbati umumiy qilib 11 ta ijtimoiy-iqtisodiy parametrlari integral ko'rsatkichlari darajasiga asosan 3 ta yirik hududga ajratildi. Amaliy tadqiqotlar natijalariga ko'ra Xorazm viloyati nisbatan ijtimoiy-iqtisodiy rivojlangan Markaziy, o'rtacha rivojlangan Shimoliy va kam rivojlangan Janubiy hududlarga ajratilishi bu hududlar ijtimoiy-iqtisodiy o'sishiga ta'sir qiladigan muammolarni aniqlab, yechim yo'llari ham belgilandi. Xususan, mintaqada ijtimoiy xizmatlar va ijtimoiy tadbirkorlikni davlat ijtimoiy siyosatini shakllantirishdagi ahamiyati "asosiy" (50.8%), "yordamchi" (45.0%) va "kam ahamiyatli" (4.2%) kabi ijtimoiy mezonlar asosida qiyosiy baholanishi bu hududlarga o'rta, uzoq muddatga belgilangan strategik chora-tadbirlarini belgilashga va ularni samarali hal qilish imkoniyatlarini yaratib beradi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Флоренс Найтингейл — об авторе. <https://www.livelib.ru/author/236793-florens-najtingejl>
2. In depth: Pakistan's Kashf Foundation on empowering women and building a sustainable future. <https://impact-investor.com/in-depth-pakistans-kashf-foundation-on-empowering-women-and-building-a-sustainable-future/>
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Kambag'allikni qisqartirish va aholi turmush farovonligini oshirish borasidagi chora-tadbirlarni yangi bosqichga olib chiqish to'g'risida" gi 23.09.2024 yildagi PF-143-sonli Farmoni. <https://www.lex.uz/uz/docs/-7109857;> //

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kambag‘allikni qisqartirish va bandlik sohasida davlat siyosatini takomillashtirish va samaradorlikni oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi 04.10.2024 yildagi PQ-347-sonli Qarori. <https://lex.uz/uz/docs/-7131782>.

5. Samwick, A. A. (2022). The economics of social entrepreneurship. The Journal of Economic Education, 53(2), 176–180. <https://doi.org/10.1080/00220485.2022.2038329>

6. What is a social entrepreneur? | Global Entrepreneurship Institute WHAT IS A SOCIAL ENTREPRENEUR? Posted on October 22, 2012 by Robert W Price. <https://news.gcase.org/2012/10/22/what-is-a-social-entrepreneur/>

7. [https://www.ebsco.com/research-starters/business-and-management/social-enterprise?utm\\_source](https://www.ebsco.com/research-starters/business-and-management/social-enterprise?utm_source)

8. The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative ... [https://emes.net/content/uploads/publications/EMES-WP-12-03\\_Defourny-Nyssens.pdf](https://emes.net/content/uploads/publications/EMES-WP-12-03_Defourny-Nyssens.pdf)

9. HEC Paris What is social entrepreneurship? <https://www.hec.edu/en/institutes-and-centers-expertise/sustainability-organizations/think/executive-factsheets/what-social-entrepreneurship>

10. single-market-economy.ec.europa.eu Social enterprises - European Commission. [https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu/social-enterprises\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu/social-enterprises_en)

11. <https://pedagoglar.org/04/article/view/6481>

12. A Conceptual framework of social entrepreneurship and social innovation cluster: a preliminary study | Kanji Tanimoto - Academia.edu. [https://www.academia.edu/26862916/A\\_Conceptual\\_framework\\_of\\_social\\_entrepreneurship\\_and\\_social\\_innovation\\_cluster\\_a\\_preliminary\\_study](https://www.academia.edu/26862916/A_Conceptual_framework_of_social_entrepreneurship_and_social_innovation_cluster_a_preliminary_study)

## **MINTAQADA KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISH OMILLARI**

**Ruzmetov B.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti professori, i.f.d.

**Shokirova M. D.**- Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti talabasi

**Annotatsiya:** Mazkur maqolada kambag‘allikni qisqartirishda kichik biznes va bandlikni oshirishning o‘rni yoritilgan. Dunyo va O‘zbekiston tajribasi asosida olib borilayotgan strategiyalar tahlil qilingan. Shuningdek, Xorazm viloyatida amalga oshish yuzasidan ilmiy taklif va xulosalar keltirilgan.

**Kalit so‘zlar:** Mintaqa, kambag‘allikni qisqartirish, qashshoqlik, subyektiv kambag‘allik, kichik va o‘rta biznes, bandlik, iqtisodiy rivojlanish, xalqaro hamkorlik, ijtimoiy himoya, mikromoliyalash, ishsizlik, aholi farovonligi.

**Аннотация:** В статье подчеркивается роль малого бизнеса и роста занятости в сокращении бедности. Проанализированы стратегии, реализованные на основе мирового и узбекского опыта. Также представлены научные предложения и выводы по внедрению в Хорезмской области.

**Ключевые слова:** Регион, сокращение бедности, бедность, субъективная бедность, малый и средний бизнес, занятость, экономическое развитие, международное сотрудничество, социальная защита, микрофинансирование, безработица, благосостояние населения.

**Abstract:** This article discusses the role of small businesses and employment in poverty reduction. Strategies implemented based on the experience of the world and Uzbekistan are analyzed. Scientific proposals and conclusions are also presented for implementation in the Khorezm region.

**Keywords:** Region, poverty reduction, poverty, subjective poverty, small and medium-sized businesses, employment, economic development, international cooperation, social protection, microfinance, unemployment, population well-being.

Jahonda kambag‘allikni qisqartirishda juda zarur hisoblanib, aholi bandligini ta‘minlash, turmush faravonligi va daromad darajasini oshirishda juda muhimligiga e‘tibor qaratilmoqda. Jahon bankining ma‘lumotlariga ko‘ra, “dunyo miqyosida

kambag'allikni qisqartirish bo'yicha ma'lum bir o'sishlarga erishilganiga qaramay, mutloq kambag'allikda yashovchi insonlarning umumiy soni yuqoriligicha qolmoqda. 2,15 AQSh dollar yoki undan kam daromadga ega bo'lgan aholi qatlami kambag'al sifatida tasniflanishini xisobga olsak, hozirgi kunda dunyo bo'yicha kambag'allikda yashovchi aholining umumiy soni 700 millionni tashkil etadi"[1].

Jahon iqtisodiyotida "hozirgi vaqtda dunyodagi 90,0 foiz korxonalar kichik va o'rta biznesga tegishli bo'lib, ular jahon aholisining 63,0 foizini ish bilan ta'minlamoqda. Yevropa Ittifoqida kichik va o'rta biznesning nomoliyaviy korxonalaridagi umumiy salmog'i 99,8 foizni tashkil etgan holda aholining uchdan ikki qismini ish bilan ta'minlamoqda". Jahonda kichik biznesni rivojlantirishning kambag'allikni qisqartirishdagi rolini oshirish, bu yuzadan muvaffaqiyatli strategiya ishlab chiqish, hamda xalqaro hamkorlik aloqalarini mustahkamlash borasida ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Yangi O'zbekistonni taraqqiyot strategiyasida mamlakatni jahonda rivojlangan davlatlardan biriga aylantirish ko'zda tutilgan. Strategiyaning 21-maqsadida "Iqtisodiyot tarmoqlarida barqaror yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash orqali kelgusi besh yilda aholi jon boshiga yalpi ichki mahsulotni – 1,6 baravar va 2030-yilga borib aholi jon boshiga to'g'ri keladigan daromadni 4 ming AQSH dollaridan oshirish hamda "daromadi o'rtachadan yuqori bo'lgan davlatlar" qatoriga kirish uchun zamin yaratildi", deb ta'kidlangan[2].

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Birlashgan Millatlar Tashkiloti Bosh Assambleyasining 78-sessiyasidagi nutqida "...Xalqimizning turmush darajasini oshirishga qaratilgan siyosat tufayli mamlakatimizda 2017-yildan buyon kambag'allik ikki barobarga kamaydi. Biz 2030-yilgacha uni 7 foizga tushirishni reja qilganmiz. Aholini ichimlik suvi, sog'liqni saqlash, ta'lim va boshqa ijtimoiy xizmatlar bilan ta'minlash ko'lamini bir necha bor oshirishni belgilaganmiz."[3] deb ta'kidladilar. Binobarin, "2022-2026-yillarda O'zbekiston Respublikasida kambag'allikni qisqartirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi qarorda belgilangan ijtimoiy himoya tizimining

inklyuzivligini oshirish, kambag'al oilalarni qo'llab-quvvatlash hamda ularning daromadini oshirish va turmush sharoitini yaxshilash, tadbirkorlik, kichik biznesni rivojlantirish hamda aholi ehtiyojmand qatlamining tadbirkorlik faoliyatini yo'lga qo'yish imkoniyatlarini kengaytirish, hududlarni kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirishda bevosita kambag'allikni qisqartirishga qaratilgan vazifalarini belgilanganligi mazkur tadqiqotning dolzarb masalaga qaratilganligidan dalolat beradi.

Bugungi kunda jahon amaliyoti kambag'allikni aniqlashda uchta asosiy yondashuvni qo'llamoqda:

- mutlaq kambag'allik. Bu tushuncha kambag'allik chegarasi bilan chambarchas bog'liq bo'lib, u shaxs ixtiyoridagi daromad, yalpi daromad yoki iste'mol darajasiga qarab belgilanadi, undan past daromadli kishi kambag'al hisoblanadi. Mutlaq kambag'allik ko'pincha miqdoriy jihatdan o'lchanadi. Unda iste'mol darajasi yoki daromadi kambag'allik chegarasidan past bo'lgan kishilar yoki oilalari soni hisobga olinadi. Jahon banki ma'lumotlariga ko'ra, kuniga 2,15 AQSh dollaridan kam bo'lgan kunlik daromadga ega shaxslar mutlaq kambag'al hisoblanadi(xarid qobiliyati pariteti bo'yicha hisoblangan almashuv kursi bo'yicha)[4].

- nisbiy kambag'allik jamiyatda qabul qilingan aholi turmush darajasini saqlab qola olmaslik bilan belgilanadi. Nisbiy kambag'allik insonni boshqa kishilarga nisbatan qanchalik kambag'al ekanligingizni ko'rsatadi. Bu degani har qanday jamiyatda ijtimoiy tengsizlik mavjud bo'lar ekan kambag'allar ham bo'ladi. Nisbiy kambag'allik chegarasini aniqlashda o'rtacha shaxsiy daromad ko'rsatkichi qo'llaniladi. AQShda nisbiy kambag'allik chegarasi ushbu ko'rsatkichning 40 foizi to'g'ri keladi, aksariyat Yevropa mamlakatlarida esa bu ko'rsatkich 50-60 foizni tashkil qiladi.

- subyektiv kambag'allik tushunchasi faqat shaxsning o'zi kambag'al yoki kambag'al emasligini aniqlashi mumkin degan g'oyaga asoslanadi. Subyektiv kambag'allik darajasini aniqlashning ko'plab yondashuvlari mavjud. Masalan,

oddiygina savol yordamida qancha kishi o'zini kambag'al deb bilishi yoki yaqinlarini kambag'al deb hisoblash mumkin. Subyektiv mutlaq kambag'allik chegarasini jamoatchilik fikridan kelib chiqqan holda aniqlash, keyin esa bu ko'rsatkichni aholi daromadlari bilan solishtirish mumkin.

Shuningdek, xalqaro kambag'allik chegarasi jahon banki tomonidan xalqaro taqqoslash uchun ishlatiladi. Mutlaq kambag'allik chegarasi xarid qobiliyati pariteti bo'yicha kuniga 2,15 AQSH dollari miqdorida belgilanadi[5]. Hozirgi vaqtda dunyodagi eng kambag'al 15 ta mamlakat ushbu kambag'allik ko'rsatkichlaridan foydalanadi. Biroq, hozirgi vaqtda turli mamlakatlarning o'ziga xos xususiyatlari va rivojlanish bosqichlarini hisobga olgan holda kambag'allikning boshqa chegaralari ham qo'llaniladi. Xususan, daromadi o'rtacha ko'rsatkichdan past bo'lgan davlatlar uchun kambag'allik darajasi kuniga 2,15 AQSH dollar, daromadi o'rtacha ko'rsatkichdan yuqori bo'lgan davlatlar uchun esa kuniga 4,30 AQSH dollarlik ko'rsatkichlarni qo'llash tavsiya etiladi.

2023-yilning 25-yanvar kuni O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev raisligida "Kambag'allikni qisqartirish, aholi bandligini ta'minlash masalalari"ga bag'ishlab o'tkazilgan videoselektor yig'ilishida keltirilgan ma'lumotlarga ko'ra, O'zbekistonda kambag'allikni qisqartirish jarayonlari yuqori samaradorlikni namoyish etayotganini ta'kidladi.

Bugungi kunda har qanday jismoniy shaxsning ish haqi kambag'allik darajasini kamaytirishga yoki uni oshirishga asosiy sabab bo'lib, u aholining moddiy ahvolini yaxshilashning muhim omili bo'lib, natijada aholi turmush farovonligi va turmush darajasiga ta'sir etuvchi omillardan biri hisoblanadi. Bu borada O'zbekistonda muntazam ravishda ish haqi, pensiya, stipendiya, nafaqalar miqdorlarini va ayrim xizmat turlari bo'yicha tariflarni oshirish bilan bog'liq qaror hamda farmonlar qabul qilinmoqda.

Mintaqada o'rtacha nominal ish haqi o'zgarish dinamikasi qararak, bu ko'rsatkich 2021-yilda 2010-yilga nisbatan 8.1 barobardan ko'proq oshib, 2,662 mln so'mga etganligini ko'rish mumkin. Mamlakatimizda 2010-yilda ishsizlik

darajasi 5,4 foizni tashkil etgan holda 2022-yilga kelib 8,9 foizga teng bo'lgan. Aholi farovonlik darajasi esa shu davrda 70,7 foizdan 73,7 foizga, bandlik darajasi 66,9 foizdan 67,2 foizga etgan.

Kichik biznesni rivojlantirish, ish o'rinlarini yaratish va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash kambag'allikka qarshi kurashishda muhim rol o'ynaydi. Tarkibiy ishsizlik sharoitida qo'shilgan qiymat yuqori bo'lgan mahsulotlar ishlab chiqaruvchi va bu jarayonda mehnat sig'imkorligi yuqori bo'lgan tarmoqlarni rivojlantirish bo'yicha davlat, tarmoq, hududiy dasturlarini ishlab chiqish juda muhimdir. "Jahon banki ma'lumotlariga ko'ra, 1,2 milliondan ziyod yangi ish o'rni qishloq xo'jaligida yuqori hosildorlikka ega bo'lgan meva-sabzavot va issiqxona sektorlarida yaratilishi mumkin[6]". O'zbekistonda kambag'allikni qisqartirish maqsadida rivojlangan mamlakatlarning boy, ilg'or tajribalarini e'tiborga olgan holda, samarali mikromoliyalash tizimini yaratish amalga oshirilmoqda.

So'nggi paytlarda aholining kambag'allik darajasining oshishiga ta'sir etuvchi asosiy omillardan biri bu aholining aksariyat qismi daromadlarining kamayishi va narxlar darajasining oshishi hisoblanadi.

Bu borada Xorazm viloyatda ham sezilarli ishlar amalga oshirildi. Xususan, 2010-yilda Xorazm viloyatining iqtisodiyotda bandlar soni 642 ming nafarni tashkil etgan bo'lsa, 2021-yilda 2010-yilga nisbatan 164,4 ming nafarga oshib 806,4 mingtaga etdi. Bu esa aholining bandlik darajasini o'sishi viloyatda aholi daromadini oshishiga va o'z navbatida aholining kambag'allik darajasini kamaytirishga hissa qo'shadi. Xorazm viloyatining kambag'allik (kam ta'minlangan) darajasiga e'tibor qaratadigan bo'lsak, respublika miqyosida solishtirganda farqli jihatlarini ko'rish mumkin.

## **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Poverty, Prosperity, and Planet Report 2024: Pathways Out of the Polycrisis  
<https://www.worldbank.org/en/topic/poverty/overview>

2.O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.01.2022-yildagi PF-60-son “2022 — 2026-yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi farmoni. <https://lex.uz/ru/docs/5841063>

3.O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Birlashgan Millatlar Tashkiloti Bosh Assambleyasining 78-sessiyasidagi nutqidan. /20.09.2023/<https://president.uz/oz/lists/view/6677>

4.O‘zbekistonda kambag‘allikni qisqartirish bo‘yicha 4 yillik strategiya ishlab chiqilmoqda “2022-2026-yillarda O‘zbekiston Respublikasida kambag‘allikni qisqartirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Qarori loyihasi e‘lon qilindi. <https://yuz.uz/news/ozbekistonda-kambagallikni-qisqartirish-boyicha-4-yillik-strategiya-ishlab-chiqilmoqda>

5.“Неравенства доходов и детский бедность” Глава вторая лист 35. UNICEF office of Research 2022 г. [https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/monee8/rus/chapt\\_2.pdf](https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/monee8/rus/chapt_2.pdf)

6.O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son “2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni. 1-ilova,37 maqsad.

## **QISHLOQ XO‘JALIGI OZIQ-OVQAT TA‘MINOT ZANJIRINI OPTIMAL TARTIBGA SOLISHDA BLOKCHAIN TEXNOLOGIYASINI TATBIQ ETISHNING BOCR TAHLILI**

**Bekjanov D.Y.**- Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti,  
Biznes va boshqaruv kafedrasini mudiri, i.f.f.d., dotsent

**Annotasiya.** Ushbu tezisda Xorazm viloyati oziq-ovqat ta‘minoti zanjirida blokcheyn texnologiyasini joriy etishning iqtisodiy salohiyati BOCR (Foyda, Imkoniyat, Xarajat, Risk) metodologiyasi yordamida tahlil qilingan. Radar tahlili natijalari shuni ko‘rsatadiki, an‘anaviy markazlashgan tizimlarga nisbatan blokcheyn iqtisodiy foyda va yangi imkoniyatlar yaratishda yaqqol ustunlikka ega. Shuningdek, umumiy egalik xarajati (TCO) hisob-kitoblari orqali xarajatlar va yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan risklar boshqariladigan darajada ekanligi hamda uzoq muddatli iqtisodiy tejamkorlik ta‘minlanishi asoslangan

**Kalit soʻzlar.** Blokcheyn texnologiyasi, oziq-ovqat ta'minot zanjiri, BOCR tahlili, iqtisodiy potentsial

Аннотация. В данных тезисах анализируется экономический потенциал внедрения технологии блокчейн в цепочку поставок продовольствия Хорезмской области с использованием методологии BOCR (Выгоды, Возможности, Затраты, Риски). Результаты радарного анализа показывают, что по сравнению с традиционными централизованными системами блокчейн имеет явное преимущество в создании экономических выгод и новых возможностей. Кроме того, расчеты совокупной стоимости владения (ТСО) обосновывают управляемость затрат и потенциальных рисков, а также обеспечение долгосрочной экономической экономии

**Ключавые слова.** Технология блокчейн, цепочка поставок продовольствия, BOCR-анализ, экономический потенциал

**Abstract.** This thesis analyzes the economic potential of implementing blockchain technology in the food supply chain of the Khorezm region using the BOCR (Benefits, Opportunities, Costs, Risks) methodology. The radar analysis results indicate that, compared to traditional centralized systems, blockchain has a clear advantage in generating economic benefits and new opportunities. Furthermore, Total Cost of Ownership (TCO) calculations justify that costs and potential risks are manageable, ensuring long-term economic savings

**Keywords.** Blockchain technology, food supply chain, BOCR analysis, economic potentia

Yangi texnologiyalarni amaliyotga tatbiq etishdan oldin ularning iqtisodiy samaradorligini toʻgʻri va keng qamrovli baholash zarurati bugungi raqamli iqtisodiyotda muhim ilmiy-amaliy muammodir. BOCR metodologiyasi bir qarorni toʻrtta muhim doiradan koʻrib chiqishni talab etadi. «Foyda» (Benefits) – amalga oshirish natijasida bevosita olinishi kutilayotgan miqdoriy va sifat natijalari.

«Imkoniyat» (Opportunities) – tashqi muhitdan va texnologiya rivojidan

kelib chiqadigan istiqbolli yo‘nalishlar. «Xarajat» (Costs) – joriy etish va saqlash bilan bog‘liq barcha to‘g‘ri va bilvosita xarajatlar. «Risk» (Risks) – tatbiq jarayonida yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan salbiy oqibatlar va ularning ehtimolligi. BOCR tarkibiy ierarxiyasi va Xorazm viloyatiga tatbiqi quyidagi rasmda ko‘rsatilgan (1-rasm):



**1-rasm. BOCR ierarxik tahlil tuzilishi blokchainni oziq-ovqat ta'minot zanjirida tatbiq etishning iqtisodiy potensialini<sup>3</sup>**

1-rasmdan ko‘rinib turganidek, BOCR ierarxiyasining eng yuqori darajasida maqsad – blokchainning iqtisodiy potensialini baholash – joylashgan. Ikkinchi darajada BOCR ning to‘rtta komponenti, uchinchi darajada ularning submezonlari,

<sup>3</sup> Muallif ishlanmasi

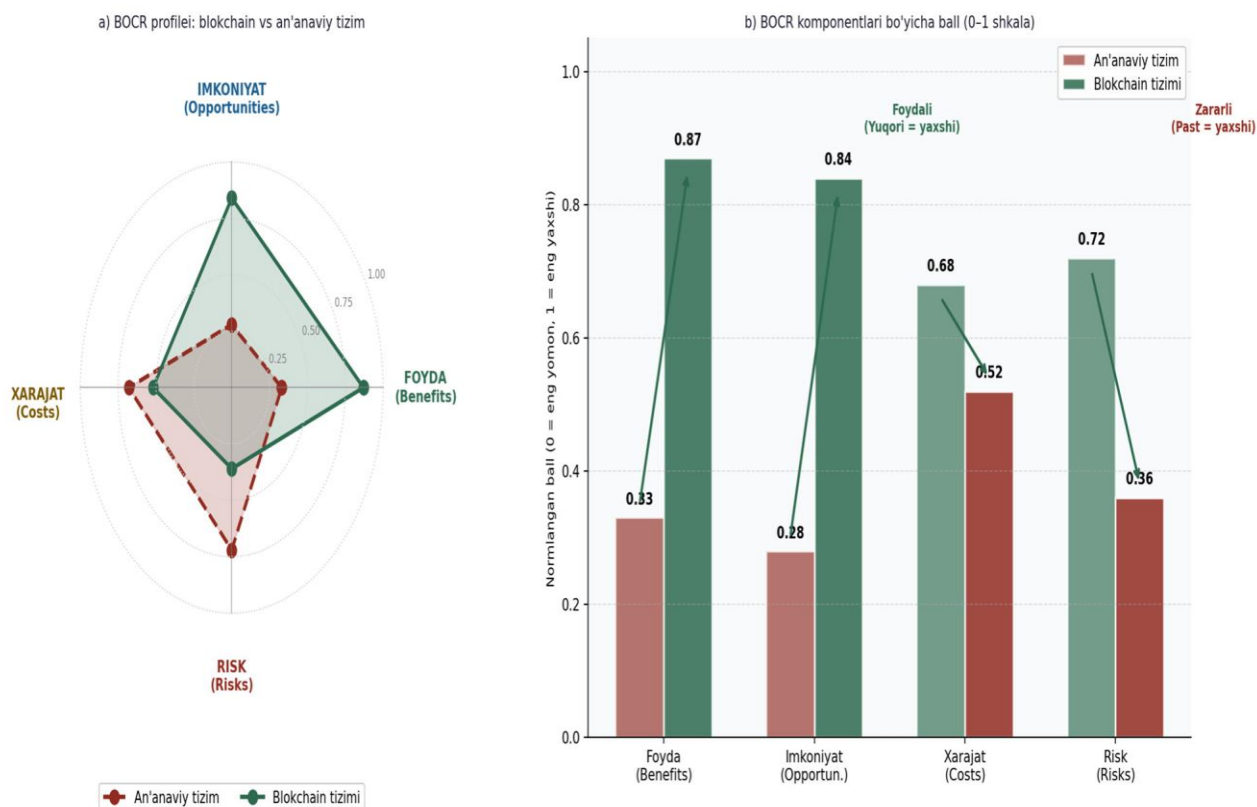
eng quyi darajada esa uchta muqobil texnologiya joylashgan: Blokchain (Hyperledger Fabric), An'anaviy markazlashgan tizim va Gibridd yondashuv. AHP metodologiyasi ushbu ierarxiyaning har bir qatlamida juftlik solishtirish usuli orqali mezonlarning nisbiy ahamiyatini aniqlaydi. Benefits komponentini beshta asosiy yo'nalishga bo'ladi: daromad o'sishi, jarayon samaradorligi, standartlarga muvofiqlik, sifat ta'minoti va ma'lumot xavfsizligi. Daromad o'sishi yo'nalishida blokchain mahsulotning kelib chiqishini tasdiqlash imkoniyatini berish orqali iste'molchilar uchun qimmatbaho va ishonchli mahsulot maqomini yaratadi, bu esa narx premiumini qo'llab-quvvatlaydi.

Xorazm viloyatida bu asosan organik va halol sertifikatlash orqali eksport bozorlariga kirish imkoniyatini anglatadi. Jarayon samaradorligi yo'nalishida IBM Food Trust (2023) tajribasi shuni ko'rsatadiki, blokchain tatbiqidan so'ng mahsulot kuzatuv muddati 7 kundan 2,2 soniyagacha qisqaradi. Samaradorlik bo'limida samaraliroq biznes jarayonlar – tarqatilgan ma'lumotlar bazasi orqali hujjat aylanmasini keskin qisqartirish hisobiga erishiladi.

Opportunities (Imkoniyat) komponenti bo'yicha beshta asosiy yo'nalishni aniqlagan: davlat rag'batlantirish chora-tadbirlari, ma'lumotlarning ortib boruvchi ahamiyati, kelajak texnologiyalari bilan birlashtiruv, yangi biznes modellar va yangi hamkorlik shakllari. Xorazm viloyatida «Raqamli O'zbekiston» davlat dasturi (2020– 2030) va qishloq xo'jaligi raqamlashtirish boshlang'ichlari bu imkoniyatlarni amalga oshirish uchun qulay institutsional zamin yaratmoqda.

Bundan tashqari, kichik va o'rta korxonalar uchun blokchain texnologiyasining maxsus imkoniyatini ta'kidlaydi: texnologiya tatbiqidan so'ng ishtirok xarajatlari minimal bo'lganligi, vositachilar sonining kamayishi esa qishloq xo'jaligi fermerlarining savdo marjalini sezilarli oshiradi. Bu Xorazm viloyatining kichik fermer xo'jaliklari uchun ayniqsa muhim imkoniyatdir.

BOCR tarkibining radar profili va Xorazm viloyati uchun komponentlar bo'yicha qiyosiy baholash quyidagi chizmada keltirilgan (2-rasm):



**2-rasm. Xorazm viloyatida blokchain tatbiqining BOCR profili: sektorlar bo'yicha radar tahlili va og'irlik indeklari**

Yuqoridagi rasmdagi radar diagrammada ko'rinib turganidek, an'anaviy tizimga nisbatan blokchain tizimida foyda va imkoniyat ko'rsatkichlari sezilarli yuqori (0,87 va 0,84), xarajat va risk esa past (0,52 va 0,36). Bu esa blokchainning Xorazm viloyati oziq-ovqat ta'minot zanjiri uchun BOCR profili bo'yicha aniq afzallikka ega ekanligini ko'rsatadi. Qismidagi stacked bar diagrammada foyda bo'yicha (+163%) va risk bo'yicha (-50%) sezilarli farqlar yaqqol ko'zga tashlanmoqda.

BOCR tahlilining muvozanatli bo'lishi uchun Xarajat va Risk komponentlarini ham to'liq miqdoriy va sifat jihatdan baholash zarur. Xarajat komponentini besh guruhga ajratadi: joriy etish va saqlash xarajatlari, xodimlar bilan bog'liq xarajatlar), ma'lumot yig'ish xarajatlari, va ekosistem xarajatlari. Xarajat hisob-kitobida muallif TCO (Total Cost of Ownership – umumiy egalik

xarajati) metodologiyasidan foydalangan. Bu usul nafaqat bir martalik investitsiyani, balki operatsion va yashirin xarajatlarni ham hisobga oladi. Xorazm viloyati uchun TCO hisob-kitoblari quyidagicha: dastlabki investitsiya 18,5–22,0 mlrd so‘m; yillik operatsion xarajat 3,2– 4,5 mlrd so‘m; 5 yillik umumiy TCO 34,5–44,5 mlrd so‘m. Biroq 5 yillik yalpi tejamkorlik 238–285 mlrd so‘mni tashkil etib, sof foyda 193–240 mlrd so‘mga teng. Risk tahlilida beshta muhim riskni aniqlagan: sezgir ma'lumotlarni saqlash), texnologiyaning yetuklik darajasi, tashkiliy risklar, huquqiy tashvishlar va keng tarqalmaganlik. Xorazm viloyati uchun ushbu risklar bosqichma-bosqich joriy etish va davlat siyosati qo‘llab-quvvatlovi orqali boshqariladigan darajaga tushirilishi mumkin.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:**

1. IBM Corporation. (2023). IBM Food Trust: Enhancing Traceability and Efficiency in the Food Supply Chain. IBM Technical Reports.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. (2020). “Raqamli O'zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora- tadbirlari to'g'risida (2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son)

# ANALYSIS OF POVERTY REDUCTION: PRACTICAL APPLICATION OF THE ARIMA MODEL FOR GROSS DOMESTIC PRODUCT (GDP) FORECASTING

**Raximov Z.T.**, - Abu Rayxon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
Iqtisodiyot kafedراسi dotsenti, PhD

**O‘rozov A.**, Abu Rayxon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
Iqtisodiyot kafedراسi katta o‘qituvchisi

**Abstract.** The article forecasts the Gross Domestic Product (GDP) of the Republic of Uzbekistan using the ARIMA (1,1,0) model. The stages of the analysis are also detailed, with results obtained using MS Excel and Gretl software, followed by conclusions and recommendations.

**Keywords:** GDP, ARIMA, stationarity, differencing, econometric model, forecast.

**Annotatsiya.** Maqolada O‘zbekiston Respublikasi Yalpi ichki mahsuloti ARIMA (1,1,0) model yordamida prognoz qilingan. Shuningdek, tahlilni amalga oshirish bosqichlari MS Excel va Gretl dasturlari yordamida olingan natijalar batafsil yoritib o‘tilgan hamda xulosa va takliflar berilgan.

**Kalit so‘zlar:** YaIM, ARIMA, statsionarlik, differentsiallash, ekonometrik model, bashorat.

**Аннотация.** В статье проводится прогноз валового внутреннего продукта Республики Узбекистан с использованием модели ARIMA (1,1,0). Также подробно рассмотрены этапы анализа, проведенные с использованием программ MS Excel и Gretl, а также представлены результаты и сделаны выводы и предложения.

**Ключевые слова:** ВВП, ARIMA, стационарность, дифференцирование, эконометрическая модель, прогноз.

In the context of globalization, forecasting macroeconomic indicators of countries is of paramount importance for effectively managing the national economy, ensuring stable economic growth, and responding quickly to market changes. In particular, accurate forecasts of indicators like GDP (Gross Domestic Product) are crucial for improving the effectiveness of economic policies, planning investment projects, and identifying future economic trends. One of the widely used

methods for forecasting time series data is the ARIMA (AutoRegressive Integrated Moving Average) model. This model allows for forecasting future values based on past values of economic indicators. This research evaluates the practical effectiveness of the ARIMA model in forecasting Uzbekistan's GDP.

The primary aim of the research is to assess the application potential of the ARIMA model in GDP forecasting and analyze its results. The findings of this study could be beneficial for policymakers, economists, and particularly master and doctoral students working in the field of economic research, providing a foundation for the development of more effective forecasting methodologies in the future.

The ARIMA (AutoRegressive Integrated Moving Average) model, developed by Box and Jenkins [1], is one of the most commonly used methods for time series analysis and forecasting. The model uses past values of time series to forecast future values, and its effectiveness has been confirmed in various studies. For instance, Abonazel and Abd-Elftah [2] achieved high accuracy in forecasting Egypt's GDP using the ARIMA method. Similarly, Uddin [3] analyzed Bangladesh's economic growth using the ARIMA model and highlighted its importance in shaping economic policy. Furthermore, Peng [4] successfully forecasted the GDP of the USA using the ARIMA model, demonstrating its usefulness as a tool for economic forecasting. These studies confirm that the ARIMA model is a reliable and effective tool for economic forecasting and can serve as a trusted instrument for policymakers and researchers.

This research uses time series data for Uzbekistan's Gross Domestic Product (GDP) from 2011 to 2024. The GDP indicator is one of the key metrics of the economy, providing important information about the country's economic performance. The data source is the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan.

ARIMA (AutoRegressive Integrated Moving Average) is a method used for analyzing and forecasting time series data. The model has three parameters: ARIMA (p,d,q). The general formula for the ARIMA model is as follows:

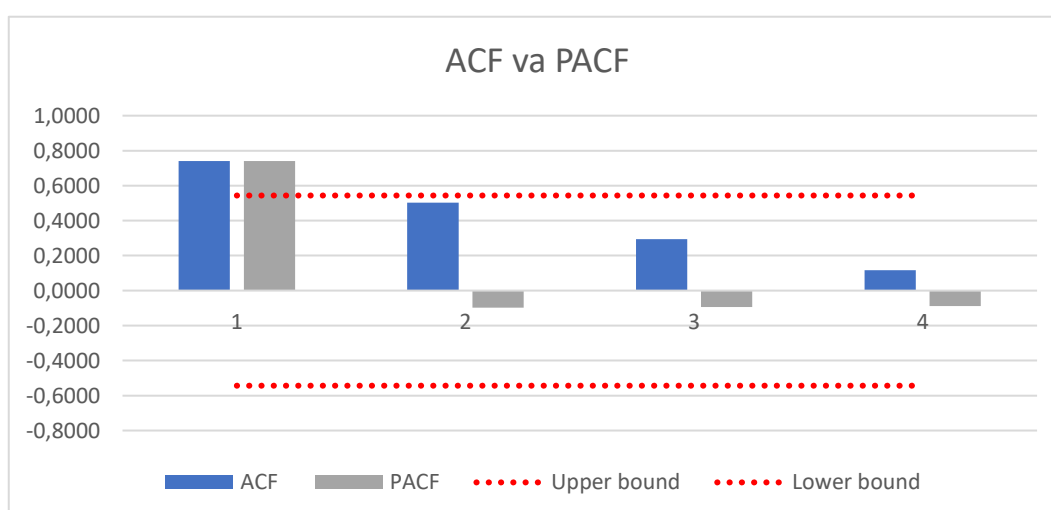
$$y_t = c + \phi_1 y_{t-1} + \phi_2 y_{t-2} + \dots + \phi_p y_{t-p} + \theta_1 \varepsilon_{t-1} + \theta_2 \varepsilon_{t-2} + \dots + \theta_q \varepsilon_{t-q} + \varepsilon_t$$

The effectiveness of the ARIMA(1,1,0) model was evaluated by analyzing the ACF (AutoCorrelation Function) and PACF (Partial AutoCorrelation Function) values, which confirmed that ARIMA(1,1,0) is the most suitable model for forecasting Uzbekistan's GDP. To select the optimal p, d, and q parameters for the ARIMA model, the AIC, BIC, and HQC criteria are commonly used. The model with the minimum values for all three criteria should be chosen (Figure #1 and Table #1).

**Figure #1. Histogram of Autocorrelation and Partial Autocorrelation Functions**

Source: Developed by the author in MS Excel

**Table #1: Comparison of AIC, BIC, and HQC for Different ARIMA Models.**



<i>p</i>	<i>d</i>	<i>q</i>	<i>AIC</i>	<i>BIC</i>	<i>HQC</i>
0	1	0	306.3813	307.3511	306.0223
0	1	1	301.7915	303.2462	301.2529
0	1	2	301.5058	303.4455	300.7877
0	1	3	300.3031	302.7276	299.4054
<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>296.2258*</b>	<b>297.6805*</b>	<b>295.6872*</b>
1	1	1	298.1722	300.1118	297.4541
1	1	2	300.0528	302.4774	299.1552
1	1	3	301.7897	304.6991	300.7125
2	1	0	298.1548	300.0945	297.4367
2	1	1	298.2275	300.652	297.3298
2	1	2	299.0779	301.9873	298.0007

2	1	3	300.4624	303.8568	299.2057
3	1	0	299.9329	302.3575	299.0353
3	1	1	299.8124	302.7219	298.7353
3	1	2	300.5404	303.9347	299.2837
3	1	3	302.5685	306.4478	301.1323

Source: Developed by the author in Gretl

Using the ARIMA (1,1,0) model, GDP forecasts for Uzbekistan were made based on data from the first 13 years (2011–2024). The model parameters were estimated using the Gretl software.

The results of the model parameter estimation are as follows:

- Constant:  $c = 130087$  (standard error: 77656.6, p-value: 0.0939).
- AR(1) parameter:  $\phi_1 = 0.906921$  (standard error: 0.114533, p-value: 2.41e-015).

Based on these results, the ARIMA(1,1,0) model is represented by the following equation:

$$(1 - 0.906921L)Y_t = 130087 + \epsilon_t$$

The goodness of fit of the model was evaluated using the R-squared statistic, which was 0.993397, indicating that the model explains the variations in the data well.

The ARIMA(1,1,0) model was used to forecast Uzbekistan's GDP for the next 5 years (2025–2030). The following table shows the forecasted values and 95% confidence intervals:

Table #2. Uzbekistan GDP Forecast for 2025-2030, in Million UZS

<i>Year</i>	<i>GDP</i>	<i>Prediction</i>	<i>Std Error</i>	<i>Lower bound</i>	<i>Upper bound</i>
2019	594660	592051			
2020	668038	716512			
2021	820537	746695			
2022	995573	970949			
2023	1192163	1166426			
2024	1451003	1382562			
2025		<b>1697859</b>	40206	1619057	1776661

2026	<b>1933847</b>	86572	1764169	2103524
2027	<b>2159977</b>	139776	1886021	2433933
2028	<b>2377167</b>	197641	1989799	2764536
2029	<b>2586250</b>	258704	2079201	3093300
2030	<b>2787980</b>	321928	2157014	3418947

*Source: Developed by the author in Gretl*

This study developed GDP forecasts for Uzbekistan using the ARIMA (1,1,0) model. Data from 2011 to 2024 were used to test the model's performance. The ADF test indicated that the GDP series was non-stationary, so differencing I (1) was applied to make the series stationary. The ARIMA (1,1,0) model was then used to generate the GDP forecasts. The model also provided forecasts for 2025–2030. These forecasts will help in understanding the future growth and changes in Uzbekistan's economy. The 95% confidence interval confirmed the accuracy and reliability of the forecasts. Recommendations include using the ARIMA model for developing economic policies, especially for investment strategies, and regularly updating GDP forecasts to reflect economic changes.

## REFERENCES

1. Box va Jenkins (1970) "Time Series Analysis: Forecasting and Control"
2. Abonazel va Abd-Elftah (2019) "Forecasting Egyptian GDP Using ARIMA Models" ([abonazelREF1-2019.pdf](#))
3. Uddin (2022) "Forecasting GDP of Bangladesh Using ARIMA Model" ([Forecasting GDP of Bangladesh Using ARIMA Model | Salah Uddin | International Journal of Business and Management | CCSE](#))
4. [Yanyi Peng](#), "Forecasting USA GDP Based on ARIMA Model" ([PDF](#)) [Forecasting USA GDP Base on ARIMA Model](#)

## СОЛИҚ ТИЗИМИДА ИМПОРТ ОПЕРАЦИЯЛАРИНИНГ АҲАМИЯТИ

Кулимова Х. М., -Тошкент давлат иқтисодиёт университети доценти,

PhD

**Аннотация.** Ушбу мақолада солиқ тизимида импорт операцияларининг аҳамияти келтирилган, шу билан биргаликда мамлакатга товарларни олиб киришнинг солиққа тортиш тартиби, мамлакатда импорт операциялари амалга оширилганда солиқ солиш ва божхона режими тартиби, мамлакатнинг йирик ҳамкор давлатлар билан импорт фаолияти ўрганилган. Шунингдек, солиқ тизимида импорт операцияларининг аҳамиятини ўрганишга доир илмий мунозаралар юритилган ва таклифлар берилган.

**Калит сўзлар:** экспорт, импорт, савдо операцияси, молиявий имтиёзлар, солиқ тўловчи, қўшилган қиймат солиғи, акциз солиғи, давлат бюджети, божхона божи, солиқ имтиёзлари, божхона маъмуриятчилиги, реимпорт, божхона тушумлар, солиққа тортиш, божхона, солиқ, валюта.

**Аннотация.** В данной статье рассматривается значение импортных операций в налоговой системе, а также рассматривается порядок налогообложения импортируемых в страну товаров, порядок налогообложения и таможенные режимы при импортных операциях в стране, а также импортная деятельность страны с основными странами-партнерами. Также были проведены научные дискуссии и высказаны предложения по изучению значения импортных операций в налоговой системе.

**Ключевые слова:** экспорт, импорт, торговая операция, финансовые льготы, налогоплательщик, налог на добавленную стоимость, акциз, государственный бюджет, таможенная пошлина, налоговые льготы, таможенное администрирование, реимпорт, таможенные доходы, налогообложение, таможня, налог, валюта.

**Abstract.** This article examines the importance of import operations in the tax system, and also examines the procedure for taxation of goods imported into the country, the procedure for taxation and customs regimes for import operations in

the country, as well as the country's import activities with major partner countries. Scientific discussions were also held and proposals were made to study the importance of import operations in the tax system.

**Keywords:** export, import, trade transaction, financial benefits, taxpayer, value added tax, excise tax, state budget, customs duty, tax benefits, customs administration, reimport, customs revenues, taxation, customs, tax, currency.

Маълумки, экспортёр корхоналарни давлат томонидан молиявий қўллаб-қувватлашнинг мақсадлилигини оширишда, импорт операцияларида ҳужжат билан тасдиқланган маҳсулотларнинг тўлиқ истеъмолчиларга етказилишига эришишда солиқлардан фойдаланишга алоҳида эътибор қаратилмоқда.

Ташқи савдо операцияларини солиқлар воситасида тартибга солиш механизмини такомиллаштириш, импортёрларнинг солиқ ва боғлардан имтиёзлари мақсадли фойдаланилмаганда умумбелгиланган тартибда солиққа тортиш, экспорт-импорт операцияларида солиқ соҳасидаги умумэтироф этилган халқаро норма ва стандартларни қўллашнинг самарали тизимидан фойдаланиш каби масалаларга оид илмий тадқиқотлар олиб борилмоқда.

Ўзбекистонда иқтисодиётни солиқлар воситасида тартибга солиш, тадбиркорлик субъектларини фаолиятини солиқлар воситасида қўшимча рағбатлантириш бўйича тизимли амалий ишлар амалга оширилмоқда. «Солиқ назоратининг шакл ва механизмларини, шу жумладан солиқ солиш объектлари ҳамда солиқ тўловчиларни янада тўлиқ қамраб олиш ва ҳисобини таъминлайдиган замонавий ахборот-коммуникация технологияларини кенг жорий этиш ҳисобига такомиллаштириш, трансфер нархларни шакллантириш билан боғлиқ операцияларга солиқ солиш тартибини жорий этиш»[1] вазифаси белгиланган. Мазкур вазифа ижросини таъминлашда тадбиркорлар ўртасида рақобатбардош маҳсулотларни ишлаб чиқаришни кенгайтиришда ташқи савдода солиқларга таъсир қилувчи омилларни ўрганиш бўйича таклиф ва илмий тавсияларни асослаш, халқаро бозорда импорт операцияларида солиқларнинг аҳамияти долзарбдир.

С.Джанков, С.Фреунд таъкидлашларича экспорт-импорт савдосининг бир кунга кечикиши, тегишли маҳсулот тури бўйича ташқи савдо ҳажмининг 1 фоизга камайиши мумкинлигини аниқлаган.[2]

Ж.Фелип ва У.Кумар савдони осонлаштиришнинг Марказий Осиё мамлакатлари ташқи савдоси ривожланишидаги аҳамиятини тадқиқ қилиб, экспортчи мамлакатлар учун инфратузилма савдо оқимиغا катта таъсир кўрсатишини, импорт қилувчи мамлакат учун божхона самарадорлигига эришиш муҳим эканлигини тадқиқ қилган.[3]

Бизга маълумки, солиқ сиёсати ва маъмуриятчилигига оид бир қатор ўзгартиришлар амалга оширилиб келинмоқда. Хусусан қўшилган қиймат солиғи бўйича Йирик солиқ тўловчилар бўйича ҳудудлараро давлат солиқ инспекциясида ҳисобда турадиган солиқ тўловчиларга товарларни импорт қилиш чоғида қўшилган қиймат солиғи тўлови ҳисобига бюджетдан қопланиши лозим бўлган қўшилган қиймат солиғи суммаларини ўзаро ҳисобга олиш ҳуқуқи берилган.

Халқаро молия институтлари қўшилган қиймат солиғидан даромадларни таҳлил қилишда қўшилган қиймат солиғининг самарадорлик коэффициентидан фойдаланадилар. Ўз навбатида, ушбу ҳолат ҳар қайси мамлакатларда ҳар хил солиқ ставкалари ва солиқни қоплаш тартибини амалга ошириши билан ифодаланади.

Масалан Иқтисодий ҳамкорлик ва тараққиёт ташкилоти мамлакатлари бўйича ўртача кўрсаткич 60% атрофида бўлиб, бу қўшилган қиймат солиғи солинмайдиган айланмалар билан шунингдек, солиқ ставкаларининг баланд эмаслигини кўрсатади.

Мамлакатда импорт операциялари амалга оширилганда солиқ солиш божхона режимига қараб қуйидаги тартибда амалга оширилади:

- импорт операцияларини амалга ошириш учун божхона режимига мувофиқ жойлаштирилган товарларга солиқ солинади;

- реимпортни амалга оширишда божхона режимига жойланган товарларга агар хўжалик юритувчи субъектлар экспорт фаолияти билан шуғулланса унга экспорт қилган товарлари учун тўловлари қайтарилади;

- реэкспорт, божхонада декларация қилинган товарлар транзити, бож олинмайдиган савдо ва эркин божхона майдони, божхона омбори давлат фойдасига воз кечиш божхона режимига солиқ солинмайди;

- қайта ишлаш божхона режимида амалга оширилганда ва қайта ишланган маҳсулотларини маълум вақтда мамлакат божхонасидан олиб чиқилса солиқ солинмайди;

- божхона тартибига кўра божхона режимига мувофиқ товарларни вақтинча импорт қилиш солиқ солишдан тўлиқ ёки қисман солиқ тўламайдилар;

- божхона режимига жойланган товарларни божхона майдонидан ташқарида қайта ишлашда импорт қилинган товарларга нормативларга мувофиқ солиқ солинади;

- божхона режимига жойланган товарларни ички истеъмол қилиш мақсадида қайта ишлаш амалга оширилганда солиқ солинади.

Бугунги кунда мамлакатда импорт операцияларида солиқ солиш божхона режимига қараб амалга оширилиши мамлакат иқтисодий ўсига ва аҳоли фаровонлигини таъминлашга хизмат қилмоқда.

Ўзбекистон Республикасининг импорт салоҳияти асосан йирик ҳамкор давлатлар Хитой ва Россия билан ўзаро импорт улуши олдинги йилга нисбатан савдо муносабатларида ошиб бормоқда. Шу билан бирга, Ўзбекистон Республикасининг импорт таркибида товарлар диверсификацияси, яъни импорт қилинаётган товарлар турлари кўпайиб бораётганлигини кузатиш мумкин. Жумладан, 2020-2022 йиллар давомида Ўзбекистон Республикасига Россия, Хитой, Қозоғистон, Туркия, Корея давлатларига импорт қилинган товарлар турлари таҳлил қилинганда, асосан мамлакат ичидаги тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчилар транспорт

жиҳозлари шунингдек, Саноат маҳсулотлари импорти асосан чўян ёки легирланмаган пўлат, металлдан тайёрланган буюмлар, йигирилган ип, матолар, тайёр буюмлар ва шунга ўхшаш маҳсулотлар, қоғоз ва картон ва бошқа шу каби товарлар импорти ошган.

Хулоса ўрнида айтишимиз мумкинки, импорт операцияларида солиқлар алоҳида аҳамиятга эга. Чунки, импорт операцияларида солиқ ва бож бўйича тақдим этилаётган имтиёзларнинг мақсадли фойдаланилмаслик солиқ даврида умумбелгиланган тартибда солиққа тортилади. Импорт операцияларида солиққа тортиш тизимининг амалга оширилиши давлат бюджети даромадларининг ошишига ва мамлакатда соғлом рақобат муҳитини яратишга замин яратади.

### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 29 июндаги ПФ-5468-сон «Ўзбекистон Республикасининг солиқ сиёсатини такомиллаштириш концепцияси тўғрисида»ги фармони. Қонун ҳужжатлари маълумотлари базаси, 30.06.2018 й., 06/18/5468/1420-сон; 19.03.2020 й., 06/20/5968/0331-сон.

2. Djankov S., Freund C. and Pham C. Trading on time. Review of Economics and Statistics, 92(1), 166173, 2010.

3. Felipe J., and Kumar U. The role of trade facilitation in Central Asia: A gravity model, Working Paper, №628.-New York : Levy Economics Institute, 2010

### **Камбағалликни қисқартиришда таълим-тарбиянинг аҳамияти**

**Бабаджанов Б. – Абу Райҳон Беруний номидаги Урганч давлат университети Бизнес ва бошқарув “ кафедраси доцент, иқтисодиёт фанлари номзоди, ЎзМУ мустақил тадқиқотчиси**

**Аннотация:** Мақолада камбағалликни қисқартириш бўйича мамлакатимизда олиб борилаётган ислохотлар, тадбиркорликни амалга оширишда хусусийлаштириш жараёнлари таъсири ва аҳолини иш билан банд қилиш бўйича амалга оширилаётган чора-тадбирлар ёритилган.

**Калит сўзлар:** Маънавият, иқтисодиёт, камбағаллик, қашшоқлик, манманлик, ёлқовлик.

**Аннотация.** В статье освещаются реформы, проводимые в нашей стране по сокращению бедности, влияние процессов приватизации на реализацию предпринимательства, а также меры, осуществляемые для трудоустройства населения.

**Ключевые слова:** Духовность, экономика, бедность, нищета, зазнайство, лентяйство.

**Abstract.** The article discusses the reforms being implemented in our country to reduce poverty, the impact of privatization processes on entrepreneurship development, and the measures being taken to provide employment for the population.

**Keywords:** Spirituality, economy, poverty, destitution, arrogance, laziness.

Менинг бу мақолам “Камбағалликни қисқартиришда ҳудудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг аҳамияти” мавзусидаги халқаро илмий-амалий анжуманнинг 4-шўбасига, яъни камбағалликни қисқартиришда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг долзарб муаммоларини аниқлаш ва уларнинг ечимларини бериш қисмига тўғри келади. Мамлакатимизда камбағалликни қисқартириш бўйича катта ишлар олиб борилмоқда. Аҳолининг тадбиркорлигини ошириш учун катта миқёсда хусусийлаштириш жараёнлари амалга оширилди. Тадбиркорлик кенг ривожланди. Ҳукумат ва ҳомийлар томонидан уйида ишсиз ўтирган аҳолини иш билан банд қилиш учун жуда кўплаб моддий ёрдамлар берилди ва шароитлар яратилди. Бироқ шунга қарамасдан таҳлиллар, бу ишда одамларнинг маънавий ва иқтисодий билимлари етишмаслигини кўрсатапти. Мақола шу ҳақида.

Хабарларингиз бор, маҳаллаларда ҳар ҳил кичик корхоналар ташкил қилишдан ташқари, қишлоқдаги ва баъзан шаҳарларда ҳам ҳар бир оилага 1000 кв. метрдан 1 гектаргача ер берилди, ҳар бир хонадонга қорамол, товуқлар, жўжалар, қуёнлар, майда шохли моллар бепул, баъзан банк кредити

ҳисобига ҳам берилди. Балиқчилик, асаларичилик, боғдорчилик, исикхоналар ташкил қилиш рағбатлантирилди. Қишлоқларда етиштирилган ҳўл мева-лар, узум ва қовунларни сақлаш учун холодильниклар барпо этилди. Уларни улгуржи сотиб олиш учун тайёрлов ташкилотлари тузилди

Шаҳарларда ҳам уй – жойлар қурилиши, айниқса қишлоқ жойларида кўп қаватли уйларнинг қурилиши авж олди, йўлларимиз катта ҳажмларда таъмирлана бошланди. Ички ва ташқи инвестициялар йил-йилдан ошаётганлиги сабабли саноат ва қишлоқ ҳўжалиги ривожлана бошлади. Булар сабабли чет элларда ишлаб юрган кўплаб юртдошларимиз элимизга қайта бошладилар. Қуни кеча Тошкентда бўлиб ўтган Парламентлараро Иттифоқнинг 150-юбилей ассамблеясида Президентимиз маърузасида охириги йилларда мамлакатимизда 7 млн. одам камбағалликдан чиқарилди деб айтилди.

Бу масалада шуни таъкидлаш керакки, шу вақтгача аҳолимизнинг камбағал қатлами – кам таъминланган оила деб келинди. Мустақил Ўзбекистонда биринчи марта бу сўзнинг бутун масъулиятини бўйнига олиб Ўзбекистон Президенти Шавкат Мирзиёев 2020 йилнинг 24-январидида Олий Мажлисга қилган мурожаатномасида жамиятимизда камбағаллик борлигини эътироф этди. Ва Республика иқтисодиёт вазирлигининг номига камбағалликни қисқартириш вазифаларини ҳам қўшиб қўйди.

Ҳўш камбағаллик ўзи нима? Илм-фан бундай тушунчани қандай изоҳлаган. Кам таъминланганликнинг яна қандай шакли бор. Ўзбек тилининг 2 томлик изоҳли луғатида (Москва “Рус тили” нашриёти. 1981 й. 1-том.363 б.) камбағал (ф-т) сўзи –Муҳтожликда яшовчи, тирикчилик учун керакли нарсаси етарли бўлмаган, қашшоқ, фақир, бечора, шўрлик, бояқиш – деб изоҳланган. Шу луғатнинг 2-томида (566 б.) Қашшоқ сўзи – Ўтакетган камбағал, фақир, фақирона ҳаёт кечирувчи –деб изоҳланган.

Аммо илмий нуқтаи назардан қаралганда бундай изоҳлар мукамал эмас. Камбағаллик ва қашшоқлик тушунчаларининг ҳозирда жаҳон бўйлаб умумқабул қилинган ҳамда ягона таърифи ишлаб чиқилмаган. Бундай кўр-

саткичларни ҳар бир мамлакат ўзининг иқтисодий аҳволидан келиб чиқиб, ўзи учун белгиланган камбағаллик мезонидан келиб чиқиб тасвирлайди. Шундай бўлса ҳам БМТ томонидан бундай ҳолатларга таъриф берилган.

2017-йилда Женева ва Нью-Йоркда тасдиқланган БМТ нинг Европа иқтисодий комиссиясининг “Камбағалликни ўлчаш бўйича қўлланма”сида:

Камбағаллик – инсоннинг ҳаёти давомида танлов ва имкониятларга эга бўлмаслиги, жамиятда тўлақонли иштирок этиш учун тўсиқларнинг мавжудлиги, бундан ташқари оиласини боқиши ва кийинтириши, таълим олиши ва касалхонада даволаниши, бирор соҳада фаолият юритиши ёки даромад олишга имкон берадиган меҳнат билан таъминланиш имкониялари етишмаслиги ҳамда кредит олиш имкониятининг чекланганлигида намоён бўлади. Шунингдек , камбағаллик – бу инсонлар, уй хўжаликлари ва жамоаларнинг ижтимоий жиҳатдан чегараланганлиги, хавф-хатарлар олдида чорасизлиги саналади – деб таърифланган.

БМТ нинг “Ижтимоий ҳимоя борасида юқори даражадаги Бутунжаҳон саммити” таърифига кўра қашшоқлик эса – инсоннинг ҳаёт кечириши учун зарур бўлган даромад ва ресурслар етишмаслиги, очлик ва тўйиб овқатланмаслик , соғликни сақлаш, таълим ёки бошқа асосий хизматлардан фойдаланишда чекловларнинг мавжудлиги, турар жойнинг йўқлиги, хавfli табиий ва техноген муҳитда ҳамда ижтимоий тенгсизлик шароитида яшашига нисбатан айтилади.

Ўзбекистон Республикаси Бош Вазирининг ўринбосари, Республика Иқтисодиёт ва камбағалликни қисқартириш вазирини Жамшид Қўчқоров 2020 – йилда Ўзбекистон аҳолисининг бирон қатлами қашшоқликка тушмаганини маълум қилди. Демак давлатнинг ва жамиятнинг вазифаси камбағалликни қисқартириш бўйича тинмасдан ҳаракат қилишдан иборат бўлади.

Бу ерда шуни таъкидлашга тўғри келадикки, камбағалликни қисқартириш ҳар доим математикадаги тушунча – яъни лимит нолга интилади, аммо ҳеч қачон ноль бўлмайди. Кўрсаткичлар энг кичик сонгача майдаллашиб бора-

веради, аммо ҳеч қачон нольга тенг бўлмайди. Буни ҳозир бир нечта мисолларда тушунтиришга ҳаракат қиламиз.

Бир жамоа хўжалиги раиси олдиға ёш оила - эри ва хотини келиб- биз камбағалмиз, бизға ёрдам беринг дейишган. Уларнинг кўнгли жамоа хўжалиги ҳисобидан бир халта ун ва бир халта гуруч ундириш эди. Йигитнинг тўрт мучали тугал, аҳволи ва кайфияти яхши, соппа-соғ одам экан.

Буғдойдан бўшаган ердан икки гектар ер берамиз, шунга шолини кўчатлаб экасан, агар ҳосилдорлик гектарига 60 центнер бўлса, 2 гектардан 12 тонна шולי оласан, агар ундан 60 фоиз гуруч чиқса 7200 кг. гуруч бўлади. Оиланг билан бир йилда 100 кг. гуруч есанг, ва бошқа харажатларга 1 тонна гуруч қиймати сарфланса ҳам сенга 6 тонна гуруч қолади. Сотсанг катта пул бўлади деган таклифга, у ўйланиб қолган. Хотини хурсанд бўлиб, раҳмат сизга, раҳмат деб турса, - йигит, йўқ бўлмайди,” нима мен энди шолини ўтини ўтаб юраманми, белим оғриб қолиши мумкин”- деган.... Бу иш тўғри келмаса, унга яна бир иш таклиф қилинган.

Гаражда битта трактор бор, шуни сенга берамиз, аммо озроқ таъмирлаш керак, зарур запчастларни топиб ремонт қилсанг, ҳам маош оласан, ҳам уйингдаги ўзингнинг томорқангни ҳайдайсан, агар бир-иккита қўни-қўшнинг-га ёрдам берсанг беш-олти сўм пул ҳам топиб юрасан – дейилган. Бечора келин яна исевиниб, миннатдорчилик билдириб, рози бўлиб турса. Куёв:-“Йўқ бўлмайди, нима энди мен тракторни ремонт қилиб, автол, солидорга буланиб юраманми?” – деб буни ҳам рад этган.

Ундай бўлса, колхоз сенингдай ялқов, ландовур, сўтакларни текин боқади-ган ташкилот эмас, деб жавоб бериб юборилган. Хулоса шуки, ҳар бир камбағалман деган уйда ана шундай ишёқмас, ялқовлар бор.

Яна бир мисол: Яқинда ўзига тўқ бир инсон уйининг ёнида 2 та тандир қуриб расмана нон ёпадиган тандирхона ташкил қилган. Бу ерда ишлашни хоҳловчилар кўп бўлишига қарамасдан, у бу ишни иқтисодий жиҳатдан кам таъмин-

ланган, кўп болали , хотини ҳам , келини ҳам ишламайдиган камбағалроқ яшовчи, ўзидан анча ёш бўлган, яқин кўшнисига таклиф қилган.

У, бу таклифни хотиним мактабда фаррошлик қилади, унинг вақти йўқ , деган баҳона билан рад қилган. Мактабда оладиган маоши сўралса, ярим ставка ишлаб 450 минг сўм олиши маълум бўлган. Бу ерда ишласалар хотининг ҳам, келининг ҳам 1 млн сўмдан даромад топиши мумкин, деган гапга ҳам, - хотиним мактабдан келгандан кейин уйда дам олади, келиним шаҳарда иш излаб юрибди,-деб жавоб қилган.

Мана сизга камбағалликни келтириб чиқарадиган ялқовлик, мақсадсизлик ва тушуниксиз мағрурлик. Бундай мисолларни кўплаб келтириш мумкин.

Агар таҳлил қилсангиз биринчи ҳолатда ялқовлик, ишёқмаслик кўзга ташланса иккинчи ҳолатда мағрурлик, мен сенинг қўлингда ишламайман деган ўринсиз кеккайиш кўринади. Бунинг учинчи кўриниши ҳам бор, яъни ҳаракатчан, хотамтой, сахий инсонларнинг муваффақиятларига бахиллик билан қараш, уларнинг устидан кулиш, мазах қилиш ҳолатлари ҳам бор нарса. Ҳамма ҳам бировнинг қўлида ишлайди, биров давлатнинг, биров баронта тадбиркор ёки фермернинг қўлида. Гап кимнинг қўлида ишлашда эмас, гап тўғри ишлаб ҳалол пул топиб оилани боқишда.

Хўш, камбағалликни тугатишга оид баъзибир камчиликларни аниқладик. Энди нима қилишимиз керак бўлади. Ўзбекистон “Миллий тикланиш” демократик партиясининг бош шиори:

“Қадриятларга таянган – тараққиёт” деб аталади. Яна давом этаверсак, “Таълим ва тарбия – Миллий тараққиёт пойдевори”

“Таълим – тарбиядан бошланади”, “Инсон ўзгарса , жамият ўзгаради” каби шиорлар партиянинг мақсадларини ифода этади.

Шулардан келиб чиқиб, шаҳар ва туманларимиздаги маҳаллаларда ҳар ойда бар марта бўлса ҳам, маҳалладаги ишсизлар учун мунтазам ишловчи маънавият ва иқтисодиёт бўйича ўқишлар ташкил этиш зарур. Айнан маъ-

навияти пастлиги ва иқтисодий билимлари етишмаслиги туфайли ҳам орамизда шундай кеккайган, кучанувчи, мен сандан камманми дегувчи, ялқов, ландовур одамлар ханузгача борлиги ҳам ҳақиқат гап.

Инсонлар ўзгарсагина, жамиятимиз ўзгаради, камбағаллик камаяди, ортиқча чиқимларга, исрофгарчиликка йўл қўйилмайди, тадбиркорлик ривожланади, элимиз тинч ва обод бўлади, юртимиз фаровонликка эришади.

### **ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ**

1. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 1-2 томлар М. “Рус тили” нашр. 1981 й.
- 2 “Хоразм ҳақиқати” газетаси 2020 й. 30.12. № 104. Ўзб. Рес.Президенти Ш.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга мурожаати.
- 3.”Хоразм ҳақиқати” газетаси. 2020й. 19. 08. № 62. Ўзб.Рес. През. Қарори: “Хоразм вилоятида тадбиркорликни ривожлантириш ва унинг инвестициявий жозибadorлигини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”.
- 4.” Истеъмол маданияти” газетаси. 2021й. 04.03.№04.(100) Ижтимоий шартнома камбағалликни камайтириш механизми.
- 5.ЎзМТДП нинг 2025-2029 йилларга мўлжалланган сайловолди ҳаракат дастури.

### **KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI HAMDA HUDUDLARNI IJTIMOY-IQTISODIY RIVOJLANTIRISHNING AHAMIYATI**

**Adilova Y.Sh., - TATU Qarshi filiali katta o‘qituvchisi**

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada mintaqa iqtisodiyotini barqaror rivojlantirish uchun kambagallik darajasini kamaytirishning nazariy asoslari hamda hududlarni iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishning ahamiyati yoritilgan bo‘lib, kambag‘allikni qisqartirish uchun taklif va tavsiyalar berilgan.

**Kalit so‘zi:** iqtisodiyot, kambag‘allikni qisqartirish, iqtisodiy o‘shish, tengsizlik darajasi, raqobat muhiti, ijtimoiy himoya.

**Аннотация:** В этой статье рассматриваются теоретические основы снижения уровня бедности для устойчивого развития экономики региона, а

также важность экономико-социального развития регионов с предложениями и рекомендациями по сокращению бедности.

**Ключевое слово:** экономика, сокращение бедности, экономический рост, уровень неравенства, конкурентная среда, социальная защита.

**Annotation:** This article covers the theoretical framework for reducing the level of cambagalism for the sustainable development of the region's economy, as well as the importance of Economic-economic development of the regions, and offers and recommendations for poverty reduction.

**Keyword:** economy, poverty reduction, economic growth, inequality level, competitive environment, social protection.

Mamlakatimiz Prezidenti SH.Mirziyoev Oliy Majlisga Murojaatnomasida: kambag'allikni kamaytirish-bu aholida tadbirkorlik ruhini uyg'otish, insonning ichki kuch-quvvati va salohiyatini to'liq ro'yobga chiqarish, yangi ish o'rinlari yaratish bo'yicha kompleks iqtisodiy va ijtimoiy siyosatni amalga oshirish, demakdir. Asosiysi, mamlakatimizda kambag'allikka qarshi kurashishda ilg'or xorijiy tajriba, xalqaro me'yorlar, aniq mezonlar va baholash usullariga asoslangan yangi metodologiya yaratish lozimligi ta'kidlandi. Boshqacha aytganda, ushbu jarayon ilmiy asoslangan va amaliy xarakterga ega bo'lsa kutilgan natijani beradi.[1]

Iqtisodiy rivojlanish o'z-o'zidan aholi farovonligini bir xilda o'sishiga va tengsizlikning kamayishiga olib kelmaydi. Yuqorida keltirilgan fikr-mulohazalardan kelib chiqib ta'kidlash joizki, bu tushunchalar bir-biri bilan chambarchas bog'liq bo'lsada, muammolardan faqat bittasini hal qilishga qaratilgan siyosat boshqalarni yomonlashtirishi mumkin. Shunday qilib, kambag'allik, tengsizlik va iqtisodiy rivojlanish tushunchalari bir-biri bilan chambarchas bog'liq hamda bir-biriga ta'sir qiladi. Iqtisodiy o'sishning kambag'allik va tengsizlik darajasiga ta'siri ham salbiy, ham ijobiy bo'lishi mumkin. Xususan, iqtisodiy o'sish iqtisodiyotning ayrim tarmoqlarining notekis rivojlanishiga, shuningdek, mamlakatning iqtisodiy o'sishning ayrim manbalariga qaramligini

chuqurlashtirishga bu esa, o'z navbatida, tengsizlikning kuchayishiga olib keladi. Bundan ko'rinadiki, kambag'allik darajalarini aniqlash uning kelib chiqish sabablari va uni qisqartirishda hozirgi BiGDATA ga suyangan holda ekonometrik modellarni qo'llash zaruriyatini keltirib chiqaradi.[2]

Kambag'allikni qisqartirish choralari o'zi nimalardan iborat? Aholining ehtiyojmand qatlami qanday moliyaviy ko'maklar vositasida qo'llab-quvvatlanadi? Davlat dasturlari ijrosini ta'minlashda qanday muammolar mavjud va ularning yechimi nimalarda ko'rinadi?

Mamlakat iqtisodiyoti uchun aholining yashash tarzi va ularning moliyaviy imkoniyatlari muhim hisoblanadi, Shu jihatdan qaraganda, har bir davlat, birinchi navbatda, kambag'allikni qisqartirish choralari ko'radi, bu yo'lda xalqaro tajribani o'rganadi va o'zining dasturlarini ishlab chiqadi.

Mamlakatimizda ham bu borada xorijiy tajribalar o'rganilib, kambag'allikni qisqartirishga qaratilgan milliy dasturlar ishlab chiqildi. Masalan, 2018 yildan boshlab hududlarda aholini tadbirkorlikka jalb qilish va shu orqali yangi ish o'rinlari yaratish maqsadida «Har bir oila- tadbirkor» dasturi joriy etildi. Dasturlari doirasida qariyb bir million oilaga 23,7 trillion so'm miqdorida imtiyozli kreditlar ajratilgani bu ishlar ko'lami kengayayotgani va uning natijasi samarali ekanidan dalolat beradi. 2018-2021 yillarda «Yoshlar-kelajagimiz» dasturi hamda boshqa oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish dasturlari doirasida 25 ming nafar yoshga berilgan 1,8 trillion so'm miqdoridagi imtiyozli kreditlar ularning biznes loyihalarini ro'yobga chiqarish va daromad manbalarini yaratish uchun dastlabki kapital sifatida xizmat qilgan. Hukumat qaroriga muvofiq, yetim bolalar va ota-ona qaramog'idan mahrum bo'lganlarni qo'llab-quvvatlash maqsadida «Mehr daftari» joriy qilingani ham bu boradagi tizimli ishlar bilan mushtarakdir. Unga ko'ra, bolalar ushbu daftarga tuman yoki shahar hokimi qarori asosida kiritiladi va undan 25 yoshga to'lganda chiqariladi. Bunda daftardan chiqarilayotgan shaxslarning bandligi ta'minlangan va uy-joyi mavjud bo'lishi shart.

Davlat dasturlari ijrosi bo'yicha muammolar bormi?

Dastlabki bosqichda dastur doirasida kredit mablagʻlari hisobidan faqatgina hududiy komissiyalar tomonidan tasdiqlanadigan taʼminotchilardan mahsulot sotib olish belgilangan edi. Taklif cheklanganligi, raqobatning mavjud emasligi sharoitida talabning oshishi, dasturlar doirasida xarid qilinadigan ayrim tovarlar narxining bozor qiymatidan yuqori sotilishi, sifati pastligi kabi bir qator muammolarni yuzaga keltirdi. Bu, oʻz navbatida, dastur doirasida ajratilayotgan imtiyozli kreditlar samaradorligiga salbiy taʼsir koʻrsatdi.

Ikkinchi bosqichda mazkur muammoni bartaraf etish maqsadida hududiy komissiyalar tomonidan taʼminotchilarni belgilash amaliyoti bekor qilindi hamda imtiyozli kreditlar tovarlar shartnoma asosida kelishilgan narxda yetkazib berilgandan va loyiha egasi undan qanoatlanish hosil qilganidan soʻng mahsulot yetkazib beruvchining hisobraqamiga oʻtkazib berilishi belgilandi. Mazkur bosqichda ichki bozorda yuzaga kelgan ortiqcha bosimni kamaytirish maqsadida naslli chorva mollarini faqat ularni import qiluvchi taʼminotchilardan sotib olish tartibi joriy etildi. Oilaviy tadbirkorlik dasturlari boʻyicha mahsulot sotib olish, kredit ajratish va undan foydalanishda inson omili, taʼminotchilar oʻrtasida raqobatning pastligi mavjud. Imtiyozli kreditlarning maqsadsiz yoki nooʻrin ishlatilishi kabi muammolarga duch kelayapmiz. Bu kabi muammolar esa dasturning samarali boʻlishiga salbiy taʼsir etadi. Shundan kelib chiqib, bunday muammolarning saqlanib qolayotganligi dastur samaradorligini yanada oshirish boʻyicha muayyan chora-tadbirlarni amalga oshirishni taqozo qildi.

Uchinchi bosqichda asosiy eʼtibor oilaviy tadbirkorlik dasturlari boʻyicha kredit ajratishda banklardagi inson omilini yoʻqotish, shaffoflikni oshirishga qaratildi. Xususan, oilaviy tadbirkorlik dasturlari boʻyicha «Yagona elektron platforma» ([www.oilakredit.uz](http://www.oilakredit.uz)) joriy etilib, kreditlar boʻyicha ariza qabul qilish jarayoni toʻliq raqamlashtirildi. Kelgusida ushbu tizimni takomillashtirib borib, tadbirkorlikni kreditlash jarayonlari toʻliq bozor asoslariga oʻtiladi. Bunda aniq yoʻnalishlar boʻyicha ajratilgan kreditlar foizlarining bir qismini davlat tomonidan kompensatsiya qilib berish mexanizmidan foydalanish imkoniyati saqlanib

qolinadi. Albatta, bu borada har bir ajratilayotgan kompensatsiyaning maqsadli ishlatilishi va shaffofligini, eng muhimi, samaradorligini oshirish bo'yicha choralar kuchaytiriladi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, turmush darajasini oshirish, kambag'allikni qisqartirishga, ishsizlik darajasini pasaytirishga, mehnat bozoriga qo'shimcha faol dasturlarni joriy etishga, aholini qo'llab-quvvatlash bo'yicha manzilli ijtimoiy dasturlarni ishlab chiqishga, davlatning maqsadli dasturlari loyihasini takomillashtirishga yordam beradi. Shundan kelib chiqqan holda ta'kidlash mumkinki, kambag'allikni qisqartirish tadqiqotida ekonometrik modellarni qo'llashning o'ziga xos xususiyatlari sifatida omillarning ko'pligi: aholining qarishi va migratsiya o'zgarishlarining bugungi sharoitida yoshlar, ayollar, keksa ishchilar, shuningdek, past malakali ishchilar va ularga mos kuzatuvlar soni: yillik statistik ma'lumotlar, miqdor ko'rsatkichlardan tashqari sifat ko'rsatkichlarining mavjudligi: ishlab chiqilgan dastur hamda farmonlarning ta'sirini keltirish mumkin. Bu esa o'z navbatida kambag'allikni qisqartirish tadqiqotida ekonometrik modellarni qo'llashning o'ziga xos xususiyatlarga egaligini tasdiqlaydi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1.O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 23-sentabrdagi PF-143-son Farmoni.

2.Muxammadiyeva Yu.Yu. Barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishda mintaqani salohiyatidan samarali foydalanishning nazariy asoslari. Biznes-“Ekspert” amaliy jurnal. oshkent, 2024. № 12 (201–204)-son.14-17b.

#### **QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASI IQTISODIYOTI TARMOQLARIDA BANDLAR ULUSHI**

**Rahimboyev M.I.**, Toshkent xalqaro moliyaviy boshqaruv va texnologiyalar universiteti “Iqtisodiyot va boshqaruv” kafedrasida assistenti

**Annotatsiya.** Maqolada Respublikada aholi bandligi va daromadlari dinamikasi, iqtisodiy munosabatlarning rivojlanishi, ish bilan band mehnat resurslarining iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha taqsimlanishi dinamikasi.

**Kalit soʻzlar:** iqtisodiy munosabatlar, ishchi kuchi bozori, mehnat bozori, iqtisodiy tarmoqlar, iqtisodiy faol aholi.

**Аннотация.** В статье рассматривается динамика занятости и доходов населения в Республике, развитие экономических отношений, динамика распределения занятых трудовых ресурсов по отраслям экономики.

**Ключевые слова:** экономические отношения, рынок труда, рынок труда, отрасли экономики, экономически активное население.

**Abstract.** The article examines the dynamics of employment and income in the Republic, the development of economic relations, and the distribution of employed labor resources across economic sectors.

**Keywords:** economic relations, labor market, labor market, economic sectors, economically active population.

Transformatsion iqtisodiyotning zamonaviy sharoitida Oʻzbekiston Respublikasi aholisini ish bilan taʼminlash, mehnat bozorini yaratish va ishsizlikning oldini olish muammosiga alohida eʼtibor qaratilmoqda. Mehnat bozori boshqa bozorlar orasida asosiy oʻrinlardan birini egallaydi. Bozor konʼyunkturasi iqtisodiyotning holati, boshqaruv usuli va tarkibiy oʻzgarishlari, korxonaning texnik va tashkiliy darajasi, ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchining miqdor va sifat balansi taʼsirida shakllanadi. Iqtisodiy munosabatlarning rivojlanishi, Oʻzbekiston Respublikasining jahon hamjamiyatiga integratsiyalashuvi sharoitida mehnat salohiyatini shakllantirish va undan foydalanish muammosi alohida ahamiyat kasb etadi, chunki u jamiyat, sanoat, hudud, korxonalarning holatini, ularning hayotiylikini aks ettiradi.

Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 4-oktabrdagi “Kambagʻallikni qisqartirish va bandlik sohasida davlat siyosatini takomillashtirish va samaradorlikni oshirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi PQ-347-son qarorida[1] mehnat bozorini, band va ishsiz aholini tarkibiy tahlil qilish, ishsizlarni manzilli aniqlash va ularning hisobini yuritish-mehnat bozorini tahlil qilish va ishsizlarning hisobini manzilli (nomma-nom) yuritish, iqtisodiyotning rivojlanib kelayotgan

tarmoq va sohalarida mehnat resurslariga bo‘lgan talabni prognoz qilish, mehnat bozoridagi tarkibiy muammolarni aniqlash va nomutanosibliklarning oldini olish “Kambag‘allikdan farovonlik sari” dasturi Kambag‘allikni qisqartirish va bandlik vazirligining asosiy yo‘nalishlari etib belgilab berildi.

“Mehnat bozori”ga L.I.Shevchenko “mehnat bozorini yollanma mehnatni tashkil etish, foydalanish va haq to‘lash bilan bog‘liq bo‘lgan ishlab chiqaruvchilar hamda ish beruvchilarning manfaatlarini kelishish va tartibga solish shakllari hamda usullari, iqtisodiy munosabatlari yig‘indisi” sifatida tavsiflaydi[2]. O‘z navbatida, I.L.Petrova “mehnat bozori, uning mohiyati nuqtai nazaridan, mehnatni o‘z ichiga olish, muvofiqlashtirish va baholash usullari to‘plami sifatida belgilanishi mumkin”[3] deb hisoblaydi. Yana bir fikr G.I.Kupalova tomonidan qabul qilinadi. Uning fikricha, “ishchi kuchi bozori” va “mehnat bozori” tushunchalari ekvivalent sifatida ishlatilishi mumkin, chunki ular bir-biri bilan chambarchas bog‘liq, bir-birini to‘ldiradi hamda bozor munosabatlari jarayonida biridan ikkinchisiga o‘tadi[4].

Mehnat bozori ishchi kuchi taklifi va uni yollash bilan bog‘liq ijtimoiy munosabatlar tizimi sifatida bandlik muammolari bilan cheklanib qolmay, balki iqtisodiy va ijtimoiy munosabatlarning murakkab spektrini jamlagan mehnat sohasi bilan bog‘liq butun iqtisodiy makonni qamrab oladi. Mehnat bozorini o‘rganish bandlik va ishsizlik, mehnat samaradorligi va uni tashkil etish, inson kapitalini shakllantirish va sifati, mehnat sharoitlari va uni to‘lash, daromadlarni shakllantirish va iste‘mol qilish, ta‘lim, ishchi kuchini tayyorlash va qayta tayyorlash, bandlik barqarorligi va kafolatlari muammolarini qamrab oladi[5].

Mehnat resurslaridan foydalanishning asosiy ko‘rsatkichi ularning milliy iqtisodiyotda ish bilan bandligida ifodalanadi. Ish bilan bandlik - bu iqtisodiy faol aholining qonun hujjatlariga muvofiq, daromad keltiradigan faoliyatga ega bo‘lishidir. O‘zbekiston Respublikasining «Aholi bandligi to‘g‘risida»gi Qonunining[6] 4-moddasiga asosan, “Bandlik fuqarolarning qonunchilikda

ta'qiqlanmagan, o'z shaxsiy va ijtimoiy ehtiyojlarini qanoatlantirish bilan bog'liq bo'lgan, ularga ish haqi (mehnat daromadi) keltiradigan faoliyatidir”.

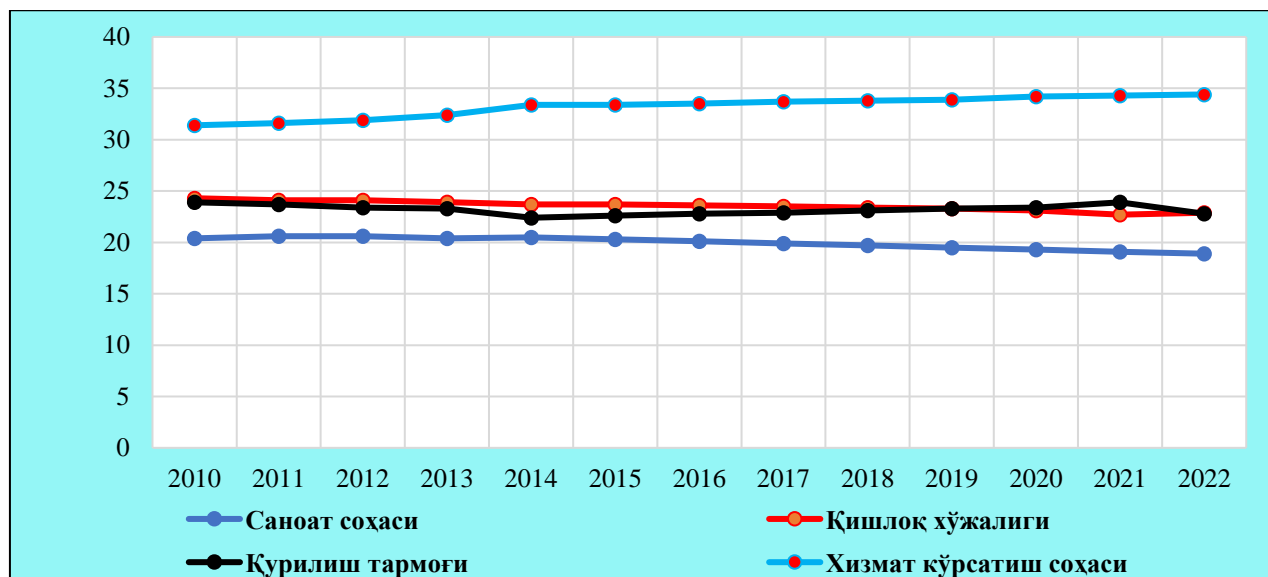
## 1-jadval

### Qoraqalpog'iston Respublikasida aholi bandligi va daromadlari dinamikasi

Ko'rsatkichlar	2010	2015	2020	2021	2022	2022 yilda 2010 yilga nisbatan o'zgarishi, (-,+)
Aholi bandlari soni, ming kishi	580,8	630	707,4	702,7	714,2	133,4
Ish haqi, ming so'm	180,2	1143,3	2356,5	2768,3	3246,2	3066,0
Aholi real umumiy daromadi (mlrd. so'm)	2301,1	6581	15989,70	20046,60	23292,60	20991,5

Jadval qiymatlariga asosan, Qoraqalpog'iston Respublikasi iqtisodiyotida aholi bandligi 2010 yilda 580,8 ming kishini tashkil etgan bo'lsa, 2022 yilga kelib bazis yilga nisbatan 133,4 ming nafarga o'sib jami mehnat resurslariga nisbatan 90,9 %ga teng bo'ladi. Bu davr oraliqda ya'ni 2022 yilda o'rtacha oylik ish haqi 3246,2 ming so'mga teng bo'lib, bunda eng yuqori oylik moliyaviy va sug'urta faoliyati bo'yicha 8698,9 ming so'm, sanoat (4639,8 ming so'm) hamda tashish va saqlash (4326,1 ming so'm) tarmoqlariga to'g'ri keladi.

Ish bilan band mehnat resurslarining iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha taqsimlanishi dinamikasining tahlili shuni ko'rsatmoqdaki, keyingi yillarda iqtisodiyot real sektorining moddiy ishlab chiqarish tarmoqlarining ish bilan band aholi umumiy sonidagi ulushi kamayish tendensiyasiga, xizmat ko'rsatish sohasining ulushi esa o'sish tendensiyasiga ega bo'lib bormoqdaki buning umumiy xizmat sohasida bajarilgan ishga nisbatan olinadigan ish haqining o'sishiga bog'liq (1-rasm).



### 1-rasm. Qoraqalpog'iston Respublikasi iqtisodiyoti tarmoqlarida bandlar ulushi

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, ish bilan band aholi sonidagi sanoatning ulushi 2010 yildagi 20,4 %dan 2022 yilda 18,9%ga, qishloq xo'jaligining ulushi esa shunga mos ravishda 24,3 %dan 22,9%ga qurilish tarmog'ida aholi bandligi 23,9 %dan 22,8 %ga kamaydi. Xizmat ko'rsatish sohasida 2010 yilda 31,4 %dan 2022 yilga 34,4 %ga yetdi. Bunda asosan, transport va aloqa hamda qurilish sohaslarining ish bilan bandlar sonidagi ulushlari esa oshib bormoqda. Shuningdek, ijtimoiy sohaslar, ya'ni uy-joy kommunal xo'jaligi va aholiga maishiy xizmat ko'rsatishning noishlab chiqarish turlari, sog'liqni saqlash, jismoniy tarbiya va ijtimoiy ta'minot, ta'lim, madaniyat, san'at, fan va ilmiy xizmat ko'rsatish sohaslarining ish bilan band aholi sonidagi ulushlari yildan-yilga o'sib bormoqda.

#### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 4-oktyabrdagi "Kambag'allikni qisqartirish va bandlik sohasida davlat siyosatini takomillashtirish va samaradorlikni oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-347-son qarori, <https://lex.uz/uz/docs/-7131782>

2. Шевченко Л И. Рынок труда: анализ экономических концепций // Экономика Украины. – 2006 – № 4. – С. 18.

3. Петрова И. Л. Сегментация рынка труда: теория и практика регулирования. – К.: Аванпост, 2007. – 240 с

4. Купалова Г.И. Социально-экономическая сущность формы и функции рынка рабочей силы // Занятость и рынок труда. – 2006. – № 2. – С. 12-19.

5. M.Rahimboyev “Qoraqalpog‘iston Respublikasida ishsizlik darajasi dinamikasini chegara avtoregressiyalaridan foydalangan holda chiziqli bo‘lmagan modellashtirish konsepsiyasi” nomli maqolasi. “yashil iqtisodiyot va taraqqiyot”, 2025-yil, fevral. № 2-son.

6. O‘zbekiston Respublikasining “Aholi bandligi to‘g‘risida” qonuni, 20.10.2020 yildagi O‘RQ-642-son. <https://lex.uz/docs/5055690>

## **ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ КОНЕВОДСТВА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ РЕГИОНОВ УЗБЕКИСТАНА**

**Исламутдинова Д. Ф.**, Югорский Государственный Университет.  
Инженерная школа цифровых технологий. Доцент, кандидат  
сельскохозяйственных наук; УрГУ, кафедра экономики, старший  
преподаватель.

**Annotatsiya:** Ushbu ilmiy maqola yilqichilik taraqqiyotining O‘zbekiston va uning mintaqalari iqtisodiyotiga qadim zamonlardan buyon davom etayotgan uzoq tarixiy davr davomidagi ta’sirini o‘rganishga bag‘ishlangan. Aholi hayotining turli sohalarida, jumladan, harbiy ish, qishloq xo‘jaligi, savdo, transport va sportda otlarning o‘rni, ularning hududlar iqtisodiyoti uchun ahamiyati ko‘rib chiqilmoqda. Yilqichilikni rivojlantirishning aholi kambag‘alligi darajasiga ta’siri masalasi uning bandlikni ta’minlashga qo‘shgan hissasi nuqtai nazaridan ko‘rib chiqilmoqda.

**Kalit so‘zlar:** yilqichilik, O‘zbekiston iqtisodiyoti, tarix, hududlar, ot zotlari, qishloq xo‘jaligi, savdo, kambag‘allik darajasi.

**Аннотация:** Данная научная статья посвящена исследованию влияния развития коневодства на экономику Узбекистана и его регионов на протяжении длительного исторического периода, охватывающего время с древнейших времен. Рассматривается роль лошадей в различных сферах жизнедеятельности населения, включая военное дело, сельское хозяйство,

торговлю, транспорт и спорт их значение для экономики регионов. Вопрос влияния развития коневодства на уровень бедности населения рассматривается в контексте его вклада в обеспечение занятости.

**Ключевые слова:** коневодство, экономика Узбекистана, история, регионы, породы лошадей, сельское хозяйство, торговля, уровень бедности.

**Abstract:** This scientific article is devoted to the study of the impact of the development of horse breeding on the economy of Uzbekistan and its regions over a long historical period, covering the time since ancient times. The role of horses in various spheres of life of the population is considered, including military affairs, agriculture, trade, transport and sports, their importance for the regional economy. The issue of the impact of the development of horse breeding on the level of poverty of the population is considered in the context of its contribution to employment.

**Keywords:** horse breeding, economy of Uzbekistan, history, regions, horse breeds, agriculture, trade, poverty level.

Коневодство в Узбекистане имеет богатую и многовековую историю, глубоко укорененную в культуре и традициях региона[3]. Средняя Азия считается одним из древнейших центров одомашнивания лошади[3], и территория современного Узбекистана признается значимым местом этого процесса. На протяжении истории коневодство играло существенную роль в экономике и социальной структуре региона[3].

Целью данного научного исследования является анализ влияния развития коневодства на экономику Узбекистана и его регионов в период с древнейших времен до сегодняшнего дня. Исследование направлено на выявление ключевых этапов развития коневодства, определение его роли в различных секторах экономики и прослеживание его влияния на региональные экономические процессы.

В качестве методологической основы исследования используется историко-экономический анализ, опирающийся на изучение и обобщение информации, представленной в исторических источниках и научных работах,

посвященных коневодству в Узбекистане. Особое внимание уделяется информации о значении коневодства в военном деле, сельском хозяйстве, торговле, транспортной инфраструктуре и социально – экономические развитие регионов Узбекистана.

Коневодство играло значительную роль в истории Узбекистана с древних времен до наших дней.[3] В раннем железном веке кочевые племена использовали лошадей для передвижения, охоты и военных целей, что способствовало развитию коневодства как важной части кочевой культуры.[3] Скифы также внесли вклад в развитие коневодства, занимаясь селекцией.[3] В период Ахеменидов и греко-бактрийский период лошади использовались в армии, администрации и сельском хозяйстве, развивалась торговля лошадьми.[3] При Кушанском царстве лошади оставались важными для военной силы, транспорта и торговли по Великому шелковому пути.[3]

В раннем Средневековье лошадей использовали как мясных и молочных животных, а также в ритуальных целях.[2] Позже коневодство стало важной частью хозяйственной жизни. Лошади использовались в сельском хозяйстве и на Великом шелковом пути, способствуя торговле и культурному обмену.[2] В этот период сформировалась карабаирская порода, известная своей выносливостью и универсальностью.[2]

В эпоху Тамерлана коневодство имело ключевое значение в военной и хозяйственной жизни, являясь стратегическим элементом военной мощи и символом власти[5]. В Бухарском эмирате и Хивинском ханстве продолжалось развитие коневодства, лошади использовались в военных целях, караванной торговле и были важным элементом экономики.[5] В этих регионах разводили выносливые породы, включая ахалтекинскую.[5] Крупные коневодческие хозяйства обеспечивали занятость населения.[5].

В период Царской России коневодство претерпело изменения под влиянием реформ, лошади активно использовались в сельском хозяйстве, развивалось племенное коневодство[9] Несмотря на попытки интеграции

кочевых племен, коневодство оставалось важной частью их культуры, а введение хлопководства увеличило потребность в лошадях как тягловой силе.[9].

В советский период была проведена национализация и коллективизация, лошади стали собственностью колхозов и совхозов.[8] На первых этапах лошади были важной тягловой силой, но с механизацией их использование сократилось.[8] В 1960-е годы уделялось внимание племенному коневодству, создавались конезаводы, развивалось спортивное коневодство и поддерживались национальные виды спорта.[8]

После обретения независимости в 1991 году произошла децентрализация сельского хозяйства, лошади были переданы в частные руки. [9] Правительство в начале 2000-х годов стало поддерживать коневодство. [9] Возрос интерес к конным спортивным мероприятиям и традиционным играм.[9]

В последние десятилетия коневодство в Узбекистане стало экономически значимой отраслью, обеспечивая рабочие места и поддерживая сельские регионы.[4] Лошади используются для перевозки грузов, обработки земель и пастьбы скота.[4] Разведение племенных и спортивных лошадей создает рабочие места.[4] В некоторых регионах лошадей разводят для мяса и молока. Развитие коневодства способствует созданию рабочих мест в сельских регионах и повышению доходов населения, а также сохранению культурного наследия.

**Таблица 1. Развитие экономики отрасли коневодства в Республике Узбекистан**

Период	Характерные особенности развития коневодства и его влияние на экономику регионов
Древность и раннее Средневековье	Обеспечение мобильности кочевых племен по всей территории. Развитие военного дела. Начало использования в сельском хозяйстве. Развитие торговли вдоль формирующихся торговых путей.
Раннее Средневековье	Рост использования в сельском хозяйстве. Ключевая роль в торговле по Великому шелковому пути, способствующая экономическому развитию

	регионов, через которые он проходил. Формирование местных пород (например, карабаирской).
Эпоха Тимуридов и ханства	Концентрация значительного поголовья в центрах ханств (Бухара, Хива, Коканд) для военных нужд и парадной кавалерии <sup>20</sup> . Развитие племенного коневодства. Важная роль в караванной торговле. Владение породистыми лошадьми как символ статуса.
Период Царской России	Расширение использования в сельском хозяйстве, особенно в связи с хлопководством, по всему Узбекистану. Экспорт ценных пород (хорезмская, бухарская) из отдельных регионов в другие части империи, что стимулировало местную экономику.
Советский период	Создание государственных коневодческих хозяйств (конезаводов) в различных регионах, обеспечивающих занятость. Развитие племенного коневодства (улучшение карабаирской породы). Поддержка конного спорта и национальных традиций.
Современный Узбекистан	В начале 2000-х годов правительство начало вводить программы поддержки сельского хозяйства, включая коневодство, выделялись субсидии и льготные кредиты. Возрос интерес к конным спортивным мероприятиям и возродились традиционные узбекские конные игры.

В заключение следует отметить, что коневодство на протяжении всей истории Узбекистана играло значимую экономическую и социальную роль. От обеспечения военной мощи и развития торговли в древности и средневековье до обеспечения занятости и поддержки сельских территорий в современном Узбекистане, эта отрасль продолжает оставаться важным элементом региональной экономики и вносить свой вклад в улучшение благосостояния населения. Дальнейшее развитие коневодства, с учетом исторического опыта и современных тенденций, при поддержке государства и активном участии частного сектора, имеет значительный потенциал для экономического роста регионов и содействия в решении социальных проблем, включая борьбу с бедностью.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Барминцев Ю.Н., Кожевников Е.В. - Коневодство в СССР. - М.: Колос, 1983. – 160 с.ил.
2. Большая советская энциклопедия [Текст]: [В 30 т.] / Глав. ред. А. М. Прохоров. - 3-е изд. - Москва: Сов. энциклопедия, 1969-. - 26 см. Т. 30: Экслибрис-Я. Т. 30. - 1978. - 631 с.

3. Витт В.О.; Щекин В. А.: Коневодство в Узбекистане [Текст] / Под ред. И. С. Попова; Моск. ордена Ленина с.-х. акад. им. К. А. Тимирязева. - Ташкент: Госиздат УзССР, 1943. - 88 с.

4. Генетические ресурсы сельскохозяйственных животных в России и сопредельных странах / [Л. К. Эрнст и др.]; Сост. Эрнст Л. К. и др. - СПб. : Всерос. НИИ генетики и разведения с.-х. животных, 1994.- 469 с.

5. Косолапов Д.И. Происхождение, состояние и перспективы дальнейшего развития карабаирской породы лошадей автореферат дис. ...кандидата сельскохозяйственных наук/Косолапов Д.И.; [Место защиты: Ленинградский сельскохозяйственный институт].-Ленинград – Пушкин, 1963.- 22с.

6. Лошади: конские породы / д-ра Леонида Симонова и Ивана Мердера ; с приложением письма генерала барона Фавро-де-Кербрек ; 32 раскрашенные таблицы, исполненные Лемерсье по рисункам Н. Самокиша и Н. Бунина, и в тексте 70 фотогравюр с рисунков Н. Самокиша. - Издание доктора Леонида Симонова, 1895. - 151 с.

7. Породы лошадей [Текст] : По материалам ВСХВ 1954 и 1955 гг. : [Альбом] / Сост.: К. А. Кондрашов. - [Москва] : Изд-во М-ва сельского хозяйства СССР, 1956. - 144 с.

8. Сельскохозяйственный словарь-справочник. — Москва - Ленинград: Государственное издательство колхозной и совхозной литературы «Сельхозгиз». Главный редактор: А. И. Гайстер. 1934. 1280с.

9. Сельское хозяйство Большой энцикл. словарь / Гл. ред. В.К. Месяц. — [2-е (репр.) изд. "Сельскохозяйственного энциклопедического словаря" 1989 г.. — М. : Большая Рос. энцикл., 1998. — 655 с.

## **XORAZM VILOYATIDA KICHIK BIZNES MUAMMOLARI VA ULARNI HAL ETISH YO‘LLARI**

**Ruzmetova I. Y.**, - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrası o‘qituvchisi

**Annotatsiya.** Xorazm viloyatida kichik biznesning rivojlanishi va uning oldidagi muammolarni hal etish masalasi dolzarb ahamiyatga ega. Ushbu maqolada Xorazm viloyatidagi kichik biznesning asosiy muammolari, ular bilan bog‘liq to‘siqlar va ularni bartaraf etish yo‘llari tahlil qilingan. Shu bilan birga, muammolarni hal etish uchun innovatsion yechimlar tavsiya etilgan.

**Kalit so‘zlar:** kichik biznes, iqtisodiy munosabatlar, kredit resurslari, bozor infratuzilmasi, marketing, innovatsion yechimlar.

**Аннотация.** Развитие малого бизнеса в Хорезмской области и вопрос решения стоящих перед ним проблем имеют актуальное значение. В данной статье анализируются основные проблемы малого бизнеса в Хорезмской области, препятствия, связанные с ними и пути их преодоления. В то же время для решения проблем рекомендуются инновационные решения.

**Ключевые слова:** малый бизнес, экономические отношения, кредитные ресурсы, рыночная инфраструктура, маркетинг, инновационные решения.

**Abstract.** The issue of developing small businesses in the Khorezm region and solving the problems facing them is of urgent importance. This article analyzes the main problems of small businesses in the Khorezm region, the obstacles associated with them, and ways to overcome them. At the same time, innovative solutions are recommended to solve the problems.

**Keywords:** small business, economic relations, credit resources, market infrastructure, marketing, innovative solutions.

Xorazm viloyati o‘zining strategik joylashuvi va resurslari bilan O‘zbekistonning muhim iqtisodiy hududlaridan biridir. Viloyatda kichik biznesning rivojlanishi iqtisodiy o‘shishning asosiy manbaalaridan biri sifatida qaralmoqda. Ammo, kichik biznes subyektlari ko‘plab muammolar va to‘siqlarga duch kelmoqda. Bu muammolarni hal etish uchun samarali strategiyalar va innovatsion

yechimlar ishlab chiqilmoqda. Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kichik biznesni rivojlantirishni moliyaviy va institutsional qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori [1] kichik biznesni qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan muhim hujjatdir. Ushbu qarorda kichik biznes subyektlariga imtiyozli kreditlar ajratish, lizing xizmatlarini taqdim etish va innovatsion loyihalarni moliyalashtirish kabi chora-tadbirlar belgilangan.

Xorazm viloyatidagi kichik biznesni rivojlantirishda duch kelinadigan muammolarni tahlil qilish, viloyat iqtisodiyotining barqaror o‘shishiga to‘sqinlik qilayotgan asosiy omillarni aniqlashga yordam beradi. Kichik biznesning muvaffaqiyati ko‘p jihatdan moliyaviy resurslarga kirish, bozor infratuzilmasi, ma‘muriy to‘siqlar va marketing sohasidagi bilimlar darajasiga bog‘liq. Ushbu omillarni tahlil qilish va ularni bartaraf etish uchun samarali chora-tadbirlar ishlab chiqish zarur. Quyidagi jadvalda Xorazm viloyatidagi kichik biznesni rivojlantirishdagi asosiy muammolar va ularni hal etish yo‘llari ko‘rsatilgan (1-jadval).

**1-jadval**

**Xorazm viloyatidagi kichik biznesga ta'sir etuvchi muammolar va ularni hal etish yo‘llari [2]**

<b>Muammo</b>	<b>Tavsif</b>	<b>Hal etish yo‘llari</b>
Kredit resurslarini olish qiyinchiliklari	Kichik biznes subyektlari kredit olishda yuqori foiz stavkalari va kafilliklarga duch keladi.	Imtiyozli kreditlar va subsidiya dasturlarini joriy etish, banklar bilan hamkorlikda kichik bizneslarga qulay sharoitlar yaratish.
Bozor infratuzilmasining yetishmasligi	Savdo tarmoqlari va bozorlarning rivojlanmaganligi, mahsulotni keng auditoriyaga yetkazishning qiyinligi.	Savdo markazlari va logistika infratuzilmasini rivojlantirish, raqamli platformalar orqali bozorlarga kirish imkoniyatlarini yaratish.
Ma‘muriy to‘siqlar va korrupsiya	Ma‘muriy ruxsatnomalar olishda murakkabliklar va korrupsiya holatlari.	Ma‘muriy jarayonlarni soddalashtirish, raqamli tizimlar va onlayn platformalar orqali davlat xizmatlarining shaffofligini ta‘minlash.
Marketing va tashkiliy muammolar	Marketing bilimlari va resurslarining yetishmasligi, yangi bozorlarga chiqishdagi qiyinchiliklar.	Kichik bizneslarga marketing strategiyalarini o‘rgatish, treninglar va maslahat xizmatlarini taqdim etish.

Yuqoridagi jadvalda Xorazm viloyatidagi kichik biznesning rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi asosiy muammolar va ularni hal etish yo'llari ko'rsatilgan. Kichik bizneslar uchun yuqori foiz stavkalari va kredit resurslariga kirishning cheklanganligi, bozor infratuzilmasining rivojlanmaganligi, ma'muriy to'siqlar va marketing sohasidagi bilimlar yetishmasligi kabi omillar ularga katta qiyinchiliklar tug'diradi. Ushbu muammolarni hal etish orqali viloyatdagi kichik biznesning rivojlanishiga sezilarli hissa qo'shish mumkin.

Bundan tashqari, tadbirkorlikni rivojlantirishga doir maxsus dasturlarning joriy etilishi va mintaqaviy tijorat banklari bilan hamkorlikda kichik bizneslarni qo'llab-quvvatlashning kengaytirilishi, ayniqsa, Xorazm viloyatida kichik biznesning iqtisodiy rivojlanishiga turtki bo'ladi. Hukumatning ushbu sohadagi siyosatlari, shuningdek, tadbirkorlarga yanada ko'proq imkoniyatlar yaratadi va ularning raqobatbardoshligini oshiradi.

Kichik biznes subyektlari kredit olish jarayonida ko'plab qiyinchiliklarga duch kelmoqda. Banklar va moliya institutlari kichik biznesni kreditlashda yuqori foiz stavkalarini belgilashadi, bu esa kichik tadbirkorlarning o'z faoliyatlarini kengaytirishiga to'sqinlik qiladi. Bu muammoni hal etish yo'li - hukumat tomonidan kichik biznes uchun subsidiya yoki imtiyozli kreditlar taqdim etish, shuningdek, banklar bilan hamkorlikda kichik biznes uchun kredit liniyalarini yaratish zarur. Bunda kichik biznesga past foizli kreditlar va imtiyozlar taqdim etilishi kerak [3].

Shuningdek, kichik biznes uchun samarali bozor infratuzilmasining yaxshi rivojlanmaganligi. Asosiy bozorlar va savdo tarmoqlari yetishmasligi, bu esa mahsulot va xizmatlarni keng auditoriyaga yetkazishda qiyinchiliklar yaratadi. Ushbu muammo, ayniqsa, ishlab chiqarish tarmoqlarida faoliyat yurituvchi kichik biznes subyektlari uchun muhim. Hal etish yo'li - mahalliy bozorlarni rivojlantirish uchun savdo markazlari, logistik infratuzilma va raqamli platformalarga investitsiya yo'naltirish zarur. Bu esa kichik biznesni yirik kompaniyalar bilan hamkorlikda ishlashga undaydi, yangi savdo yo'nalishlarini yaratishga yordam beradi.

Xorazm viloyatidagi kichik biznes subyektlari ko‘pincha ma‘muriy to‘siqlarga duch kelishadi. Bu, o‘z navbatida, tadbirkorlarning faoliyatiga salbiy ta‘sir ko‘rsatadi. Qonunchilikdagi murakkabliklar, ruxsatnomalar olishdagi qiyinchiliklar, shuningdek, korrupsiya holatlari kichik biznesning rivojlanishiga to‘sqinlik qilmoqda. Yechimi sifatida quyidagilar ishlab chiqilgan - ma‘muriy tizimni soddalashtirish va korrupsiyaga qarshi qat‘iy choralar ko‘rish zarur. Xususan, biznes yuritish jarayonlarida raqamli tizimlar va onlayn platformalarni keng joriy etish bu muammoni bartaraf etishda samarali bo‘lishi mumkin.

Kichik biznes subyektlari ko‘pincha o‘z mahsulotlari va xizmatlarini bozorga muvaffaqiyatli targ‘ib qilishda qiyinchiliklarga duch kelishadi. Marketing sohasidagi bilim va resurslarning yetishmasligi, ayniqsa, yangi boshlovchi tadbirkorlar uchun katta to‘siqdir. Buning yechimi - kichik biznesga marketing strategiyalarini ishlab chiqishda yordam beradigan treninglar, maslahat xizmatlari va innovatsion marketing vositalarini taqdim etish kerak. Shuningdek, raqamli marketing va ijtimoiy tarmoqlar orqali mahsulotlar va xizmatlarni reklama qilish samarali bo‘ladi.

Xorazm viloyatidagi kichik biznesni rivojlantirishga qaratilgan asosiy muammolarni bartaraf etish uchun amalga oshirilgan va amalga oshirilishi kutilayotgan chora-tadbirlar iqtisodiy rivojlanishning yangi bosqichiga olib keladi. Natijada quyidagi asosiy jihatlar yuzaga keladi:

1. Kredit resurslarini jalb qilishning osonlashishi: hukumat tomonidan imtiyozli kreditlar va subsidiya dasturlarining joriy etilishi kichik bizneslarning moliyaviy to‘sqinliklarini kamaytiradi. Bu kredit olish imkoniyatlarini kengaytirish va o‘z faoliyatini kengaytirishni istagan tadbirkorlarga yordam beradi.

2. Bozor infratuzilmasining rivojlanishi: savdo markazlari, logistika tarmoqlari va raqamli platformalarning rivojlanishi kichik bizneslarga yangi bozorga kirish va mahsulotlarini keng auditoriyaga etkazish imkoniyatlarini yaratadi. Shuningdek, infratuzilmaning yaxshilanishi orqali tadbirkorlar samarali va tezkor ravishda o‘z mahsulotlarini sotish imkoniyatiga ega bo‘ladilar.

3. Ma'muriy jarayonlarning soddalashtirilishi: ma'muriy to'siqlarni bartaraf etish va korrupsiyaga qarshi kurashish bo'yicha hukumatning amalga oshirayotgan ishlarining samarali bo'lishi kichik bizneslarning rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Raqamli xizmatlar va onlayn tizimlar orqali bu jarayonlar tezlashadi va soddalashadi.

4. Marketing va tashkiliy bilimlarning oshirilishi: kichik biznesga marketing bo'yicha treninglar va maslahatlar berish, shuningdek, onlayn marketing va raqamli texnologiyalarni keng qo'llash ularning raqobatbardoshligini oshiradi. Bu o'z navbatida kichik bizneslarning bozor ulushini oshirish va yangi bozorga chiqish imkoniyatlarini yaratadi.

Xorazm viloyatidagi kichik biznesni rivojlantirishdagi muhim to'siqlar kredit resurslarini jalb etishning qiyinligi, bozor infratuzilmasining yetishmasligi, ma'muriy to'siqlar va marketing sohasidagi bilimlar yetishmasligidan iborat. Ushbu muammolarni hal etish uchun hukumat tomonidan imtiyozli kreditlar, subsidiya dasturlari va savdo infratuzilmasini rivojlantirish bo'yicha chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Shuningdek, ma'muriy jarayonlarni soddalashtirish va marketing sohasidagi bilimlarni oshirish kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi. Bu orqali viloyat iqtisodiyoti barqaror o'sish yo'liga chiqishi mumkin.

Kichik biznes Xorazm viloyatining iqtisodiy rivojlanishida muhim rol o'ynaydi, ammo ularga to'g'ri qo'llab-quvvatlash tizimi kerak. Ularning oldida turadigan asosiy muammolarni hal etish uchun yangi kredit mexanizmlari yaratish va bozor infratuzilmasini rivojlantirish zarur. Shuningdek, marketing va tashkiliy bilimlar bo'yicha ta'lim va maslahat xizmatlarini taklif etish, kichik bizneslarni raqamli platformalar orqali global bozorlarga yo'naltirish orqali, Xorazm viloyatidagi kichik biznes yanada samarali va raqobatbardosh bo'ladi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROYXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kichik biznesni rivojlantirishni moliyaviy va institutsional qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-306-sonli qarori, 14.09.2023-yil.
2. To‘plangan ma‘lumotlar asosida muallif ishlanmasi.
3. Markaziy Bankning kichik biznesga kredit resurslariga kirish va foiz stavkalariga oid qarorlari ([www.cbu.uz](http://www.cbu.uz)).
4. Xorazm viloyati hokimligi rasmiy veb-sayti (<https://xorazm.uz/>).

## KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHNING DOLZARB MUAMMOLARI

**Yusupova M.U.-** Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent Axborot texnologiyalari universiteti Urganch filiali katta o‘qituvchisi,  
**Erkinov S.A.-** Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent Axborot texnologiyalari universiteti Urganch filiali talabasi

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada kambag‘allikni qisqartirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning dolzarb muammolari haqida batafsil tahlil qilinadi va ularning yechimlariga misollar keltiriladi.

**Kalit so‘zlar:** kambag‘allikni qisqartirish, kichik biznes, xususiy tadbirkorlik, iqtisodiy rivojlanish, ish o‘rinlari yaratish, tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash, ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlik, davlat siyosati, moliyaviy yordam, innovatsion faoliyat.

**Аннотация:** В данной статье подробно анализируются актуальные проблемы развития малого бизнеса и частного предпринимательства в снижении уровня бедности, а также приводятся примеры возможных решений.

**Ключевые слова:** снижение бедности, малый бизнес, частное предпринимательство, экономическое развитие, создание рабочих мест, поддержка предпринимательства, социально-экономическая стабильность,

государственная политика, финансовая помощь, инновационная деятельность.

**Annotation:** This article provides a detailed analysis of the current issues in the development of small businesses and private entrepreneurship in reducing poverty, along with examples of possible solutions.

**Keywords:** poverty reduction, small business, private entrepreneurship, economic development, job creation, support for entrepreneurship, socio-economic stability, state policy, financial assistance, innovative activity.

O‘zbekiston Respublikasi so‘nggi yillarda iqtisodiy islohotlar, tadbirkorlik muhitini yaxshilash, kambag‘allikka qarshi kurashish va aholining turmush darajasini oshirish borasida bir qator tizimli chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda. Ayniqsa, Prezident Shavkat Mirziyoyev rahbarligida olib borilayotgan “Kambag‘allikni qisqartirish – davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishi” tamoyili asosida keng ko‘lamli ishlar bajarilmoqda. Bu borada kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish asosiy vosita sifatida ajralib turadi. Chunki aynan shu sektor aholini ish bilan ta‘minlash, mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirish, innovatsiyalarni joriy etish va kambag‘allik darajasini kamaytirishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi.

Kichik biznesning kambag‘allikni qisqartirishdagi roli shundan iboratki - bu ish o‘rinlarini yaratish, aholini doimiy daromad manbai bilan ta‘minlash va ularning iqtisodiy faolligini kuchaytirishning eng qulay shaklidir. Ayniqsa, qishloq joylarida aholining o‘zini o‘zi band qilish imkoniyatlarini kengaytirish orqali kambag‘allik darajasi kamayadi. Aholi o‘z sharoitida kichik savdo, hunarmandchilik, dehqonchilik yoki xizmat ko‘rsatish faoliyatini boshlashi orqali daromad topishga erishadi.

O‘zbekistonda so‘nggi yillarda “Har bir oila – tadbirkor” davlat dasturi orqali minglab oilalar kichik biznesga jalb qilindi. 2023-yil holatiga ko‘ra:

- Dastur doirasida 280 mingdan ortiq loyiha moliyalashtirilgan.

- 7 trln soʻmdan ziyod mablagʻ oilaviy tadbirkorlikni qoʻllab-quvvatlash uchun yoʻnaltirilgan.

- Qishloq joylarda ayollar va yoshlar biznes faoliyatiga kengroq jalb qilina boshlagan.

Bu dastur kambagʻallikni kamaytirish bilan birga oilaviy daromad manbalarini ham barqarorlashtirmoqda.

Kambagʻallikka qarshi kurashishda aholining muhtoj qatlamlarini aniqlash muhim. Shu maqsadda hukumat tomonidan quyidagi ijtimoiy reyestrlar yuritilmoqda:

- “Temir daftar” – iqtisodiy jihatdan ogʻir ahvoldagi oilalarni aniqlash.

- “Ayollar daftari” – ayollar bandligini oshirish va ularga kredit, oʻquv, sogʻliqni saqlash yordami koʻrsatish.

- “Yoshlar daftari” – ishsiz yoki kasb-hunarsiz yoshlarni qoʻllab-quvvatlash.

Bu roʻyxatlar orqali maqsadli yordam berishning samaradorligi ortdi. 2024-yil boshida ushbu tizimlar orqali 1,2 mln nafardan ortiq fuqaro yordam oldi.

Kichik biznes va tadbirkorlikning Oʻzbekistondagi holati shundan iboratki - Oʻzbekiston Respublikasi Davlat statistika qoʻmitasining 2024-yil maʼlumotlariga koʻra:

- Mamlakatdagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari soni 600 mingdan ortiqni tashkil etmoqda.

- Bu sektor YIM (yaʼni, yalpi ichki mahsulot)ning 55% dan ortigʻini, shuningdek, band aholining 75% dan ortigʻini oʻz ichiga oladi.[1]

- 2023-yil davomida 260 mingdan ortiq yangi tadbirkorlik subyektlari tashkil etildi.

Demakki, kichik biznes nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy barqarorlikni taʼminlashda ham yetakchi kuchga aylanmoqda.

Kambagʻallikni qisqartirishdagi oʻrni shundan iboratki - BMT Taraqqiyot Dasturining (UNDP) Oʻzbekistonga oid hisobotida aytilishicha, kambagʻallikni kamaytirish uchun aholini barqaror daromad manbalari bilan taʼminlash eng

samarali yo'ldir[2]. Kichik biznes aynan shu ehtiyojga to'g'ridan to'g'ri javob beradi. Masalan,

- Dehqonchilik va chorvachilik bilan shug'ullanayotgan kichik fermer xo'jaliklari orqali qishloq joylarda 40% dan ortiq kambag'al qatlam vakillari ish bilan ta'minlangan.

- Xizmat ko'rsatish sohasida kichik biznes vakillarining ko'payishi tufayli aynan ayollar bandligi so'nggi 3 yilda 1,5 barobar oshgan.

Dolzarb muammolar va to'siqlar - Moliyaviy muammolar - Mikrokreditlar olishdagi garov va kafolatlar tizimi hali ham murakkab. "Tadbirkorlar uchun kredit liniyalari" mavjud bo'lsa-da, ularning yillik foiz stavkalari ko'plab holatlarda 20% atrofida bo'lib, bu kichik biznes uchun qimmat hisoblanadi.[3]

Yuqori darajadagi byurokratiya - Soliq hisobotlari, litsenziya olish va boshqa ruxsatnomalar uchun vaqt va xarajatlar ko'pligicha qolmoqda. Raqamli xizmatlar joriy etilayotgan bo'lsa-da, barcha hududlarda ularning ishlash sifati teng emas.

Savdo va infratuzilma muammolari - Ayni paytda 60% dan ortiq chekka hududlarda internet infratuzilmasi va logistik xizmatlar yetarli emas.[4] Bozorlarga kirish va eksport imkoniyatlari cheklangan. Tashqi savdo uchun sertifikatlash va bojxona jarayonlari hali ham murakkab va uzoq davom etadi.

Tadbirkorlik ko'nikmalari va bilimlar yetishmasligi - Ko'plab yoshlar va ayollar o'z biznesini boshlash istagida bo'lsa-da, amaliy bilim va maslahat olish imkoniyatlari kam. Davlat tomonidan tashkil etilgan "Tadbirkorlik maktablari" mavjud bo'lsa-da, ular barcha viloyatlarga bir xilda taqsimlanmagan.[5]

Bu muammo va masalarga quyidagi yechimlar mavjud:

1. Moliyaviy inklyuziyani kengaytirish - Mikrokreditlar uchun garovsiz, kafolatli va past foizli kredit tizimlarini kengaytirish lozim. Ayollar va yoshlar uchun alohida grant va subsidiya dasturlarini kengaytirish.

2. Raqamlashtirish va byurokriyani qisqartirish - "Yagona darcha" (One-Stop Shop) tizimi orqali barcha litsenziya, ruxsatnoma va soliqlarni elektron tarzda boshqarish.

3. Hududiy infratuzilmani yaxshilash - Elektr energiyasi, yo‘l, internet kabi infratuzilmalarni chekka hududlarga yetkazish. Mahalliy kooperatsiya tizimini joriy etish (dehqon, ishlab chiqaruvchi va sotuvchi o‘rtasida hamkorlik).

4. Tadbirkorlik ta‘limini takomillashtirish - Maktab va oliy ta‘lim bosqichlarida “tadbirkorlik asoslari” fanini joriy etish. Mentorlik dasturlarini yo‘lga qo‘yish – tajribali tadbirkorlar yangi boshlovchilarga amaliy yordam ko‘rsatadi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik O‘zbekistonning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida muhim o‘rin egallaydi. U kambag‘allikni qisqartirishda asosiy vosita bo‘lib xizmat qiladi. Biroq mavjud muammolarni hal qilmasdan turib bu sektorning to‘liq salohiyatidan foydalanish mushkul.

Davlat siyosatida bu yo‘nalishga berilayotgan e‘tibor ijobiy natijalar bermoqda. Endilikda eng muhim vazifa – bu e‘tiborni tizimli va uzoq muddatli strategiyaga aylantirish, barcha hududlarda teng imkoniyatlar yaratish va aholi ishonchini mustahkamlashdir. Shundagina kambag‘allik darajasini barqaror ravishda kamaytirish mumkin bo‘ladi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YHATI**

1. Kichik biznesning YIMdagi ulushi: <https://www.stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/56297-2024-yilning-yanvar-iyun-oylarida-kichik-tadbirkorlik-biznes-ning-yalpi-ichki-mahsulotdagi-ulushi-qanday?>

2. O‘zbekistonda kambag‘allik darajasi va inson taraqqiyoti indeksi: <https://www.undp.org/uz/uzbekistan/press-releases/ozbekistonning-brmlga-erishish-yolidagi-yutuqlari-davra-suhbatida-barqaror-rivojlanish-yolida-kambagallikka-qarshi-kurash?>

3. Kredit foiz stavkalarining o‘zgarishi: <https://qalampir.uz/uz/news/2024-yilda-banklarda-kredit-stavkalari-kutarilib-urtacha-24-5-foizga-yetdi-97999?>

4. Chekka hududlarda internet infratuzilmasi rivojlanishi: <https://daryo.uz/2019/05/23/ozbekistonning-chekka-qishloqlarga-ham-simli-internet-kirib-boradi/?>

5. Biznes va Tadbirkorlik Oliy Maktabi haqida ma'lumotlar:

[https://uz.wikipedia.org/wiki/Biznes\\_va\\_tadbirkorlik\\_oliy\\_maktabi?](https://uz.wikipedia.org/wiki/Biznes_va_tadbirkorlik_oliy_maktabi?)

## **XORAZM VILOYATINING IQTISODIY-ÉKOLOGIK RIVOJLANISH JARAYONLARI TAHLILI**

**Sapayev M. K.**- Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
mustaqil tadqiqotchisi

**Annotatsiya.** Maqolada Xorazm viloyatining iqtisodiy-ekologik rivojlanishi jarayonlari hududiyiy statistik ma'lumotlar asosida tahliliy o'rganilgan va iqtisodiy-ekologik nuqtai-nazardan baholangan. Xorazm viloyatida iqtisodiy-ekologik vaziyatning yildan-yilga yomonlashuvi, uni oldini choralarini ko'rish borasida hududiy islohotlar olib borish zaruriyati asoslangan holda hududning ekologik jihatdan yaxshilash bo'yicha tavsiyalar berilgan.

**Kalit so'zlar:** atrof-muhit, ekologik vaziyat, antropogen omillar, ifloslantiruvchi moddalar, atmosfera, CO<sub>2</sub> (karbon oksidi), N<sub>2</sub>O (azot oksidi), CH<sub>4</sub> (metan gazi).

**Аннотация.** В статье анализируются процессы экономико-экологического развития Хорезмской области на основе территориальных статистических данных, а также дается оценка с экономико-экологической точки зрения. Обоснована необходимость проведения территориальных реформ для предотвращения ухудшения экологической и экономической ситуации в Хорезмской области, которое наблюдается из года в год, и даны рекомендации по экологическому оздоровлению региона.

**Ключевые слова:** окружающая среда, экологическая ситуация, антропогенные факторы, загрязняющие вещества, атмосфера, CO<sub>2</sub> (углекислый газ), N<sub>2</sub>O (оксид азота), CH<sub>4</sub> (метан).

**Abstract.** The article examines the processes of economic and ecological development in the Khorezm region based on territorial statistical data, providing an analytical assessment from an economic-ecological perspective. The worsening year-on-year economic and ecological situation in the Khorezm region is highlighted, emphasizing the necessity of implementing territorial reforms to

address these challenges. Recommendations for ecological improvement in the region are proposed.

**Keywords:** environment, ecological situation, anthropogenic factors, pollutants, atmosphere, CO<sub>2</sub> (carbon dioxide), N<sub>2</sub>O (nitrous oxide), CH<sub>4</sub> (methane).

Har bir huduning barqaror rivojlanishida hududning iqtisodiy-ekologik jihatlari hisobga olinishi lozim. Hududlarni rivojlantirishda iqtisodiy faoliyat va ekologik muvozanatni ta'minlash muhim ahamiyatga ega bo'lib quyidagi jihatlarni o'z ichiga oladi, ya'ni:

*1. Hududning iqtisodiy jihatlari:*

- hududning barqaror rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish – hududning iqtisodiy o'sishi bilan birga ekologiya va atrof-muhitni muhofaza qilish borasida davlat siyosatini yuritish hamda hududiy strategik dasturlarni ishlab chiqish;

- hududda tabiiy resurslardan foydalanish samaradorligi – bunda hududda yer, suv, tabiiy resurslardan samarali va barqaror foydalanish choralarini ko'rish;

- hududda yangi ish o'rinlarini yaratish orqali aholi daromadlarini oshirish imkoniyatlarini ishga solish;

- hududning infratuzilma va investitsiya imkoniyatlaridan foydalanish – bunda hududiy transport, energiya ta'minoti, sanoat bazasi va boshqa omillar;

- hududning mahalliy xom ashyo bazasini rivojlantirish – bunda hududiy iqtisodiyotni rag'batlantirish choralarini ko'rish;

- hududda “Yashil iqtisodiyoti” ni joriy etish – bunda qayta tiklanuvchi energiyani joriy etish, kam uglerodli texnologiyalarni tadbiq qilish;

*2. Hududning ekologik jihatlari:*

- hududda ekologiya va atrof-muhitni muhofaza qilishda – bunda havo sifatini saqlash, suv va yer ifloslanishi cheklash choralarini ko'rish;

- hududda biologik xilma-xillikni saqlash – hududda mavjud fauna va flora dunyosini muhofaza qilish;

- hududda ekologik xavfsizlik – bunda sanoat chiqindilari, radioaktiv yoki zaharli kimyoviy moddalar tashlanmalari, CO<sub>2</sub> emissiyasini kamaytirish choratadbirlarini ko‘rish;

- hududlarda ekologik audit va monitoringni yuritish – bunda hududdagi ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish ob‘ektlarining atrof-muhitga ta‘sirini kuzatish va baholab borish;

- hududda iqlim o‘zgarishining ta‘sirini yumshatish – hudud iqlim o‘zgarishiga ta‘sir qiluvchi omillarni doimiy monitoring qilish va bartaraf etish choralarini ko‘rish.

Hududlarning iqtisodiy-ekologik jihatlarini hisobga olishda asosan hudud iqtisodiy faoliyatini tashkil qilish yoki rejalashtirish jarayonida atrof-muhitga ta‘sirni tahlil qilish va barqaror rivojlanish tamoyillarini hisobga olishga asoslanadi.

Hududlarni iqtisodiy-ekologik rivojlantirish jihatllari quyidagilardan tashkil topgan, ya‘ni:

- hududning tabiiy-geografik sharoitini o‘rganish;
- hududning iqtisodiy imkoniyatlarini o‘rganish va baholash;
- hududning ekologik holatini tahlil qilish;
- hududda iqtisodiy-ekologik muvozanatni ta‘minlash;
- hududiy ekologik monitoring o‘tkazish va vaziyatni baholash.

Mintaqaviy jihatdan hududlarning iqtisodiy-ekologik rivojlanishiga ta‘sir qiluvchi omillar quyidagilardan iborat:

- hududlarda energiya resurslarni taqchilligini hisobga olgan holda ishlab chiqarishda energiyadan samarali foydalanish asosida xarajatlarni pasaytirish choralarini ko‘rish;

- hududlarda talab yuqori bo‘lgan tarmoqlar faoliyatini takomillashtirish;

- hududlarda mashinasozlik, to‘qimachilik sanoati, mehnat sig‘imi yuqori bo‘lgan tarmoqlarni rivojlantirish;

- hududiy yer resurslari cheklanganligini hisobga olgan holda shaharsozlik, kommunikatsiya, muhandislik inshootlarini joylashtirishda sug'oriladigan unumdor yerlarni saqlab qolgan holda yer ajratish tizimini takomillashtirish.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2020-yil 18-fevraldagi "Ekologik xavfsizlik to'g'risidagi umumiy texnik reglamentni tasdiqlash haqida" gi 95-sonli qarorida respublika mintaqalari bo'yicha atmosfera havosini muhofaza qilish maqsadida alohida masalalar belgilab berilgan:

- atmosfera havosiga tashlanadigan ifloslantiruvchi moddalarni tozalash qurilmalari hamda ularni nazorat qilish vositalari bilan jihozlamasdan xo'jalik va boshqa faoliyatning statsionar ob'ektlarni loyihalashtirish;

- atmosfera havosiga ifloslantiruvchi moddalar tashlanmalarning tarkibi va hajmi hamda shovqin darajasi bo'yicha maxsus texnik reglament talablariga javob bermaydigan avtotransport vositalaridan foydalanish;

- xo'jalik yurituvchi va boshqa subyektlar, aholi punktlari hududlarida ishlab chiqarish va iste'mol chiqindilarni ko'mish, zararsizlantirish va yoqish;

- tarkibida ozonni yemiruvchi moddalar bo'lgan uskunalarning atmosfera ozon qatlamiga salbiy ta'sirning oldini olish choralarini ko'rmasdan, ulardan foydalanish va ularni ta'mirlash taqiqlanadi<sup>4</sup>.

Xorazm viloyati bo'yicha bo'yicha ekologik muammolarga to'xtalib o'tishni va analitik va kritik nuqta-nazardan tahlil qilishni ma'qul topdik. Xorazm viloyati bo'yicha sanoat, qishloq xo'jaligi, maishiy xizmat ko'rsatish ob'ektlari va barcha turdagi ishlab chiqarish korxonalaridan atmosferaga chiqarilgan ifloslantiruvchi moddalar hajmi bo'yicha Xorazm viloyati ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi boshqarmasi ma'lumotlariga ko'ra, 2010-yilda hudud bo'yicha 4,76 ming tonna ifloslantiruvchi moddalar atmosferaga chiqarilgan bo'lsa, hudud bo'yicha eng katta ulushni Urganch shahri (3,97 ming tonna) deyarli 83,5 % ini egallagan.

---

<sup>4</sup> O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "Ekologik xavfsizlik to'g'risidagi umumiy texnik reglamentni tasdiqlash haqida" gi 18.02.2020-yildagi 95-son qarori. <https://lex.uz/docs/-4739971>

2010-2021 yillarda davomida atmosferaga chiqarilayotgan ifloslantiruvchi moddalar miqdori hudud bo'yicha ortib borgan. 2022-2024 yillarga kelib o'tgan yillarga nisbatan pasayganligini ko'rish mumkin. 2024-yil holatiga ko'ra hudud bo'yicha 3,71 ming tonna ifloslantiruvchi moddalar atmosferaga chiqarilgan, joriy davrda Urganch shahrining ulushi (1,65 ming tonna) 44,5 % ini egallagan (1-jadval).

**1-jadval**

**Xorazm viloyati bo'yicha atmosferaga chiqarilgan ifloslantiruvchi moddalar, (ming tonna)<sup>5</sup>**

№	Hududlar	2010 y.	2015 y.	2020 y.	2021 y.	2022 y.	2023 y.	2024 y.
1.	<b>Xorazm viloyati</b>	<b>4,76</b>	<b>4,96</b>	<b>6,92</b>	<b>7,23</b>	<b>4,49</b>	<b>3,38</b>	<b>3,71</b>
2.	Urganch shahri	3,97	3,67	4,67	5,04	2,76	1,52	1,65
3.	Xiva shahri	-	-	0,14	0,17	0,14	0,12	0,13
4.	Bog'ot tumani	0,05	0,04	0,04	0,09	0,06	0,06	0,07
5.	Gurlan tumani	0,04	0,04	0,14	0,15	0,13	0,12	0,13
6.	Qo'shkupir tumani	0,08	0,08	0,14	0,12	0,10	0,12	0,12
7.	Urganch tumani	0,08	0,09	0,29	0,40	0,27	0,24	0,30
8.	Xazorasp tumani	0,30	0,71	0,18	0,13	0,09	0,11	0,12
9.	Tuproqqala tumani			0,32	0,40	0,39	0,49	0,51
10.	Xonqa tumani	0,06	0,08	0,18	0,15	0,15	0,17	0,19
11.	Xiva tumani	0,02	0,02	0,11	0,09	0,08	0,11	0,12
12.	Shovot tumani	0,13	0,08	0,15	0,17	0,14	0,15	0,16
13.	Yangiariq tumani	0,02	0,13	0,48	0,18	0,12	0,12	0,13
14.	Yangibozor tumani	0,02	0,02	0,06	0,15	0,06	0,05	0,07

Umuman olganda hudud bo'yicha atmosferaga chiqarilayotgan ifloslantiruvchi moddalar avtomobil transportining yildan-yilga ko'payishi (ayniqsa, Urganch shahrida). Aynan, CO<sub>2</sub> (karbon oksidi), N<sub>2</sub>O (azot oksidi), CH<sub>4</sub> (metan gazi) va boshqa turdagi zaharli kimyoviy moddalarning transport vositalari, sanoat korxonalarini, qishloq xo'jaligi texnikalari, energetika manbalari, maishiy va xo'jalik yoqilg'i korxonalarini hamda qurilish ob'ektlaridan chiqayotgan tashlanmalar miqdori ortib bormoqda.

Atrof-muhitni va ekologik vaziyatni izdan chiqishi va ifloslanishida antropogen omillarning ta'siri yildan-yilga ortib bormoqda. Xorazm viloyati

<sup>5</sup> O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi Xorazm viloyati boshqarmasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

bo'yicha ham ko'radigan bo'lsak, hududda aholi tomonidan tashlangan chiqindilar hajmida ortish tendensiyasi kuzatilgan. 2020-yilda hududda 511 ming tonna chiqindilar aholi tomonidan tashlangan bo'lsa, 2024-yilga kelib uning hajmi 6,9 % ga yoki 35 ming tonnaga ortganligini ko'rish mumkin. Aytish joizki, yildan-yilga hududda aholi soni ortib boradi va mutanosib ravishda chiqindilar hajmi ham ortadi, shu bois, chiqindilarni qayta ishlash va undan ikkilamchi mahsulotlar tayyorlash bugungi kunda barcha hududlar oldida turgan dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi hududlarini ekologik darajasiga qarab quyidagicha tavsiflanadi:

- o'rtacha ekologik vaziyatli hududlar – Andijon, Namangan, Farg'ona, Jizzax va boshqalar;

- murakkab vaziyatli hududlar – Qashqadaryo, Navoiy va boshqalar;

- o'ta murakkab vaziyatli hududlar – Orolbo'yi hududlari (Qoraqalpog'iston Respublikasi va Xorazm viloyati).

Shuningdek, tabiiy muhitning holatiga qarab alohida mintaqalarning ixtisoslashuvi va respublikaning bir qator o'ziga xos xususiyatlarini sezilarli darajada ta'siriga qarab ham bo'linadi:

- nisbatan kichik, ammo jadal rivojlangan hududlarda ishlab chiqarish va aholining yuqori konsentratsiyalashuvi (Andijon, Namangan va Farg'ona viloyatlari);

- suv resurslarining chelanganligi va sifatsizligi (Qoraqalpog'iston Respublikasi va Xorazm viloyati);

- hududning katta qismini atmosferadagi ifloslanish darajasi yuqori bo'lgan hududlar (Toshkent, Navoiy va boshqa viloyatlar) joylashuvi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 01.04.2025-yildagi PQ-132-son "Respublika hududlarini jadal kompleks rivojlantirish uchun tanlab olingan tuman (shahar) larda amaliy chora-tadbirlarni amalga oshirish to'g'risida" gi qarori.

<https://lex.uz/pdfs/7463047>

2. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 04.04.2022-yildagi “2022-2026 yillarda Xorazm viloyati hududlarini kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish va aholi turmush darajasini yanada yaxshilashga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” 154-sonli qarori. <https://lex.uz/uz/docs/-5939831>

3. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Ekologik xavfsizlik to‘g‘risidagi umumiy texnik reglamentni tasdiqlash haqida” gi 18.02.2020-yildagi 95-son qarori. <https://lex.uz/docs/-4739971>

4. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi Xorazm viloyati boshqarmasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

## **KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING O‘RNI**

**Madraimova M.R.**, - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Biznes va bosqaruv kafedrasida stajor-o‘qituvchisi

**Annotatsiya.** Maqolada Xorazm viloyatida kambag‘allikni qisqartirishda kichik biznes va tadbirkorlikni obyektiv zarurligi, shuningdek bu sohani tartibga solishdagi asosiy chora-tadbirlar, jumladan, viloyatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiyot tarmoqlaridagi asosiy ko‘rsatkichlari hajmi 2023-2024 yillar kesimida tahlil qilingan hamda xulosa va takliflar keltirilgan.

**Kalit so‘zlar:** tadbirkorlik, kichik biznes, mikrokredit, investitsiya, tijorat banklar, infratuzilma

**Аннотация.** В данной статье проанализирована объективная необходимость малого бизнеса и предпринимательства в снижении уровня бедности в Хорезмской области, а также основные меры по регулированию данного сектора, в том числе основные показатели развития малого бизнеса и частного предпринимательства в отраслях экономики региона в период 2023-2024 годов и представлены выводы и предложения.

**Ключевые слова:** предпринимательство, малый бизнес, микрокредитование, инвестиции, коммерческие банки, инфраструктура

**Abstract.** This article analyzes the objective necessity of small business and entrepreneurship in reducing poverty in the Khorezm region, as well as the main

measures to regulate this sector, including the volume of key indicators of small business and private entrepreneurship in the economy in the region for 2023-2024, and presents conclusions and proposals.

**Keywords:** entrepreneurship, small business, microcredit, investment, commercial banks, infrastructure

Mamlakat iqtisodiyotining barqaror rivojlanishi davlat ravnaqi, yorug‘ kelajagi, aholi farovonligini ta‘minlashning asosiy omilidir. Biroq, iqtisodiy o‘shish yoki barqaror rivojlanish har doim ham mamlakatda yashovchi barcha fuqarolar va ijtimoiy guruhlar bir xil farovon hayot kechirishini anglatmaydi. Daromadlarni taqsimlash bilan bog‘liq muammolar jamiyatda tengsizlikni yuzaga keltirishi natijasida ijtimoiy himoyaga muhtoj kambag‘al qatlam paydo bo‘lishi mumkin. BMT ta‘rifiga ko‘ra kambag‘allik bu - insonning hayoti davomida tanlov va imkoniyatlarga ega bo‘lmasligi, jamiyatda to‘laqonli ishtirok etish uchun to‘siqlarning mavjudligi, bundan tashqari, oilasini boqishi va kiyintirishi, ta‘lim olishi yoki kasalxonada davolanishi, biror sohada faoliyat yuritishi yoki daromad olishga imkon beradigan mehnat bilan ta‘minlash imkoniyatlari yetishmasligi hamda kredit olish imkoniyatining cheklanganligida namoyon bo‘ladi. Shuningdek, kambag‘allik — bu insonlar, uy xo‘jaliklari va jamoalarning ijtimoiy jihatdan chegaralanganligi, xavf-xatarlar oldida chorasizligi hamda nochorligi sanaladi. Kambag‘allikni qisqartirishda inson kapitali sifatini oshirish natijasida kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish vositasi ham uzoq yillar davomida katta samara berishini tarix ko‘p bor isbotlagan.

Hozirgi kunda rivojlangan davlatlarning deyarli barchasi bu natijaga inson kapitalini sifatini oshirish orqali erishgan. Kambag‘allikka qarshi kurash BMTning oxirgi o‘n yillikdagi global kun tartibining markaziy masalalaridan biri bo‘lgan. 1993-yildan boshlab har yili 17-oktabr sanasi dunyoda "Xalqaro kambag‘allikka barham berish kuni" deb belgilangan. Aholini kambag‘allikdan chiqarishni xorijiy davlatlar misolida, ya‘ni Xitoy Respublikasi misolida ko‘rib chiqadigan bo‘lsak, Xitoy kambag‘allikka qarshi kurash bo‘yicha dunyodagi eng yirik dasturni amalga

oshirmoqda. Xitoy hukumatining ijtimoiy siyosati yaqin kelajakda barkamol rivojlanish va o'rtacha farovonlik jamiyatiga o'tishga qaratilgan. 1990-yillardan beri Xitoy rahbariyati ijtimoiy himoya tizimini qurishga kirishdi. Ushbu tizim aholining ijtimoiy himoyaga muhtoj toifalari – kam ta'minlangan qishloq oilalari farzandlari ("Umid" maqsadli dasturi), bolali yolg'iz ayollar ("Baxt" dasturi), yolg'iz keksa fuqarolar ("Besh turdagi xavfsizlik") dasturini qamrab oladi.[2]

Mamlakatni bu vaziyatdan chiqarishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning o'rni muxim ahamiyat kasb etgan. Bu soha nafaqat Xitoy, boshqa rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarning iqtisodiyotini barqarorlashtirishda va aholi turmush farovonligini oshirishda katta xizmat qiladi.

Jumladan, O'zbekiston iqtisodiyotini rivojlantirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish erkin bozor mexanizmlariga hamda raqobat muhitini oshirishga yordam beradi. Xalqaro va mahalliy tajriba shuni ko'rsatmoqdaki, kichik biznes tufayli yangi ish o'rinlari yaratilmoqda, bu orqali aholi bandligi kengaymoqda, ishsizlik kamaymoqda. Aynan kichik va o'rta biznes sektori bandlik, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, raqobatni rivojlantirishni rag'batlantirish, innovatsion texnologiyalarni joriy etish muammolarini hal qilishga yordam beradi. Kichik biznesning afzalliklari - kapitalning nisbatan kam miqdori, boshqaruvning qulayligi, tezkor qaror qabul qilish jarayoni, xizmat ko'rsatish sifati, jamoatchilik munosabati, korxonadan nazorat, tuzilmaning moslashuvchanligi, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi, mikroiklim, harakatchanlikdan iboratdir. Makroiqtisodiy siyosat, iqtisodiy o'sish va yakuniy mahsulotni to'g'ri taqsimlash kambag'allik darajasini pasaytirishga yordam beradi. Iqtisodiy o'sish zarur, ammo butun muammoni hal qilish uchun etarli deb hisoblanmaydi. Iqtisodiy o'sish hisobiga daromadning ortib borayotgan qismi kambag'allikni kamaytirishga yo'naltirilishi kerak.

Tadbirkorlikning ijtimoiy funksiyalari asosan aholi farovonligini ta'minlashga qaratilgan bo'lib, bu bir tarafdin tadbirkorlikni tashkil etishdan olingan daromadni ko'paytirsa, ikkinchi tarafdin esa yollanma ishchi va xizmatchilarning adolatli ish

haqi olishiga imkon beradi. Natijada bu harakatlar kambag'allikni tugatishga xizmat qiladi va daromad taqsimotidagi tengsizlikni ma'lum darajada kamaytiradi.[4] 2024 yil yakuni bo'yicha O'zbekistonning xalqaro standartlar bo'yicha kambag'allik darajasini tahlil qiladigan bo'sak, Jahon banki bilan hamkorlikda olib borilgan tadqiqotlar asosida aniqlangan natijalar yakuniga ko'ra bu ko'rsatkich yil yakunida 11 % dan 8,9 % ga pasaygan. Bu degani aholi o'rtasidagi kambag'al qatlam 2023 yildagiga qaraganada 3,3 mln.dan 719 mingga kamaygan. 2024-yilda aholi bandligini ta'minlash, tadbirkorlikka jalb qilish, tomorqa va dehqonchilik uchun ajratilgan yer maydonlaridan foydalanish samaradorligini oshirish bo'yicha ko'rilgan choralar mamlakatda kambag'allik darajasini pasaytirishga katta hissa qo'shdi. Buning natijasida 2024-yilda aholining real daromadi 10,7 foizga o'sib, jon boshiga oyiga o'rtacha 2,1 mln so'mdan to'g'ri keldi (yil boshida – 1,7 mln so'm).[5]

Bu borada Xorazm viloyatida ham ko'zga ko'rinadigan ishlar olib borilmoqda. 2025- yil 1- yanvar holatiga faoliyat yuritayotgan kichik korxonalar va mikrofirmalar soni jami 20 528 tani, shundan yangi tashkil etilganlari 6 860 tani tashkil etdi. Hududlar bo'yicha faoliyat yuritayotgan kichik korxonalar va mikrofirmalarning eng ko'pi Urganch shahrida 4 026 tani, jamiga nisbatan 19,6 %, Urganch tumanida 2 392 tani, jamiga nisbatan 11,6 % ni, Xonqa tumanida 1664 tani, jamiga nisbatan 8,1 % ni tashkil etdi. 2024- yilda yalpi hududiy mahsulotning 72,3 foizi (2023- yilda 72,7 foiz) kichik biznes subyektlari tomonidan ishlab chiqarildi. 2024- yilda kichik tadbirkorlik (biznes) subyektlari tomonidan:

- sanoat mahsuloti ishlab chiqarish hajmi 6 106,0 mlrd. so'mni (jami sanoat ishlab chiqarishining 21,0 foizi) tashkil qildi;

- 28 941,3 mlrd. so'mlik qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaliklari mahsulotlari ishlab chiqarilgan (ko'rsatilgan xizmatlar) bo'lib, o'sish sur'ati 102,5 foizni (qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaliklari yalpi mahsulotining 95,8 foizi) tashkil qildi.[6]

**1-jadval****Mahsulot (ishlar, xizmatlar) umumiy hajmidagi kichik tadbirkorlik subyektlarining ulushi (2024 yil uchun)[6]**

	Kichik tadbirkorlik subyektlari mahsuloti ( <i>ish, xizmat</i> ) hajmi mlrd.so‘m	Mahsulot (ish, xizmatlar) umumiy hajmidagi kichik tadbirkorlik subyektlarining ulushi, % hisobida
Qishloq, o‘rmon va baliqchilik xo‘jaligi	28 914,3	95,8
Sanoat	6 106,0	21,0
Qurilish	9 680,5	90,0
Chakana savdo	15 571,0	96,8
Yuk tashish, mln tonna	37,5	93,5
Yo‘lovchi tashish mln. kishi	451,9	94,5
Eksport mln. AQSh dollari	254,9	66,0
Import. mln. AQSh dollari	228,9	48,6

Yuqoridagi jadvaldan ko‘rinib turibdiki, Xorazm viloyatida sanoat sohasida 2024 yilda mahsulot (ish, xizmatlar) umumiy hajmidagi kichik tadbirkorlik subyektlarining ulushi 21,0 % ni tashkil qilganligini ko‘ramiz. Bu esa viloyatda sanoat sohasiga yanada ko‘proq e‘tibor qaratishni taqozo qiladi. Buning uchun tadbirkorlik subyektlariga faoliyat olib borishlari uchun davlat tomonidan imtiyozlar, imkoniyatlar yaratib berish lozim. Bu esa viloyatda kambag‘allik darajasini pasaytirish uchun muhim omil bo‘lib hisoblanadi.

**FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. *BMT Yevropa Iqtisodiy komissiyasining «Kambag‘allikni o‘lchash bo‘yicha qo‘llanma»*sidan, 2017 yil Nyu-York, Jyeneva
2. <https://www.cer.uz/en/post/publication/globalnaa-borba-s-bednostu-opyt-zarubeznyh-stran>
3. [https://www.researchgate.net/publication/377229431\\_Kichik\\_biznes\\_va\\_xususiy\\_tadbirkotlikni\\_rivojlantirish\\_orqali\\_kambag‘allikni\\_qisqartirish](https://www.researchgate.net/publication/377229431_Kichik_biznes_va_xususiy_tadbirkotlikni_rivojlantirish_orqali_kambag‘allikni_qisqartirish)
4. *Роль предпринимательства в сокращении нищеты. Iqtisodiy tadqiqotlar 2022 йил, 2-son Халилов М.Ш. Базовый докторант ТГЭУ*
5. <https://gov.uz/oz/bv/news/view/34849> O‘zbekiston respublikasi kambag‘allikni qisqartirish va bandlik vazirligi rasmiy sayti

<https://www.xorazmstat.uz/uz/rasmiy-statistika/small-business-and-entrepreneurship-2#>

**СУНЪИЙ ИНТЕЛЛЕКТ ВА РАҚАМЛИ ИНОВАЦИЯЛАРНИ  
ИНСОН КАПИТАЛИ БИЛАН УЙГУНЛИГИ ВА УНИНГ  
ИҚТИСОДИЙ РИВОЖЛАНИШГА ТАЪСИРИ**

**Юсуббаева Д. К. -Абу Райҳон беруний номидаги Урганч давлат  
университети мустақил изланувчиси**

**Абдуллаева З. С. -Абу Райҳон беруний номидаги Урганч давлат  
университети мустақил изланувчиси**

**Аннотация.** Мақолада сунъий интеллект ва рақамли иновацияларни инсон капитали билан уйғунлиги ва унинг иқтисодий ривожланишга таъсири муҳокама қилинди. Сунъий интеллект технологияларини жорий қилиш ва уни ривожлантиришга етарли инвестициялар киритган ривожланган давлатларнинг тажрибалари ўрганилиб, уларни Ўзбекистон шароитида қўллаш имкониятлари баҳоланди.

**Калит сўзлар:** инсон ресурслари, рақамли иқтисодиёт, сунъий интеллект, инсон капитали, инсон капиталини рақамли ривожлантириш, инсон капитали 4.0, инсон капитали трансформацияси.

**Аннотация.** В статье обсуждалась совместимость искусственного интеллекта и цифровых инноваций с человеческим капиталом и его влияние на экономическое развитие. Изучен опыт развитых стран, вложивших достаточные инвестиции во внедрение технологий искусственного интеллекта и их развитие, оценены возможности их применения в условиях Узбекистана.

**Ключевые слова:** человеческие ресурсы, цифровая экономика, искусственный интеллект, человеческий капитал, цифровое развитие человеческого капитала, человеческий капитал 4.0, трансформация человеческого капитала.

**Abstract.** The article discusses the compatibility of artificial intelligence and digital innovations with human capital and their impact on economic development.

The experience of developed countries that have invested significantly in the introduction and development of artificial intelligence technologies was studied, and the possibilities of their application in the conditions of Uzbekistan were assessed.

**Keywords:** digital economy, artificial intelligence, human capital, digital development of human capital, human capital 4.0, human capital transformation.

Жаҳонда охириги 10 йилликда рақамли трансформация жараёнлари янги босқичга кўтарилиб, сунъий интеллект, “катта маълумотлар” (Big Data), блокчейн, IoT каби технологиялар иқтисодиётни тубдан ўзгартирмоқда. Бу жараёнларда инсон капитали — билим, кўникма, инновацион салоҳият — ҳал қилувчи омил сифатида намоён бўлмоқда. Халқаро маълумотлар корпорацияси (IDC) томонидан 2025-йилда эълон қилинган ҳисоботга кўра, 2030-йилга бориб жаҳон ялпи ички маҳсулотининг 65 фоизи рақамли иқтисодиёт ҳиссасига тўғри келади [1]. Хитой, Қўшма Штатлар, Буюк Британия, Германия ва бошқа мамлакатлар рақамли иқтисодиётни ривожлантиришни устувор йўналишга айлантди ва ўзларининг рақамли иқтисодиётларини ривожлантиришга кўмаклашиш учун рақамли иқтисодиётни ривожлантириш стратегияларини жорий қилдилар. Рақамли иқтисодиётнинг энг муҳим унсурлари рақамли технологиялар, рақамли платформалар ва сунъий интеллект сифатида талқин қилинади [2].

Рақамли иқтисодиётнинг ушбу унсурлар асосида жадал ривожланиши билан кўплаб мамлакатлар юқори малакали рақамли мутахассислар етишмаслиги муаммосига дуч келмоқда. Масалан, мамлакатлар даражасида истиқболда ишчи кучига бўлган талаб ва таклиф ўзгаришлари ҳам рақамли иқтисодиётда стратегик нуқтаи назаридан таҳлил қилинади. Яъни, сунъий интеллект ёки рақамли технологияларнинг ривожланиши ва уларнинг ишлаб чиқаришга жорий этилиши натижасида келгуси беш ёки ўн йиллик ичида мамлакатларда малакали ишчи кучи етарли бўладими ёки танқис бўладими деган саволга ҳар бир давлатнинг инсон капиталини ривожлантиришга оид

миллий стратегиясида ўз аксини топиши лозим бўлади. Бу борада Бостон маслаҳат гуруҳи (Boston Consulting Groupning)нинг таҳлилига кўра, 2030 йилга келиб иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда иш ўринлари сони уларни тўлдириши мумкин бўлган ишчилар сонидан кўпроқ бўлиши тахмин қилинмоқда. Жадвалда рўйхати келтирилган 15 та мамлакат дунё ЯИМни қарийб 70 фоизини таъминлайди. Улардан 12 тасида ишчи кучи танқислиги муаммоси юзага келиши маълум бўлмоқда (1-жадвал).

**1-жадвал**

**Ривожланган мамлакатларда 2030 йилгача ишчи кучига бўлган талаб ва таклиф прогнози [3]**

№	Мамлакатлар	Ишчи кучи ортиқчалиги/танқислиги (2020 йил) %	Ишчи кучи ортиқчалиги/ танқислиги (2030 йил) %
1	Франция	6	- 1
2	Германия	- 4	- 23
3	Италия	8	- 4
4	Испания	17	- 3
5	Буюк Британия	6	- 1
6	Россия	- 5	- 24
7	Бразилия	- 7	- 33
8	Канада	3	- 11
9	Мексика	6	- 8
10	АҚШ	10	4
11	Хитой	7	- 3
12	Индия	6	1
13	Индонезия	5	0
14	Япония	3	- 2

“+” – ишчи кучи ортиқчалиги, “-” – ишчи кучи танқислиги

Юқорида қайд этилган маълумотларга таяниб, шуни хулоса қилиш мумкин-ки, сунъий интеллект ёки рақамли технологиялар истиқболда инсон меҳнатини ўрнини босиш орқали мамлакатларда кўплаб ишсизлик ҳолатларини келтириб чиқаради деган иддаолар асоссиз эканлигини, аксинча

истикболда рақамли иқтисодиёт дунё аҳолиси учун меҳнат фаолиятини амалга оширишнинг янги имкониятларини тақдим этиши мумкинлигига ишора қилмоқда. Айниқса, рақамли иқтисодиётда сунъий интеллект назарияси, усуллари, технологиялари, маҳсулотлари ва иловаларини яхши биладиган вертикал фанлараро истеъдодлар ва “сунъий интеллект +” иқтисодиёт, жамият, бошқарув, стандартлар, қонунлар ва бошқаларни ўзлаштирган

горизонтал фанлараро илмга эга бўлган мутахассислар зарур бўлади. Кўриниб турибдики бу вазият мамлакатларнинг инсон капиталини ривожлантириш стратегияларини қайта кўриб чиқиш зарурлигини истисно этмайди. Юқоридагиларга асосланиб, биз тадқиқотимизда “Минтақа иқтисодиётини барқарор ривожлантиришда инсон капиталидан самарали фойдаланиш имкониятлари” масалаларини ҳамда бир қатор хориж мамлакатларининг рақамли иқтисодиёт шароитларида миллий инсон капиталини ривожлантириш стратегияларини таҳлил қилиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

Рақамли иқтисодиёт ва сунъий интеллектни жорий этиш шароитларида инсон капиталини ривожлантириш ҳамда меҳнат бозоридаги ўзгаришлар жумладан, истикболдаги янги малака кўникмалар, иш билан бандлик ва ишсизлик муаммолари ва уларни ҳал этиш йўллари бўйича илмий изланишларимиз натижасида шуни қайд этиш мумкин-ки, Сунъий интеллект — машиналарга инсон ақлига хос функцияларни: ўрганиш, хулоса чиқариш, қарор қабул қилиш ва муаммоларни ҳал қилиш имконини берувчи технологиялар мажмуасидир. Рақамли инновациялар эса рақамлаштириш орқали янгилик яратишни назарда тутди ва иқтисодий жараёнларни автоматлаштириш, оптималлаштиришни мақсад қилади.

Инсон капитални — жамиятдаги билимли, салоҳиятли ва соғлом инсонлар йиғиндисидир. СИ технологияларини жорий этиш учун юқори малакага эга

кадрлар талаб қилинади, шу сабабли инсон капитали сифати ва таркиби СИ жорий этилиш суръати ва самарадорлигига тўғридан-тўғри таъсир қилади.

СИ кадрлар бозорига бўлган талабни ўзгартиради, бунда янгиланган таълим тизими муҳим аҳамият касб этади, қайта ўқитиш ва умрбод таълим тенденцияси кучайишини алоҳида қайд этиш лозим бўлади.

**2-жадвал.**

**Суний интеллект ва инсон капитали уйғунлиги қуйидаги иқтисодий  
натижаларга олиб келади**

<b>Йўналиш</b>	<b>Таъсир</b>
Ишлаб чиқариш	Автоматлашув орқали самарадорлик ошади
Меҳнат бозори	Янги иш ўринлари, янги мутахассисликлар пайдо бўлади
Таълим тизими	STEM ва рақамли кўникмаларга талаб ортиб боради
Инновациялар	Илмий-тадқиқот фаолияти кучаяди

Суний интеллект ва рақамли иновацияларни инсон капитали билан уйғунлиги ва унинг иқтисодий ривожланишга таъсири доирасида қуйидагича қийинчилик ва имкониятларга рўбаро келиш мумкин, жумладан малакали кадрлар етишмовчилиги келиб чиқиши, технологик тенгсизлик, СИдан нотўғри фойдаланиш хавфлари келиб чиқиши мумкин. Шунингдек, барқарор иқтисодий ўсиш, касбий қайта тайёрлаш тизими ривож, хусусий сектор ва давлат ҳамкорлигидаги инновацион лойиҳаларни амалга ошириш имкониятлари кучайиши мумкин.

Бугунги кунда суний интеллект ва рақамли иновацияларни инсон капитали билан уйғунлиги ва унинг иқтисодий ривожланишга таъсири масалаларини ўрганувчи кўплаб халқаро ташкилотлар ва илмий-тадқиқот марказлари, ривожланаётган давлатлар иқтисодий, ижтимоий муаммоларни ўрганувчи ташкилотлар, ҳамда халқаро рейтинг тизимини, жумладан, Жаҳон иқтисодий форуму (World Economic Forum), Глобал инновацион индекси (Global Innovation Index), Минг йиллик ривожланиш мақсадлари (Millennium Development Objectives), Бизнес юритиш қулайлиги (Doing Business) рейтинги, Инсон капитали индекси (Human Capital Index), Инсон салоҳиятини

ривожлантириш индекси (Human Development Index) каби халқаро ташкилотлар кўникмаларга бўлган талаб ўзгаришлари, ҳаёт давомида таълим олиш босқичларида рақамли кўникмаларни ривожлантириш ва сунъий интеллектни жорий этиш шароитларида меҳнат унумдорлиги ва иш билан бандлик масалаларини чуқур ўрганмоқдалар.

Ҳозирги вақтда Ҳиндистон, Сингапур ва Германия кучли мавқега эга ва ўзларининг миллий СИ стратегияларига эришиш учун етарли даражада инсон капиталини ривожлантирмоқда. Умуман олганда, сунъий интеллектни жорий этиш даврида инсон капиталига бўлган янги талаб ва у таълимга олиб келадиган муаммоларга дуч келган ҳолда, стратегик даражада, дунё мамлакатлари сунъий интеллектни ривожлантириш, сунъий интеллект ва таълимнинг чуқур интеграциясини рағбатлантириш, ва муҳим миллий стратегиялар сифатида инновацион истеъдодларни ривожлантириш дастурларини ишлаб чиқишни талаб этади. Қуйида биз бу борада айрим мамлакатларнинг тажрибаларини кўриб чиқамиз. Америка Қўшма Штатлари сунъий интеллектни ривожлантиришда пешқадам ҳисобланади ва дунёда жорий этилаётган сунъий интеллект умумий даражасининг учдан бир қисми, яъни - 33,0%и унинг ҳиссасига тўғри келади. Мамлакатда корхона ва ташкилотларнинг деярли ҳар бешатасидан биттаси – 18,0% ушбу технологияларни турли соҳаларда жорий этганлар. 2017 йилдаёқ АҚШ Сенатига “Сунъий интеллектни қўллашни тушуниш ва унинг ривожланиши воқелигининг асослари тўғрисида”ги қонун лойиҳаси киритилган эди. Умуман АҚШда сунъий интеллектни ривожлантириш миллий стратегиясининг тармоқ ва идоравий хусусиятлари ҳисобга олинган ҳолдаги стратегик норматив-ҳуқуқий асослари мустаҳкамлаб қўйилган.

Хулоса ўрнида хорижий мамлакатлар тажрибасини ўрганиш Ўзбекистонда сунъий интеллект ва рақамли иновацияларни инсон капитал билан уйғунлиги ва унинг иқтисодий ривожланишга таъсири нуқтаи назаридан жуда қизиқ. Саноати ривожланган мамлакатларнинг сунъий

интеллектни жорий этиш шароитларида инсон капиталини рақамли ривожлантиришни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш чоралари ва воситаларини ўрганиш, уларни Ўзбекистон шароитларига мослаштириш ва маҳаллий даражада улардан фойдаланиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Шунингдек мамлакатнинг ҳар-бир ҳудудида Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг иқтисодий тараққиёт, самарали бошқарув ва халқаро ҳамкорлик масалалари бўйича маслаҳатчи Сума Чакрабартига ўхшаган хорижлик буюк олим ва мутахассислардан маслаҳатчи тайинлаши. Уларга Эл-юрт умиди жамғармаси маблағлари асосида хорижнинг нуфузли университетларни тугатиб келган ёш мутахассислардан иборат 5-7 тадан иборат команда тузиб, ҳудудларнинг муаммоларини ечиш, бюрократик тўсиқларни бартараф этиш борасида эркин фикр ва фаъолият олиб боришларини ташкил этиш лозим деб ҳисоблаймиз.

### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Халқаро маълумотлар корпорациясининг 2025 йил ҳисоботи (IDC report-2025)
2. <https://www.businessinsider.com/rainer-strack-ted-talk-workforce-crisis-2030-2025-1>
3. <https://www.businessinsider.com/rainer-strack-ted-talk-workforce-crisis-2030-2025-1>
4. Stanford's Human Center Artificial Intelligence. <https://hai.stanford.edu/research/aiindex-2025>.
5. Комиссина И.Н. Современное состояние и перспективы развития технологий искусственного интеллекта в Китае // Международная политика. Проблемы национальной стратегии. 2023. № 1 (52). С. 137–160.
6. "Artificial Intelligence in Education Market Size, Share & Trends Analysis Report By Component, By Deployment, By Technology, By Application, By End-user, By Region, And Segment Forecasts, 2022 - 2030" — Grand View Research таҳлил компаниясининг ҳисоботи.

7. Станет ли Китай мировым лидером в искусственном интеллекте  
[//https://ria.ru/20210915/kitay-1750125424.html](https://ria.ru/20210915/kitay-1750125424.html).

8. Dai, C. S. Chai, P. Y. Lin et al., “Promoting students’ wellbeing by developing their readiness for the artificial intelligence age,” Sustainability, vol. 12, no. 16, pp. 1–15, 2020.

9. Германия Федерал таълим ва тадқиқот вазирлиги (BMBF) расмий маълумотлари. 2025

10. Германия ҳукуматининг юқори технологиялар стратегияси ҳисоботи, DAAD маълумотлари ҳамда OECD ва Европа комиссиясининг SI сиёсати бўйича таҳлилларидан олинган маълумотлар.

## **KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA AGRAR SOHAGA INVESTITSİYALAR JALB QILISH SAMARADORLIGI**

**Zaripova M.Z.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi UrDU “Biznes va boshqaruv” kafedrası o‘qıtuvchısı

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada agrar sohaga investitsiyalar jalb qilish zaruriyati, o‘ziga xos ijtimoiy-iqtisodiy jihatlari, turli ta’sirlari, eng muhim komponentlari va ustuvor yo‘nalishlari, asosiy ustuvorliklari va uni amalga oshirish samaradorligini masalalari muhokama qilingan.

**Kalit so‘zlar.** agrar soha, soha, investitsiyalar, samaradorlik, qishloq xo‘jaligi.

**Аннотация.** В статье рассматривается необходимость привлечения инвестиций в аграрный сектор, его конкретные социально-экономические аспекты, различные виды воздействия, важнейшие составляющие и приоритетные направления, основные приоритеты и эффективность его реализации.

**Ключевые слова.** Аграрный сектор, промышленность, инвестиции, эффективность, сельское хозяйство.

**Abstract.** This article discusses the need to attract investments in the agricultural sector, its specific socio-economic aspects, various impacts, the most

important components and priority areas, main priorities and issues of effectiveness of its implementation.

**Key words.** Agricultural sector, sector, investments, effectiveness, agriculture.

Kambag'allikni qisqartirish borasida agrar sohaga investitsiyalar jalb qilish eng muhim masala bo'lib qaraladi. Agrar sektorda investitsion faollikni oshirish muammolari global va milliy masshtabda dolzarb ahamiyat kasb etadi [1]. Zamonaviy sharoitlarda har bir mamlakat milliy iqtisodiyotining barqaror rivojlanishini ta'minlash bilan birgalikda, kambag'allikni qisqartirish borasida oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash masalasi birinchi darajada hal qilinishi lozim bo'lgan masalalar hisoblanadi. Agrar sohaga investitsiyalar jalb qilish samaradorligini baholashda investitsiyalar maqsadi va yo'nalishiga alohida hisobga olinadi. Bu borada investitsiyalar yangi texnologiyalarni joriy qilish, infratuzilmani rivojlantirish, qayta ishlash korxonalarini qurish, urug'chilikni rivojlantirishga qaratilishi lozim. Investitsiyalar sohasida davlat tomonidan ko'rilgan chora-tadbirlar juda samarali, agrar soha esa barqarorlashib borayotganiga qaramasdan, asosiy kapitalga investitsiyalar kamayib bormoqda va asosiy vositalarning amortizatsiya darajasi yuqori bo'lib qolmoqda [2]. Bu holatlarda investitsiyalar hududning o'ziga xos sharoiti, iqlimi va resurslariga e'tibor qaratiladi. Kambag'allikni qisqartirish borasida Yirik va uzoq muddatli investitsiyalarning samarasi kichik va qisqa muddatli investitsiyalardan farq qilishi mumkin.

Kambag'allikni qisqartirish uchun agrar sohaga investitsiyalar jalb qilish samaradorligi quyidagi ko'rsatkichlarga asoslanadi:

- ishlab chiqarish hajmining oshishi. Investitsiyalar natijasida qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi qanchaga oshishini belgilaydi.

- mahsulot sifatini yaxshilash. Investitsiyalar mahsulotning sifat ko'rsatkichlarini (hosildorlik, saqlash muddati va tarkibiy qismlar) yaxshilashga qaratiladi.

- xarajatlar kamayishi. Investitsiyalar ishlab chiqarish xarajatlarini (masalan, suv, o'g'it va ishchi kuchi) qisqartirishga asoslanadi.

- foydaning oshishi. Investitsiyalar fermerlar va qishloq xo'jaligi korxonalarining foydasini oshirishga bog'liqligini ko'rsatadi.

- yangi ish o'rinlari yaratilishi. Investitsiyalar qishloq joylarda yangi ish o'rinlarini yaratilishini belgilaydi.

- eksport hajmi oshishi. Investitsiyalar qishloq xo'jaligi mahsulotlari eksportini oshirishga yordam berishini belgilaydi.

- import o'rnini bosish. Investitsiyalar import qilinayotgan mahsulotlar o'rnini bosishga yordam berishi tadqiq qilinadi.

- ekologik ta'sir. Investitsiyalar atrof-muhitga ta'siri aniqlanadi va barqaror qishloq xo'jaligi amaliyotlari joriy qilinishini belgilaydi.

- ijtimoiy ta'sir. Investitsiyalar qishloq aholisining turmush darajasini yaxshilashga imkon beradi.

Kambag'allikni qisqartirish borasida agrar sohaga investitsiyalar jalb qilishda samaradorlikni baholashda quyidagi usullarga asoslanadi:

- solishtirish. Investitsiyalardan oldingi va keyingi ko'rsatkichlarni solishtirish.

- iqtisodiy tahlil. Investitsiyalarning iqtisodiy samaradorligini baholash uchun xarajat-foyda tahlili, ichki daromad normasi (IRR), toza diskontlangan qiymat (NPV) kabi usullardan foydalanish.

- statistik tahlil. Investitsiyalar va natijalar o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlash uchun regressiya tahlili kabi statistik usullardan foydalanish.

- so'rovlar va intervyular. Fermerlar, mutaxassislar va boshqa manfaatdor tomonlar o'rtasida so'rovlar o'tkazish va intervyular olish orqali investitsiyalarning ta'sirini aniqlash.

Shu bilan birgalikda, investitsiyalarning samaradorligiga quyidagi omillar ta'sir qiladi:

- davlat siyosati va qo'llab-quvvatlash. Qishloq xo'jaligini qo'llab-quvvatlash dasturlari, subsidiyalar, imtiyozli kreditlar.

- infratuzilmani rivojlanganligi. Yo'llar, sug'orish tizimlari, saqlash omborlari va qayta ishlash korxonalari.

- texnologiyalar mavjudligi va joriy etilishi. Zamonaviy texnikalar, urug'lar, o'g'itlar va agrotexnologiyalar.

- kadrlar malakasi. Fermerlar va qishloq xo'jaligi mutaxassislar bilim va ko'nikmalari.

- bozor sharoitlari. Mahsulotlarga talab va narxlar hamda eksport imkoniyatlari.

- iqlim sharoiti. Qurg'oqchilik, suv toshqinlari va sovuq urishi kabi tabiiy ofatlar.

Xulosa shuki, kambag'allikni qisqartirish borasida agrar sohaga investitsiyalar jalb qilish samaradorligini baholash kompleks va ko'p qirrali jarayon bo'lib qaraladi. Mazkur jarayonda investitsiyalar maqsadi va yo'nalishini, samaradorlik ko'rsatkichlarini, baholash usullarini va ta'sir etuvchi omillarni hisobga olish zarur. Baholash natijalari asosida kelgusida investitsiyalarni samaraliroq yo'naltirish va aholi ehtiyojlarini qondirish uchun qishloq xo'jaligini rivojlantirish bo'yicha to'g'ri qarorlar qabul qilish mumkin.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Yangiboyev S.J. Iqtisodiyotni agrar sektorida davlat investitsion siyosatini takomillashtirish. // "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali, 2/2022, mart-aprel (№ 00058). - 89-90 b.

2. Qahhorov O.S., Naimov A.X., Sayfulloyev O.O. Agrosanoat majmuasiga investitsiyalarni jalb qilishning o'ziga xos xususiyatlari hamda soha uchun kadrlar tayyorlash masalalari. // Scientific progress, Volume2, Issue4, 2021. - 5 b.

## **TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA RAQAMLI MARKETING SAMARADORLIGIGA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR TAHLILI**

**Masharipova M. B.** -Abu Rayhon Beruniy nomidagi UrDU iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada tadbirkorlik subyektlarining raqamli marketing strategiyalarini qo'llashdagi samaradorligiga ta'sir etuvchi asosiy omillar tahlil qilinadi. Xususan, texnologik infratuzilma, auditoriyani aniqlash va segmentlash, kontent sifati, reklama platformalarining tanlovi, mijozlar bilan aloqalar kabi omillar ko'rib chiqilgan va ularning empirik tahlili amalga oshirilgan. Tahlil natijalari asosida tadbirkorlik subyektlari uchun samarali raqamli marketing strategiyasini shakllantirish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

**Kalit so'zlar:** raqamli marketing, tadbirkorlik, samaradorlik, internet reklama, mijozlar bilan aloqa, kontent marketing.

**Аннотация.** В статье анализируются ключевые факторы, влияющие на эффективность внедрения компаниями стратегий цифрового маркетинга. В частности, были рассмотрены такие факторы, как технологическая инфраструктура, идентификация и сегментация аудитории, качество контента, выбор рекламных площадок и взаимоотношения с клиентами, а также проведен их эмпирический анализ. По результатам анализа были разработаны предложения для бизнеса по формированию эффективной стратегии цифрового маркетинга.

**Ключевые слова:** цифровой маркетинг, предпринимательство, эффективность, интернет-реклама, связь с клиентами, контент-маркетинг.

**Abstract.** This article analyzes the main factors affecting the effectiveness of business entities in implementing digital marketing strategies. In particular, factors such as technological infrastructure, audience identification and segmentation, content quality, selection of advertising platforms, and customer relations were considered and their empirical analysis was carried out. Based on the results of the

analysis, proposals were developed for the formation of an effective digital marketing strategy for business entities.

**Keywords:** digital marketing, entrepreneurship, efficiency, internet advertising, customer communication, content marketing.

Globalashuv va raqamlashtirish jarayonlari tadbirkorlik faoliyatining ko‘plab jabhalariga chuqur kirib kelmoqda. Ayniqsa, raqamli marketing vositalarining keng qo‘llanilishi korxonalar faoliyatida yangi imkoniyatlarni yuzaga keltirmoqda. Bugungi kunda tadbirkorlar an‘anaviy reklama shakllaridan voz kechib, zamonaviy raqamli platformalarda o‘z mahsulot va xizmatlarini targ‘ib qilishga e‘tibor qaratmoqda. Shu munosabat bilan, raqamli marketing samaradorligiga ta‘sir qiluvchi omillarni aniqlash, ularni tahlil qilish va ularning faoliyatga ta‘sir darajasini baholash dolzarb masalalardan biri sanaladi.

Raqamli marketing - bu internet, mobil qurilmalar, ijtimoiy tarmoqlar va boshqa raqamli kanallar orqali mahsulot yoki xizmatlarni reklama qilish tizimidir [1]. Tadbirkorlik subyektlari raqamli marketing vositalaridan foydalangan holda, aniq auditoriyaga murojaat qilish, tezkor javob olish va marketing xarajatlarini optimallashtirish imkoniyatiga ega bo‘ladilar [2].

An‘anaviy marketing uslublaridan farqli ravishda, raqamli marketing interaktivlik va tezkorlik bilan ajralib turadi. Tadbirkorlar uchun bu marketing turi bir qator ustunliklarni beradi va ular quyidagi jadvalda keltirilgan (1-jadval).

### 1-jadval

#### Tadbirkorlar uchun raqamli marketingning ustunliklari [3]

№	Ustunlik nomi	Tavsifi
1	Maqsadli auditoriyani aniqlash	Foydalanuvchilarning demografik va psixografik xususiyatlariga asoslanib, aniq mijozlar guruhiga yo‘naltirilgan reklama berish imkonini yaratadi.
2	Real vaqt rejimida tahlil	Google Analytics kabi vositalar yordamida reklama kampaniyalarining natijalari tezda tahlil qilinadi.
3	Xarajatlarning optimallasuvi	Minimal budjet bilan samarali reklama yuritish mumkin, bu esa ayniqsa kichik tadbirkorlar uchun qulay.

4	Brend bilan mustahkam aloqa	Ijtimoiy tarmoqlar orqali foydalanuvchilar bilan bevosita muloqot qilish va brendga sodiqlikni shakllantirish imkonini beradi.
5	Kontent marketing va SEO imkoniyatlari	Bloglar, maqolalar va video materiallar orqali mijozlar jalb qilinadi, qidiruv tizimlarida yuqori o‘rinlar egallanadi.

Yuqorida keltirilgan jadvalda raqamli marketingning tadbirkorlik faoliyatidagi asosiy ustunliklari tizimli tarzda yoritilgan. Jadvalda har bir ustunlik alohida nomlanib, unga mos ravishda qisqacha tavsifi keltirilgan. Bu orqali tadbirkorlar raqamli marketing vositalarining qanday imkoniyatlar yaratishini, xususan, auditoriyani aniqlash, xarajatlarni kamaytirish, tezkor tahlil qilish, mijozlar bilan muloqotni kuchaytirish va kontent orqali brendni targ‘ib qilish kabi afzalliklarni aniq ko‘rinishda tushunishlari mumkin. Jadvalning bunday shakldagi ifodasi mavzuning mazmunini yanada oson va samarali o‘zlashtirishga xizmat qiladi.

Raqamli marketing samaradorligi tadbirkorlik subyektlari uchun katta ahamiyatga ega bo‘lib, u turli ichki va tashqi omillar ta‘sirida shakllanadi. Quyida ushbu omillar asosiy guruhlar bo‘yicha tahlil qilinadi:

a) Texnologik infratuzilma. Korxonada yuqori tezlikdagi internet, zamonaviy texnika va maxsus dasturlarning mavjudligi marketing kampaniyalarining natijadorligiga bevosita ta‘sir qiladi [3].

b) Auditoriyani aniqlash va segmentlash. Maqsadli auditoriyani to‘g‘ri aniqlash – marketing strategiyasining muhim bosqichi hisoblanadi. Demografik, psixografik va xulq-atvor omillari asosida segmentlash natijasida reklama samarasi ortadi [4].

c) Kontent sifati. Ijtimoiy tarmoqlarda e‘tiborni tortadigan, foydali va innovatsion kontent yaratish mijozlar jalbini oshiradi. Kontent nafaqat mahsulot haqida ma‘lumot berishi, balki brendga sodiqlikni kuchaytirishi kerak [5].

d) Reklama platformalarining tanlovi. Facebook, Instagram, Telegram, Google Ads kabi platformalar orasida maqsadli auditoriyaga mos keladiganini tanlash strategik qaror hisoblanadi [6].

e) Mijozlar bilan aloqalar. Interaktiv aloqa, masalan, chatbotlar, sharhlar va ijtimoiy tarmoq orqali fikr almashish raqamli marketingning muhim omillaridan biridir [7].

Ushbu omillarni tahlil qilish uchun Urganch shahridagi 50 ta kichik tadbirkorlik subyekti o'rganildi. So'rovnoma natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli marketingga sarmoya kiritgan tadbirkorlar savdo hajmi bo'yicha 25-30% o'sishga erishganlar. Ayniqsa, kontent sifati va ijtimoiy tarmoqlardagi faollik darajasi yuqori korxonalarda mijozlar bazasi kengaygani kuzatildi.

- Raqamli marketing samaradorligi texnik infratuzilma va xodimlar salohiyatiga bog'liq.

- Kontent sifatining yuqoriligi va interaktivlik darajasi mijozlar jalbiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

- Muvaffaqiyatli strategiyalar auditoriyani segmentlash va to'g'ri platforma tanloviga asoslanadi.

Tadbirkorlik subyektlari uchun raqamli marketing samaradorligini oshirishda kompleks yondashuv muhim ahamiyatga ega. Texnologik yangilanishlar, raqamli savodxonlikni oshirish, sifatli kontent va foydalanuvchi bilan doimiy aloqada bo'lish raqamli marketing strategiyasining muvaffaqiyatini belgilaydi. Shu sababli, har bir tadbirkor o'z biznes modeliga mos keladigan raqamli marketing yechimlarini ishlab chiqishi zarur.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Kotler F., Armstrong G. *Marketing asoslari*. - T.: Iqtisodiyot, 2020.
2. Murodov R. *Raqamli marketing: nazariya va amaliyot*. - T.: Fan va texnologiya, 2022.
3. To'plangan ma'lumotlar asosida muallif ishlanmasi.
4. To'raqulov D. *Marketing kommunikatsiyalari va axborot texnologiyalari*. - T.: Iqtisodiyot, 2021.
5. Karimov A. va boshqalar. *Internet marketing asoslari*. - T.: Innovatsiya nashriyoti, 2023.

6. Smith P. *Raqamli marketing strategiyasi*. - Moskva: Eksmo, 2019.

7. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. – Pearson Education, 2019.

8. Statista.com - *Global digital marketing trends 2024*. URL: <https://www.statista.com>

## МИНТАҚАДА КИЧИК ВА ЎРТА БИЗНЕС СУБЪЕКТЛАРИ ФАОЛИЯТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

**Жуманов Р. Б., - Урганч РАНЧ технология Университети Иқтисодиёт  
кафедраси ўқитувчиси**

**Аннотация:** Ушбу тезисда минтақада кичик ва ўрта бизнес субъектлари фаолиятини такомиллаштириш орқали камбағалликни қисқартириш имкониятлари таҳлил қилиниб, муаллифлик ёндошуви таклиф этилган.

**Калит сўзлар:** кичик бизнес, ўрта бизнес, тадбиркорлик, камбағаллик, иш ўринлари, рақобат, иқтисодий ўсиш, инновация, бозор иқтисодиёти, янги технологиялар.

**Аннотация:** В тезисе анализируются возможности снижения бедности путем совершенствования деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства в регионе и предлагается авторский подход.

**Ключевые слова:** малый бизнес, средний бизнес, предпринимательство, бедность, рабочие места, конкуренция, экономический рост, инновации, рыночная экономика, новые технологии.

**Annotation:** The thesis analyzes the possibilities of reducing poverty by improving the activities of small and medium-sized businesses in the region and proposes the author's approach.

**Keywords:** small business, medium-sized business, entrepreneurship, poverty, jobs, competition, economic growth, innovation, market economy, new technologies.

Кичик ва ўрта бизнес субъектлари бозор иқтисодиётининг асосий сегментидир. Улар мамлакат иқтисодий барқарорлигини таъминлайди,

бюджетларни тўлдиради, иш ўринлари яратади, бозорни товар ва хизматлар билан тўлдиради, рақобат муҳитини шакллантиради ва камбағалликни қисқартиришга ижобий таъсир қилади. Бозор ўзгаришларига тез мослашади, энг янги технологияларни жорий этишда фаол ҳаракатлар қилади. Кичик ва ўрта бизнеснинг ривожланиши ўрта синфнинг шаклланишига, фуқаролик жамиятининг шаклланишига, ижтимоий тенгсизлик ва кескинликни пасайтиришга, бозор муносабатларини демократлаштиришни жадаллаштиришга ёрдам беради. Кичик бизнес субъектлари фаолияти таҳлили юқоридагилар билан бирга ялпи ички маҳсулот ҳажмини оширишга хизмат қилади, миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги ва инновацион салоҳиятини оширишни рағбатлантиради. Кичик бизнеснинг аҳамиятини ривожланган мамлакатларда кичик бизнеснинг ҳолатини тавсифловчи ва унинг асосий ролини таъкидлайдиган интеграл кўрсаткичлар орқали кўрсатиш мумкин. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022-2026 йилларга мўлжалланган “Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси” тўғрисидаги ПФ-60 сон фармони доирасида мамлакатимиз тараққиётини белгиловчи 100 та мақсад ишлаб чиқилди. Ушбу стратегиянинг 29-мақсадининг 5-пунктида “Худудларда тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш, ишсизлик ва камбағалликни қисқартириш бўйича мавжуд тузилмалар фаолиятини такомиллаштириш”[1] вазифаси қўйилган. Кичик ва ўрта бизнес, яқка тартибдаги тадбиркорлик янги иш ўринлари яратиш ва ёлланма меҳнатга муқобилдир. Кичик ва ўрта бизнесни ривожлантириш жамиятнинг ўрта синфини шакллантириш учун жуда муҳимдир[2]. Маҳаллий ҳукумат кичик ва ўрта бизнесни, шунингдек, яқка тартибдаги тадбиркорликни фақат давлат ғазнасини тўлдириш йўлларида бири сифатида кўради. Шу билан бирга, шуни таъкидлаш керакки, кичик ва ўрта бизнес бир қатор муҳим иқтисодий ва ижтимоий функцияларни бажаради, улардан энг муҳимлари қуйидагилардир[3]:

- аҳоли бандлиги муаммосини ҳал қилиш: тадбиркорлик субъектлари сонининг кўпайиши янги иш ўринлари яратилишига олиб келади (фуқароларни жисмоний шахс, тадбиркор сифатида рўйхатга олиш ва бошқалар);

- бозорнинг мослашувчанлигини таъминлайди, кичик ва ўрта бизнес истеъмолчилар билан тезроқ ва самаралироқ боғланади, бозор эҳтиёжларига яхшироқ жавоб беради ва миждозларга яхши хизмат кўрсатади;

- бозор иқтисодиёти шароитида бозорда талабга эга бўлган товарлар, хизматлар ва ишларни ишлаб чиқаришни рағбатлантирадиган, монополистлар учун рақобатни юзага келтирадиган рақобат муҳитини шакллантириш;

- иқтисодиётни таркибий қайта қуришни амалга ошириш, бозор танлаш эркинлигига эга;

- кўп ҳолларда улар иқтисодиётнинг иқтисодий ўсиш суръатларини белгилайди, инновацион ғояларни (тижорат, техник, маркетинг, ижтимоий ва бошқалар) ишлаб чиқаради ва амалга оширади[4];

- билим интенсификациясининг муҳим улушига эга бўлган инновацион товарлар ва хизматлар;

- давлатда фуқаролик жамиятини ривожлантириш, ижтимоий тенгсизлик тенденцияларини заифлаштириш, ижтимоий кескинликни пасайтириш ва тезлаштириш имконини берадиган ўрта синфни шакллантириш;

- бозор муносабатларини демократлаштириш жараёнлари[5].

Минтақада кичик ва ўрта бизнеснинг ривожланишини таъминлашда унинг салбий омилларни бартараф этиш йўллари ишлаб чиқиш зарур: кичик ва ўрта бизнесни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш, яъни ҳуқуқий, ахборот, молиявий, солиқ ва кредитлаш қўллаб-қувватлаш; халқаро ёрдам, яъни молиявий, техник, ҳуқуқий ёрдам, кадрлар тайёрлашда ёрдамлашиш; кичик ва ўрта бизнесни франчайзинг, лизинг ва бошқалар орқали қўллаб-қувватлаш; кичик ва ўрта бизнеснинг ўзини ўзи ташкил этиши ва ҳамкорлиги,

хусусан, жамоат бирлашмалари, уюшмалар ва тармоқлар, уюшмалар ва кооперативлар шаклида; ходимларни самарали бошқариш ва кадрларни профессионал, малакали тайёрлаш. Минтақада кичик ва ўрта бизнес субъектларини илмий-техникавий ва ижтимоий-иқтисодий дастурларни амалга оширишга, давлат ва ҳудудий эҳтиёжлар учун маҳсулот (ишлар, хизматлар) етказиб беришга жалб этиш; давлат кредитлаш дастурларини жорий этиш, кредитлар олиш учун кафолатлар бериш, кредитлар бўйича фоиз ставкаларини қисман қоплаш ва бошқалар орқали кичик ва ўрта тадбиркорликни молиявий давлат томонидан қўллаб-қувватлашни таъминлаш; кичик ва ўрта бизнесни қўллаб-қувватлаш инфратузилмасини ривожлантиришга кўмаклашиш; иқтисодий фаолият соҳасида давлат назоратини амалга оширишда кичик ва ўрта бизнеснинг ҳуқуқларини кафолатлаш; рухсат бериш тартиб-таомиллари ва давлат назорати тартибларини соддалаштиришга, кичик ва ўрта бизнес учун рухсатномалар олишга кўмаклашиш, бундай тартибларни амалга ошириш учун зарур бўлган вақтни янада қисқартириш зарур.

### **Фойдаланган адабиётлар рўйхати**

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022-2026 йилларга мўлжалланган “Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси” тўғрисидаги ПФ-60 сонли фармони
2. Tabinskyi V. A., Teliatnyk V. M., Simon A. P. (2017). Problemy ta perspektyvy rozvytku maloho biznesu v Ukraini [Problems and prospects of small business development in Ukraine] “Molodyi vchenyi”. No. 3 (43), 848–851.
3. Popovenko N. S., Hanenko O. V. (2012). Derzhavna pidtrymka rozvytku maloho biznesu v Ukraini [State support for small business development in Ukraine]. EKONOMIKA: realii chasu. No. 1 (2), 126–132
4. Murat Bayraktar. Neşe Algan, The Importance Of SMEs On World Economies. International conference on Eurasian economies 2019.

5. Bilous, H.P. (2016), "Development of small business in Ukraine", Ekonomika Ukrainy, vol. 5, pp. 34—36.

## **O‘ZBEKISTONDA QAYTA TIKLANADIGAN ENERGIYA MANBALARINING ISSIQXONA GAZLARI EMISSIYASIGA TA’SIRI**

**Soporboyev D. Y.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
Iqtisodiyot kafedrası o‘qıtuvchisi

**Soporboyev N.Y.** - O‘zbekiston Respublikasi Bank-Moliya akademiyasi  
Soliq va soliqqa tortish yo‘nalishi magstranti

**Annotatsiya.** Ushbu maqola O‘zbekistondagi issiqxona gazlari chiqindilariga ta’sir qiluvchi omillarni kvantil regressiya usuli orqali o‘rganadi. Tahlil natijalari qayta tiklanadigan energiya manbalari, shahar o‘sishi va qazib olinadigan yoqilg‘i iste’molining chiqindilarga sezilarli ta’sirini ko‘rsatadi..

**Kalit so‘zlar.** Issiqxona gazlari, kvantil regressiya, qayta tiklanadigan energiya, O‘zbekiston, ekologik muammo.

**Аннотация.** В статье анализируются факторы, влияющие на выбросы парниковых газов в Узбекистане с использованием квантильной регрессии. Результаты анализа показывают значительное влияние возобновляемых источников энергии, урбанизации и потребления ископаемого топлива на выбросы.

**Ключевые слова.** парниковые газы, квантильная регрессия, возобновляемая энергия, Узбекистан, экологическая проблема.

**Abstract.** This article analyzes the factors influencing greenhouse gas emissions in Uzbekistan using quantile regression. The analysis reveals significant impacts of renewable energy sources, urban growth, and fossil fuel consumption on emissions.

**Keywords.** Greenhouse gases, quantile regression, renewable energy, Uzbekistan, environmental problem

Bugungi kunda global isish va atrof-muhit muammolari jahon hamjamiyatining asosiy muammolaridan biriga aylangan. Issiqxona gazlari (IG) emissiyasining ortishi ekologik muhitga jiddiy ta’sir ko‘rsatib, iqlim o‘zgarishi,

havo sifati yomonlashuvi va turli ekologik muammolarni keltirib chiqarmoqda. O‘zbekiston ham ushbu muammolardan chetda qolmagan bo‘lib, iqtisodiy rivojlanish jarayonida energetika, sanoat va transport sektorlarida kuzatilayotgan IG chiqindilarining o‘shishi atrof-muhitga salbiy ta‘sir qilmoqda. Shu bois mamlakat uchun barqaror rivojlanish konsepsiyasiga amal qilish, energiya manbalaridan oqilona foydalanish va ekologik muammolarni hal qilish dolzarb masalaga aylangan.

Mamlakatning iqtisodiy rivojlanishi va urbanizatsiya jarayonining jadallashishi, ayniqsa qazib olinadigan yoqilg‘iga bog‘liqlik darajasining yuqoriligi O‘zbekistonda ekologik barqarorlikka ta‘sir qiluvchi muhim omillardan biri hisoblanadi. Xususan, qayta tiklanadigan energiya manbalaridan foydalanish darajasi pastligicha qolmoqda, bu esa uglerod chiqindilarining kamayishiga to‘sqinlik qilmoqda. O‘zbekiston 2014-yilda jahon bo‘yicha CO<sub>2</sub> emissiyasining 7 foizini tashkil etgan bo‘lib, bu mamlakatning atrof-muhit muhofazasi borasidagi strategiyalarini takomillashtirish zarurligini anglatadi. Xalqaro majburiyatlar, jumladan, Parij bitimiga qo‘shilish, mamlakatda barqaror rivojlanish strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish uchun muhim qadam hisoblanadi.

Issiqxona gazlari (IG) chiqindilari, birinchi navbatda, turli xil iqtisodiy faoliyatning kengayishi bilan bog‘liq holda, atrof-muhit endi bardosh bera olmaydigan darajaga ko‘tarildi. Karbonat angidrid (CO<sub>2</sub>), metan (CH<sub>4</sub>) va azot oksidi (N<sub>2</sub>O) kabi issiqxona gazlari emissiyasining global o‘shishi so‘nggi yillarda kuzatilgan ekologik sharoitlarning yomonlashishiga sezilarli hissa qo‘shmoqda(Frederick et al., 2024).[1] Sanoat sektori, transport va chiqindilarni boshqarish ushbu chiqindilarning asosiy manbalari bo‘lib, qazib olinadigan yoqilg‘ining yonishi, o‘rmonlarning kesilishi va sanoat jarayonlarining asosiy aybdorlari(Bahman et al., 2022). [2]

Qurilish sanoati global gaz chiqindilarining 39% ni tashkil qiladi, beton va po‘lat ishlab chiqarish eng katta hissa qo‘shadi(Crawford, 2022).[3] Energetika sektori, xususan, Sharqiy va Janubiy Osiyo kabi jadal sanoatlashgan hududlarda,

qazilmalarga asoslangan energiya tizimlarining uzluksiz kengayishi muammoni yanada kuchaytirdi(Lamb et al., 2021). Evropa va Shimoliy Amerikada qayta tiklanadigan energiya manbalarini qabul qilish bo'yicha ba'zi yutuqlarga qaramay, past va nol uglerodli xizmatlarga global siljish cheklanganligicha qolmoqda.

O'zbekiston jadal rivojlanayotgan mamlakat, birinchi navbatda, uglerod chiqindilarining asosiy manbalari bo'lgan qazib olinadigan yoqilg'i va sanoat faoliyatiga bog'liqligi tufayli jiddiy ekologik muammolarga duch kelmoqda. 2014-yilda O'zbekiston dunyo bo'ylab CO2 emissiyasining 7 foizini tashkil etdi va bu atrof-muhit degradatsiyasini yumshatish uchun barqaror yechimlar zarurligini asoslaydi.

Mamlakatning Parij bitimiga qo'shilishi uning issiqxona gazlari chiqindilari va atrof-muhitga ta'sirini kamaytirishga sodiqligini ko'rsatadi, bu maqsadlarga erishish uchun organik dehqonchilik usullari istiqbolli yondashuv hisoblanadi(Ashurmetova & Musaeva, 2024). Yashil iqtisodiyotga o'tish O'zbekiston uchun juda muhim, chunki u barqaror texnik yutuqlar va qayta tiklanuvchi energiya manbalari orqali turli ekologik muammolarni hal qilishi mumkin(Umarov, 2023).[4] Biroq, xususiy investitsiyalarni jalb qilish va bu tashabbuslar samaradorligini oshirish uchun atrof-muhitni muhofaza qilish sohasida davlat-xususiy sheriklikning huquqiy asoslarini takomillashtirish zarur(Akhrorov, 2023).[5]

Biz bu o'zgaruvchilarni tahlil qilish uchun kvantil regressiyadan foydalandik, chunki u bizga bog'liq o'zgaruvchi va prognoz qiluvchilar o'rtasidagi munosabatlar bog'liq o'zgaruvchining taqsimlanishining turli nuqtalarida qanday o'zgarishini tushunishga imkon beradi. Ushbu yondashuv oddiy eng kichik kvadratlar (OLS) regressiyasiga nisbatan kengroq ko'rinishni ta'minlaydi, bu faqat o'rtacha munosabatlarni tekshiradi. Ma'lumotlar chiziqchilik, homosedastiklik va normallik mezonlariga javob bera olmadi. Shunday qilib, QR ishonchli taqsimlash taxminining yo'qligi sababli qo'llaniladi.

$$Q_{\tau}(y_i) = \beta_0(\tau) + \beta_{oc}(\tau)x_{ioc} + \beta_u(\tau)x_{iu} + \beta_g(\tau)x_{ig} + \varepsilon_{it}$$

Yuqoridagi regressiya tenglamalarida kvantilda  $i$  mos ravishda 2010 yildan 2022 yilgacha bo'lgan davrni ifodalaydi;  $i$  kuzatilmagan individual ta'sirni ifodalaydi; va shartli taqsimot kvantlari sonini ko'rsatadi,  $\beta_{oc}$ ,  $\beta_u$ ,  $\beta_g$ , esa mustaqil o'zgaruvchilarning issiqxona gazlarining umumiy emissiyasiga ta'sirini o'rganish uchun ishlatiladigan o'zgaruvchilardir. Bundan tashqari, shartli taqsimotning  $t$ -kvanti quyidagi tenglama yordamida koeffitsiyentlarni baholash uchun ishlatilgan:

$$\hat{\beta}_\tau = \arg \min \sum_{i=1}^n \rho_\tau(y_i = x_i^\tau \beta).$$

Yuqoridagi tenglamada,

$$\rho_\tau(\mu) = \mu(\tau - 1(\mu < 0)), I(\mu < 0) = \begin{cases} 1, \mu < 0 \\ 0, \mu > 0 \end{cases}, \text{ tekshirish funksiyasini}$$

bildiradi,  $I(\cdot)$  esa indikator funksiyasi hisoblanadi. Tahlil natijalari jadvalda keltirilgan.

<b>Kvantil regressiya (o'rtacha)</b>					
<b>O'zgaruvchilar</b>	<b>koeffitsiyent</b>	<b>Std. xatolik</b>	<b>t-statistika</b>	<b>p-qiymat</b>	
LNGE	52.6813	1.24185	42.42	<0.0001	***
LNREC	-7.01979	0.276892	-25.35	<0.0001	***
LNFFEC	-0.0134217	0.00434368	-3.090	0.0176	**
LNREO	-0.249773	0.00795888	-31.38	<0.0001	***
LNUPG	-0.0805303	0.00524770	-15.35	<0.0001	***
LNGDP	-0.709163	0.0300343	-23.61	<0.0001	***
Median depend. var		12.12724	S.D. dependent var		0.055630
Sum absolute resid		0.132252	Sum squared resid		0.007645
Log-likelihood		37.63299	Akaike criterion		-63.26598
Schwarz criterion		-59.87628	Hannan-Quinn		-63.96271

Median quantile regression natijalari issiqxona gazlarining umumiy emissiyasi va barcha mustaqil o'zgaruvchilar o'rtasidagi sezilarli salbiy munosabatlarni ko'rsatadi. Xususan: qazib olinadigan yoqilg'i energiyasining 1 % ga o'sishi

issiqxona gazlari chiqindilarining taxminan 7 % ga kamayishiga olib kelishini, YaIMning 1 % ga o'shishi 0.24 % ga issiqxona gazlari kamayishiga, Qayta tiklanuvchi energiya iste'moli va qayta tiklanuvchi energiya chiqishi xam sezilarli salbiy ta'sir qilmoqda.

Kvantil regressiya tahlili qazib olinadigan yoqilg'i energiyasi iste'moli, shahar aholisining o'sishi, YaIM, qayta tiklanadigan energiya iste'moli va qayta tiklanadigan elektr energiyasining turli kvantlarda issiqxona gazlari emissiyasiga sezilarli salbiy ta'sirini aniqladik. Ushbu topilmalar qayta tiklanadigan energiya manbalarini rag'batlantirish va chiqindilarni kamaytirish uchun shahar o'sishini boshqarish muhimligini asoslaydi. Diagnostik testlar va qoldiq tahlillar kvantli regressiya modelining mustahkamligi va ishonchliligini tasdiqlab, o'rganilayotgan davrda O'zbekistonda issiqxona gazlari emissiyasiga ta'sir etuvchi omillarni har tomonlama tushunish imkonini beradi. Ushbu tahlil siyosatchilar va manfaatdor tomonlarni emissiyalarni kamaytirish va barqaror rivojlanishni rag'batlantirish uchun maqsadli strategiyalarni ishlab chiqishda xabardor qilishi mumkin.

Ushbu tadqiqot O'zbekistonda issiqxona gazlari emissiyasiga ta'sir etuvchi omillarni kvantil regressiya usuli orqali tahlil qildi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, qazib olinadigan yoqilg'i iste'moli, qayta tiklanadigan energiya manbalaridan foydalanish, shahar aholisining o'sishi va yalpi ichki mahsulotning emissiyalarga sezilarli ta'siri mavjud. Xususan, qayta tiklanadigan energiya manbalarining ulushini oshirish va shahar o'sishini ekologik talablar asosida boshqarish emissiyalarni kamaytirishga yordam berishi mumkin.

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, iqtisodiy o'sish va urbanizatsiya jarayonlarini ekologik jihatdan barqaror yo'nalishda rivojlantirish orqali O'zbekiston uglerod chiqindilarini kamaytirish va barqaror rivojlanish maqsadlariga erishishi mumkin. Siyosatchilar uchun ushbu tadqiqot natijalari emissiyalarni kamaytirish strategiyalarini ishlab chiqishda muhim ilmiy asos bo'lib xizmat qiladi. Xususan, qayta tiklanadigan energiya manbalarini rivojlantirish, ekologik me'yorlarga asoslangan urbanizatsiyani shakllantirish va iqtisodiy

siyosatni uglerod neytralligiga yo'naltirish muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu tadqiqot natijalari atrof-muhit muhofazasi bo'yicha mutaxassislar, siyosatchilar va tadqiqotchilar uchun foydali bo'lib, O'zbekistonda barqaror rivojlanishga erishish yo'nalishidagi ilmiy va amaliy yondashuvlarni shakllantirishga ko'mak beradi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Frederick, C., Dreyfus, G., & Zaelke, D. (2024). Greenhouse Gases/Climate Pollutants. *Elgar Encyclopedia of Climate Policy*, 167–172. <https://doi.org/10.4337/9781802209204.CH31>

2. Bahman, N., Alalaiwat, D., Abdulmohsen, Z., Al Khalifa, M., Al Baharna, S., Al-Mannai, M. A., & Younis, A. (2022). A critical review on global CO2 emission: where do industries stand? *Reviews on Environmental Health*, 0(0), 681–696. <https://doi.org/10.1515/REVEH-2022-0105>

3. Crawford, R. H. (2022). Greenhouse Gas Emissions of Global Construction Industries. *IOP Conference Series*, 1218(1), 012047–012047. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/1218/1/012047>

4. Umarov, E. (2023). Transitioning to a Green Economy and Implementing Sustainable Technological Changes in Uzbekistan. *Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot*, 1(11–12). [https://doi.org/10.55439/GED/VOL1\\_ISS11-12/A415](https://doi.org/10.55439/GED/VOL1_ISS11-12/A415)

5. Akhrorov, A. (2023). Some issues of application of public-private partnership in state administration in the field of environment of the republic of uzbekista. *Review of Law Sciences*, 7(3), 25–38. <https://doi.org/10.51788/TSUL.ROLS.2023.7.3./NDJY1929>

## **O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI MAHALLIY BYUDJETLARINING TUZILISHI, FAOLIYATI VA TAHLILI**

**Xudoyqulov H.A.**, - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Biznes va boshqaruv kafedrasida o‘qituvchisi

**Nazarova O.O‘.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Ijtimoiy-iqtisodiy fanlar fakulteti “Buxgalteriya hisobi va audit” bakalavr ta’lim yo‘nalishi 4-kurs talabasi

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada O‘zbekiston Respublikasi byudjetining shakllanishi, rivojlanishi, funksiyalari va maqsadi haqida bayon qilingan. Respublikada byudjet tashkilotlarida ish faoliyati samaradorligini oshirishda muhim sifatlar va moliya tizimining barcha xususiyatlarini nazarda tutadigan jihatlari asoslab berilgan.

**Kalit so‘zlar:** byudjet tashkilotlari, moliya, byudjet fondi, byudjet mablag‘i, davlat byudjeti, mahalliy byudjet.

**Аннотация:** В статье рассматриваются формирование, развитие, функции и назначение бюджета Республики Узбекистан. Обоснованы важные качества и аспекты, учитывающие все особенности финансовой системы в повышении эффективности работы бюджетных организаций республики.

**Ключевые слова:** бюджетные организации, финансы, бюджетный фонд, бюджетные средства, государственный бюджет, местный бюджет.

**Annotation:** This article describes the formation, development, functions and purpose of the budget of the Republic of Uzbekistan. It substantiates the important qualities and aspects that take into account all the features of the financial system in improving the efficiency of work in budgetary organizations in the republic

**Keywords:** budgetary organizations, finance, budgetary fund, budgetary funds, state budget, local budget.

Mamlakat kelajagi, barcha sohalar va loyihalar muvaffaqiyati bilimli insonlarga bog‘liq. Shu bois oxirgi to‘rt yilda ta'lim sifatini yaxshilash, o‘qituvchilar mavqeyini yuksaltirish bo‘yicha ko‘p ishlar qilindi. Endi mamlakatimiz yangi davrga qadam qo‘ymoqda. O‘zbekistonning 2022 - 2026-yillarga mo‘ljallangan

taraqqiyot strategiyasida to‘rtinchi ustuvor yo‘nalish aynan ta‘lim sohasini, inson kapitalini rivojlantirishga qaratilgan. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60 sonli "2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida"gi Farmonida 52-maqсад sifatida: "Global innovatsion indeksida qayd etilgan past indikatorlar bo‘yicha O‘zbekiston pozitsiyasini yaxshilash, innovatsion loyihalarni amalga oshirish uchun barcha yo‘nalishlarda keng imkoniyatlarni yaratish, tadqiqotlarni va innovatsion tashabbuslarni qo‘llab-quwatlashning zamonaviy mexanizmlarini joriy qilish" belgilab berilishining o‘ziyoq, innovatsion iqtisodiyotni qaror toptirish masalasi milliy iqtisodiyot uchun naqadar muhimligidan dalolat beradi [1].

Bugungi kunning asosiy masalalaridan biri mamlakatni ijtimoy-iqtisodiy rivojlantirish, makro va mikroiqtisodiyot sohalarini jahon standartlari darajasiga olib chiqish va iqtisodiy jarayonda raqobatbardoshlikni ta‘minlash kabi vazifalardan iboratdir. Bu sohalar bo‘yicha asosiy vazifalarni byudjet tizimi amalga oshiradi. Byudjet tizimi barcha darajadagi byudjetlar, davlat maqsadli jamg‘armalari byudjetlari va byudjet tashkilotlarining byudjetdan tashqari jamg‘armalari, byudjet tizimi byudjetlarini tuzish va tashkil etish prinsplari, ular o‘rtasida byudjet jarayoni mobaynida yuzaga keladigan o‘zaro munosabatlar yig‘indisini o‘zida ifodalashi va ushbu vazifalarni maqsadli taqsimlash nazarda tutilgan.

Davlat byudjeti daromadlarining asosiy qismi davlat sektori ya‘ni ijimoiy mulkdan tushadigan mablag‘lardan, kooperativlar, xususiy korxonalaridan, aholidan olinadigan turli soliqlardan hosil bo‘ladi va asosan xalq xo‘jaligini rivojlantirish maqsadida hamda ijtimoiy-maishiy tadbirlarga sarflanadi.

Mohiyatiga ko‘ra, Davlat byudjeti mamlakat moliya tizimining muhim tarkibiy qismidan iborat bo‘lib, shunga mos ravishda u moliya tizimiga tegishli bo‘lgan barcha xususiyatlarga ega va unga tegishli bo‘lgan barcha faoliyatlarni bajaradi.

Davlat byudjetining asosiy roli sub'yektlar faoliyati davomida moliyaviy resurslar bilan ta'minlash, ya'ni:

- Moliyaviy resurslarga bo'lgan talablarni kelgusi byudjet yilida byudjetning xarajatlar smetasiga kiritish;

- Moliyaviy resurslarga bo'lgan qo'shimcha ehtiyojni shakllangan byudjet resurslarini manyovr qilish, ya'ni byudjet kreditlarini bir obyektning ikkinchisiga o'tkazish. Bunda imkoniyatning mavjud ekanligi amaliyotda ayrim subyektlarning o'zlariga taqdim etilgan holda moliyaviy resurslarni to'liq o'zlashtirishning uddasidan chiqq olmasligi bilan belgilanadi.

Byudjet tizimi byudjetlarni markazlashtirish byudjet daromadlari va turli darajadagi boshqaruv organlari vakolatlari o'rtasidagi byudjet xarajatlari bo'yicha majburiyatlarga nisbatan mutanosiblikni ta'minlashga qaratilgan qator chora-tadbirlarni amalga oshirish bilan bog'liq. Markazlashtirish natijasida davlat xizmatlarini tashkil etish va ko'rsatish shunday ta'minlanadiki, ular mahalliy aholi ehtiyojlarini to'liq qondirishini nazorat qilib borish lozim.[2]

Davlat byudjeti milliy iqtisodiyot korxonalarini texnikaviy jihatdan qayta qurollantirishda muhim jarayon hisoblanadi. Ayniqsa, ijtimoiy soha (maorif, sog'liqni saqlash, madaniyat va sport, fan, ijtimoiy ta'minot) xarajatlarini moliyalashtirish, oilalarga ijtimoiy nafaqa berish, aholi uchun ijtimoiy ahamiyatga ega xizmatlar bahosidagi farqlarni byudjetdan qoplash, davlat hokimiyati organlari, boshqaruv va sud organlari shu bilan bir qatorda fuqarolarni o'z-o'zini boshqarish organlari moliyalashtirish kabi jarayonlarda Davlat byudjetining ahamiyati muhim hisoblanadi.

Mahalliy byudjetlarni tartibga solish usullarini takomillashtirish orqali ularning daromad manbalarini mustahkamlash va xarajatlar majburiyatlarini optimallashtirishga erishish mumkinligini ko'rsatadi [3].

Mahalliy byudjetlarning moliyaviy barqarorligini ta'minlash va ularning mustaqilligini oshirish uchun, birinchi navbatda, byudjet orqali tartibga solishni hisobga olish lozimdir, chunki bu mutanosiblikni ta'minlash maqsadida ular

o‘rtasida mablag‘larni qayta taqsimlashning eng muhim mexanizmi byudjet tizimi, byudjetlarining daromadlari va xarajatlari hisoblanadi.

Namuna tariqasida O‘zbekiston Respublikasi Davlat byujetida daromadlar va xarajatlar ilovada keltirilgan:

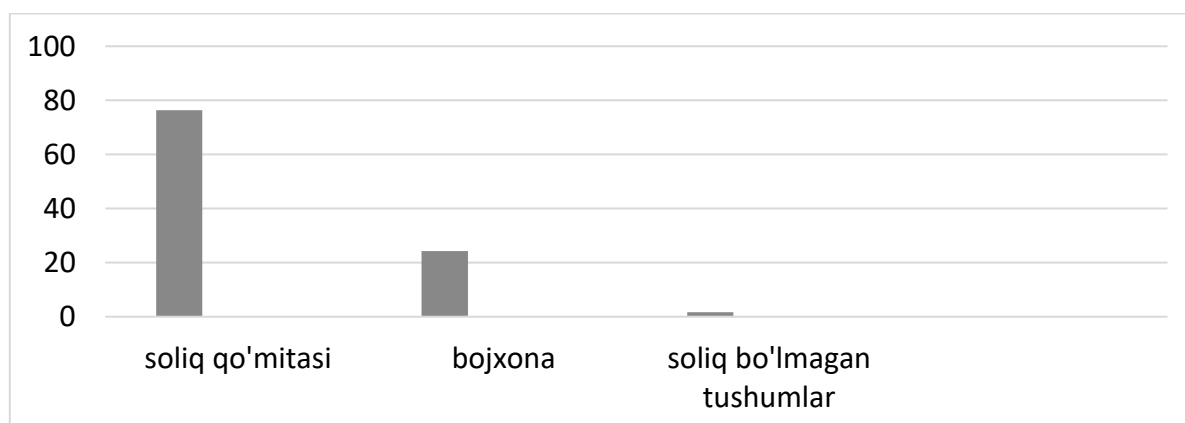
## 1-jadval

### O‘zbekiston Respublikasi Davlat byudjetining daromadlar va xarajatlar ko‘rsatkichlari

trln.so‘m

Davlat byudjeti taqsimoti	2022-yil	2023-yil	2024-yil	% (o‘rtacha yillik o‘sishi)
Davlat budjeti daromadlari	92.0	102,3	121.0	+12%
Davlat budjetining xarajatlari	103.1	129,1	149.8	+27%

Daromadlarning 74,6 foizi yoki 76,3 trln. so‘m soliq qo‘mitasi, 23,8 foizi yoki 24,3 trln. so‘m bojxona qo‘mitasi tomonidan, 1,7 trln, so‘m boshqa daromadlar va soliq bo‘lmagan tushumlar hisobidan shakllantirilgan.



## 2-O‘zbekiston Respublikasi Davlat byudjetining asosiy daromad manbalari

### 2-jadval

#### Xorazm viloyati mahalliy byudjetlarning daromadlari va xarajatlari

Xorazm viloyati mahalliy byudjetlarning daromadlari va xarajatlari									
								mln.so‘m	
Shahar va tumanlar nomi	Daromadlar jami				Xarajatlar jami				
	Aniqlangan reja	Bajarilishi	Farqi		Aniqlangan reja	Kassa	Farqi		
			(+,-)	%			(+,-)	%	

A	2	3	4	5	7	8	9	10	
<i>2024-yil</i>									
1	Viloyat byudjeti	1 405 321,3	1 497 470,3	92 149,0	106,6	1 907 557,4	1 972 149,5	64 592,1	103,4
2	Urganch shahri	174 493,0	185 346,2	10 853,2	106,2	235 020,5	254 013,0	18 992,5	108,1
3	Bog'ot tumani	103 774,0	106 585,9	2 811,9	102,7	226 004,0	229 319,7	3 315,7	101,5
4	Gurlan tumani	98 132,7	101 228,4	3 095,7	103,2	228 875,5	229 876,6	1 001,1	100,4
5	Qo'shko'pir tumani	102 696,2	107 803,2	5 107,0	105,0	230 114,5	234 776,6	4 662,1	102,0
6	Urganch tumani	122 303,6	138 700,7	16 397,1	113,4	233 451,9	246 182,4	12 730,4	105,5
7	Xazorasp tumani	104 781,6	115 176,4	10 394,8	109,9	238 088,6	243 274,8	5 186,2	102,2
8	Xonqa tumani	122 595,2	128 179,9	5 584,7	104,6	229 040,5	233 031,4	3 990,9	101,7
9	Shovot tumani	113 041,0	116 827,5	3 786,5	103,3	246 162,5	248 345,4	2 182,9	100,9
10	Yangiariq tumani	65 800,6	68 076,6	2 276,0	103,5	179 105,9	181 957,9	2 852,0	101,6
11	Yangubozor tumani	57 838,8	60 521,8	2 683,0	104,6	151 855,4	153 748,9	1 893,5	101,2
12	Xiva tumani	84 376,9	87 719,7	3 342,8	104,0	221 269,4	223 980,7	2 711,3	101,2
13	Xiva shahri	79 244,2	82 664,4	3 420,2	104,3	130 454,0	133 967,0	3 513,0	102,7
14	Tuproqqal'a tumani	75 364,3	80 611,2	5 246,9	107,0	115 806,7	116 075,7	269,0	100,2
<b>JAMI</b>		<b>2 709 763,4</b>	<b>2 876 912,3</b>	<b>167 148,9</b>	<b>106,2</b>	<b>4 572 806,6</b>	<b>4 700 699,5</b>	<b>127 892,8</b>	<b>102,8</b>

2-jadvalda keltirilib o'tilgan Xorazm viloyati ko'rsatkichlarini yahlitlaydigan bo'lsak: O'tgan 2024-yil yakuni bilan Xorazm viloyati yalpi hududiy mahsulot hajmi 51.3 mln so'mga yetib, bu boradagi o'sish sur'ati 106.4% ni tashkil qildi. Jumladan sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi 29.1 mln so'mga, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmi 30.2 mln so'mga, bajarilgan qurilish ishlari hajmi 10.7 mln so'mga yetdi.

2024-yil "Yoshlar va biznesni qo'llab-quvvatlash yili" da viloyatda 7038 ta kichik biznes subyektlari yangidan tashkil etilib, faoliyat ko'rsatmayotgan 1702 ta korxonaning faoliyati qayta tiklandi. Natijada, viloyatda kichikning yalpi hududiy mahsulotdagi ulushi 72.3 % ga yetdi.

Qurilish sohasiga nazar soladigan bo'lsak, 2024-yilda viloyatimizda Investitsiya dasturi doirasida 159 ta obyektida jami 780 mln so'mlik qurilish-montaj ishlari bajarildi. Jumladan, 30 ta maktab, 15 ta maktabgacha ta'lim tashkiloti, 13 ta

tibbiyot muassasi, 69 ta boshqa turdagi obyektlarda qurilish-ta'mirlash ishlari yakunlanib, foydalanishga topshirildi.

Xulosa o'rnida shuni aytish mumkin-ki, so'nggi yillarda yillar kesimida mahalliy byudjet daromadlarini solishtirganda, hududlarda xarajatlarni oshirish tendentsiyasi kuzatilayotganli ma'lum bo'ladi. "O'zbekiston-2030" strategiyasining "Barqaror iqtisodiy o'sish orqali aholi farovonligini ta'minlash" deb nomlangan 2-ustuvor yo'nalishida 2030 yilga qadar iqtisodiyot hajmini 2 barobar oshirish va "daromadi o'rtachadan yuqori bo'lgan davlatlar" qatoriga kirish, fiskal barqarorlikni ta'minlash va davlat majburiyatlarini samarali boshqarish, mamlakatimizning investisiyaviy jozibadorligini yanada oshirish va qimmatli qog'ozlar bozorini jadal rivojlantirish, bank tizimida islohotlarni jadallashtirish, bank xizmatlari bozori hajmini oshirish va sohada raqobatni rivojlantirish maqsadlarini ta'minlash ko'zda tutilgan.

Aslida Davlat byudjeti bu yirik global iqtisodiy muammolarni bartaraf etish uchun mablag' to'plash usulidir. Davlat byudjeti funksiyalari yordamida qashsoqlik, ishsizlik, xalq salomatligi va boshqalarning murakkab ijtimoiy muammolarini hal qilishga imkon beradigan jarayon hisoblanadi. Byudjetning roli shundaki, u iqtisodiyot rivojlanishining muhim omilidir.

Davlat o'z daromadlari va xarajatlarini rejalashtirishni boshlaganda ularni bir xil muvozanatda tuta olishi muhimdir. Davlat byudjeti faoliyatida balansli byudjeti bilan bog'liq davlat qarzi muammosi, byudjet defitsiti va profitsiti kabi muammolar mavjud. Ushbu muammolarni yechimi ularni hal etish yo'lida to'g'ri o'ylangan yondashuvda byudjet orqali davlat o'zining muhim iqtisodiy funksiyalaridan biri – byudjetni tartibga solishni amalga oshiradi. Byudjetni tartibga solishning asosiy maqsadi iqtisodiyotning barqarorlik muvozanatini ta'minlash va saqlashdir.

Byudjetni tartibga solishning turli xil yo'llaridan biri soliq imtiyozlarini berish, daromadlarni taqsimlash, subsidiya, byudjetlararo transfertlar va boshqalardan foydalanish mumkin.

Mahalliy byudjetlarning daromadlarini prognoz qilish va ularning daromad bazasini mustahkamlash mexanizmlarining samaradorligini ta'minlovchi uslubiy algoritmini ishlab chiqish va ularning daromad bazasini prognoz qilib borish prognoz ko'rsatkichlari bilan daromad manbalari o'rtasida ilmiy asoslangan moliyaviy bog'liqlikni ta'minlaydi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60 sonli "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni.

2. "Moliya va soliqlar" - darslik – B.A.Xasanov, A.A.Xashimov, A.B.Muxametov, A.A.Abduvoxidov, J.M.Urazmatov, G'.B.Akramov, M.A.Norbayeva, D.B.Eshpulatov. Toshkent – 2023

3. "Moliya" – T.Malikov, O.Olimjonov. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan barcha iqtisodiy ta'lim yo'nalishi talabalari uchun darslik sifatida tavsiya etilgan. – Toshkent "Iqtisod-Moliya" – 2019.

4. [www.imv.uz](http://www.imv.uz)

5. [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

#### **МИНТАҚАНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИК МЕЗОНЛАРИ ВА УЛАРГА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ТАЪСИРИ**

**Машарипова Х. М.** - Маъмун университети Иқтисодиёт кафедраси ўқитувчиси

**Annotatsiya.** Мақолада минтақанинг рақобатбардошлик мезонлари ва уларга инвестицияларнинг таъсири билан боғлиқ изланишлар ўрганилган. Жумладан, ЯХМ, қурилиш ва хизматлар соҳалари, экспорт каби мезонларга инвестицияларнинг таъсири эконометрик тадқиқ қилинган. Олинган натижаларга мувофиқ минтақада рақобатбардошликни ошириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган.

**Калит сўзлар:** ялпи ҳудудий маҳсулот; қурилиш; хизматлар соҳаси; экспорт; инвестиция; рақобатбардошлик; минтақа; эконометрик моделлар.

**Аннотация.** В статье рассматриваются исследования, связанные с критериями региональной конкурентоспособности и влиянием на них инвестиций. В частности, эконометрическим методом изучалось влияние инвестиций на такие критерии, как ВРП, строительство и сфера услуг, экспорт. В соответствии с полученными результатами были разработаны предложения по повышению конкурентоспособности региона.

**Ключевые слова:** валовой региональный продукт; строительство; сфера услуг; экспорт; инвестиции; конкурентоспособность; регион; эконометрические модели.

**Abstract.** The article examines studies related to the criteria of regional competitiveness and the impact of investments on them. In particular, the econometric method was used to study the impact of investments on such criteria as GRP, construction and services, and export. In accordance with the results obtained, proposals were developed to improve the competitiveness of the region.

**Key words:** gross regional product; construction; services; export; investments; competitiveness; region; econometric models.

Минтақа иқтисодиёти рақобатбардошлигини оширишда муҳим манба ва омилларни аниқлаш зарур. Бунда уларнинг таъсир мезони сифатида регрессия коэффициентини тадқиқ этамиз. Мазкур омиллар таъсирини баҳолашда дастлаб натижавий катталикларни аниқлаб оламиз. Жумладан рақобатбардошлик натижавий кўрсаткичларининг энг асосийси ЯҲМ ва унинг реал даражаси ҳисобланади. Шундай бўлсада, минтақа соҳа ва тармоқларининг ривожланиш даражаси ҳам муҳим. Яъни, минтақа ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси, унинг барқарорлиги ҳамда рақобатбардошлигини яхлит ҳолатда ЯҲМ орқали тавсифлаймиз.

Мазкур йўналишда олиб борилган тадқиқотларда минтақада яратилган ЯҲМни рақобатбардошликнинг асосий мезони сифатида танлаб олиб, унга бир қатор омиллар, хусусан инвестиция таъсири қараб ўтилган. Жумладан, олинган эконометрик тадқиқот натижасида уларнинг ижобий боғлиқлиги

аниқланган[1]. Р.Абдуллаев томонидан олиб борилган тадқиқотларда минтақа рақобатбардошлигига инвестициянинг таъсири қараб ўтилган. Шунингдек, муаллиф минтақа рақобатбардошлиги сифатида натижавий катталиклар деб ЯХМни алоҳида қараб ўтган[2]. Тадқиқотларда республика даражасида рақобатбардошликка инвестицияларнинг таъсири корреляцион-регрессион таҳлил қилинган. Олинган натижаларга мувофиқ инвестициялар иқтисодиёт рақобатбардошлигига, унинг натижавий катталикларига, хусусан ЯИМга ижобий таъсири аниқланган[3]. Демак, тадқиқотлар асосида олинган хулосаларда минтақалар учун рақобатбардошлик мезони ЯХМ бўлиб, унинг асосий омили инвестиция ҳисобланади.

Шу билан бирга, изланишларда ишлаб чиқилган методик ёндашувларда қурилиш рақобатбардошлиги молиявий, техник, ташкилий жиҳатлар асосида баҳоланган[4]. Соҳа ва тармоқлар ривожланиши, уларнинг рақобатбардошлигига қатор омиллар таъсири таҳлил қилинган. Улар ичида инвестицияларга ҳам эътибор қаратилган[5].

Ҳар бир ҳудуднинг ўзига хос хусусиятлари сабаб дастлаб минтақа учун рақобатбардошликнинг мезонларини танлаб оламиз. Жумладан, Хоразм вилоятининг иқтисодиёти учун рақобатбардошлик мезонларига асосланиб қуйидагиларни танлаб оламиз:

- ЯХМ: ушбу кўрсаткич минтақа иқтисодиёти рақобатбардошлигининг асосини ифодаловчи яхлит катталик ҳисобланади ва умумий минтақа рақобатбардошлигини аниқлаш, уни бошқа вилоятлар билан солиштириш имкониятини беради;

- қурилиш тармоғи: Хоразм вилояти туман ва шаҳарларида ишлаб чиқариш ҳамда ижтимоий инфратузилмага берилган эътибор, уларни кенгайтириш, бунёдкорлик билан боғлиқ олиб борилаётган фаолият натижаси. Айниқса, туризм салоҳиятидан самарали фойдаланишда тегишли инфратузилма объектларини барпо этишга катта инвестиция йўналтирилмоқда. Бу жиҳатдан минтақанинг ўзига хослиги кенг қўламли

қурилиш ишлари билан боғлиқ. Шу боис, ушбу соҳа минтақанинг асосий тармоқларидан бири ҳисобланади;

- хизматлар соҳаси: Хоразм вилояти хизматлар соҳасини кенгайтириш бўйича бир қатор имкониятларга эга. Биринчидан, минтақа туризм хизматлари кўламини ошириш учун етарлича ресурсларга эга. Иккинчидан, минтақа Ўзбекистон Республикасининг Европага чиқиш йўли устидаги вилоят бўлиб, унда транспорт хизмати, логистика тизимини кенгайтириш истиқболли тармоқлар ҳисобланади. Учинчидан эса, Хоразм вилояти қўшни республикаларга, хусусан, Туркманистонга чегарадош бўлиб, хизмат кўрсатиш тизимини кенгайтириш имкониятини беради.

Демак, юқоридаги ҳолатларни ҳисобга олсак, натижавий кўрсаткичлар учун муҳим саналган омилларни танлаб олишимиз зарур. Бунда, таъсир қилувчи омил сифатида инвестицияни танлаб олсак, натижавий катталиклар сифатида юқорида келтирилган ЯХМ, қурилиш, хизматлар ривожланишини қараб ўтамиз. Шунингдек, соҳа ва тармоқларнинг ривожланиши ҳисобига аҳоли моддий ҳолати, даромади ва ҳудуднинг туризм базаси ҳам ўзгаради. Дастлаб, иқтисодиёт учун муҳим саналган ялпи ҳудудий маҳсулотнинг ўсишига инвестиция таъсирини аниқлаймиз. Инвестициялар соҳа ва тармоқларнинг ишлаб чиқариш кўламини ўзгаришида ижобий таъсирга эга бўлмоқда. Шу боис, инвестиция ва минтақа рақобатбардошлиги натижавий кўрсаткичларининг жуфт регрессияларини қараб ўтамиз. Рақобатбардошликнинг натижавий катталиги сифатида ЯХМнинг реал даражасини оламиз ва қуйидаги кўринишга эга бўлган тенгликни ишлаб чиқамиз.

$$YaIM_t = a * INV_t + e \quad (1)$$

Бунда:  $YaIM_t$  – минтақада яратилган ялпи ҳудудий маҳсулот реал ҳажмининг ўсиш суръати;

$INV_t$  – минтақага киритилган инвестициялар реал ҳажмининг ўсиш суръати;

$a$  – инвестициянинг ялпи ҳудудий маҳсулотга таъсирчанлигини ифодаловчи эластиклик коэффициенти.

Ушбу эконометрик модел асосида амалга оширган корреляцион-регрессион тадқиқотларимиз асосида қуйидаги тенгликни ишлаб чиқдик:

$$YalM_t = 0,028 * INV_t + 103,2 \quad (2)$$

Бунда, ЯХМ ўзгариши билан инвестиция ўсиш суръати ўртасида ижобий боғлиқлик аниқланди. Жумладан, инвестицияларнинг 10 фоизга ўсиши ЯХМнинг бошқа омиллар таъсирга эга бўлмаган шароитда 2,8 фоизга ўсишни таъминламоқда. Бу эса, инвестиция иқтисодиёт рақобатбардош-лигини таъминлашда муҳим омил эканлигини ифодалайди. Демак, Хоразм вилояти рақобатбардошлигини таъминлашда инвестициялар кўламига, унинг ижобий ўзгаришига алоҳида эътибор қаратишимиз лозим.

Шу билан бирга, минтақанинг инвестиция сиёсатини ишлаб чиқиш, унда нафақат кўламига, балки вилоятнинг туман ва шаҳарлари кесимидаги тақсимотига ҳам эътибор беришимиз керак.

Шунингдек, минтақанинг ўзига хос хусусиятлари асосида уни рақобатбардошлигини ошириш учун инвестициялар кўламини ошириш, айниқса тўғридан-тўғри инвестициялар кўламини ошириш, минтақанинг инвестиция сиёсатини ишлаб чиқишда туман ва шаҳарларнинг ўрта ҳамда узоқ муддатлар учун ривожланиш истиқболларига мувофиқлигини таъминлаш зарур.

### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Имяреков С.М., Соколов В.Б., Тусков А.А. Анализ влияния показателей оценки региональной эффективности на показатели региональной конкурентоспособности // Московский экономический журнал №7, 2019. С.134-144.

2. Абдуллаев Р. Исследование Центра экономических исследований и реформ — инвестиционная активность регионов Узбекистана // Экономическое обозрение №11 (250) 2020 // <https://www.cer.uz/en/post/publication/issledovanie-centra-ekonomiceskih-issledovaniy-i-reform-investicionnaa-aktivnost-regionov-uzbekistana>.

3. OECD (2018), Повышение конкурентоспособности в странах Центральной Азии, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264290129-ru>.

4. Чернышова И.Г., Быковская М.В. Оценка конкурентоспособности строительной организации // Путеводитель предпринимателя. С.149-159

5. OECD (2018), Повышение конкурентоспособности в странах Центральной Азии, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264290129-ru>.

## **QISHLOQ XO‘JALIGI MAHSULOTLARI EKSPORTINING KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDAGI AHAMIYATI**

**Sapayev M. K.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti,  
Biznes va boshqaruv kafedrası o‘qıtuvchisi

**Annotatsiya.** Bugungi globallashgan dunyoda har bir davlat iqtisodiy barqarorlik va aholi farovonligini ta‘minlash maqsadida turli yo‘nalishlarda islohotlar olib bormoqda. O‘zbekistonda ham bu maqsadda qishloq xo‘jaligini rivojlantirish, undagi eksport salohiyatini oshirish, dehqon va fermer xo‘jaliklarini qo‘llab-quvvatlashga katta e‘tibor qaratilmoqda. Ayniqsa, kambag‘allikni qisqartirishda qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini eksport qilish muhim omillardan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda, ushbu maqolada qishloq xo‘jaligi mahsulotlari eksportining kambag‘allikni qisqartirishdagi ahamiyati ochib berilgan.

**Kalit so‘zlar:** Eksport, diversifikatsiya qilish, valyuta tushumi, qayta ishlash.

**Аннотация.** В современном глобализированном мире каждая страна проводит реформы в различных сферах с целью обеспечения экономической стабильности и благополучия своего населения. С этой целью в Узбекистане также уделяется большое внимание развитию сельского хозяйства,

повышению его экспортного потенциала, поддержке дехкан и фермеров. В частности, экспорт сельскохозяйственной продукции становится важным фактором сокращения бедности. В статье рассматривается значение экспорта сельскохозяйственной продукции в процессе сокращения бедности.

**Ключевые слова:** экспорт, диверсификация, валютная выручка, переработка.

**Annotation.** In today's globalized world, each country is carrying out reforms in various directions in order to ensure economic stability and the well-being of the population. In Uzbekistan, for this purpose, great attention is paid to the development of agriculture, increasing its export potential, and supporting peasant and farm enterprises. In particular, the export of agricultural products is one of the important factors in reducing poverty, this article reveals the importance of agricultural exports in reducing poverty

**Key words:** Export, diversification, foreign exchange earnings, processing

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda qishloq xo‘jaligi sohasini rivojlantirish va uning eksport salohiyatini oshirishga qaratilgan islohotlar davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biriga aylandi. Bu jarayonda eksportni kengaytirish orqali milliy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, valyuta tushumlarini ko‘paytirish va qishloq aholisining daromadlarini oshirish ko‘zda tutilgan. Biroq, amaliy jarayonda bir qator muammo va kamchiliklar mavjud bo‘lib, ularning tahlili va bartaraf etish yo‘llarini ko‘rib chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.[1]

Hozirgi kunda qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini yetishtiruvchilar va eksportyorlar o‘rtasidagi ayrim muammolar mavjud:

1. Axborot yetishmovchiligi

-Yetishtiruvchilar tashqi bozor talablari, sifat standartlari va narx kon’yunkturasi haqida yetarli ma’lumotga ega emas.

-Eksportyorlar ham fermerlarning mavjud imkoniyatlarini to‘liq bilmaydi.

2. Muvaffaqiyatli kelishuvlarning yo‘qligi

-Tomonlar o'rtasida rasmiy shartnomalar kam hollarda tuziladi, bu esa ishonchsizlikka va bahslarga sabab bo'ladi.

-Yetishtiruvchilar mahsulot narxini oldindan aniq bilmasdan ishlaydi, eksportyorlar esa sifat va muddatda ishonchga ega bo'lmaydi.

### 3. Mahsulot sifatini ta'minlashdagi muammolar

-Yetishtiruvchilar eksport standartlariga mos texnologik agrosullarni to'liq bajarmagan hollarda, mahsulot tashqi bozor talabiga javob bermay qoladi.

-Eksportyorlar sifatsiz mahsulotlar sabab bozor yo'qotishi xavfiga duch keladilar.

### 4. Qadoqlash va logistika masalalaridagi hamkorliksizlik

-Mahsulotni qadoqlash, saralash va yetkazib berish bo'yicha yagona tizim mavjud emas.

-Yetishtiruvchilar qadoqlash uskunalariga ega emas, eksportyorlar esa xomashyoni qayta tayyorlashga qo'shimcha xarajat qilishiga to'g'ri keladi.

### 5. Infratuzilmaviy muammolar

-Qishloq joylarda mahsulotni saqlash, qayta ishlash va qadoqlash infratuzilmasi yetarlicha rivojlanmagan. Sovutish omborlari va logistik markazlarning yetishmasligi tufayli eksportga mo'ljallangan mahsulotlar sifatini yo'qotmoqda.

Yuqoridagi kamchiliklarni bartaraf qilish bo'yicha takliflar:

-Har bir hududda eksportga mo'ljallangan mahsulotlar bo'yicha elektron ma'lumot bazalarini yaratish (agrar portal, mobil ilovalar orqali);

-Fermerlar va eksportyorlar uchun bozor tahlili, talab etiladigan sifat standartlari, narx kon'yunkturasi to'g'risida muntazam axborot yetkazib berish tizimini tashkil etish;

-Yetishtiruvchilar va eksportyorlar o'rtasida oldindan kelishuv-shartnomalar (agrosozlashuvlar) tuzilishini majburiy va shaffof qilish;

-Taraflar huquq va majburiyatlarini aniq belgilaydigan namunaviy shartnoma shakllarini ishlab chiqish va joriy etish;

-Yetishtiruvchilar uchun xalqaro standartlar (GLOBAL GAP, ISO, HACCP va boshqalar) bo'yicha malaka oshirish kurslarini tashkil etish va subsidiyalash;

-Fermerlar va eksportyorlar uchun umumiy foydalaniladigan qadoqlash, saralash va sovutish markazlarini tashkil etish ;

-Elektron shartnoma va avtomatik to'lov tizimlarini joriy etish (masalan, agroplatforma orqali nazorat);

-Davlat tomonidan to'lov kafolati beriladigan eksport loyihalariga subsidiya va moliyaviy imtiyozlar berish ;

-“Fermer va eksportyor” modelida doimiy sheriklik asosida ishlaydigan biznes loyihalarni rag'batlantirish.

### 1-jadval.

**Xorazm viloyati bo'yicha 2023-2024-yillarda qilingan meva-sabzavot eksporti, xamda 2024-yilda qishloq xo'jaligi sohasida yaratilgan ish o'rinlari[2]**

Shahar va tumanlar nomi	Qishloq xo'jaligi mahsulotlari eksporti (ming AKSh doll)		Qishloq xo'jaligi sohasida 2024 yilda yaratilgan ish o'rinlari		
			Jami	Shundan	
				Doimiy	Mavsumiy
	2023y	2024y			
Bog'ot tumani	14562	18774	15950	481	15469
Gurlan tumani	16777	32029	16889	2913	13976
Qo'shko'pir tumani	6036	17435	18797	2153	16644
Urganch tumani	13821	21937	16656	1716	14940
Hazorasp tumani	20500	19275	14053	407	13646
Tuproqqal'a tumani	7676	16346	5243	427	4816
Xonqa tumani	20644	33812	17502	3511	13991
Xiva tumani	3725	13861	15992	1424	14568
Shovot tumani	1456	10061	16726	1917	14809
Yangiariq tumani	9515	17595	14862	1215	13647
Yangibozor tumani	18450	35642	17022	2958	14064
Urganch shahri	826	833	183	2	181

Xiva shahri	3826	9887	229	18	211
<b>Viloyat bo'yicha jami</b>	<b>138117</b>	<b>248086</b>	<b>170 104,00</b>	<b>19 142,00</b>	<b>150 962,00</b>

Demak yuqoridagi ko'rsatkichlardan ko'rinib turibdiki qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksporti shu sohada ish o'rinlarini yaratilishiga katta ta'sir ko'rsatar ekan.

## 2-jadval

### Viloyatdagi sohalar bo'yicha doimiy band axolining jami doimiy band aholiga nisbatan ulushi[3]

	Jami	Qishloq xo'jaligi	Sanoat	Qurilish	Ulgurji va chakana savdo	Tashish va saqlash	Umum ovqatlanish	Davlat boshqaruvi va mudofaa	Ta'lim	Sog'liqni saqlash	Boshqa turdagi xizmatlar ko'rsatish
Doimiy bandlar soni	776.5	237.5	62.9	102.3	71.9	20.6	20.2	26.4	73.9	36.4	124.4
Ulushi (%)	100	30.6	8.1	13.2	9.3	2.7	2.6	3.4	9.5	4.7	16

Yuqoridagi jadvaldagi ko'rsatkichlardan ko'rinib turibdiki jami band axolining eng ko'p sonli qismi, ya'ni 237.5 ming kishi (jami doimiy bandlarning 30.6 foizi) qishloq xo'jaligi sohasida faoliyat yuritayotgan ekan.

Demak qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksportini yanada ko'paytirishni kambag'allikni qisqartirishga ta'siri:

#### 1. Eksport orqali ish o'rinlarining yaratilishi

Qishloq xo'jaligi mahsulotlariga tashqi bozorda talab yuqori. Bu talabni qondirish maqsadida yangi ishlab chiqarish quvvatlari tashkil etiladi, mavjud xo'jaliklar faoliyati kengayadi. Bu esa qishloq joylarda yangi ish o'rinlarining yaratilishiga sabab bo'ladi. Xususan, eksportga mo'ljallangan meva-sabzavot, poliz mahsulotlari, o'simlik yog'i, charvachilik va parrandachilik mahsulotlari ishlab chiqarish sohalarida aholi keng jalb etiladi.

#### 2. Aholining daromad manbaining ko'payishi

Eksportdan tushgan daromad fermer va dehqon xo‘jaliklarining iqtisodiy imkoniyatlarini kengaytiradi. Ular oladigan foyda orqali o‘z faoliyatlarini kengaytirib, ishlab chiqarish sifatini yaxshilaydi. Bu jarayonda aholining turmush darajasi yaxshilanadi va kambag‘al qatlam o‘z iqtisodiy faolligini oshirish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

### 3. Ayollar va yoshlar uchun imkoniyat yaratish

Qishloq xo‘jaligi sohasida ko‘plab ayollar va yoshlar ishlaydi. Eksport salohiyati yuqori bo‘lgan mahsulotlar yetishtirishda ularning ishtiroki muhim ahamiyat kasb etadi. Bu sohada tadbirkorlik bilan shug‘ullanish, mahsulotni qayta ishlash, qadoqlash va tashqi bozorlarga chiqarish orqali yoshlar va xotin-qizlar iqtisodiy mustaqillikka erishish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

### 5. Iqtisodiy barqarorlik va infratuzilma rivoji

Eksportning o‘sishi iqtisodiyotga valyuta tushumlarini ko‘paytirib, davlat byudjetiga qo‘shimcha manba yaratadi. Bu orqali qishloq joylarda infratuzilmani yaxshilash, yo‘l, elektr, irrigatsiya tizimlarini rivojlantirish mumkin. Shu bilan birga, ta‘lim va sog‘liqni saqlash sohalariga ham investitsiya kiritish osonlashadi, bu esa kambag‘allikni bartaraf etishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Xulosa sifatida shuni aytish mumkinki, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini eksport qilish nafaqat iqtisodiy o‘shishga, balki ijtimoiy barqarorlikka, ayniqsa kambag‘allikni qisqartirishga xizmat qiladi. Bunda davlatning rag‘batlantiruvchi siyosati, tadbirkorlarning tashabbuslari va aholining faol ishtirokini muvofiqlashtirish katta ahamiyatga ega. O‘zbekistonda ushbu yo‘nalishdagi islohotlar natijasida yaqin kelajakda kambag‘allik darajasini sezilarli darajada pasaytirishga erishish mumkin.

## **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

### 1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti qarori va farmonlari:

“2020–2030 yillarda O‘zbekiston Respublikasida qishloq xo‘jaligini rivojlantirish strategiyasi” — Prezident qarori, PQ–5853, 2020 yil.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlarining eksport salohiyatini oshirish hamda qayta ishlash zanjirini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. - Prezidentning qarori, 08.04.2025 yildagi PQ-136-son

2. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari:

Qishloq xo'jaligi sohasidagi ish o'rinlari, mahsulot hajmi va eksport dinamikasi bo'yicha yillik hisobotlar (2021–2024). Kambagallik darajasi to'g'risidagi rasmiy hisobotlar.

## **NAVOIY VILOYATIDA KICHIK BIZNES RIVOJINING SIFAT KO'RSATKICHLARIGA TARMOQLAR TA'SIRINI BAHOLASH**

**Elov O.K.-Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
mustaqil izlanuvchisi**

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada Navoiy viloyatida kichik biznes faollik darajasi hamda yashovchanlik koeffitsiyentlariga tarmoqlar kesimidagi faollik va yashovchanlik koeffitsiyentlari ta'siri regression tahlil asosida baholanilgan. Olingan natijalar asosida viloyatda kichik biznes taraqqiyotini ta'minlashda tarmoqlarining roli aniqlanilgan.

**Kalit so'zlar:** Kichik biznes, model, regression talil, korrelyatsiya koeffitsiyenti, faollik darajasi, yashovchanlik koeffitsiyenti.

**Аннотация:** В данной работе проведена проведена оценка влияния отраслевых коэффициентов активности и жизнеспособности на уровень отраслевой активности и жизнеспособности малого бизнеса в Навоийской области методом регрессионного анализа. На основе полученных результатов определена роль отраслей в обеспечении развития малого бизнеса в регионе.

**Ключевые слова:** Малый бизнес, модель, регрессионный анализ, коэффициент корреляция, активность, коэффициенты жизнеспособности.

**Annotation:** In this paper, evaluated impact of sectoral activitnness rate and viability coefficients on the level of small business activitnness rate and viability coefficients in Navoi region by regression analysis. Based on obtained results, determined role of sectors in ensuring the development of small business in region.

**Keywords:** Small business, model, regression analysis, correlation coefficient, activity rate, viability coefficients.

Kichik va o'rta biznes zamonaviy iqtisodiy taraqqiyotni ta'minlashning muhim omili bo'lib, uning yashovchanligi va barqarorligini ta'minlash masalalarini tadqiq qilish muhim yo'nalishdan hisoblanadi. Kichik biznes faollik darajasi va yashovchalik koeffitsiyentlari hududiy rivojlanishda muhim omil bo'lib xizmat qiladi [Collett N., et al. 2014]. Kichik biznes muvaffaqiyatsizligini aniqlash uning yashovchanlik koeffitsiyenti asosiy ko'rsatkich hisoblanadi, shu sababdan mazkur ko'rsatkichlar barqarorligini ta'minlash talab qilinadi [Dieperink H., et.al. 2024].

Kichik korxonalar iqtisodiy rivojlanishning muhim katalizatori hisoblanib, har qanday milliy iqtisodiyotning strategik maqsadlariga erishishida salmoqli hissaga egaligi va ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotning tayanchi ekanligi ta'kidlanadi [Druker, 2009]. Shu sababdan mazkur maqolada kichik biznesning yashovchanlik koeffitsiyenti va faollik darajasini ta'minlashda tarmoqlarning rolini baholash masalasi qarab chiqildi.

Navoiy viloyatida kichik biznes taraqqiyotini ta'minlash, ya'ni faollik darajasini oshirishda tarmoqlarning ta'sirini baholanildi. Bunda kichik biznes faollik darajasiga, ularning tarmoqlar kesimidagi faollik darajasi ta'siri qarab chiqildi. Tahlil natijalari qishloq xo'jaligidagi kichik biznes subyektlari faollik darajasi ta'sirini ifodalovchi koeffitsiyentni adekvat emasligi aniqlanil va modelda quyidagi tarmoqlar kiritildi.

$$Z_1 = 0,37 * Z_{1S} + 0,10 * Z_{1QU} + 0,34 * Z_{1SA} + 0,20 * Z_{1X}$$

*Bu yerda:  $Z_1$  – Navoiy viloyatida kichik biznes subyektlari faollik darajasi (foizda);  $Z_{1S}$  - Navoiy viloyatida sanoatda kichik biznes subyektlari faollik darajasi (foizda);  $Z_{1QU}$  - Navoiy viloyatida qurilishda kichik biznes subyektlari faollik darajasi (foizda);  $Z_{1SA}$  - Navoiy viloyatida savdoda kichik biznes subyektlari faollik darajasi (foizda);  $Z_{1X}$  - Navoiy viloyatida xizmat ko'rsatishda kichik biznes subyektlari faollik darajasi (foizda).*

Modelning ishonchliligi hamda koeffitsiyentlar adekvatligini asoslash uchun zarur bo'lgan mezonlar va ular natijalariga qisqacha to'xtalib o'tamiz (1-jadval).

### 1-jadval

#### Navoiy viloyatida kichik biznes subyektlari faollik darajasiga tarmoqlar ta'sirini baholash natijalari

Model 4: OLS, using observations 2014-2025 (T = 12)

Dependent variable: Z1

	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-ratio</i>	<i>p-value</i>	
Z1S	0.366498	0.0167289	21.91	<0.0001	***
Z1QU	0.0991367	0.0240646	4.120	0.0033	***
Z1SA	0.335607	0.0117205	28.63	<0.0001	***
Z1X	0.199025	0.0185628	10.72	<0.0001	***
Mean dependent var	90.94998		S.D. dependent var		11.58521
Sum squared resid	0.019537		S.E. of regression		0.049417
Uncentered R-squared	1.000000		Centered R-squared		0.999987
F(4, 8)	10312840		P-value(F)		7.07e-27
Log-likelihood	21.49496		Akaike criterion		-34.98992
Schwarz criterion	-33.05029		Hannan-Quinn		-35.70803
Rho	-0.458932		Durbin-Watson		2.686136

Styudent testi natijalari barcha koeffitsiyentlarni adekvatligini ko'rsatmoqda, ular ehtimollik ko'rsatkichlari ishonchliligi yuqoriligini asoslamogda. Determinatsiya koeffitsiyentining birga teng bo'lishi modelning ishonchliligi yuqoriligini ko'rsatadi. Durbin-Uatson mezoni natijalari esa qarorsizlik oralig'iga to'g'ri kelgan. MAPE ko'rsatkichining 0,04 ga tengligi modelning ishonchliligi 99,6 foizni tashkil qilishini ko'rsatmoqda.

Tahlil natijalariga tayangan holda model asosida quyidagi xulosalarni shakllantirildi. Kichik biznes faollik darajasiga sanoat va savdo sohalarining ta'siri yuqori, sanoatdagi kichik biznes subyektlari faollik darajasini bir foizga oshishi umumiy faollik darajasini 0,37 foizga, savdodagi faollik darajasini oshishi esa 0,34 foizga oshishini ta'minlaydi. Shuningdek, xizmat ko'rsatish va qurilish sohalarida mos ravishda 0,20 va 0,01 ni tashkil qiladi.

Mintaqada kichik biznes subyektlari yashovchanlik koeffitsientiga tarmoqlar kesimidagi o'zgarish ta'sirlari ham qarab chiqildi.

$$Z_1 = -7,31 + 0,26 * Z_{1Q} + 0,30 * Z_{1S} + 0,06 * Z_{1QU} + 0,24 * Z_{1SA} + 0,19 * Z_{1X} + 0,04 * Z_{1B}$$

*Bu yerda:  $Z_2$  – Navoiy viloyatida kichik biznes subyektlari yashovchanlik koeffitsiyenti (foizda);  $Z_{1Q}$  - Navoiy viloyatida qishloq, o‘rmon va baliq xo‘jaligida kichik biznes subyektlari yashovchanlik koeffitsiyenti (foizda);  $Z_{1S}$  - Navoiy viloyatida sanoatda kichik biznes subyektlari yashovchanlik koeffitsiyenti (foizda);  $Z_{1QU}$  - Navoiy viloyatida qurilishda kichik biznes subyektlari yashovchanlik koeffitsiyenti (foizda);  $Z_{1SA}$  - Navoiy viloyatida savdoda kichik biznes subyektlari yashovchanlik koeffitsiyenti (foizda);  $Z_{1X}$  - Navoiy viloyatida xizmat ko‘rsatishda kichik biznes subyektlari yashovchanlik koeffitsiyenti (foizda);  $Z_{1B}$  - Navoiy viloyatida boshqa tarmoq va sohalarda kichik biznes subyektlari yashovchanlik koeffitsiyenti (foizda).*

Model natijalari mintaqada kichik biznes yashovchanlik koeffitsiyenti barcha tarmoqlar bilan bog‘liq ekanligini ko‘rsatmoqda. Modelning har bir koeffitsiyenti Student mezoni natijalari bo‘yicha talab darajasida. Jadval qiymati  $t_{(5, 0.025)} = 2,571$  ga teng bo‘lib, aniqlanilgan barcha ko‘rsatkichlar ushbu miqdordan katta. Ehtimollik ko‘rsatkichlarining ham juda kichik bo‘lib, ularning nolga teng bo‘lish ehtimolligi deyarli mavjud emasligini asoslaydi.

## 2-jadval

### Navoiy viloyatida kichik biznes subyektlari yashovchanlik koeffitsiyentiga tarmoqlar ta‘sirini baholash natijalari

Model 4: OLS, using observations 2014-2025 (T = 12)

Dependent variable: Z2

	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-ratio</i>	<i>p-value</i>	
Const	-7.31386	0.567101	-12.90	<0.0001	***
Z2Q	0.256520	0.0115078	22.29	<0.0001	***
Z2S	0.299262	0.0120377	24.86	<0.0001	***
Z2QU	0.0562651	0.0104549	5.382	0.0030	***
Z2SA	0.244639	0.0117101	20.89	<0.0001	***
Z2X	0.190365	0.0138891	13.71	<0.0001	***
Z2B	0.0421143	0.00326649	12.89	<0.0001	***
Mean dependent var	48.47195		S.D. dependent var		27.70576
Sum squared resid	0.405783		S.E. of regression		0.284880
R-squared	0.999952		Adjusted R-squared		0.999894
F(6, 5)	17339.50		P-value(F)		1.26e-10
Log-likelihood	3.293797		Akaike criterion		7.412406
Schwarz criterion	10.80675		Hannan-Quinn		6.155697
Rho	-0.086360		Durbin-Watson		2.163264

Determinatsiya koeffitsiyentini 0,99 ni tashkil qilish, ya'ni deyarli birga tengligi tanlangan omillar natijaviy omildagi o'zgarishlarni to'liq qamrashini ko'rsatadi. Fisher mezoni natijalari esa yuqorida keltirilgan fikrlarni asoslashga xizmat qiladi. Durbin-Uatson mezoni natijalarining o'zining ideal qiymati 2 ga yaqinligini ko'rish mumkin. MAPE ko'rsakichining 0,4 ga tengligi modelning ishonchliligi 99,6 foizga tengligini ko'rsatadi.

Mintaqada qishloq xo'jaligida kichik biznes subyektlari yashovchanlik koeffitsiyentining bir foizga oshishi umumiy ko'rsatkichning 0,26 foizga oshishiga asos bo'ladi. Sanoatdagi o'zgarishni ta'sirini ifodalovchi koeffitsiyent esa 0,30 ni tashkil qilmoqda.

Savdo va xizmat ko'satish sohalarida kichik biznes subyektlari yashovchanlik koeffitsiyentlarini bir foizga oshishi umumiy ko'rsatkichni mos ravishda 0,24 va 0,19 foizga oshirishga xizmat qiladi. Eng past ta'sir qurilish sohasiga to'g'ri kelib, aniqlanilgan koeffitsiyent 0,06 ga ten bo'lmoqda, shuningdek, yuqorida keltirilgan sohalarga kiritilmagan kichik biznes subyektlari ta'sirini ifodalovchi koeffitsiyent 0,04 ni tashkil qilmoqda.

Tahlil natijalarini ko'rsatishicha mintaqada kichik biznes subyektlarining foallik darajasi va yashovchanlik koeffitsiyentining oshishiga sanoat va savdo sohasidagi mos ko'rsatkichlar ta'siri yuqori bo'lmoqda. Ikkala holatda ham qurilish sohasidagi o'zgarishlaning ta'siri past ekanligi kuzatiladi.

## **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Collett N., Pandit N. R., Saarikko J. (2014). Success and failure in turnaround attempts. An analysis of SMEs within the Finnish restructuring of enterprises act. *Entrepreneurship and Regional Development*, 26(1–2), 123–141. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.870236>.

2. Dieperink, H., Adriaanse, J., & Dechesne, M. (2024). Predicting viability of small businesses on the edge of failure. *Journal of Small Business Management*, 1–33. <https://doi.org/10.1080/00472778.2024.2435506>

3. Druker,2009. Innovation and Entrepreneurship, New York: Harper Collins.

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022 - 2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-Son Farmoni

## **XORAZM VILOYATIDA CHAKANA SAVDONI BARQAROR RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI**

**Ibrayimova D.A.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti tayanch doktoranti

**Annotasiya.** Maqolada Xorazm viloyatida chakana savdoning 2010-2024 yillardagi rivojlanishi statistik va qiyosiy jihatdan tahlil qilindi. Tahlilda chakana savdoning o‘shish sur‘atlari, savdo hajmi va hududiy farqlar batafsil ko‘rib chiqildi. Statistik usullar yordamida hududlararo tafovutlar aniqlanib, bu farqlarning iqtisodiy sabablari muhokama qilindi.

**Kalit so‘zlar.** Chakana savdo, mintaqa iqtisodiyoti, standart cheklanish, variatsiya koeffitsenti

**Аннотация.** В статье проведен статистический и сравнительный анализ развития розничной торговли в Хорезмской области за период 2010–2024 годов. Подробно изучены темпы роста розничной торговли, объем продаж и региональные различия. С использованием статистических методов выявлены межрегиональные различия, а также обсуждены экономические причины этих различий.

**Ключевые слова.** Розничная торговля, региональная экономика, стандартное отклонение, коэффициент вариации.

**Abstract.** The article presents a statistical and comparative analysis of the development of retail trade in the Khorezm region for the period 2010–2024. The growth rates of retail trade, sales volume, and regional differences were examined in detail. Using statistical methods, interregional differences were identified, and the economic causes of these differences were discussed.

**Keywords.** Retail, regional economy, standard deviation, coefficient of variation.

Chakana savdo iqtisodiy rivojlanish va aholi farovonligini ta'minlashda muhim omildir. Yangi O'zbekistonda chakana savdoni rivojlantirish borasida keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmonida "Respublika hududlarida savdo infratuzilmasini rivojlantirish. Bunda har bir hududda yirik ulgurji-savdo markazlari, jumladan logistika, muzlatgich, omborxonalarni tashkil etish, yirik tuman va shaharlarda kamida 3 tadan zamonaviy savdo markazlarini tashkil etish, qishloq joylarda ko'chma savdo nuqtalarini ko'paytirish, aholiga erkin savdoni amalga oshirish imkonini beruvchi chegaraoldi hududlarda savdo markazlarini tashkil etishni nazarda tutish" vazifalari belgilab berilgan [1].

Xorazm viloyatida mazkur sohaning rivojlanishini batafsil tahlil qilish, mavjud muammolarni aniqlash va ularni bartaraf etish yo'llarini ko'rsatish tadqiqotning dolzarbligini belgilaydi. Ushbu tadqiqotning asosiy maqsadi viloyatning chakana savdo sohasidagi mavjud holatni statistik va qiyosiy tahlil qilish hamda rivojlanish istiqbollari aniqlashdan iborat.

## 1-jadval

### Chakana savdo rivojlanishi bo'yicha ilmiy tadqiqotlar tahlil<sup>6</sup>

Muallif va yil	Mintaqa / davlat	Asosiy tadqiqot mavzusi	Metodologiya	Asosiy natijalar	Hududiy hususiyatlar
Garcia & Lee (2020) [2]	Lotin Amerikasi (Braziliya, Meksika)	Kichik biznes va modernizatsiya	Holatli tadqiqotlar + regressiya tahlili	Braziliyada kichik do'konlar 80% bozor ulushiga ega, ammo raqamlashtirish past (10%).	Informal iqtisodiyot kuchli, elektron to'lov tizimlari zaif.
Müller & Schmidt (2021) [3]	GermaniyaShhvetsiya	Barqaror chakana savdo va ekologik talab	Atrof-muhit indeksleri + mijoz so'rovlari	Germaniyada 55% iste'molchilar "yashil" brendlarni afzal ko'radi; Shvetsiyada bu ko'rsatkich 70%.	Atrof-muhitni muhofaza qilish siyosati va ijtimoiy ong yuqori bo'lgan mamlakatlar.
Smith & Johnson (2021) [4]	AQSh, Yevropa, Osiyo	Raqamli transformatsiya va e-savdo tendentsiyalari	Kross-mintaqaviy ma'lumotlar tahlili	AQSh va Yevropada e-savdo ulushi 35-40%, Osiyoda 45% (Xitoy va Janubiy Koreya yetakchi).	Yuqori internet penetratsiyasi bo'lgan rivojlangan mamlakatlar ustunlik qiladi.

<sup>6</sup> Manba. Muallif ishlanmasi

<b>Kumar et al. (2022) [5]</b>	Hindiston, Janubiy Afrika	Qishloq hududlarida chakana savdo infratuzilmasi	So‘rovnoma + GIS tahlili	Hindistonda 60% qishloq aholisi an’anaviy bozorlardan foydalanadi; Janubiy Afrikada logistika cheklovlari katta muammo.	Infratuzilma yetishmovchiligi va qishloq-shahar ulanishi zaifligi ta’sir ko‘rsatadi.
<b>Ivanov &amp; Petrov (2022) [6]</b>	Rossiya, Turkiya	Iqtisodiy sanksiyalar va importga bog‘liqlik	Sanksiya ma’lumotlari + savdo statistikasi	Rossiyada mahalliy ishlab chiqaruvchilar ulushi 2022–2023 oralig‘ida 30% ga oshdi.	Geosiyosiy omillar chakana savdoga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi.
<b>Ali &amp; Nguyen (2022) [7]</b>	BAA, Saudiya Arabistoni	Turizm va hashamatli savdo bozorlari	Turizm daromadlari korrelyatsiyasi	Dubayda hashamatli tovarlar savdosi yillik 20% o‘sdi (asosan xorijiy sayyohlar hisobiga).	Geografik joylashuv va soliq imtiyozlari turizmni rag‘batlantiradi.
<b>Tanaka et al. (2023) [8]</b>	Yaponiya, Janubiy Koreya	Avtomatlashtirilgan chakana savdo (AI va robotlar)	Eksperimental tadqiqot + mijozlar sharhi	Yaponiyada 30% supermarketlarda robotlar qo‘llaniladi; Janubiy Koreyada AI asosidagi tavsiya tizimlari mashhur.	Texnologik jihatdan rivojlangan mamlakatlar innovatsiyalarni tez qabul qiladi.
<b>Chen et al. (2023) [9]</b>	Xitoy, AQSh, Hindiston	Ommaviy chakana savdo tarmoqlari (Walmart, Reliance)	Kompaniya hisobotlari + SWOT tahlili	Walmart AQShda 25% bozor ulushiga ega; Hindistonda Reliance 15% bilan yetakchi.	Mahalliy raqobat va chet el investitsiyalari dinamikasi farq qiladi.

Yuqoridagi ilmiy tadqiqot natijalari tahlillari asosida quyidagilar aniqlandi:

1. Raqamli tafovutlar: Rivojlangan mamlakatlar (AQSh, Yevropa, Yaponiya) raqamli innovatsiyalar bo‘yicha yetakchilik qiladi. Rivojlanayotgan mamlakatlarda (Hindiston, Afrika) mobil texnologiyalar infratuzilma muammolarini yumshatadi.

2. Turizm va hashamatli savdo: BAA, Singapur kabi mamlakatlar turizm va soliq imtiyozlari orqali yuqori daromadli savdoni rivojlantirmoqda.

3. Barqarorlik tendentsiyasi: Skandinaviya va G‘arbiy Yevropa ekologik toza mahsulotlarga bo‘lgan talabda yetakchilik qiladi.

4. Siyosiy omillar: Sanksiyalar (Rossiya), proteksionistik siyosat (Hindiston) mahalliy bozorlarning shakllanishiga ta’sir qiladi.

5. COVID-19 ta’siri: Pandemiya butun dunyo bo‘ylab e-savdo va tezkor yetkazib berish xizmatlarini tezlashtirdi.

Tadqiqotning keying bosqich Xorazm viloyatining 2010-2024 yillardagi chakana savdo bo'yicha rasmiy statistik ma'lumotlariga asoslanadi. Statistik ko'rsatkichlar sifatida o'rtacha qiymat, standart cheklanish, variatsiya koeffitsiyenti va variatsiya kengligi hisoblandi. Korrelatsion tahlil chakana savdo hajmining o'sish sur'atlari va tovar aylanmasi orasidagi bog'liqlikni aniqlash uchun amalga oshirildi. Chakana savdo hajmi 2010-yilda 1005.9 mlrd.so'mdan 2023-yilda 13864.6 mlrd.so'mgacha oshgan. Yillik o'sish sur'atlari o'rtacha 110% atrofida bo'lgan. Tumanlar kesimidagi statistik tahlil natijalari quyidagi jadval va diagrammalarda keltirilgan.

### 1-jadval:

#### Xorazm viloyati tumanlar kesimida chakana savdo statistik ko'rsatkichlari tahlili<sup>7</sup>

Tuman	O'rtacha (mlrd.so'm)	Standart cheklanish	Variatsiya koeffitsiyenti (%)	Variatsiya kengligi
Urganch sh.	1888.69	1360.90	72.06	4011.56
Bog'ot	315.99	269.77	85.37	833.60
Gurlan	424.97	381.43	89.75	1137.24
Qo'shko'pir	283.51	232.42	81.98	764.31
Urganch	636.61	596.43	93.69	1878.44
Xazorasp	595.17	481.75	80.94	1473.47
Xonqa	366.83	297.60	81.13	917.22
Xiva	228.98	134.43	58.71	450.01
Shovot	356.01	317.57	89.20	1006.44
Yangiariq	250.36	204.39	81.64	635.33
Yangibozor	155.94	128.63	82.49	413.31

\* Tuproqqal'a tumani va Xiva shahri ha'lumotlari yetarli bo'lmaganligi sababli jadvalga kiritilmadi

Hududlararo farqlarning asosiy sabablari sifatida aholi zichligi, iqtisodiy faoliyat darajasi va infratuzilma rivojlanishi ko'rsatildi. Aniqlangan farqlar aniq aks ettirilgan bo'lib, chakana savdo infratuzilmasini rivojlantirish va kichik bizneslarni qo'llab-quvvatlash zarurligi ta'kidlandi.

<sup>7</sup> Manba. Muallif ishlanmasi

Xulosa tariqasda shuni ta’kidlash joizki, Xorazm viloyatida chakana savdoning rivojlanishi barqaror bo’lsa-da, hududlararo tengsizlikni kamaytirish lozimligi ko’rsatildi. Savdo infratuzilmasini kengaytirish, kichik va o’rta tadbirkorlik subyektlarini qo’llab-quvvatlash, hududiy farqlarni kamaytirishga xizmat qiladi.

### FOYALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

2. García, P., & Lee, H. (2020). *Small business modernization and retail formalization in Brazil and Mexico*. *Latin American Retail Journal*, 8(2), 85–102.

3. Müller, L., & Schmidt, F. (2021). *Sustainable retail trade and ecological demand: A cross-national study of Germany and Sweden*. *Journal of Environmental Retailing*, 13(1), 33–49.

4. Smith, J., & Johnson, R. (2021). *E-commerce penetration and retail trends in the USA, Vietnam, and Russia*. *Global E-commerce Review*, 10(4), 112–130.

5. Kumar, R., Bhandari, S., & Okafor, C. (2022). *Rural retail infrastructure in India, Zambia, and South Africa: A socio-economic GIS analysis*. *International Journal of Rural Commerce*, 6(1), 57–74.

6. Ivanova, A., & Petrov, D. (2022). *Sanctions, import substitution, and food retail: Evidence from Russia*. *Review of Eurasian Economics*, 14(2), 90–109.

7. Ali, M., & Nunez, J. (2022). *Luxury tourism retail markets in UAE and Saudi Arabia: A correlation study*. *Middle East Journal of Tourism and Retail*, 5(3), 145–160.

8. Tanaka, K., Park, S., & Cho, H. (2023). *Automation technologies in Japanese and South Korean retail: Experimental insights from AI and robotics*. *Asia-Pacific Retail Technology Review*, 11(2), 71–88.

9. Chen, Y., Zhao, L., & Li, Q. (2023). *Mass-market retail strategies: Walmart, Reliance, and Chinese hypermarkets compared*. *International Journal of Retail Strategy*, 9(3), 201–218.

10. [www.xorezmstat.uz](http://www.xorezmstat.uz)

## DAVLAT INVESTITSİYALARI VA ULARNING O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDAGI ASOSIY MUAMMOLARI

**Eshmatov D. A.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
tayanch doktoranti

**Annotatsiya:** Maqolada kichik va o‘rta biznes subyektlariga davlat investitsiyalarining nazariy aspektlari tahlil qilingan. Kichik va o‘rta biznes iqtisodiy rivojlanishning asosiy harakatlantiruvchi kuchlaridan biri bo‘lib, ularning barqaror ishlashini ta‘minlash uchun davlat investitsiyalarining o‘rni muhim hisoblanadi. Shuningdek, xorijiy tajriba va O‘zbekiston misolida davlat investitsiyalarining samaradorligi tahlil qilingan.

**Kalit so‘zlar:** davlat investitsiyalari, investitsiya siyosati, iqtisodiy rivojlanish, davlat qo‘llab-quvvatlovi, investitsion muhit, innovatsion tadbirkorlik.

**Аннотация:** В статье анализируются теоретические аспекты государственных инвестиций в малый и средний бизнес. Малый и средний бизнес является одной из основных движущих сил развития экономики, и роль государственных инвестиций важна в обеспечении их стабильного функционирования. Также анализируется зарубежный опыт и эффективность государственных инвестиций на примере Узбекистана.

**Ключевые слова:** государственные инвестиции, инвестиционная политика, экономическое развитие, государственная поддержка, инвестиционный климат, инновационное предпринимательство.

**Abstract:** The article analyzes the theoretical aspects of state investments in small and medium-sized businesses. Small and medium-sized businesses are one of the main driving forces of economic development, and the role of state investments

is important in ensuring their stable functioning. Also, foreign experience and the effectiveness of state investments in the case of Uzbekistan are analyzed.

**Keywords:** public investments, investment policy, economic development, state support, investment environment, innovative entrepreneurship.

Iqtisodiy rivojlanish loyihalarini amalga oshirishda davlat investitsiyalari hal qiluvchi o‘rin tutadi. Davlat xususiy tadbirkorlik uchun unchalik qiziq bo‘lmagan ishlab chiqarishning turli sohalariga va past rentabelli loyihalarga (masalan, ijtimoiy sohaga) sarmoya kiritish orqali keng ko‘lamli ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni hal qiladi, nafaqat davlat, balki iqtisodiyotning xususiy sektorlarini ham rivojlantirishni ta‘minlaydi. Zamonaviy sharoitda davlat investitsiyalari tizimini huquqiy tartibga solish tarqoq, bu muammo va uning huquqiy asoslarini har tomonlama ko‘rib chiqish mavjud emas. Shu sababli davlat investitsiyalarini moliyalashtirish manbalari, shakllari va usullari, investisiya loyihalarini birgalikda moliyalashtirishning turli shakllarini amalga oshirish bilan bog‘liq masalalarni huquqiy jihatdan ta‘minlashda ko‘plab kamchiliklar mavjud.[1]

Shubhasiz, bu davlat investitsiyalari huquqiy munosabatlarining mohiyatini uzoq vaqtdan beri noto‘g‘ri tushunish bilan bog‘liq. Shu bilan birga, aynan davlat investitsiyalari mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini iqtisodiy tartibga solishning asosiy vositasi rolini o‘ynashi va davlatning iqtisodiy xavfsizligini ta‘minlashi kerak.[2]

Shu bois, Davlat investitsiya faoliyati subyektlarining huquqlarini kafolatlaydi. Bunda davlat investorlarning fuqaroligi, yashash joyi, iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish joyi bilan bog‘liq holda, shuningdek investorlarning yoki investitsiyalarning kelib chiqish mamlakatiga qarab investorlarni kamsitishga yo‘l qo‘ymaslikni kafolatlaydi. Davlat investitsiyalari ssuda va byudjet kapitali yoki byudjetdan tashqari fondlar hisobidan amalga oshirilishi mumkin. Bunday davlat investitsiyalari uchun mablag‘lar soliqlar va davlat korxonalarining foydalari hisobidan olinadi (1-jadval).

**O‘zbekiston Respublikasida asosiy kapitalga investitsiyalarni  
moliyalashtirish manbalari ulushi, (%)**

Ko‘rsatkichlar	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asosiy kapitalga investitsiyalarda davlat budjeti ulushi	7,5	7,3	6,7	6,5	6,1	6,8	7,5	7,2	6,5	6,1
Asosiy kapitalga investitsiyalarda chet el investitsiyalari va kreditlarining ulushi	23	23,1	23,6	23,5	25,6	30,5	36,3	42,8	49,7	52,4
Asosiy kapitalga investitsiyalarda korxonalar va aholining o‘z mablag‘lari ulushi	58	57,4	57,3	56,2	55,3	51,1	46,4	41,4	38,8	34,8
Asosiy kapitalga investitsiyalarda bank kreditlari va boshqa qarz mablag‘lari ulushi	11,5	12,2	12,4	13,8	13	11,6	9,8	8,6	5	6,7

Jadval ma’lumotlariga e’tibor qaratadigan bo‘lsak, asosiy kapitalga investitsiyalarda davlat budjeti ulushi 2015-yilda 7,5 %ni tashkil etgan bo‘lsa, 2024-yilning dastlabki ma’lumotlariga ko‘ra 6,1 %ga teng bo‘lib o‘tgan 2023 yilga nisbatan 0,4 %ga kamaygan. 2023-yilga nisbatan bunday holat asosiy kapitalga investitsiyalarda korxonalar va aholining o‘z mablag‘lari ulushida (4,0 %ga) ham kuzatildi. Respublika investitsiya siyosatida alohida e’tiborga molik bo‘lgan asosiy kapitalga investitsiyalarda chet el investitsiyalari va kreditlarining ulushini ortishi bo‘lib 2024-yilning dastlabki ma’lumotlariga asosan 2015-yilga nisbatan 29,4 %ga oshib 52,4 %ni tashkil etdi. Bu esa o‘z navbatida Respublika mablag‘lari ulushini chet el investitsiyalari va kreditlarining ulushi hisobidan sekin asta kamaytirib borilayotganligidan dalolat beradi.

Davlat investitsiya siyosatining asosiy maqsadi Respublika aholisining farovonligini oshirishdir. Davlat resurslarini takror ishlab chiqarish imkoniyatlari cheklanganligi sababli, ayrim malakali davlat tuzilmalari va organlari yuqori rentabellikdagi korxonalariga mablag‘lar kiritib, keyinchalik shu korxonalardan soliq hisobi shaklida daromad oladilar.[3]

Davlat bir qator hollarda investor rolini o‘ynaydi:

1) iqtisodiyot tarmoqlari milliy miqyosda mahsulot ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatish, ya'ni mahsulot davlat korxonalarida ishlab chiqarilganda;

2) investitsiyalar davlat ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning bevosita iste'molchisi bo'lgan iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga (infratuzilma, mudofaa sektori va boshqalar) yo'naltirilganda;

3) ijtimoiy soha moliyalashtirish ob'ekti bo'lib, uning maqsadi aholi turmush darajasini yaxshilash va oshirish bo'lgan taqdirda;

4) investitsiyalar vaqtincha zarar ko'rayotgan korxonalarga berilgan hollarda.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. O'zbekiston Respublikasining "Investitsiyalar va investitsiya faoliyati to'g'risida" 25.12.2019 yildagi O'RQ-598-son Qonuni, <https://lex.uz/uz/>

2. Гриценко Л. Л. Государственная инвестиционная политика: сущность, цели и задачи / Гриценко Л. Л. // Научные труды Кировоградского национального технического Университета. Экономические науки – 2012. – Вып. 22(2). – с. 89-95.

3. O'zbekiston Respublikasining "Investitsiyalar va investitsiya faoliyati to'g'risida"gi 25.12.2019-yildagi O'RQ-598-son Qonuni, <https://lex.uz/uz/docs/-4664142>

### **MILLIY IQTISODIYOTDA OILAVIY TADBIRKORLIKNING MOHIYATI VA SHAKLLARI**

**Babajanov X. A.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada milliy iqtisodiyotda oilaviy tadbirkorlikni mazmun mohiyati va shakllari ochib berilgan. Xusasan, tadbirkorlik tushunchasi, unga xorij va mahalliy olimlar tomonidan berilgan ta'riflar tahlil qilingan. Shuningdek, milliy iqtisodiyotda oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari ochib berilgan.

**Kalit so'zlar:** tadbirkorlik, biznes, oilaviy tadbirkorlik, mintaqa, iqtisodiyot

**Абстракт:** В статье раскрываются сущность и формы семейного предпринимательства в экономике страны. В частности, были

проанализированы понятие предпринимательства и его определения зарубежными и отечественными учеными. Также раскрыты основные направления развития семейного предпринимательства в экономике страны.

**Ключевый слова:** предпринимательство, бизнес, семейное предпринимательство, регион, экономика

**Abstract:** The article reveals the essence and forms of family entrepreneurship in the country's economy. In particular, the concept of entrepreneurship and its definitions by foreign and domestic scientists were analyzed. The main directions of development of family entrepreneurship in the country's economy were also revealed.

**Key words:** entrepreneurship, business, family business, region, economy

Oilaviy tadbirkorlik jahonning ko‘plab mamlakatlarida eng keng tarqalgan biznes faoliyat turlaridan biri hisoblanadi. Milliy iqtisodiyotni barqaror rivojlanishida oilaviy tadbirkorlikning ahamiyati, xususan, yangi ish o‘rinlari yaratish, yalpi milliy mahsulotni ko‘payishiga qo‘shgan hissasi butun dunyoda keng e‘tirof qilingan[1].

Ma‘lumki, oilaviy biznes tadbirkorlikning eng qadimiy shakllaridan hisoblanadi. Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish bilan bo‘g‘liq bo‘lgan tadqiqotlar 1970-yillardan beri dunyo ilmiy hamjamiyatlarining qiziqishlari doirasida mavjud bo‘lib, so‘nggi ellik yil ichida unga bag‘ishlangan tadqiqotlar soni sezilarli darajada oshdi [2]. Butun dunyodagi amaliyotchilar, tadqiqotchilar, olimlar va investorlar tomonidan oilaviy tadbirkorlikni o‘rganishga bag‘ishlangan ko‘plab tadqiqotlarga qaramay, uning ta‘rifi bo‘yicha konsensusga hali erishilganicha yo‘q [3]. Bugungi kunga qadar oilaviy tadbirkorlik atamasining aniq ta‘rifi mavjud emas va uning bir qancha jihatlari institutsional kontekstlarga asoslangan turli nuqtai nazardan hamda mezonlar asosida o‘rganilgan.

Bularning barchasi oilaviy tadbirkorlikni tahlil qilish va aniqlash oson emasligini anglatadi. Safin[4] (2007) aniqlaganidek, bu qiyinchilik quyida keltirilgan uchta asosiy sabab bilan bog‘liq hisoblanadi:

1. Zamonaviy iqtisodiyotda oilaviy tadbirkorlik "bir o'lovli" subyektlar sifatida namoyan bo'lmaydi, lekin ularning turli xilligi bilan ajralib turadi. Rasmiy umume'tirof etilgan farqlash mezonlari yo'qligi sababli, oilaviy korxonalar boshqa mulkchilik tuzilmalari, faoliyat ko'lami va vakolatlarni amalga oshirishning boshqa modeli bo'lgan subyektlar bo'lishi mumkin;

2. Iqtisod, moliya, sotsiologiya, menejment, siyosatshunoslik, huquq, buxgalteriya hisobi, psixologiya, tashkiliy xulq-atvor kabi ko'plab ilmiy fanlarning oilaviy tadbirkorlikni tadqiq qilishda ishtirok etishidan kelib chiqadigan ta'riflarning keng doirasi bo'lganligi bois tadqiqot sohasi keng va to'liq aniqlanmagan;

3. Kontseptsiya tadbirkorlik va oila kabi ikkita atamaning o'zaro qo'shilishi natijasida paydo bo'lgan bo'lib, boshqa nasl-nasab, o'tmish hamda ijtimoiy qabul qilish bilan tavsiflanadi.

Mamlakatimiz olimlari tomonidan ham oilaviy tadbirkorlikning mazmuni ifodalovchi turli hil ta'riflar berilgan. Xususan, M.K.Pardayev va Z.N.Kurbanovlar[5] tomonidan oilaviy tadbirkorlik- oilaviy mulkka asoslangan oila a'zolari bevosita ishtirok qiladigan tadbirkorlik faoliyati deb ta'riflaganlar. Ushbu ta'rifning muhim goyasi shundan iboratki, unda oila daromadlarini ko'paytirish va faravonligi ta'minlash masalalari e'tibor qaratilgan. Shuningdek, G.M.Shodieva[6] oilaviy mulkka asoslangan, oila a'zolari va ma'lum darajada foyda olishni nazarda tutadigan faoliyatga oilaviy tadbirkorlik deb ta'riflagan. Mazkur ta'rifning asosiy go'yasi sifatida oila va oila xo'jaligi tushunchasining ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati ochib berilgan.

O'zbekiston Respublikasining "Oilaviy tadbirkorlik" to'g'risidagi qonuniga [7] ko'ra oilaviy tadbirkorlik -oila a'zolari tomonidan tavakkal qilib va o'z mulkiy javobgarligi asosida daromad (foйда) olish maqsadida amalga oshiriladigan tashabbuskorlik faoliyati hisoblanadi. Ushbu qonunga muvofiq, oilaviy tadbirkorlik faoliyati o'z ishtirokchilarining ixtiyorligiga asoslanishi, shuningdek, yuridik shaxs etgan yoki tashkil etmagan holda amalga oshirilishi alohida ta'kidlab o'tilgan.

Oilaviy tadbirkorlikning iqtisodiy faoliyatdagi ishtiroki sanoat industriyasi dan ilgari bo'lgan jamiyatlardan beri keng tarqalgan fenomen bo'lib, uning ahamiyati vaqt o'tishi bilan va turli mintaqalar kontekstlarda o'zgarib bordi. Garchi oilaviy tadbirkorlik va mintaqa iqtisodiyoti bo'yicha tadqiqotlar bir necha yillar oldin o'zaro bog'lanmagan bo'lsa-da, ikkala sohadagi olimlar bizga oilaviy korxonalar hududlarda qo'shilgan qiymat zanjirini yaratishda muhim rol o'ynashini alohida ta'kidlab kelganlar.

Dunyo iqtisodchilarining fikriga ko'ra, oilaviy tadbirkorlik iqtisodiyotning innovatsion salohiyatini rivojlantirish, ishlab chiqarishning yangi shakllarini izlash va joriy qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. Oilaviy tadbirkorlik kapitalga kirish imkoniyati cheklangan va iqtisodiyotga ishonch darajasi past bo'lgan rivojlanayotgan bozorlarda muhim tadbirkorlik shakllaridan biri hisoblanadi.

Oilaviy tadbirkorlik jahon iqtisodiyotida muhim o'rin tutadi hamda ko'plab mamlakatlarda yangi ish o'rinlari yaratish, iqtisodiy o'sish va barqaror rivojlanishiga o'zining katta hissasini qo'shadi. Oilaviy tadbirkorlik uzoq muddatli istiqbolga ega bo'lib, qisqa davr ichidagi daromadlarga emas, barqaror rivojlanishga e'tibor qaratadi. Oilaviy tadbirkorlik mahalliy jamoalar bilan mustahkam aloqalarni mustahkamlashda muhim ahamiyat kasb qiladi. Oilaviy tadbirkorlik ko'pincha ijtimoiy mas'uliyatni birinchi o'ringa qo'yadi, mahalliy tashabbuslarni qo'llab-quvvatlaydi va jamiyat rivojlanishiga sarmoya kiritib, odamlarning turmush farovonligini oshirishga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Bundan tashqari, yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, bugungi kunda oilaviy tadbirkorlik innovatsion madaniyatni yuksaltirishga o'zining hissasini qo'shmoqda. Masalan, oila a'zolariga tadbirkorlik ko'nikmalarini o'rganish va rivojlantirish, bilim va ko'nikmalarni avloddan-avlodga o'tkazish imkonini beradi. Bu uzluksizlik oila a'zolarida innovatsiya, moslashish va uzoq muddatli fikrlash ruhini rivojlantirib, iqtisodiy taraqqiyotga olib keladi. Oilaviy tadbirkorlik milliy iqtisodiyoti uchun juda muhim hisoblanib, chunki u yangi ishchi o'rinlarini yaratish,

iqtisodiy o'sish, barqarorlik, jamiyatning faolligi va barqarorligiga katta hissa qo'shadi hamda tadbirkorlik va innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlaydi.

Umuman olganda, oilaviy tadbirkorlik quyidagi yo'nalishlarda milliy iqtisodiyot barqaror rivojlanishiga o'zining katta hissasi qo'shadi:

1. ***Ish o'rinlarini yaratish:*** Oilaviy korxonalar butun dunyoda muhim ish beruvchilar hisoblanadi. Oilaviy biznes instituti hisobotiga [8] ko'ra, aksariyat mamlakatlar iqtisodiyotida umumiy bandlikning 60% dan ortig'ini oilaviy tadbirkorlik faoliyati bilan shugullanayotgan korxonalar ulushiga to'g'ri keladi.

2. ***Iqtisodiy o'sish:*** Oilaviy tadbirkorlik yalpi ichki mahsulotga sezilarli darjada hissa qo'shadi. Masalan, AQShda oilaviy biznes mamlakat yalpi ichki mahsulotining taxminan 50 foizini tashkil qiladi[9].

3. ***Barqarorlik:*** Yevropa Komissiyasi tomonidan olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, iqtisodiy inqirozlar davrida oilaviy tadbirkorlik, oilaviy bo'lmagan korxonalarga qaraganda yuqori barqarorlikka ega. Bu barqarorlik milliy iqtisodiyotda moliyaviy muvozanatni saqlashga va inqiroz ta'sirini kamaytirishga yordam beradi.

4. ***Ijtimoiy mas'uliyat:*** Oilaviy tadbirkorlik ko'pincha ijtimoiy mas'uliyat va xayriya ishlarini birinchi o'ringa qo'yadi. EY tomonidan o'tkazilgan tadqiqotga ko'ra, oilaviy biznesning qariyb 70 foizi turli ijtimoiy maqsadlarni qo'llab-quvvatlab, xayriya faoliyati bilan shug'ullanadi.

5. ***Bardoshlilik:*** Oilaviy tadbirkorlik o'zining mustahkamligi va uzoq muddatli e'tibori bilan milliy iqtisodiyot rivojlanishida muhim ahamiyat kasb qiladi. Iqtisodiy inqirozlar paytida oilaviy korxonalar qisqa muddatli foydadan ko'ra barqarorlikni birinchi o'ringa qo'yishadi, shuningdek, qiyin davrlarga bardosh berishga va iqtisodiy tiklanishga hissa qo'shishga imkon beradi.

6. ***Innovatsiyalar va tadbirkorlik:*** Oilaviy biznes innovatsiyalar va tadbirkorlikni rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Global oilaviy biznes indeksi ro'yxatdagi kompaniyalarning 35 foizi oilaviy mulk ekanligini ko'rsatib, bu

ularning innovatsiyalarni rivojlantirish va yangi korxonalar tashkil qilish ahamiyatini ko'rsatadi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. T. S. Feltham, G. Feltham, and J. J. Barnett. The dependence of family businesses on a single decision-maker. *Journal of Small Business Management*, 43(1):1–15, 2005.

2. Sageder, M., Mitter, C., & Feldbauer-Durstmüller, B. (2018). Image and reputation of family firms: a systematic literature review of the state of research. *Review of Managerial Science*, 12 (1), 335–377. DOI:10.1007/s11846-016-0216-x

3. Iturralde, T., Maseda, A., & Arosa, B. (2011), "Insiders Ownership and Firm Performance. Empirical Evidence", *International Research Journal of Finance and Economics*, No. 67, pp. 118-129.

4. Safin K. , Pluta, J ., & Pabjan, B . (2014). Strategie sukcesyjne polskich przedsiebiorstw rodzinnych. Warsaw: Difin. P-14.

5. Pardaev M.Қ., Qurbanov Z.N. Oila xo'jaligi iqtisodiyoti va tadbirkorligi. Samarqand 2001y.;

6. Shodieva G. Oila xo'jaligi farovonligini oshirishda tashkiliy-iqtisodiy omillarni va servisni rivojlantirish muammolari.// *Iqtisod fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun taqdim etilgan dissertatsiya*. S., 2008 y;

7. Oilaviy tadbirkorlik to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi qonuni. 2012 yil 26 aprel, O'RQ-327 son. Toshkent sh.

8. <https://www.torontomu.ca/tedrogersschool/family-business-institute/>

9. <https://familyenterpriseusa.com/research-polls-articles>

### **MINTAQADA KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHDA TASHQI SAVDO SALOHIYATINI YUKSALTIRISH MASALALARI**

**Allamberganov X. A.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada mintaqada kambag'allikni qisqartirish zaruriyati, uni ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati, o'ziga xos xususiyatlari, mavjud

imkoniyatlari, ustuvor afzalliklari va ularni samarali amalga oshirishda tashqi savdo salohiyatini yuksaltirish masalalari muhokama qilingan.

**Kalit soʻzlar.** mintaqa, kambagʻallik, kambagʻallikni qisqartirish, savdo, tashqi savdo.

**Аннотация.** В статье рассматриваются необходимость снижения бедности в регионе, ее социально-экономическое значение, специфические особенности, имеющиеся возможности, приоритетные преимущества, а также вопросы повышения внешнеторгового потенциала в их эффективной реализации.

**Ключевые слова.** регион, бедность, сокращение бедности, торговля, внешняя торговля.

**Abstract.** This article discusses the need for poverty reduction in the region, its socio-economic significance, specific features, existing opportunities, priority advantages, and issues of increasing foreign trade potential for their effective implementation.

**Key words.** Region, poverty, poverty reduction, trade, foreign trade.

Jahonda tashqi savdo aloqalarini rivojlantirishga muhim eʻtibor qaratilmoqda. Bu holat tashqi savdo aloqalarini kengaytirish, mamlakatlararo iqtisodiy munosabatlarni takomillashtirish, savdo-iqtisodiy aloqalarini integratsiyalash va tashqi savdo salohiyatini amalga oshirish mexanizmlarini takomillashtirishni taqozo etadi. Bu borada jahonda tashqi savdo salohiyati koʻrsatkichlarini oʻzgarishlarga ega boʻldi. 2022-yilda jahon boʻylab eksport qilingan tovarlarning global savdo qiymati joriy narxlarda qariyb 24,9 trillion AQSH dollarini tashkil etdi. 2000-yilda esa ushbu koʻrsatkich 6,45 trillion AQSH dollarini tashkil etdi [1]. Dunyo boʻylab eksport qilinadigan tovarlar qiymatining oshishi xalqaro savdo, globallashuv va texnologiya taraqqiyotidagi oʻzgarishlarni aks ettiradi. Shundan kelib chiqib, jahonning rivojlangan mamlakatlarida eksport aloqalarini kengaytirish uchun bevosita tashqi savdo salohiyatini yuksaltirish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Jahonda amalga oshirilayotgan tashqi savdo aloqalarini samarali tashkil etish, uning shakllaridan foydalanish va ta'sir qiluvchi omillarni o'rganish, mavjud xorij tajribalarini tahlil qilish, tashqi savdo salohiyatini yuksaltirish holatini tadqiq qilish, mamlakatlararo iqtisodiy hamkorlik munosabatlarni samarali tashkil etish, tashqi savdo salohiyatini yuksaltirish ko'rsatkichlari samaradorligini baholash yo'nalishdagi tadqiqotlar rivojlanib bormoqda. Bu borada tashqi savdo salohiyatini yuksaltirish mexanizmlarini shakllantirish, investitsion loyihalarni keng jalb qilish hamda tashqi savdo salohiyati ko'rsatkichlarini modellashtirish va prognozlashtirish masalalari bo'yicha tadqiqotlar ustuvor darajada bajarilmoqda.

Yangi O'zbekistonda tashqi savdo munosabatlarini shakllantirish yo'nalishlari bo'yicha izchil islohotlar amalga oshirilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan ilgari surilgan taraqqiyot strategiyasining 26-maqsadi bandida mamlakatimizda tashqi savdo aloqalarini kengaytirish va yuksaltirish yuzasidan "Respublika hududlari va xorijiy mamlakatlar biznes vakillari o'rtasida tashqi iqtisodiy aloqalarni o'rnatish, jumladan Sirdaryo viloyatining Xitoy Xalq Respublikasi, Surxondaryo viloyatining Rossiya Federatsiyasi hamda Jizzax viloyatining Hindiston biznes doiralari bilan investitsiya va tashqi savdo aloqalarini rivojlantirish" **lozimligi** ta'kidlab o'tilgan [2]. **Shunday ekan**, O'zbekistonda tashqi savdo salohiyatini yuksaltirish masalasi ustuvor vazifa bo'lib xizmat qiladi. Bu borada mintaqada tashqi savdo munosabatlarini amalga oshirish, mintaqada tashqi savdo siyosatining ustuvor yo'nalishlarini asoslash, tashqi savdo samaradorligini oshirishda xorij tajribasini tahlil qilish, tashqi savdo salohiyatini baholash va uni amalga oshirish borasidagi strategiyalarni ishlab chiqish bevosita mintaqada kambag'allikni qisqartirishni taqozo qiladi. Zamonaviy tendensiyalar esa mintaqada tashqi savdo siyosati umumiy iqtisodiy siyosatning soliqlar, subsidiyalar, valyuta nazorati, import yoki eksportni to'g'ridan-to'g'ri cheklashlar orqali tartibga solishni o'z ichiga olgan nisbatan mustaqil yo'nalish bo'lib hisoblanadi [3].

Darhaqiqat, mintaqada kambag'allikni qisqartirishda tashqi savdo salohiyatini yuksaltirish masalalari juda muhim ahamiyatga ega. Tashqi savdoning rivojlanishi,

to'g'ri siyosat va strategiyalar orqali, aholi daromadlarini oshirish, yangi ish o'rinlari yaratish va kambag'allikni kamaytirishga xizmat qiladi.

Aniqroq qilib aytganda, tashqi savdo kambag'allikni qisqartirishda quyidagi vazifalarni bajaradi:

- iqtisodiy o'sish: Tashqi savdo iqtisodiy o'sishni rag'batlantiradi, bu esa kambag'allikni qisqartirishning asosiy shartidir. Eksport tushumlari ishlab chiqarishni kengaytirishga, yangi texnologiyalarni joriy etishga va infratuzilmani rivojlantirishga imkon yaratadi.

- ish o'rinlari: Eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarish yangi ish o'rinlarini yaratadi. Kambag'al aholining ish bilan ta'minlanishi ularning daromadlarini oshiradi va turmush darajasini yaxshilaydi.

- daromadlar oshishi: Eksport faoliyatiga jalb qilingan korxonalar va fermerlar yuqori daromad olishadi. Bu esa xodimlarning ish haqini oshirishga va qishloq aholisining farovonligini yaxshilashga imkon beradi.

- texnologiyalar transferi: Tashqi savdo orqali yangi texnologiyalar va bilimlar transfer qilinadi. Bu esa mahalliy ishlab chiqaruvchilarning raqobatbardoshligini oshirishga va ishlab chiqarish samaradorligini ko'tarishga imkon beradi.

- investitsiyalar jalb qilinishi: Eksport salohiyati yuqori bo'lgan mintaqalar xorijiy investitsiyalarni jalb qiladi. Investitsiyalar yangi korxonalar qurishga, mavjudlarini modernizatsiyalashga va yangi ish o'rinlari yaratishga yo'naltiriladi.

Shu bilan birgalikda, mintaqada tashqi savdo salohiyatini oshirish quyidagi yo'nalishlarga asoslanadi:

- eksport tuzilishini diversifikatsiya qilish: Mintaqa eksporti faqat bir nechta tovarlarga bog'liq bo'lmasligi kerak. Yangi mahsulotlar va xizmatlarni eksport qilishga e'tibor qaratish lozim.

- raqobatbardoshlikni oshirish: Mahalliy ishlab chiqaruvchilarning raqobatbardoshligini oshirish uchun ularga moliyaviy, texnik va konsalting yordami ko'rsatish zarur. Sifatni nazorat qilish tizimini joriy etish va xalqaro standartlarga muvofiq mahsulot ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish kerak.

- infratuzilmani rivojlantirish: Eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan infratuzilmani (yo'llar, temir yo'llar, aeroportlar, logistika markazlari va aloqa vositalari) rivojlantirish lozim.

- institutsional muhitni yaxshilash: Biznes yuritish uchun qulay sharoitlar yaratish, byurokrtiyani kamaytirish, mulk huquqlarini himoya qilish va qonun ustuvorligini ta'minlash zarur.

- eksportni qo'llab-quvvatlash siyosatini ishlab chiqish: Eksportni qo'llab-quvvatlash bo'yicha maxsus dasturlarni ishlab chiqish va amalga oshirish lozim. Bu dasturlar eksport kreditlari, sug'urta, subsidiyalar va eksportni rag'batlantiruvchi boshqa vositalarni o'z ichiga olishi mumkin.

- savdo aloqalarini kengaytirish: Yangi bozorlarga chiqish va mavjud bozorlarda o'z o'rnini mustahkamlash uchun savdo aloqalarini kengaytirish zarur. Buning uchun savdo kelishuvlarini tuzish, xalqaro ko'rgazma va yarmarkalarda ishtirok etish va eksport missiyalarini tashkil etish muhim.

- kadrlar tayyorlash: Eksport faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan malakali kadrlarni tayyorlash lozim. Tashqi savdo, marketing, logistika va boshqa sohalar bo'yicha mutaxassislarni tayyorlash va qayta tayyorlashga e'tibor qaratish kerak.

- axborot ta'minotini yaxshilash: Mahalliy ishlab chiqaruvchilarni tashqi bozorlar, eksport imkoniyatlari, savdo qoidalari va boshqa zarur ma'lumotlar bilan ta'minlash lozim.

Xulosa shuki, mintaqada kambag'allikni qisqartirishda tashqi savdo salohiyatini oshirish muhim rol o'ynaydi. To'g'ri siyosat va strategiyalarni ishlab chiqish, eksportni qo'llab-quvvatlash, raqobatbardoshlikni oshirish va infratuzilmani rivojlantirish orqali tashqi savdoning kambag'allikni qisqartirishdagi ijobiy ta'sirini kuchaytirish mumkin. Bu boradagi tadqiqotlar qabul qilinayotgan qarorlarning asoslilikini ta'minlashga yordam beradi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. <https://www.statista.com/statistics/264682/worldwide-export-volume-in-the-trade-since-1950/>
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-son Farmoni. Manba: <https://lex.uz/docs/5841063>
3. Mirzayev M.M. Jahon bozoriga faol chiqish: tashqi savdoni tartibga solishning zamonaviy usullari. // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy-elektron jurnali. №4, iyul-avgust, 2017. – 1-9 b.

### ТАДБИРКОРЛИКНИНГ АЙРИМ НАЗАРИЙ-УСЛУБИЙ МАСАЛАЛАРИ ТАҲЛИЛИ

**Салаева Б. К., –ТАТУ Урганч филиали мустақил тадқиқотчиси**

**Аннотация.** Ушбу мақолада тадбиркорликнинг айрим назарий-услубий масалалари қараб чиқилади.

**Калит сўзлар.** Тадбиркорлик, кичик бизнес, хусусий тадбиркорлик.

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются некоторые теоретико-методологические вопросы предпринимательства.

**Ключевые слова.** Предпринимательство, малый бизнес, частное предпринимательство.

**Annotation.** This article examines certain theoretical and methodological issues of entrepreneurship.

**Keywords.** Entrepreneurship, small business, private entrepreneurship.

Кўпгина ривожланган давлатлардаги каби бизнинг Ўзбекистон Республикаси учун ҳам хизмат кўрсатиш соҳаси ҳақли равишда бизнеснинг энг истиқболли йўналишларидан бири ҳисобланади. Бугунги кунга келиб, кун сайин кўплаб одамлар ва ташкилотлар маиший муаммоларни мустақил равишда ҳал қилишдан воз кечиб, малакали мутахассислар ёрдамига мурожаат қилмоқда. Ҳамма жойда гўзаллик салонлари, умумий овқатланиш, fast food, раунет шохобчалари, дорихона, кимёвий тозалаш ва кир ювиш,

пойафзал ва кийим-кечак таъмирлаш устахоналари, автомобилларга техник хизмат кўрсатиш ва бошқа кўплаб хизмат кўрсатиш шохобчалари очилмоқда. Соҳа ялпи ҳудудий маҳсулотнинг бешдан бир қисмини ташкил этади, минглаб фуқароларни иш билан таъминлайди ва бюджетни шакллантирувчи асосий тармоқлардан бири саналади [1].

Тадбиркорликни турли йўналишлардан, хусусан, иқтисодий, бошқарув, шахсий томонлардан кўриб чиқиш муҳим аҳамиятга эга. Тадбиркорнинг шахсий ва ижтимоий хусусиятларига алоҳида эътибор қаратилади, бу қуйидаги мулоҳазаларда акс этади: биринчидан, ташаббус элементи, иккинчидан, мавжуд ресурслардан ва муайян вазиятдан фойдали фойдаланиш имкониятига эга бўлиш учун ижтимоий-иқтисодий механизмларни ташкил этиш ёки қайта ташкил этиш, учинчидан, эҳтимолий муваффақиятсизлик учун жавобгарликни ўз зиммасига олиш, яъни таваккал қилишга тайёрлик.

Иқтисодчи нуқтаи-назаридан қараганда, тадбиркор - бу ресурсларни, меҳнатни, материалларни ва ҳоказоларни бирлаштириб, уларнинг умумий қиймати ошишига эришувчи шахс. Шу билан бирга, у ўзгаришларни киритади, инновацияларни амалга оширади ва қарор топган тартибни янгилайди. Психологик нуқтадан қараганда, тадбиркор - бу муайян мотивлар, масалан, ҳаётда бирор нарсага эришиш истаги, янги нарсаларни синаш, ўзини ифода этиш ёки мустақилликка эга бўлишга интиладиган шахс. Бошқа тадбиркорларнинг нуқтаи назаридан, у таҳдид бўлиши, хавfli рақиб бўлиши ёки, аксинча, шерик, таъминловчи, харидор ёки фақат қизиқарли ғояларга эга бўлган инсон бўлиши мумкин, унга пул киритишга тайёр. Сиёсий иқтисод нуқтаи назаридан, тадбиркор - бу нафақат ўз бойлигини, балки миллий бойликни кўпайтирувчи инсон, ресурсларнинг самарали фойдаланиш усуллари топувчи, йўқотишларни камайтиришни таъминловчи, янги иш ўринларини яратувчи шахс.

Тадбиркорлик - бу бойликни орттириш жараёни. Бойликни яратадиганлар - ўз пуллари, мулклари, карьералари билан энг катта хавфга

дучор бўладиганлар, ўз бизнесларини яратиш учун вақтни аямайдиганлар, харидорларга янги маҳсулот ёки хизмат таклиф қиладиганлардир. Бу маҳсулот ёки хизмат мутлақо янги бўлиши шарт эмас, асосий нарса - тадбиркор уларни янги сифатга келтира олиш, уларнинг қийматини ошириш ва бунинг учун зарур куч ва маблағни сарфлашдир [2].

Таъкидлаш жоизки, тадбиркорни турли нуқтаи назарлардан кўриб чиқишда унинг бир қатор умумий жиҳатлари ажратиб кўрсатилади: янгилик, ташкилотчилик маҳорати, ижодий асослар, бойликни кўпайтириш ва таваккал қилишга тайёрлик.

Ҳозирги кунда назарий тадқиқотларда тадбиркорликни фақат мустақил, эркин асосда иш юритиш усули сифатида эмас, балки компания ички тадбиркорлиги, ёки интрапренерликка ҳам алоҳида эътибор берилмоқда. «Интрапренер» атамасини амалиётга америкалик тадқиқотчи Г.Пиншо томонидан киритилган. Ушбу сўздан ҳосила саналган интракапитал атамаси ҳам биринчи бор у томонидан қўлланилган [3].

Кўплаб йирик ишлаб чиқариш тузилмалари ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг тадбиркорлик шаклига ўтиши натижасида интрапренерлик, яъни ички тадбиркорлик тушунчаси пайдо бўлди. Шу билан бирга, тадбиркорлик ижодкорлик эркинлигининг мажбурий мавжудлиги билан тавсифланади, бу яхлит ишлаб чиқариш тузилмалари бўлинмаларининг ҳаракат эркинлиги ҳуқуқида намоён бўлади, шунингдек, интракапитал – ички тадбиркорлик асосида ётадиган ғояларни амалга ошириш учун зарур бўлган капитал мавжудлигини назарда тутди.

Иқтисодий фаоллик – бу шахснинг жамият ишлаб чиқаришида иштирок этиши ва ўзи ҳамда оила аъзоларининг тирикчилигини таъминлаш учун молиявий маблағлар топиш усулидир. Шахснинг жамият ишлаб чиқаришида иштирок этиш шакли ягона ижтимоий функционал мажбурият ёки бир нечтасининг комбинацияси бўлиб, у қуйидаги сифатида иштирок этади:

- унга доимий ва кафолатланган даромад келтирадиган ҳар қандай объектлар, кўчмас мулк ва ҳ.к. эгаси сифатида (масалан, корхона ёки ижарага бериладиган уй эгаси ва ҳ.к.);

- ўз меҳнат кучини сотувчи ёлланма ходим сифатида (масалан, заводда токар, мактабда ўқитувчи ва ҳ.к.);

- яқка тартибдаги ишлаб чиқарувчи сифатида («эркин» рассом, ўз асарларини сотишдан даромад оладиган ёки автомобиллини такси сифатида ишлатиб, шу фаолиятдан даромад оладиган ҳайдовчи ва ҳ.к.);

- давлат ёки муниципал хизматчи сифатида;

- бошқарувчи (бегона корхонани бошқарадиган менеджер) сифатида;

- нафақахўр сифатида (жамият ишлаб чиқаришида ўтмишдаги фаоллик натижаси сифатидаги пассив иштирок шакли);

- ўқувчи ёки талаба сифатида (келажақда жамият ишлаб чиқаришида аниқ бир шаклда иштирок этишга тайёргарлик босқичи);

- ишсиз сифатида (жамият ишлаб чиқаришида мажбурий тарзда иштирок этмаслик ёки иштирокни тўхтатиш шакли);

- мудофаа ва хавфсизлик фаолияти билан шуғулланувчи сифатида (армия, милиция, давлат хавфсизлиги ва бошқалар [4]).

Тадбиркорлик фаолиятининг асосий субъекти тадбиркор ҳисобланади. Аммо тадбиркор ягона субъект эмас, чунки у ҳар қандай ҳолатда ўзининг асосий контрагенти бўлган истеъмолчи билан ҳамкорлик қилади, шунингдек, турли вазиятларда ёрдамчи ёки қарши тараф сифатида иштирок этадиган давлат билан ҳам алоқада бўлади. Истеъмолчи ва давлат ҳам тадбиркорлик фаолияти субъектлари ҳисобланади. Шунингдек, ёлланма ходим (агар тадбиркор яқка ҳолда ишламаса) ва бизнес ҳамкорлар (агар ишлаб чиқариш жамият алоқаларидан ажралган ҳолда амалга оширилмаса) ҳам тадбиркорлик фаолияти субъектлари сифатида қаралади [5].

Тадбиркор ва истеъмолчи ўртасидаги муносабатларни тадқиқ этар эканмиз, тадбиркорни фаол субъект сифатида, истеъмолчини эса пассив роль

базарувчи сифатида кўриш мумкин. Шу билан бирга, истеъмолчи тадбиркорлик жараёнининг индикатори ҳисобланади. Тадбиркор фаолиятининг барча объектлари фақат истеъмолчининг ижобий (мусбат) эксперт баҳоси олинган тақдирдагина бозорга чиқариш ҳуқуқига эга. Бундай баҳолаш истеъмолчи томонидан амалга оширилади ва унинг маълум товарни харид қилишга тайёрлиги сифатида намоён бўлади. Тадбиркор ўз фаолиятини режалаштириш ва ташкил этишда истеъмолчининг кайфияти, хоҳиш-истаклари, қизиқишлари, кутган натижалари ва баҳоларини ҳеч қандай ҳолда инкор эта олмайди [6].

Бозор муносабатлари тизими шароитида тадбиркор истеъмолчининг манфаатларини инобатга олган ҳолда унга таъсир кўрсатади. Бироқ, ушбу шартни бажариш мажбурий эмас, чунки тадбиркор янги харидорлик эҳтиёжларини яратиш орқали истеъмолчи талабини шакллантириши мумкин. Натижада тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишнинг икки усули аниқланган:

- истеъмолчининг аниқланган манфаатларини ҳисобга олиш;
- унга янги товарни «тақдим этиш» (ёки мажбурий равишда киритиш).

Шу билан бирга, тадбиркорнинг асосий мақсади - истеъмолчини жалб қилиш ва ўзининг доимий мижозлар доирасини яратишдан иборат.

Агар жамият ишлаб чиқариши нуқтаи назаридан фаол субъект сифатида айнан тадбиркор иштирок этса, тадбиркорлик жараёнининг мазмуни ва самарадорлиги нуқтаи назаридан эса фаол роль истеъмолчига тегишли бўлади ва тадбиркор бу фактни инкор эта олмайди.

Тадбиркорликнинг моҳиятини аниқлаган ҳолда, унинг қуйидаги вазифаларини ажратиш мумкин:

- умумиктисодий вазифа;
- ресурсларни жалб қилиш вазифаси;
- инновацион вазифа;
- ижтимоий вазифа;

- ташкилий вазифа [7].

Тадбиркорликнинг умумиктисодий вазифасига кўра, ишлаб чиқарилган товарлар (базарилган ишлар, кўрсатилган хизматлар) аниқ истеъмолчиларга етказиш жараёни амалга оширилади. Бозор иқтисодиётининг барча иқтисодий қонунлари таъсири натижасида тадбиркорлик ривожланиши иқтисодий ўсиш, ялпи ички маҳсулот ва миллий даромад ҳажмини оширишнинг муҳим шартларидан бири ҳисобланади. Бу эса умумиктисодий вазифанинг хўжалик муносабатлари тизимидаги аксини намоён этади.

Тадбиркорлик фаолиятининг самарадорлиги тикланадиган ва чекланган ресурслардан оқилона фойдаланишга боғлиқ бўлиб, улар ишлаб чиқаришнинг барча моддий ва номоддий шарт-шароитлари ҳамда омилларини ўз ичига олади. Бу эса ресурс вазифасининг муҳим аҳамиятга эга эканлигини тасдиқлайди.

Иқтисодий хўжалик юритишнинг янги тури сифатида тадбиркорлик инновацион вазифани ҳам ўз ичига олади. У тадбиркорлик фаолияти жараёнида янги ғоялардан фойдаланиш, кўйилган мақсадларга эришиш учун янги воситалар ва омилларни ишлаб чиқиш билан боғлиқдир.

Тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш жараёнида тадбиркорлар олдида қатор ташкилий вазифалар турибди. Ушбу вазифалар ўз бизнесини ташкил этиш, уни диверсификация қилиш, тадбиркорлик бошқарувини шакллантириш, мураккаб тадбиркорлик тузилмаларини яратиш, тадбиркорлик компанияси фаолияти стратегиясини ўзгартириш ва бошқа масалаларни ўз ичига олади. Бу эса тадбиркорликнинг ташкилий вазифасида ўз ифодасини топади.

Шуни таъкидлаш лозимки, барча турдаги иқтисодий фаолият соҳалари тадбиркорлик тузилмалари томонидан қамраб олинган. Бироқ, улар қуйидаги муаммоларга дуч келмоқда: бошланғич капитал танқислиги, норматив-ҳуқуқий база ва солиқ тизимининг такомиллашмаганлиги, бозорнинг камчиликлари, коррупция, мамлакатдаги иқтисодий ҳолат ва бошқалар.

Тадбиркорлик тузилмаларининг муваффақиятли ривожланиши учун тадқиқ этилаётган иқтисодиёт соҳасидаги субъектларни инфратузилмавий қўллаб-қувватлаш тизимининг барча таркибий қисмларининг аниқ ва самарали ишлаши муҳим аҳамият касб этади.

2024 йил 1 январдан бошлаб, аҳоли ва тадбиркорлик субъектларига ажратилган кредитлар бўйича қарздорликни ундириш бўйича суднинг ҳал қилув қарори чиқарилганда, мазкур кредитлар бўйича фоизлар ва неустойка ҳисобланиши тўхтатилиши, тўлов миқдори кредит мажбуриятларини бажариш учун етарли бўлмаганда, маблағларни, биринчи навбатда, мутаносиб равишда муддати ўтган асосий қарз ва фоиз қарздорликларини, иккинчи навбатда жорий тўлов учун ҳисобланган фоизлар ва асосий қарзни, кейинги навбатларда неустойка ва ижро харажатларини қоплашга йўналтириш тартиби ўрнатилди.

Юқоридагилардан кўринадикки, ҳозирги кунда мамлакат иқтисодиёти барқарор бўлиб, унда хизматлар соҳасининг ҳам, умуман иқтисодиётнинг ривожланиш тенденциялари кузатилмоқда. Иқтисодий муаммоларни ҳал қилишда кичик ва ўрта бизнес шаклларига алоҳида эътибор қаратилади, чунки уларнинг самарали фаолияти нафақат бозорнинг ривожланиши учун шарт, балки энг оғир иқтисодий ва ижтимоий муаммоларни ҳал қилишда муҳим омилдир. Шу билан бирга, тадбиркорлик фаолиятида бошқарув функцияси миллий хўжаликнинг барча соҳаларида кучаяпти.

## **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 30 августдаги «Ўзбекистон Республикаси Президентининг тадбиркорлар билан 2022 йилдаги «очиқ мулоқоти»да белгиланган вазифаларни амалга ошириш чоратадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-364-сон қарори

2. Клейнер Г.Б. Предпринимательский сектор в экономике и обществе: миссия и проблемы ее реализации // Экономическая наука современной России. Экспресс-выпуск № 2 (7). 2001. С. 46.

3. Кухтин П.В. Инфраструктура муниципальных образований. М.: КноРус, 2008;

4. Лапуста М.Г. Предпринимательство. М.: Инфра-М, 2009

5. Орлов А.В. Надежда: О малом бизнесе в России. М.: Международный университет (в Москве), 2003.

6. Предпринимательство. Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Г.В. Поляка, проф. В.А. Швандера. 4-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.

### **ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ КОРХОНАЛАРИНИНГ ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТИНИ ТАРТИБГА СОЛИШ МЕХАНИЗМИНИНГ ТАРКИБИЙ ҚИСМЛАРИ**

**Шарипова Б.Б.** - Абу Райҳон Беруний номидаги Урганч давлат университети мустақил изланувчиси

**Аннотация.** Ушбу тезисда хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарининг инновацион фаолиятини тартибга солишнинг ривожланган мамлакатлар тажрибалари, хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарининг инновацион фаолиятини тартибга солиш механизмининг таркибий тузилиши ёритилган.

**Таянч иборалар:** хизмат, инновация, инновацион фаолият, хизмат кўрсатиш корхоналари

**Аннотация.** В статье рассмотрен опыт развитых стран в регулировании инновационной деятельности предприятий сферы услуг, структурная структура механизма регулирования инновационной деятельности предприятий сферы услуг.

**Ключевые слова:** услуга, инновация, инновационная деятельность, предприятия сферы услуг.

**Abstract.** In this thesis, the experiences of developed countries in regulating the innovative activities of service enterprises, the structural structure of the mechanism of regulating the innovative activities of service enterprises are highlighted.

**Keywords:** service, innovation, innovative activity, service enterprises

Жаҳоннинг постиндустриал етакчилари қаторидан жой олган Швейцария тажрибаси (2019-2020 йиллар учун глобал инновацион индекси – 64,6 га тенг бўлган ва келтирилган йилларда даромадлар гуруҳида 1-ўринни эгаллаган [1]) шунини кўрсатадики, сўнгги 20 йил ичида ривожланган саноати, кучли илмий базаси бўлмаган бу мамлакат фундаментал тадқиқотларсиз, табиий ресурслар иқтисодиётидан юқори технологияли иқтисодиётга йўналтирилган. Бу фан ва технологиянинг асосий элементи сифатида миллий инновацион тизимнинг ўзига хос концепциясининг шаклланиши туфайли мумкин бўлди. Натижада фаолияти инновациялар ва ноу-хауга асосланган корхоналар сони сезиларли даражада ошди, шунингдек, илмий-тадқиқот фаолияти билан шуғулланувчи корхоналар сезиларли даражада мустаҳкамланди.

Швейцария инновацияларни молиялаштириш тизимида асосий рол фан ва технологияларни ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш давлат жамғармаларига тегишли. Бундан ташқари, Швейцария ҳудудида бешта стратегик марказ ташкил этилган бўлиб, уларда энергетика ва атроф-муҳитни муҳофаза қилиш; металл буюмлар ва машинасозлик; ўрмон саноати; соғлиқни сақлаш; ахборот-коммуникация саноати тадқиқот йўналишлари жамланган. Таъкидлаш жоизки, инновацияларни молиялаштириш асосан Савдо ва саноат вазирлиги, Таълим вазирлиги ва Швейцария академияси томонидан амалга оширилади ва фанни ривожлантириш ва технологияларни ривожлантиришни молиялаштирувчи давлат органлари орасида марказий ўрин олий таълим муассасаларига тегишлидир.

Шуни ҳам таъкидлаш керакки, технологик инновациялар Швейцарияда хизмат кўрсатиш соҳасига қараганда ишлаб чиқариш саноатида кенг тарқалган. Унда ишлаб чиқариш саноатида 2019 йилдан 2023 йилгача бўлган даврда инновацияларни жорий этган корхоналар улуши 53,2 фоизни, хизмат кўрсатиш соҳасида эса 44,1 фоизни ташкил этди [2]. Дунёнинг иккинчи йирик иқтисодиёти Хитой иқтисодий ислохотлар доирасида инновацион тизим куришни бошлади. Мамлакат раҳбарияти хорижий тадқиқот ва

ишланмаларни фаол қўллаб-қувватламоқда ва рағбатлантирмоқда, бироқ сўнгги йилларда маблағларнинг катта қисми ўз инновацияларига йўналтирилди.

Хитойнинг сўнгги ривожланиш режасида унинг стратегик устувор йўналишлари қаторида етти та стратегик соҳани ривожлантириш белгилаб қўйилган: “тоза” энергия технологиялари, янги авлод телекоммуникация ускуналари, биотехнологиялар, юқори технологияли ускуналар, янги энергия, янги материаллар, гибрид ва электр автомобиллар ишлаб чиқариш. Уларга эришишда университетлар, илмий-тадқиқот институтлари ва корхоналарни боғлайдиган муайян алоқаларни яратиш орқали фундаментал тадқиқотлар учун маблағни кўпайтириш ва илмий тадқиқот натижаларини ишлаб чиқаришни тезлаштириш кўзда тутилади.

Етакчи хорижий мамлакатларнинг инновацион ривожланиш тажрибаси ва уни ички тартибга солишнинг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда, маҳаллий университетларга фақат билим олиш каби анъанавий функцияларидан воз кечиш, тижоратлаштириш масалалари билан шуғулланиш, инновацион бизнесни жадал ривожлантириш тавсия этилади.

Ушбу жараёнларнинг ривожланиши илмий-тадқиқот ишлари натижаларини тижоратлаштириш жараёнига уланиши мумкин бўлган турли молиявий ташкилотлар ҳамда консалтинг компанияларини излашни рағбатлантиради ва натижада буларнинг барчаси умуман инновацион ривожланишни таъминлашга ёрдам беради. Аммо инновацион фаолиятни давлат томонидан кўп қиррали тартибга солишга қарамай, инновацион фаолиятни микро даражада тартибга солишнинг самарали механизмларини амалга ошириш муҳим нуқта ҳисобланади.

Бундай механизмлар тизимли ёндашув нуқтаи назаридан кўриб чиқилиши керак ва улар ташқи ва ички муҳит омилларининг таъсирини ҳисобга олишлари керак. Инновацияларни тартибга солиш механизми корхонани ривожлантириш механизмининг таркибий қисми бўлиб, ўз

навбатида қуйидагиларни ўз ичига олади: юқори бошқарув қуйи тизими, ўрта ва қуйи бошқарувнинг қуйи тизими(1-расм).

Юқори бошқарув қуйи тизими корхонанинг инновацион ривожланишини тартибга солиш; корхонанинг инновацион фаолиятини ривожлантиришнинг стратегик йўналишларини танлаш; инновацион фаолиятни амалга ошириш бўйича органлар билан ташкилий-ҳуқуқий муносабатларни тартибга солиш; тадбиркорлик субъектининг инновацион фаолиятини ахборот билан таъминлаш тизимини шакллантириш; хизматлар кўрсатиш билан боғлиқ фаолиятни тартибга солишдан иборат. Бундай механизм ҳар бир даражадаги функцияларнинг аниқ чегараланишини ва уларнинг такрорланишининг йўқлигини таъминлаши керак.



**1-расм. Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарининг инновацион фаолиятини тартибга солиш механизмнинг таркибий қисмлари [3]**

Демак, микродаражада хизмат кўрсатиш соҳасидаги корхоналарнинг инновацион фаолиятини тартибга солиш алгоритми омилларни ва уларнинг корхона инновацион фаолиятига таъсир қилиш даражасини аниқлаш; инновацион ривожланишнинг устувор йўналишларини танлаш; корхонанинг инновацион ривожланишининг стратегик мақсадлари иерархиясини шакллантириш; корхонанинг инновацион ривожланиши ва инновацион фаолияти стратегияларини ишлаб чиқиш ва танлаш; инновацион фаолиятни амалга ошириш учун операцион тизим яратиш; инновацион фаолиятни молиявий тартибга солиш ва инновацион фаолиятга инвестиция киритиш усуллари бўйича қарорлар қабул қилиш; инновацион фаолият натижаларини таҳлил қилиш ва баҳолаш; корхонанинг инновацион фаолиятини тартибга солиш бўйича чора-тадбирларни тузатишларни ўз ичига олади.

Инновацион фаолиятни режалаштиришнинг биринчи босқичи инновацион фаолиятнинг мақсад ва вазифаларини белгилашдан иборат. Мақсадлар компания мавжудлигининг маъносини белгилайдиган миссияга асосланади. Шунини таъкидлаш керакки, корхонанинг инновацион фаолиятининг мақсадлари унинг барча фаолиятини баҳолаш ва бошқарув қарорларини қабул қилиш мезонига айланади. Корхонанинг инновацион фаолиятини амалга ошириш ва тартибга солишда инновацион фаолият мақсадларига эришиш, унинг натижаларини баҳолаш ҳамда инновацион мақсадларнинг барча зарур шарт-шароитларга мувофиқлиги учун жавобгар бўлган тегишли таркибий бўлинмани аниқлаш ва яратиш муҳимдир.

Хулоса қилиб айтганда, корхонанинг инновацион фаолиятини тартибга солиш самарадорлиги юқори бошқарув қўйи тизимининг барча функциялари ва корхонанинг ўрта ҳамда қўйи бошқарувининг синергик ўзаро таъсирида белгиланади. Тадбиркорлик субъектларининг инновацион ривожланиши бошқа тизимлар сингари лойиҳалаштирилиши керак, шу билан бирга корхонанинг инновацион ривожланиш тамойилларига ўтишини таъминлайдиган тизимни шакллантириш, зарур ресурс манбаларини аниқлаш,

инновацион фаолиятнинг бизнес жараёнларини ривожлантириш муҳим аҳамиятга эга.

### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Mapped: The Most Innovative Countries in the World in 2022. <https://www.visualcapitalist.com/most-innovative-countries-2022>
2. Bruno Schenk, Switzerland 2024: Navigating Tomorrow, Embracing Tradition. January 2024, <https://www.linkedin.com/pulse/switzerland-2024-navigating-tomorrow-embracing-tradition-bruno-schenk-zhmre>
3. Global Management Consulting Industry: A Comprehensive Guide (2023). <https://consultingquest.com/insights/global-management-consulting-industry/>
4. Балаева О.Н. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития [Текст] / О.Н. Балаева // Мировая экономика и международные отношения. — 2007. — №3. — С. 23-29.
5. Абдулаева З. И. Стратегический анализ инновационных рисков /З. И. Абдулаева, А. О. Недосекин. — СПб. : Изд-во Политехн. университета, 2013. — 150 с.
6. Wilson R. A. Comprehensive Guide to Project Management Schedule and Cost Control: Methods and Models for Managing the Project Lifecycle (FT Press Operations Management) / Randal Wilson. — Pearson FT Press; 1 edition . — 2014. — 288 p.
7. Anderson E. J. Business Risk Management: Models and Analysis. — Wiley, 2013. — 384 p.

### **KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK HOLATI IMKONIYATLARI**

**Narboyev S. A.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada kambag‘allikni qisqartirishning eng muhim masala ekanligi, uni hal qilishda kichik biznes va tadbirkorlik holatining o‘ziga xos ustuvorligi, muhim yo‘nalishlari, mavjud muammolari va ularni hal qilish yo‘nalishlari hamda shular orqali ushbu sohani tahlil qilish masalalari yoritilgan.

**Kalit soʻzlar.** Kambagʻallik, kambagʻallikni qisqartirish, kichik biznes va tadbirkorlik, holat, tahlil.

**Аннотация.** В данной статье подчеркивается важность сокращения бедности, особый приоритет малого бизнеса и предпринимательства в ее решении, его важные направления, существующие проблемы и пути их решения, а также через это проводится анализ этого направления.

**Ключевые слова.** Бедность, сокращение бедности, малый бизнес и предпринимательство, ситуация, анализ.

**Abstract.** This article highlights the importance of poverty reduction, the specific priority of small business and entrepreneurship in solving it, important areas, existing problems and ways to solve them, and through them, the analysis of this area.

**Key words.** Poverty, poverty reduction, small business and entrepreneurship, situation, analysis.

Keyingi yillarda mamlakatimizda ijtimoiy himoyaga muhtoj oilalarni qoʻllab-quvvatlash tizimi samaradorligini oshirish doirasida kambagʻallikni qisqartirish hamda kam taʼminlangan oilalar aʼzolari bandligini taʼminlashga qaratilgan keng koʻlamli ishlar amalga oshirilmoqda. Bu borada kambagʻallikni qisqartirishning eng taʼsirchan va faol yoʻnalishi sifatida kichik biznes va tadbirkorlik sohasi hisoblanadi. Bu boʻyicha mamlakatimizda tegishli meʼyoriy-hujjatlar qabul qilindi. Xususan, Oʻzbekiston Respublikasining OʻRQ-923-son Qonuni [1] qabul qilindi. Qonun orqali soliq imtiyozlari va preferensiyalar, xususan, soliqlarni boʻlib-boʻlib toʻlash imkoniyatini berish hamda pasaytirilgan soliq stavkalarini belgilash orqali tadbirkorlik subyektlarini kambagʻallikni qisqartirishga qaratilgan chora-tadbirlarga faol jalb qilish belgilab berildi. Shuningdek, kambagʻallikni kamaytirishning asosiy yoʻnalishlari boʻlgan norasmiy ish bilan bandlikni qisqartirish va yangi ish oʻrinlarini tashkil etishni koʻpaytirish hamda yoshlarda tadbirkorlik koʻnikmalarini rivojlantirish boʻyicha amaliy va ilmiy tadqiqotlar olib borish mazkur mavzuning dolzarbligini yanada oshiradi [2]. Kichik biznes va

xususiy tadbirkorlik raqobat sharoitida rivojlanib boradi. Ya'ni, erkin raqobat asosida milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning roli to'xtovsiz ortib bormoqda [3].

Darhaqiqat, kambag'allikni qisqartirishda kichik biznes va tadbirkorlik muhim rol o'ynaydi. Bu borada mamlakatimizda kichik biznes va tadbirkorlikning kambag'allikni qisqartirishga quyidagi yo'nalishlarda ta'sir ko'rsatadi:

1) Ish o'rinlari yaratish:

- kichik biznes va tadbirkorlik ko'p miqdorda ish o'rinlari yaratadi. Bu esa rasmiy sektorda ish topish imkoniyati cheklangan kambag'al va aholining zaif qatlamlari uchun muhim yo'nalish bo'lib qaraladi.

- kichik korxonalar yirik korxonalarga qaraganda ko'proq ish o'rinlari yaratadi va mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirishga hissa qo'shadi.

2) Daromad manbalarini diversifikatsiya qilish:

- kichik biznes va tadbirkorlik kambag'al oilalar uchun daromad manbalarini diversifikatsiya qilish imkonini beradi. Bu qishloq joylarda muhim bo'lib, u yerda qishloq xo'jaligidan boshqa daromad manbalari cheklangan bo'lishi mumkin.

- mikrobiznes va kichik tadbirkorlik faoliyati oilalarga qo'shimcha daromad keltirib, ularning turmush darajasini yanada yaxshilashga imkon beradi.

2) Mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirish:

- kichik biznes va tadbirkorlik mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirishga hissa qo'shadi. Ular mahalliy resurslardan foydalanib, mahalliy bozorlarga xizmat ko'rsatadi va mahalliy aholining ehtiyojlarini qondiradi.

- kichik korxonalar rivojlanishi mahalliy infratuzilmani yaxshilashga, ta'lim va sog'liqni saqlash xizmatlariga investitsiyalarni ko'paytirishga olib keladi.

3) Innovatsiya va raqobatni rag'batlantirish:

- kichik biznes va tadbirkorlik innovatsiya va raqobatni rag'batlantiradi. Yangi g'oyalar va texnologiyalarning paydo bo'lishi hamda va mavjud mahsulot va xizmatlar sifatini yaxshilashga yordam beradi.

- raqobatning kuchayishi narxlarning pasayishiga va iste'molchilar uchun ko'proq tanlov imkoniyatining yaratilishiga olib keladi.

#### 4) Ijtimoiy harakatchanlikni oshirish:

- kichik biznes va tadbirkorlik ijtimoiy mobillikni oshirishga yordam beradi. Kambag'al oilalar o'z bizneslarini boshlab, daromadlarini oshirishlari va turmush darajasini yaxshilashlari mumkin.

- tadbirkorlik, ayniqsa, ayollar va yoshlar uchun iqtisodiy imkoniyatlarni yaratishda muhim rol o'ynaydi.

Biroq, kichik biznes va tadbirkorlik kambag'allikni qisqartirishda muhim rol o'ynasa-da, ular quyidagi muammolar va to'siqlarga duch keladilar:

- moliyalashtirishga kirishning cheklanganligi: Kichik biznes va tadbirkorlar uchun kredit olish murakkab masala bo'lishi mumkin.

- byurokratiya va tartibga solish: Kichik biznesni ro'yxatdan o'tkazish va yuritish bilan bog'liq byurokratik to'siqlar va tartibga solish talablari ko'p vaqt va xarajatlarni talab qilishi mumkin.

- bozorlarga kirishning cheklanganligi: Kichik biznes va tadbirkorlar uchun yirik bozorlarga kirish qiyin bo'lishi mumkin.

- bilim va ko'nikmalar yetishmasligi: Kichik biznes va tadbirkorlarga biznesni boshqarish, moliyaviy boshqaruv va marketing bo'yicha bilim va ko'nikmalar yetishmasligi mumkin.

- infratuzilmaning yetarli emasligi: Ayniqsa, qishloq joylarda infratuzilma, jumladan, transport, energetika va aloqaning yetarli emasligi kichik biznesning rivojlanishiga to'sqinlik qilishi mumkin.

Fikrimizcha, kichik biznes va tadbirkorlikning kambag'allikni qisqartirishdagi rolini kuchaytirish uchun quyidagi choralarni amalga oshirish zarur, deb hisoblaymiz:

- moliyalashtirishga kirishni kengaytirish: Mikrokreditlash dasturlarini rivojlantirish, kredit kafolati sxemalarini joriy etish va bank xizmatlarini soddalashtirish.

- byurokratiyani kamaytirish va tartibga solishni soddalashtirish: Biznesni ro'yxatdan o'tkazish va yuritish jarayonlarini soddalashtirish, litsenziyalash talablarini kamaytirish va soliq yukini yengillashtirish.

- bozorlarga kirishni osonlashtirish: Kichik biznes uchun marketing va distribyusiya xizmatlarini rivojlantirish, elektron tijorat platformalarini qo'llab-quvvatlash va eksport imkoniyatlarini kengaytirish.

- ta'lim va trening dasturlarini tashkil etish: Biznesni boshqarish, moliyaviy boshqaruv va marketing bo'yicha ta'lim va trening dasturlarini tashkil etish hamda tadbirkorlik ko'nikmalarini rivojlantirish.

- infratuzilmani yaxshilash: Transport, energetika va aloqa infratuzilmasini yaxshilash hamda kichik biznes uchun biznes-inkubatorlar va ish maydonlarini yaratish.

- qonun ustuvorligini ta'minlash va korrupsiyaga qarshi kurashish: Kichik biznes uchun teng sharoitlar yaratish va ularning huquqlarini himoya qilish.

Xulosa qilib aytganda, kichik biznes va tadbirkorlik kambag'allikni qisqartirishda muhim rol o'ynaydi. Ular ish o'rinlari yaratadi, daromad manbalarini diversifikatsiya qiladi, mahalliy iqtisodiyotni rivojlantiradi, innovatsiya va raqobatni rag'batlantiradi va ijtimoiy harakatchanlikni oshiradi. Biroq, ular qator muammolar va to'siqlarga duch keladilar. Shu bois, hukumat va boshqa manfaatdor tomonlar kichik biznes va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va ularning rivojlanishiga to'sqinlik qilayotgan muammolarni hal qilish uchun birgalikda hamkorlik qilishlari talab etiladi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. O'zbekiston Respublikasining 2024-yil 2-apreldagi "Kambag'allikni qisqartirishda tadbirkorlik subyektlari bilan o'zaro manfaatli hamkorlik o'rnatishga qaratilgan chora-tadbirlar belgilanganligi munosabati bilan O'zbekiston Respublikasining Soliq Kodeksiga qo'shimchalar kiritish to'g'risida"gi O'RQ-923-son Qonuni. Manba: <https://lex.uz/docs/6862165>

2. Махамматов Е.У. Kambag'allikni qisqartirishda kichik biznes va tadbirkorlik - taraqqiyot omili sifatida. // Iqtisodiy tadqiqotlar, 2021-yil, 3-son. - 77 b.

3. Boboyev A.Ch. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning hozirgi holati. // "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy-elektron jurnali, №2, mart-aprel, 2017. – 1-7 b.

## **КАДРЛАР ҚЎНИМСИЗЛИГИНИ КАМАЙТИРИШ ОРҚАЛИ ИЖТИМОЙ-ИҚТИСОДИЙ ЎСИШГА ЭРИШИШ ИМКОНИЯТЛАРИ**

**Искандарова М.Р.** - Абу Райхон Беруний номидаги Урганч давлат университети мустақил изланувчиси

**Аннотация:** Мақолада кадрлар қўнимсизлиги тушунчаси, уни келтириб чиқарувчи омиллар, давлат хизматида юзага келадиган кадрлар қўнимсизлиги масалалари таҳлил қилинган ва хулосалар берилган.

**Калит сўзлар:** кадрлар қўнимсизлиги, давлат хизмати, мотивация, рағбатлантирувчи омиллар, давлат хизматчиси.

**Аннотация:** В статье анализируется понятие кадровой текучести, факторы, его обуславливающие, проблемы кадровой текучести на государственной службе и даются выводы.

**Ключевые слова:** кадровый голод, государственная служба, мотивация, мотивирующие факторы, государственный служащий.

**Abstract:** The article analyzes the concept of staff shortage, the factors causing it, issues of staff shortage in the public service and gives conclusions.

**Keywords:** staff shortage, public service, motivation, motivating factors, civil servant.

Давлат фуқаролик хизмати мамлакат тараққиётида муҳим аҳамият касб этиб, давлат сиёсатини амалга оширишда бошқарув тизимнинг асосий бўғини ҳисобланади. Давлат фуқаролик хизматчилари мамлакат тараққиётига, ҳуқуқий асосларни шакллантиришга, жамоатчилик эҳтиёжларини таъминлашга, аҳолининг фаровонлигини оширишга ҳамда сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий барқарорликка катта ҳисса қўшади. Шу боис, давлат хизмати

тизимда кадрлар сиёсатини самарали йўлга қўйиш, ходимларни танлаш, жалб этиш, рағбатлантириш ва энг асосийси, уларни тизимда узоқ муддат ушлаб қолиш механизмларини такомиллаштириш ҳар бир мамлакат сиёсатида учун устувор вазифалардан бири бўлиб, соҳани ривожлантиришга қаратилган ислохотлар кенг салмоқда олиб борилмоқда.

Бироқ олиб борилаётган ислохотларга қарамай давлат хизматини жозибадорлигини ошириш, давлат ташкилотларига ҳақиқий ватанпарвар ва халқпарвар кадрларни саралаб олиш, тўғри танлаш, жой-жойига қўйиш, уларнинг самарали фаолиятини йўлга қўйиш ҳамда ташкилотларда ходимлар қўнимсизлиги билан боғлиқ муаммолари долзарблигича қолмоқда.

Кадрлар қўнимсизлиги - бу бир ташкилотда ёки тизимда ходимлар жойида узоқ қолмай, тез-тез ишдан кетиши, шу билан бирга бошқа иш ўринларига ўтиши ёки бутунлай касбини ўзгартириши билан боғлиқ жараённи англатади. Бу жараён, айниқса, давлат хизмати тизимида жуда оғриқли масалалардан бири сифатида намоён бўлади [1].

Аслида, кадрлар қўнимсизлик даражаси 3-5% ни ташкил қилса бу нормал ҳолат деб қаралади. Агар қўнимсизлик 5-9% бўлса, бу жамоанинг нисбатан барқарорлигини кўрсатади. Қўнимсизлик коэффиценти 40-50% дан ортиқ бўлса, бу тизимда кадрлар билан боғлиқ жиддий муаммолар борлигини англатади.

Қўнимсизлик даражаси ишдан бўшаб кетган ходимлар сонини ходимларнинг ўртача сонига бўлиш ва 100% га кўпайтириш орқали аниқланади.

Ушбу кўрсаткичга ходимнинг нафақага чиқиши, ходимларни қисқартириш, корхонани қайта ташкил этиш жараёнидаги бўшаш ҳолатлари таъсир қилмайди.

Ходимларни қўнимсизлик даражасини имкон қадар паст фоизларда ушлаб туриш, ташкилот ходимлари ўртасида содиқлик даражаси, Q12-

саволлари ва шунга ўхашаш методикалардан фойдаланиб, кадрларни ишга бўлган муносабатларини ўрганиб туриш зарур.

Зеро, давлат хизмати тизимида кадрлар тез-тез алмашиши сиёсий барқарорлик, бошқарув сифати, аҳолининг ишонч даражаси, давлат органларида турли ислохотларнинг тизимли амалга оширилиши каби кўплаб омилларга салбий таъсир кўрсатади.

Кадрлар кўнимсизлиги тушунчаси, бошқарув соҳаси, социология, иктисодиёт ва психологик илмий тадқиқотларда кенг ўрганиб келинмоқда. Умумий маънода, кадрлар кўнимсизлиги – ташкилотда ёки тизимда ишчиларни узоқ муддат сақлаб қола олмаслик муаммосидир. Бу тушунча аксарият ҳолларда «кадрлар айланиши» термини билан изоҳланади. Жамиятда кадрлар айланиши бир томондан табиий жараён сифатида қаралиши мумкин, чунки ходимлар янги иш излаш, касбий ўсиш, рағбат ёки бошқа омиллар туфайли иш жойини ўзгартиришлари мумкин. Лекин айланиш миқдори меъёрдан ошиб кетган ҳолларда, бу, албатта, ташкилот учун ҳам, тизим учун ҳам жиддий оқибатларга олиб келади.

Хусусан, кўнимсизлик натижасида, малакали кадрларни йўқотиш: ходимларнинг тез-тез ўзгариши тўпланган тажриба ва билимларнинг йўқолишига олиб келади, бу эса давлат органларининг иш сифатига салбий таъсир қилади;

Иккинчидан, бу ташкилот учун ортиқча молиявий харажатларни сарфланишига олиб келади. Юқори кадрлар алмашинуви янги ходимларни топиш, ёллаш ва ўқитиш учун қўшимча харажатларни талаб қилади;

Яна бир салбий оқибатларидан бири бу, давлат хизматининг жозибадорлигини пасайтириб, тизимда ёшлар ва хотин қизлар салмоғини пасайтириб юборади.

Жозибадорликнинг пасайиши ўз навбатида давлат органлари фаолияти самарадорлигининг пасайишига олиб келади.

Ўрганишлар натижасида шу нарса аён бўлдики, кадрлар ўзига юклатилган вазифаларни тўлиқ профессионал сифатида бажариши учун камида 1-2 йил кетар экан. Доимий кадрлар алмашинуви эса ана шу профессионалларни кетиши ҳисобига янги кадрлар билан узоқ муддатли дастур ва лойиҳаларни сифатли амалга оширилишида қийинчиликлар туғдиради.

Давлат хизматчиси – аҳоли билан бевосита ҳамкорликда бўлган, бошқарув қарорларини амалда қўллашда асосий воситачи сифатида иш олиб борадиган шахсдир. Мазкур шахслар ўз вазифаларини бажаришда турли бюрократик тўсиқлар, адолатсиз рағбатлантириш тизими, иш ҳақи билан боғлиқ муаммолар, касбий ўсиш учун имкониятлар чеклангани каби сабаблар туфайли ишдан кетиши ҳолатлари кузатилади [2].

Давлат хизматидаги кадрлар қўнимсизлиги масаласи кўплаб тадқиқотчилар ва амалиётчилари ўртасида фаол мунозараларга сабаб бўлган. Айрим экспертларнинг фикрига кўра, муаммони иш ҳақи ва ижтимоий кафолатларни ошириш орқали ҳал қилиш мумкин бўлса, бошқа олимлар эса давлат бошқаруви тизимида чуқур ислоҳотлар, жумладан марказсизлаштириш ва бюрократик юкни камайтириш зарурлигини таъкидламоқда.

Шунингдек, давлат хизмати меҳнат бозорининг замонавий талабларига мослашиши, ходимларга мослашувчан меҳнат шароитлари ва касбий ўсиши учун янги имкониятлар тақдим этиши кераклиги ҳақида фикрлар мавжуд.

Ходимлар алмашинувини камайтириш ечимлари муаммонинг ҳам иқтисодий, ҳам психологик томонларини ҳисобга олган ҳолда комплекс ёндашувга асосланиши муҳимлиги қайд этилади.

Шундай қилиб, давлат секторида кадрлар алмашинуви давлат хизмати нуфузини ошириш ва уни замонавий шароитларга мослаштиришга қаратилган малакали ва ўз вақтида қарорлар қабул қилишни талаб қилувчи муаммо ҳисобланади.

Шу ўринда Фредерик Герцбергнинг икки факторли рағбатлантириш назарияси кадрлар алмашинувининг олдини олишда самарали восита сифатида айтиб ўтиш жоиз. У ўтган асрнинг 70-йилларида иш жойидаги норозилик сабабларини чуқур ўрганиб чиққан ва унинг хулосалари бугунги кунда ҳам долзарблигини йўқотмаган [3].

Герцберг ходимга таъсир қилувчи барча омилларни икки гуруҳга руҳлантирувчи ва гигиена гуруҳларига ажратади: Гигиена омиллари тўпламида қуйидагилар алоҳида аҳамиятга эга: раҳбарлик услуби, жамоадаги ўзаро муносабатлар ва шахсий ҳаётни сақлашга имкон берадиган иш жадвали. Агар бу юқоридаги омиллар ташкилотда эътиборга олинмаса, ҳатто иш ҳақи юқори бўлса ҳам, одамлар ишдан бўшайверишади.

Руҳлантирувчи омиллар орасида эса, қуйидагилар эътироф ва ўқиш/ривожланиш/мартаба ўсиши имкониятлари етакчилик қилади.

Ф.Герцбергнинг мотивациянинг икки омилли назарияси формуласи қуйидагича кўринади:  $TM, MШ + PO = K$  шунга мувофиқ  $TM, MШ - PO = 0$

TM- ташкилот муҳити;

MШ - меҳнат шароитлари;

PO - рағбатлантирувчи омиллар;

K - қониқиш ҳолати.

Компаниянинг муҳити ва иш шароитлари яхши бўлсаю рағбатлантирувчи омиллар етишмаса барибир натижа ноль бўлади.

Турли тадқиқотлар ходимлар, агар уларнинг ҳиссаси тан олинса ва қайд этилса ва энг муҳими – улар компанияда ўқиш ва ривожланиш имкониятига эга бўлса, ходимнинг ички мотивацияси юқори бўлиб, компанияга содиқ қолишини ҳамда фидоий, халол хизмат кўрсатишни ўзининг бурчи деб қарайди.

Хулоса қилиб айтганда, давлат фуқаролик хизматида кадрлар қўнимсизлиги муаммоси ҳар томонлама ёндашувни талаб этадиган, кўп қиррали жараёндр. Шу тариқа, давлат фуқаролик хизматида кадрлар

қўнимсизлиги муаммосини бартараф этиш учун унга таъсир қиладиган омиллар, келтириб чиқарувчи сабаблари бартараф қилиш, ходимларга муносиб очиқ ва шаффоф иш шароитини яратиш, психологик ва ижтимоий мухитни яхшилаш, иш ҳаққини рақобатбардош қилиш, рағбатлантириш ва руҳлантириш тизимини тўғри олиб бориш, уларнинг шахсий ва касбий ривожланишлари учун имкон бериш, корпоратив маданиятни ошириб, ходимларда ички ва ташқи мотивацияни тенг олиб бориш, мавжуд ҳуқуқий базанинг ичидаги бўшлиқлар ҳамда раҳбарлар онгидаги ижобий ўзгаришлар билан биргаликда амалга оширилиши зарур. Ҳақиқий маънода кучли, малакали, мотивацияси баланд, замонавий қарашларга эга кадрлар бўлсагина ҳар қандай ислохотлар ўз самарасини тўлиқ бера олади.

### **ФЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ**

1. Назарова Г.Г., Мухамеджанова Г.А., Салихова Н.М., Исмаилова Н.С., Розметова Н.Б. Инсон ресурслари менежменти /проф. Б.Ю. Ходиев таҳрири остида (ўқув қўлланма), ТДИУ, 2010 й. 194-бет

2. Давлат хизмати. Ўқув қўлланма / Х.Азизов, А.Йўлдошев, Ш.Асадов, Х.Хайитов, Д.Каримов, Д.Бекчанов, Д.Атажанова, Ф.Юлдашева. – Тошкент: “Tafakkur qanoti”, 2019. – 248 бет

3. Herzberg, Frederick. *Work and the Nature of Man*. World Publishing Company, 1966. 203 бет.

### **KICHIK TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING JAMI BANDLIKDAGI ULUSHI**

**To‘xtayev Z. E.** - Toshkent to‘qimachilik va yengil sanoat instituti

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada tadbirkor va menejer tushunchasiga tarif berilgan. Shuningdek kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining jami bandlikdagi ulushi statistik ma’lumotlar asosida, viloyatlar kesimida tahlil qilingan.

**Kalit so‘z:** Tadbirkorlik, menejer, bandlik, daromadlar, yalpi ichki mahsulot.

**Абстрактный:** В данной статье дается определение понятий предприниматель и менеджер. Доля малого бизнеса и предпринимателей в

общей численности занятых также была проанализирована по регионам на основе статистических данных.

**Ключевое слово:** Предпринимательство, менеджер, занятость, доход, валовой внутренний продукт.

**Annotation:** This article provides a definition of the concepts of entrepreneur and manager. The share of small businesses and entrepreneurs in the total number of employed was also analyzed by region based on statistical data.

**Keyword:** Entrepreneurship, manager, employment, income, gross domestic product.

Bugungi kunda “Tadbirkor” tushunchasi “menejer” tushunchasiga juda yaqin turadi. Shu bilan birga, tadbirkor mulkdor bo‘lsa, menejer boshqaruvchidir. Amalda esa, aksariyat mulkdorlar menejer vazifasini bajaradi, qator menejerlar esa o‘zlari boshqarib turgan ishlab chiqarish korxonalariga ega bo‘lib qolmoqda.

“Tadbirkorlik” tushunchasi tadbirkorlik ensiklopedik lug‘atida quyidagicha tariflanadi:

Tadbirkorlik shaxsiy daromad, foyda olishga qaratilgan fuqarolarning mulkiy faoliyati. Bu faoliyat o‘z nomidan, o‘z mulkiy mas’uliyati va yuridik shaxsning yuridik mas’uliyati evaziga amalga oshiriladi. Tadbirkor qonun tomonidan ta’qiqlanganmagan barcha xo‘jalik faoliyati, shu jumladan, vositachilik, sotish, sotib olish, maslahat berish, qimmatbaho qog‘ozlar bilan ish olib borish bilan shug‘ullanishi mumkin.[1]

So‘nggi yillarda respublikamizda aholining ish bilan bandligi darajasini oshirishga qaratilgan qator say-harakatlar amalga oshirilmoqda. Buning natijasida aholining ish bilan bandligi ma’lum bir darajada ta’minlanmoqda. Xususan kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining jami bandlikdagi ulishini 1-jadval asosida tahlil qilishimiz mumkin.

**1-jadval:****Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining jami bandlikdagi ulishi**

<b>№</b>	<b>Viloyatlar</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
1	O‘zbekiston Respublikasi	74,5	73,9	74,0
2	Qoraqalpog‘iston Respublikasi	74,2	74,1	74,5
3	Andijon viloyati	80,7	80,2	80,7
4	Buxoro viloyati	74,2	74,3	74,5
5	Jizzax viloyati	78,8	77,3	77,1
6	Qashqadaryo viloyati	78,5	78,2	78,1
7	Navoiy viloyati	52,3	51,1	52,1
8	Namangan viloyati	82,2	81,0	80,9
9	Samarqand viloyati	81,5	80,9	81,1
10	Surxondaryo viloyat	78,4	76,9	76,8
11	Sirdaryo viloyati	74,4	72,9	71,9
12	Toshkent viloyati	69,8	70,0	70,6
13	Farg‘ona viloyati	78,5	78,1	79,1
14	Xorazm viloyati	79,1	78,1	78,5
15	Toshkent shahri	50,2	50,0	49,9

**Manba:** <https://stat.uz/uz/ma'lumotlari-asosida-muallif-ishlanmasi>

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinadiki Respublikada kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining jami bandlikdagi ulishi 2021-yilda 74,5 %, 2022-yil 73,9 % ni va 2023-yil 74,0 % ni tashkil etgan.

Viloyatlar kesimida tahlil qiladigan bo'lsak 2021-yilda eng yuqori ko'rsatgich Namangan viloyatida 82,2 % ni tashkil etgan bo'lsa mos ravishda Samarqand viloyatida 81,5 % va Andijon viloyatida 80,7 % ni tashkil etganligini ko'rishimiz mumkin.

Shuningdek 2022-yilda Respublikada kichik biznes va tadbirkorlikning jami bandlikdagi ulishi 73,9 % ni tashkil etgani holda Namangan viloyatida 81,0 %, Samarqand 80,9%, Andijon 80,2, % ni tashkil etgan.

So'nggi 2023-yilda eng yuqori ko'rsatgich Samarqand viloyatida qayd etilgan bo'lib 81,1 %, Namangan 80,9 % va Andijon 80,7 % ni tashkil etgan.

Tahlil qilish jarayonidan ko'rinadiki kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining jami bandlikdagi ulishi bo'yicha eng past ko'rsatgich Toshkent shahrida qayd etilgan 2021-yil 50,2 %, 2022-yil 50,0 % va 2023-yil 49,9 % ni tashkil etgan.

Respublikamizda kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining jami bandlikdagi ulushi tahlil etgan holda, aholining umumiy daromadlari hajmida kichik tadbirkorlikdan olingan daromadlarning ulushini tahlil etish maqsadga muvofiq bo‘ladi. 2024-yilning yanvar-dekabr oylari, aholining umumiy daromadlari hajmida kichik tadbirkorlikdan olingan daromadlarning ulushi 60,0 % ni tashkil etdi.

## 2-jadval

### Kichik tadbirkorlikdan olingan daromadlarning ulushi, % da

№	Viloyatlar	% da Jami 60,0
1	Qoraqalpog‘iston Respublikasi	54,5
2	Andijon viloyati	58,9
3	Buxoro viloyati	65,7
4	Jizzax viloyati	67,5
5	Qashqadaryo viloyati	62,1
6	Navoiy viloyati	53,7
7	Namangan viloyati	62,1
8	Samarqand viloyati	61,6
9	Surxondaryo viloyati	61,6
10	Sirdaryo viloyati	59,2
11	Toshkent viloyati	63,5
12	Farg‘ona viloyati	58,0
13	Xorazm viloyati	62,7
14	Toshkent sh.	49,8

Manba: <https://stat.uz/uz/ma'lumotlari> asosida muallif ishlanmasi

Kichik tadbirkorlikdan olingan daromadlarning hududiy aholi umumiy daromadlaridagi ulushi turlicha, eng yuqori ulush Jizzax viloyatida (67,5 %) kuzatildi. Eng kam ulush esa Toshkent shahrida (49,8 %), Navoiy viloyatida (53,7 %) va Qoraqalpog‘iston Respublikasida (54,5 %) qayd etildi.[2]

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. M.P.Boltabayev, M.S.Qosimov, B.K.G‘oyibnazarov, SH.J.Ergashxodjayeva, A.N.Samadov, SH.I.Otajonov “Kichik biznes va tadbirkorlik” o‘quv qo‘llanma 2011-yil.
2. <https://stat.uz/uz/> O‘zbekiston respublikasi milliy statistika qo‘mitasi sayti.

## **O‘ZBEKISTON SUG‘URTA BOZORINI MAQSADLI RIVOJLANTIRISH KO‘RSATKICHLARI VA ULARNING O‘ZARO KORRELYATSIYASI**

**Kuchkarova Sh.D.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti magistranti

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada O‘zbekiston sug‘urta bozorini rivojlantirishning maqsadli ko‘rsatkichlari va ularning o‘zaro bog‘liqligi tahlil etilgan. Globallashuv sharoitida sug‘urta sohasining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati ortib borayotgan bir paytda, milliy sug‘urta bozorining rivojlanish darajasi, mavjud muammolari va istiqbollari ilmiy jihatdan asoslab berilgan.

**Kalit so‘zlar:** Sug‘urta bozori, sug‘urta munosabatlari, globallashuv, sug‘urta xizmatlari, sug‘urta faoliyati.

**Аннотация:** В данной статье проанализированы целевые показатели развития страхового рынка Узбекистана и их взаимосвязь. В условиях глобализации, когда возрастает социально-экономическая значимость страховой сферы, научно обоснованы уровень развития национального страхового рынка, существующие проблемы и перспективы.

**Ключевые слова:** Страховой рынок, страховые отношения, глобализация, страховые услуги, страховая деятельность.

**Abstract:** This article analyzes the target indicators for the development of the insurance market of Uzbekistan and their interrelationship. At a time when the socio-economic significance of the insurance sector is increasing in the context of globalization, the level of development of the national insurance market, existing problems and prospects are scientifically substantiated.

**Key words:** Insurance market, insurance relations, globalization, insurance services, insurance activities.

Hozirda jadal kechayotgan globallashuv sharoitida sug‘urta bozorining jamiyatdagi ijtimoiy-iqtisodiy o‘rni ortib bormoqda. Mamlakatimizda moliya bozorini yanada rivojlantirish, mijozlarni sifatli moliyaviy xizmatlar bilan qamrab olish ko‘lamini kengaytirish, sug‘urta faoliyatini qo‘llab-quvvatlash, soha

iste'molchilarining manfaatlari himoyasini kafolatli va izchil amalga oshirilishi ta'minlanmoqda.

Mamlakatimiz iqtisodchi-olimlarining ilmiy ishlanmalarida sug'urta bozori rivojlanishining miqdoriy va sifat ko'rsatkichlari keltirilgan bo'lsada, ularda sug'urta munosabatlari tizimli tadqiq orqali yaxlitlikda yetarlicha o'rganilmaganligi kuzatildi. Xususan, sug'urta faoliyati shaxsning mehnat salohiyati, sog'lig'i, hayoti, mol-mulki, javobgarligi kabi sug'urta hodisalaridan ko'rishi ehtimol bo'lgan zarar(yo'qotish)larini moliyalashtirish vositasi sanaladi[1].

Hozirgi kunda jahon iqtisodiyotining barqarorligi bevosita integratsiya jarayoni bilan uzviy bog'liqlikda kechmoqda. Bu jarayon iqtisodiyotning barcha jabhalari singari, sug'urta sohasini ham qamrab olganligini keltirib o'tish o'rinlidir.

Sug'urta bozorining zamonaviy rivojlanish an'analari tahlili shuni ko'rsatmoqdaki, ularda ko'rsatilayotgan sug'urta xizmatlari qamrovining miqdori va sifati turlichadir. Shu sababdan rivojlanish darajasi turlicha bo'lgan davlatlarning sug'urta bozorlari integratsiyasini jadallashtirish istiqbolda kutilgan samarani berish ehtimoli kamdir. Buning isbotini Yevropa Ittifoqi sug'urta bozorining Janubiy-Sharqiy Yevropa sug'urta bozori integratsiyasi misolida kutilgan darajadagi samarali bo'lmaganligida ko'rish mumkin [2].

Shu bilan birga qayd etish lozimki, sug'urta bozorini maqsadli rivojlantirish ko'rsatkichlari va ularning korrelyatsiyasi tadqiqi negizida milliy sug'urta bozorining jadal rivojlanishini ta'minlash, sug'urta xizmatlarining talab yuqori bo'lgan yangi turlarini joriy etish, iste'molchilarning sug'urta bozoriga bo'lgan ishonchini oshirishga qaratilgan ham nazariy, ham amaliy tadqiq yaxlit – tizimli tarzda amalga oshirish dolzarb hisoblanadi.

Sug'urta bozori rivojlanishi tahlili G.Dikkinson, A.Karl, R.Karter, T. Levitt, T. Merfi, L.Turrou, M.Fernandes, O.Futterknext, G.Chernova va boshqa iqtisodchi - olimlarning ilmiy ishlanmalarda yoritilganligini alohida ko'rsatib o'tish o'rinlidir[3]. Shuningdek, N.Adamchuk, I.Juk, I.Kotlobovskiy, N.Kuznesova, J.Pisarenko, K.Turbina, R.Yuldashev kabi olimlarning sohaga

daxldor ishlanmalarida rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar sug'urta bozori tomonidan ko'rsatilayotgan xizmatlarni boshqarish masalalariga yo'naltirilganligini alohida ta'kidlash mumkin [4].

Globalashuv sharoitida sug'urta bozorining rivojlanish masalasi A.Kyose, Ya.Peyxun, S.Prasad, U.Xokans, R.Sharma kabi olimlar tomonidan tadqiq etilgan[3].

Mamlakatimiz sug'urta bozorini maqsadli rivojlantirishning ayrim masalalari iqtisodchi olimlar X.Sobirov, T.Iminov, M.Mirsodiqov, X.Shennayev, T.Baymuratov, I.Abduraxmonov, A.Nurullayev, S.Sherov va boshqalar tomonidan tadqiq etilgan [4]. Mazkur iqtisodchi olimlarning ilmiy ishlanmalarida sug'urta bozorining mohiyati, uni rivojlantirish omillari va boshqarish, xususan, sug'urta munosabatlarini takomillashtirish masalalari qisman tadqiq etilgan bo'lib, mamlakatimiz sug'urta bozorini maqsadli rivojlantirish ko'rsatkichlarining o'zaro korrelyatsiyasi masalasi nazariy-amaliy jihatdan tizimli tadqiq etilmagan [5].

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatmoqdaki, sug'urta bozori moliya bozorining ajralmas qismi bo'lsa, sug'urta munosabatlari esa, davlat moliya tizimining asosi hisoblanadi. Iqtisodiyotda sug'urta faoliyatining rivojlanishi, ya'ni sug'urtaning quyidagi:

- riskni minimallashtirish;
- iste'molchilar va davlatni ko'zda tutilmagan ehtimol xarakterdagi tasodifiy hodisalardan kafolatli himoyalash;
- jamiyatda moliyaviy baraqrorlik va muvozanatni kafolatlash kabi vazifalari ijrosini kafolatli ta'minlash.

Shuningdek global va regional miqyosda sug'urta xizmatlari bozorini rivojlantirish masalalari orttirilgan ilmiy tajriba va ma'lum samaraga erishilgan maqsadli izlanishlar amalga oshirilganligiga qaramasdan, hozirga qadar milliy sug'urta bozorini rivojlantirish imkoniyatlarini baholash, istiqbolini belgilash yuzasidan yagona yechim ishlab chiqilmagan. Sug'urta xizmatlariga bo'lgan talabni oshirish, xizmatlar sifatini yaxshilash, yangi innovatsion sug'urta mahsulotlarini

joriy etish, shuningdek, iste'molchilar ishonchini mustahkamlash bozorni jadal rivojlantirishning asosiy yo'nalishlardan hisoblanadi. Mavjud muammolarni chuqur o'rganish asosida, sug'urta bozorini kompleks boshqarish va barqaror rivojlantirishga xizmat qiluvchi yagona strategik yondashuvlarni ishlab chiqish maqsadga muvofiq.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. **Norbayev N.** O'zbekistonda sug'urta bozori taraqqiyoti va muammolar.// Hudud-24. 16.03.2021

2. Регулирование страховой деятельности: учебник и практикум для бакалавра и магистратуры/Ж.В. Писаренко, Н.П. Кузнецова; науч. ред. С.А. Белозеров- М.: Издательство Юрайт, 2014. - 437 с

3. Мустафина А. Р. Рол региональной интеграции в развитии страхового сектора стран с формирующимся рынком. Специальность 08.00.14 - мировая экономика //Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук.//[https://mgimo.ru/science/memo/Mustafina\\_dissertaciya.pdf](https://mgimo.ru/science/memo/Mustafina_dissertaciya.pdf)

4. Писаренко Ж. В. Финансовая конвергенция как особый механизм модификации пенсионного и страхового секторов мирового рынка финансовых услуг. Специальности 08.00.14 – «Мировая экономика» и 08.00.10 – «Финансы, денежное обращение и кредит». Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. // <https://disser.spbu.ru/files/disser2/disser/HFb1FnWTBf.pdf>.

5. Qo'ldoshev Q. M. O'zbekiston sug'urta bozori: rivojlanish yo'nalishlari va muammolar. // "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali DOI: [https://doi.org/10.55439/EIT/vol10\\_iss6/a37](https://doi.org/10.55439/EIT/vol10_iss6/a37)

## MARKETING VOSITALARIDAN SAMARALI FOYDALANISH ORQALI JAMOAT TRANSPORTI JOZIBADORLIGINI OSHIRISH

**Komiljonova Sh.M.**-Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti magistranti

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada O‘zbekistonda turizm salohiyatini yanada oshirishda jamoat transporti jozibadorligini marketing vositalari orqali rivojlantirish bo‘yicha nazariy bilimlar o‘rganilgan. Shuningdek, transport jozibadorligini marketing yondashuvlari orqali oshirish bo‘yicha taklif va tavsiyalar berilgan.

**Kalit so‘zlar:** transport, jozibadorlik, marketing vositalari, turistik xizmat, jamoat transporti.

**Аннотация.** В данной статье изучаются теоретические знания по повышению привлекательности общественного транспорта с помощью маркетинговых инструментов для дальнейшего повышения туристического потенциала Узбекистана. Также даются предложения и рекомендации по повышению привлекательности транспорта за счет маркетинговых подходов.

**Ключевые слова:** транспорт, привлекательность, маркетинговые инструменты, туристический сервис, общественный транспорт.

**Abstract.** This article studies theoretical knowledge on the development of the attractiveness of public transport through marketing tools to further increase the tourism potential of Uzbekistan. Also, suggestions and recommendations are given on increasing the attractiveness of transport through marketing approaches.

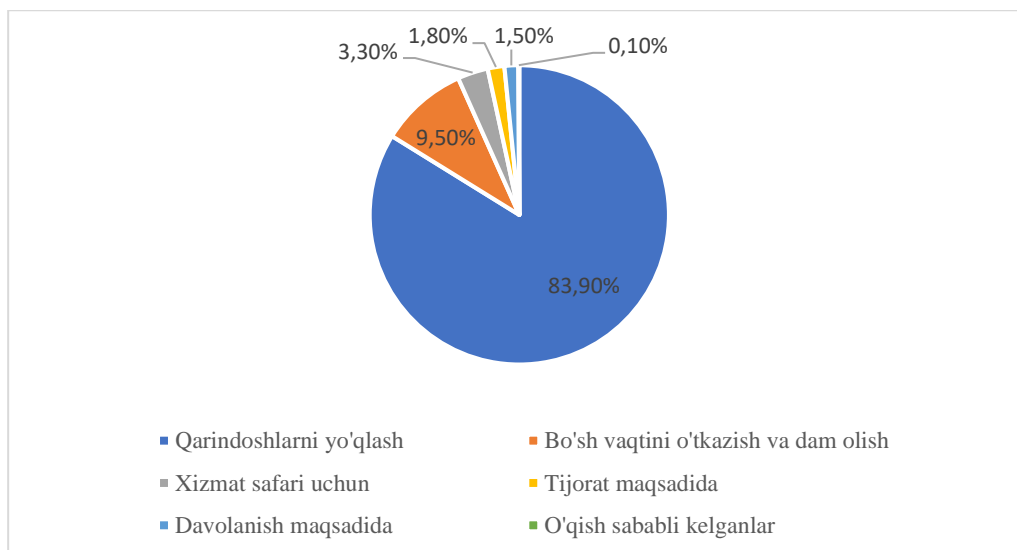
**Keywords:** transport, attractiveness, marketing tools, tourist service, public transport.

Bugungi kunda ko‘pchilik mamlakatlarda transport tizimlari sohasini rivojlantirish iqtisodiyotning muhim yo‘nalishlaridan hisoblanadi. Chunki yirik shaharlarda transport muammolari – tirbandlik, ekologik ifloslanish va xususiy avtomobillarning haddan tashqari ko‘pligi jiddiy muammolar sirasiga kiradi. Bunday sharoitda jamoat transportidan foydalanishni ommalashtirish – shaharning yashash sharoitini yaxshilash va transport yuklamasini kamaytirishning eng samarali yo‘llaridan biridir. Shunday bo‘lsada, ko‘pchilik mahalliy aholi jamoat

transportidan foydalanishni afzal ko‘rishmaydi. Bu esa o‘z navbatida ushbu transport xizmatlarini marketing vositalari yordamida yanada jozibador qilish zaruratini tug‘dirmoqda.

Transport xizmatlaridan samarali foydanish va jamoat transportini isloh qilish borasida respublikamizda ko‘plab islohotlar amalga oshirilmoqda. O‘zbekistonda 2021-yil qabul qilingan “Transport to‘g‘risida”gi Qonun, 2024-yildagi “Yo‘l harakati xavfsizligi to‘g‘risida”gi Qonun, 2023-yil 16-fevral PQ-59-sonli “Jamoat transporti tizimini isloh qilish to‘g‘risida”gi qarori, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 14-noyabr PQ-757-sonli “Hududlarda jamoat transporti infratuzilmasini rivojlantirish to‘g‘risida”gi qarori va shu kabi normativ hujjatlar asosida jamoat transporti xizmatlarini yanada rivojlantirish va aholiga qulay sharoitlar yaratish maqsadida qator yo‘nalishlar belgilangan. O‘zbekiston -2030 strategiyasida O‘zbekiston Respublikasining global transport-logistika tarmoqlariga integratsiyasini chuqurlashtirish va milliy transport tizimining salohiyatini oshirish 53-maqсад qilib belgilangan [1].

Unga ko‘ra, transport infratuzilmalarini yaxshilash maqsadida tuman markazlaridan qishloq aholi punktlarigacha jami 5,5 ming kilometr sement-beton qoplamali yo‘llar qurish, jamoat transporti xizmatlarini yaxshilash hisobiga yo‘lovchi va yuk tashish xizmatlari hajmini 3 barobar oshirish, elektrlashgan temir yo‘llari ulushini 65 foizga yetkazish kabi vazifalar belgilab berilgan. Ushbu belgilangan vazifalarni amalga oshirish hamda transport xizmatlaridan foydalanish samaradorligini oshirishda marketing vositalaridan foydalanish o‘z dolzarbligini ko‘rsatadi. Jamoat transportini afzal ko‘rishiga qaramay, ko‘plab sayohatchilar joriy tizimning nomutanosibliги tufayli shaxsiy transport vositalariga tayanishga majbur bo‘lmoqda[2].(1-rasm)



### 1-rasm. O'zbekistonga MDH davlatlaridan tashrif buyurgan sayyohlarning maqsadi bo'yicha guruhlanishi (2024 yil)<sup>8</sup>

Yuqoridagi rasm ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, tashrif buyurish maqsadlari bo'yicha yuqori ulush qarindoshlarni yo'qlashga to'g'ri kelgan. Eng kam tashrif buyuruvchilar o'qish maqsadida kelishgan. Xorijiy fuqarolarning respublikamizga eng ko'p oqimi quyidagi davlatlardan qayd etildi: Qirg'iz Respublikasidan – 2 331,3 ming kishi, Tojikistondan – 2 325,4 ming kishi, Qozog'istondan – 1 483,6 ming kishi, Rossiyadan – 788,6 ming kishi, Turkmanistondan – 197,8 ming kishi, Turkiyadan – 118,8 ming kishi, Xitoydan – 74,3 ming kishi, Afg'onistondan – 73,3 ming kishi. (1-jadval)

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, respublikamizda turizmni rivojlantirish imkoniyatlari yuqori bo'lishiga qaramasdan, respublikamiz turistik obyektlariga tashrif buyurayotgan sayyohlarning soni qoniqarli darajada emas. Biz taklif etayotgan jamoat transporti jozibadorligini oshirishda marketing vositalaridan foydalanish tashrif buyuruvchi turistlar sonini ortishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

<sup>8</sup> Muallif ishlanmasi

## 1-jadval

### O'zbekiston Respublikasiga xorij davlatlaridan kelgan chet el fuqarolari (2024 yil yanvar-dekabr, jamiga nisbatan ulushi % da, soni ming kishi

Qirg'iziston respublikasi	233,1	29,3%
Tojikiston	2325,4	29,2%
O'zboq'iston	1483,6	18,6%
Rossiya	788,6	9,9%
Turkmaniston	197,8	2,5%
Turkiya	118,8	1,5%
Xitoy	74,3	0,9%
Afg'oniston	73,3	0,9%

Marketing yondashuvlari jaushbu tizimda hal qiluvchi rol o'ynashi mumkin. Ya'ni, jamoat transporti xizmatlarini mahalliy aholi va sayohatchilar uchun jozibador ko'rinishga keltirish, ularning ehtiyoj va kutgan talablariga moslashtirish, reklama, aksiyalar va brending orqali ijobiy imij yaratish orqali ushbu xizmatlardan foydalanish darajasini sezilarli oshirish mumkin. Xavfsizlik ham butun dunyo bo'ylab jamoat transporti xizmati sifatining asosiy omilidir (Mesbah, Sahraei, Soltanpour, & Habibian, 2022). Bu yo'lovchilar uchun sayohat davomida xavfni minimallashtirishni o'z ichiga oladi.

Tahlil natijalaridan jamoat transporti jozibadorligini oshirishda quyidagi marketing vositalaridan foydalanish samarali yondashuvlardan ekanligini ta'kidlash mumkin.

- Ijtimoiy tarmoqlar: Maqsadli auditoriyani jalb qilish va xabardorlikni oshirish.
- Raqamli ilovalar: Real vaqtda ma'lumot berish va foydalanish qulayligini ta'minlash.
- Brending: Jamoat transportini zamonaviy va ishonchli sifatida pozitsionerlash.
- Loyallik dasturlari: Doimiy foydalanuvchilarni rag'batlantirish.

Marketing vositalaridan samarali foydalanish jamoat transportini zamonaviy, qulay va ekologik toza transport turiga aylantirishda muhim ahamiyatga ega.

Ijtimoiy tarmoqlar, raqamli innovatsiyalar va foydalanuvchi ehtiyojlariga moslashtirilgan strategiyalar orqali transport tizimi kengroq auditoriyani jalb qiladi va shaharlarning barqaror rivojlanishiga hissa qo‘shadi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi to‘g‘risida Farmoni, 11.09.2023 yil PF-158-son
2. M. Nassereddine, H. Eskandari An integrated MCDM approach to evaluate public transportation systems in Tehran Transportation Research Part A: Policy and Practice, 106 (2017), pp. 427-439, 10.1016/j.tra.2017.10.013
3. M. Mesbah, M. Sahraei, A. Soltanpour, M. Habibian Perceived service quality based on passenger and trip characteristics: A structural equation modeling approach Journal of Rail Transport Planning and; Management, 23 (2022), p. 100340, 10.1016/j.jrtpm.2022.100340
4. O‘zbekiston Respublikasi ijtimoiy iqtisodiy holati jurnali

### **XORAZM VILOYATIDA QISHLOQ XO‘JALIGIDA SUV RESURLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI “MA’LUMOTLAR MUHITI TAHLILI” (DEA) MODEL YORDAMIDA BAHOLASH**

**Shamurotov S.B.**, Urganch davlat universiteti tayanch doktoranti

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada Xorazm viloyati tumanlar miqyosida qishloq xo‘jaligida suv resurslaridan foydalanish samaradorligini DEA modeli orqali baholash amalga oshirilgan. Undan tashqari model adekvatligini baholash testi amalga oshirilgan.

**Kalit so‘zlar:** Suv resurslar samaradorligi, DEA modeli, ishlab chiqarish funksiyasi, chiziqli dasturlash, Shapiro- Wilk normallik testi.

**Аннотация.** В статье проводится оценка эффективности использования водных ресурсов в сельском хозяйстве на районном уровне Хорезмской области с использованием модели DEA. Кроме того, была проведена проверка оценки адекватности модели.

**Ключевые слова:** эффективность использования водных ресурсов, модель DEA, производственная функция, линейное программирование, тест нормальности Шапиро-Уилка.

**Abstract.** In this article, the efficiency of water resources use in agriculture at the level of districts of Khorezm region was assessed using the DEA model. In addition, a test for assessing the adequacy of the model was carried out.

**Keywords:** Water resources efficiency, DEA model, production function, linear programming, Shapiro-Wilk normality test.

Tadqiqot ishlarida samaradorlik va resurslardan foydalanishning umumiy omillar unumdorligini hisoblashda soʻngi yillarda alternativ uslub sifatida noparametrik yondashuv, yaʼni matematik modellashtirish usullaridan foydalanish ancha rivojlangan. Noparametrik yondashuvda samaradorlikni aniqlash chiziqli dasturlashga asoslanib, ishlab chiqarish funksiyasi tadqiqot toʻplamiga kiritilgan maʼlumotlar asosida quriladi. Ushbu yondashuvda ishlab chiqarish funksiyasi ishlab chiqarish imkoniyatlarini aks ettiruvchi nuqtalar toʻplamidagi eng samarali korxonalar joylashgan nuqtalar orqali oʻtadi. Chiziqdan tashqarida yotgan nuqtalar (yoki ishlab chiqarish imkoniyatlari) parametrik yondashuvdan farqli ravishda “samarasiz” korxonalar sifatida qaraladi. Ushbu maʼlumotlar toʻplami asosida ishlab chiqarish funksiyasi quriladigan metodologiyalar orasida Maʼlumotlar Muhiti tahlili (DEA) modeli hozirgi kunda eng maʼquli hisoblanadi. Noparametrik yondashuv asosida qishloq xoʻjaligida umumiy va ayrim turdagi ekinlar yoki resurslardan foydalanish samaradorligini tahlil qilishga doir ilmiy ishlar dunyoning barcha mintaqalarida amalga oshirilmoqda. Ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish samaradorligini, shuningdek, eko-samaradorlikni baholashda “Maʼlumotlar muhiti tahlili” (Data envelopment analysis, DEA) modeli qoʻllaniladi. [1] Bu tadqiqotchilar va qaror qabul qiluvchi subyektlar uchun ham samaradorlikni hisoblashda asqotadi. Ushbu model noparametrik yondashuvli metodologiya boʻlib, dastlab 1978-yilda Charnes tomonidan qaror qabul qiluvchi subyektlar samaradorligini matematik dasturlash orqali qoʻllanila boshlangan.

Bunda ishtirokchilarni ‘qaror qabul qiluvchi subektlar’ (Decision making units, DMU) deb atalib, ularga qishloq xo‘jaligida fermer xo‘jaliklari, korxonalar, tashkilotlar hudud yoki tarmoqlar kiradi. [2]

Xorazm viloyati tumanlar qishloq xo‘jaligida suv resurslaridan foydalanish samaradorligini ‘Ma’lumotlar muhiti tahlili’ (DEA) modeli orqali baholaymiz.

Ya’ni DEA VRS modeli kiruvchi va chiquvchi omillarni o‘zgaruvchan bo‘lishi sharoitida samaradorlik ko‘rsatkichini aniqroq hisobga oladi. [3] Model natijalarini Xorazm viloyatining qishloq xo‘jaligi suvidan foydalanishning haqiqiy holatiga mos tushishi uchun qishloq xo‘jaligi uchun suvdan foydalanish samaradorligini baholash va o‘rganish uchun DEA modelining VRS modeli tanladik. Chunki, Xorazm viloyatida kirish omillari va chiqish ko‘lami o‘zgaruvchan hisoblanadi. Malumotlar muhiti tahlili (DEA) modelida ma’lumotlar bilan ishlashda eng maqbul yo‘l sifatida ko‘rsatkichlar nisbatidan foydalanish hisoblanadi.

Kiruvchi o‘zgaruvchilar sifatida bevosita qishloq xo‘jaligi mahsulotini yetishtirishda qatnashuvchi resurslar tanlanishi maqsadga muvofiq bo‘ladi. Biz qishloq xo‘jaligida suv resurslari samaradorligini aniqlash bo‘yicha tadqiqotlardan foydalangan holda kiruvchi o‘zgaruvchilar (Input variable) sifatida quyidagi to‘rtta o‘zgaruvchini tanlab oldik. Ular quyidagilar:

1. Qishloq xo‘jaligida mahsulot yetishtirish jarayonida sarflangan suv miqdori.
2. Qishloq xo‘jaligida foydalanilgan mineral o‘g‘it miqdori.
3. Qishloq xo‘jaligi texnikasining umumiy quvvati (umumiy soni)
4. Qishloq xo‘jaligida mahsulot yetishtirilgan ekin maydoni.

Chiquvchi o‘zgaruvchi (output variable) sifatida yetishtirilgan qishloq xo‘jaligi mahsulotining umumiy qiymatini tanlab olamiz. Bunda qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining amaldagi bozor qiymatining so‘mdagi ifodasi hisoblanadi. 2011-2023-yillar oraliqidagi narx omillarining ta'sirini yumshatish uchun har bir viloya tumanning 2011 yildagi qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining narxlari asosida hisoblanadi. Biz ushbu ma’lumotlar asosida hisob-kitob jarayonini amalga

oshiramiz. 2012-2023-yillar mobaynidagi qishloq xo‘jalik mahsuloti qiymatini deflyator ko‘rsatkichlari orqali 2011-yildagi bozor narxlariga tenglashtiramiz:

Biz ushbu ma’lumotlar asosida DEA VRS modelini ishlab chiqishda R studio dasturiy paketdan foydalandik. Biz qishloq xo‘jaligida suv resurslaridan foydalanishni DEA orqali baholashda foydalaniladigan o‘zgaruvchilar qiymatlari quyidagi jadvalda ko‘rsatib o‘tilgan.

### 1-jadval:

#### Xorazm viloyati qishloq xo‘jaligida DEA modeli orqali hisoblangan suv resurslaridan samarali foydalanish ko‘rsatkichlari

		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	Bog‘ot tumani	0.67	0.64	0.67	0.69	0.72	0.79	0.82	0.94	0.84	0.89	0.97	0.86	0.90
2	Gurlan tumani	0.47	0.46	0.49	0.51	0.57	0.60	0.55	0.62	0.56	0.61	0.66	0.67	0.67
3	Qo‘shko‘pir tumani	0.48	0.46	0.48	0.49	0.51	0.53	0.58	0.64	0.63	0.65	0.72	0.68	0.77
4	Urganch tumani	0.57	0.56	0.57	0.59	0.64	0.73	0.88	0.97	0.90	1.00	1.00	1.00	1.00
5	Hazorasp tumani	0.48	0.47	0.49	0.50	0.55	0.61	0.67	0.82	0.73	0.91	1.00	0.99	0.96
6	Tuproqqal‘a tumani	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.00	1.00	1.00	1.00
7	Xonqa tumani	0.59	0.58	0.59	0.61	0.63	0.67	0.80	0.95	0.85	0.92	1.00	0.95	0.97
8	Xiva tumani	0.75	0.73	0.74	0.76	0.77	0.87	0.90	0.84	0.79	0.81	0.89	0.80	0.84
9	Shovot tumani	0.55	0.53	0.55	0.56	0.58	0.63	0.70	0.81	0.76	0.81	0.85	0.82	0.83
10	Yangiariq tumani	0.73	0.71	0.72	0.74	0.76	0.78	0.88	0.99	0.93	0.97	1.00	0.93	0.94
11	Yangibozor tumani	0.55	0.53	0.54	0.55	0.56	0.58	0.66	0.73	0.69	0.72	0.80	0.78	0.78

Ko‘pchilik adabiyotlarda DEA modeli statistik ahamiyatligini Shapiro-Wilk n or-mallik testidan foydalangan holda tekshirilishi ta’kidlab o‘tiladi. [4] Yuqoridagi modelning ushbu test orqali tekshirish natijalari quyidagi jadvalda keltirib o‘tilgan.

### 2-jadval:

#### Shapiro-Wilk normallik testi.

data: bcc\$eff	
W	0.94789
p-value	6.039e-05

Ushbu test natijasiga ko‘ra  $W=0.95$  ga teng ekanligi va  $p\text{-value}<0,001$  ekanligi ushbu model adekvatligini ko‘rsatib turibdi.

Yuqoridagi jadval ma'lumotlari asosida Xorazm viloyatidagi tumanlarni qishloq xo'jaligida suv resurslaridan foydalanish samaradorligiga ko'ra quyidagi guruhlariga ajratdik.

1-guruh. Qishloq xo'jaligida Suv resurslari samaradorligi yuqori bo'lgan tumanlarga Urganch, Tuproqqal'a, Xonqa, Hazorasp, Yangiariq va Bog'ot tumanlari kiradi. Urganch tumani 2011-yilda suv resurslari samaradorligi ko'rsatkichi 0,57 ni tashkil qilgan bo'lsa, 2023-yilda bu ko'rsatkich 1.00 ni tashkil qilmoqda. 2-guruh. Qishloq xo'jaligida Suv resurslari samaradorligi o'rtacha bo'lgan tumanlarga Xiva va Shovot tumanlari kiradi. 2011-yilda Xiva tumanida suv samaradorligi ko'rsatkichi 0.75 dan 2023-yilda 0.84 ga oshgan bo'lsa, Shovot tumanida esa bu ko'rsatkich 2011-yilda 0.55 dan, 2023-yilda 0.83 ga oshgan.

3-guruh. Qishloq xo'jaligida suv resurslari samaradorligi past bo'lgan tumanlarga Yangibozor, Qo'shko'pir va Gurlan tumanlari kiradi. 2023-yilda qishloq xo'jaligida suv resurslaridan foydalanish samaradorligi ko'rsatkichi Yangibozor tumanida 0.78, Qo'shko'pir tumanida 0.77 va Gurlan tumanida 0.67 ni tashkil qilmoqda.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Cooper W. W. et al. Data envelopment analysis: a comprehensive text with models, applications, references and DEA-solver software. – New York : springer, 2007. – T. 2. – P. 489.

2. Charnes A., Cooper W.W., Rhodes E. 'Measuring the efficiency of decision making units', European Journal of Operational Research. Vol.2 (1978) pp.429-444.

3. William B.. Measuring Performance: An Introduction to Data Envelopment Analysis (DEA). The Journal of Cost Analysis. (1998) p 15. 10.1080/08823871.1998.10462318.

4. Riffenburgh R., Chapter 20 - Tests on the Distribution Shape of Continuous Data, Statistics in Medicine (Second Edition), Academic Press, 2006, Pages 369-386.

## **5-SHO‘BA. KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA HUDUDLARDA TURIZM VA XIZMATLAR SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING AHAMIYATI**

### **EXPLORING THE BARRIERS AND OPPORTUNITIES FOR MUSLIM WOMEN IN ADVENTURE TOURISM**

**Maheran Md Nasir** and **Siti Salwa Md Sawari**, Kulliyyah of Sustainable Tourism and Contemporary Languages, International Islamic University Malaysia.

**Abstract.** Adventure tourism is attracting more Muslim women, yet they face challenges such as safety concerns, discrimination, and limited gender-sensitive services. This study, based on interviews with nine participants, highlights their preferences for halal food, prayer spaces, privacy, and female-only environments. Findings suggest that inclusive tourism development can enhance regional economies and aid poverty reduction through culturally sensitive services, improved infrastructure, and support for female-led tourism initiatives.

**Keywords:** Muslim-Friendly Tourism (MFT), Muslim women, Adventure Tourism, Religiosity and Travel Preferences

The global Muslim population is growing rapidly and is projected to reach 2.3 billion by 2030, comprising 27% of the world population [1]. Alongside this demographic shift, Muslim women are becoming increasingly visible in global travel. The Mastercard-CrescentRating MWIT 2019 report estimates that 63 million Muslim women travelled in 2018, accounting for 45% of Muslim travellers, reflecting shifting societal norms around gender and mobility [2].

Historically, cultural and religious norms restricted Muslim women’s mobility. However, classical scholars like Ibn Hazm argued for women’s right to travel, especially for religious purposes, citing verses from the Qur’an (3:97; 2:196) and hadith promoting access to mosques. Islamic teachings recognize women’s rights to education, work, marriage choice, and mobility, as long as their travel is safe and aligns with Sharia law [3,4]. Despite this, in some Middle Eastern countries, cultural perceptions still limit women's travel rights [5]. Interestingly, Malay Muslim Women (MMW) are actively challenging these norms.

Post-COVID-19, adventure tourism has emerged as a fast-growing segment, offering active, nature-based experiences that support well-being [6]. The Adventure Travel Trade Association (ATTA) and Switzerland Tourism report highlights the increasing role of women in adventure travel, both as travellers and professionals. It emphasizes the importance of leadership roles, tailored services, and women-only trips in empowering women [7]. The industry is increasingly hiring female guides, offering modest gear, and designing inclusive packages that reflect women's diverse needs.

Muslim-friendly adventure tourism caters to those seeking thrilling experiences without compromising Islamic values. It includes halal services, modesty-conscious activities, and prayer-friendly schedules [8]. However, most research generalizes Muslim travellers, with limited focus on the gender-specific needs of Muslim women in adventure contexts. As interest in halal adventure tourism grows, the lack of focused studies on Muslim women highlights a critical research gap. This study aims to address this gap by exploring the experiences, barriers, and preferences of Muslim women in adventure tourism offering valuable insights into a niche market with potential for inclusive economic and regional development.

This study adopted a phenomenological qualitative research design to explore the experiences of Muslim women in adventure tourism. The approach focused on capturing participants' lived experiences and perceptions through semi-structured interviews with nine respondents, selected via purposeful sampling. This method was chosen to gain deep, relevant insights into the needs and challenges faced by a relatively homogeneous group. The sample size was determined by data saturation, where no new themes emerged [9].

The interview questions were grouped into key themes: access, communication, services, environment, and family or social perception. These were adapted from previous research to ensure cultural and contextual relevance [10]. A pre-test with two experts confirmed the reliability and clarity of the questions.

Interviews were recorded with consent, transcribed, and analysed using thematic analysis [11]. Researchers followed six steps: familiarization, coding, generating themes, reviewing, defining, and writing up results. Bracketing was applied to minimise researcher bias and ensure focus on participant perspectives. This methodology ensured a robust exploration of the gender-specific barriers and preferences of Muslim women in adventure tourism.

Despite the Muslim women enthusiasm for adventure tourism, Muslim women face several challenges that hinder their participation. Family concerns about safety often act as barrier, especially for solo or all-female group travel. Respondent F-I-D-2 stated, *“My family worries about safety, especially for solo or all-female group travel”* (CW1). Discrimination and Islamophobia are also significant challenges, as evidence by respondent F-A-I-8 experience: *“I experienced Islamophobia abroad when the operator was racist toward me”* (CW2). Overcoming stereotypes about Muslim women in adventure tourism is another barrier. As respondent F-A-D-6 explained, *“If I am being judged, that is the challenge I need to go through to enjoy what I love”* (CW3). Connectivity challenges also pose significant barriers, as noted by respondent F-A-D-1: *“When we reached the deeper part of that area, we had difficulties accessing the GPS because of weak connectivity. We got lost for a bit”* (AC2). Addressing these logistical challenges can make adventure tourism more approachable for Muslim women travellers in adventure tourism.

Harassment concerns particularly catcalling add another layer of discomfort. Respondents F-A-I-8 reported, *“I experienced catcalling and felt unsafe and uncomfortable”* (SS2). Mixed-gender environments also pose challenges, especially during activities where physical proximity is unavoidable. Respondent F-A-D-1 shared, *“During parasailing, the seating was mixed with men, and I was uncomfortable sitting beside a man in my wet shirt”* (RC4). Privacy concerns in changing areas further complicate the experience, as noted by respondent F-I-D-6 remarked: *“Changing areas often lacking, which makes me uncomfortable”* (SA2). Lastly, logistical issues such as vehicle rental can disrupt travel plans and create

unnecessary stress. Respondent F-I-D-9 recounted, *“I have experienced difficulties when renting a vehicle; my friend was scammed by the owner, which affected our schedule”* (AC4).

Overall, despite their enthusiasm for adventure tourism, Muslim women face various challenges that hinder their participation. These challenges include family concerns about safety, particularly for solo or all-women group travel, discrimination and Islamophobia, and the struggle to overcome stereotypes associated with Muslim women in adventure tourism. Additionally, harassment, such as catcalling, discomfort in mixed-gender environments, privacy concerns in changing areas, and logistical issues like vehicle rental scams further complicate their experiences. Addressing these barriers is crucial to ensure a safer and enjoyable environment for Muslim women in adventure tourism.

This study highlights the unique challenges faced by Muslim women in adventure tourism, including safety concerns, discrimination, privacy issues, and limited gender-sensitive services. Despite growing interest, these barriers hinder full participation. Addressing them through inclusive, culturally respectful infrastructure and female-oriented services can enhance Muslim women’s travel experiences. Promoting such changes not only empowers women but also opens new opportunities for sustainable regional tourism development, contributing to poverty reduction and economic growth in local communities.

### **Acknowledgement**

The authors would like to express their deepest gratitude to the Ministry of Higher Education Malaysia for providing financial support under the Fundamental Research Grant Scheme (FRGS) for the project ID (FRGS-EC24-031-0031). We sincerely appreciate this funding, which has significantly contributed to advancing our research.

### **References**

1. Global Muslim Travel Index. (2023). GMTI 2023: Mapping the future of Muslim-friendly travel. Mastercard & CrescentRating.

2. Bahardeen, F., DinarStandard, & CrescentRating. (2023). Muslim Women in Travel (MWIT) 2019 Report. CrescentRating.
3. Baykal, S. (2023). Muslim Women Travelling Alone, 14 (12). 1456. <https://doi.org/10.3390/rel14121456>
4. Haddad, R. (2019). Understanding Muslim woman travel behaviour: A theoretical perspective. *Acta Universitatis Danubius. Œconomica*, 15(6), 233-244.
5. Slak Valek, N., & Almuhrzi, H. (Eds.). (2021). Women in Tourism in Asian Muslim Countries. *Perspectives on Asian Tourism*. doi:10.1007/978-981-33-4757-1
6. Janowski, I., Gardiner, S., & Kwek, A. (2021). Dimensions of adventure tourism. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100776. doi:10.1016/j.tmp.2020.100776
7. Kelly, H. (2022), The Influence and Impact of Women in Adventure Travel, <https://www.adventuretravelnews.com/the-influence-and-impact-of-women-in-adventure-travel>
8. Ahmed, S. (2023). Halal Adventure Tourism: Exciting Activities for Thrill-Seeker, <https://www.halaltimes.com/halal-adventure-tourism-exciting-activities-for-thrill-seekers/#:~:text=In%20halal%20adventure%20tourism%2C%20care,their%20religious%20and%20cultural%20values>.
9. Hennink, M. M., & Kaiser, B. N. (2020). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 265, 113451. *Social Science & Medicine*
10. Tavakoli, Rokhshad & Mura, Paolo. (2021). Muslim Women Travellers' Constraints: A Critical Review. 10.1007/978-981-33-4757-1\_3.

## **ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЛИК МЕХАНИЗМИ АСОСИДА РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИЯТЛАРИ**

**Олланазаров Б.Д.** - Абу Райхон Беруний номидаги Урганч давлат университети Туризм кафедраси доценти

**Собирова Х.И.** - Абу Райхон Беруний номидаги Урганч давлат университети Туризм ва меҳмондўстлик мутахассислиги 1-босқич магистранти

**Аннотация.** Мақолада давлат, бизнес субъектлари ва фуқароларнинг иқтисодий манфаатларини амалга оширишнинг ўзига хос шакли сифатида давлат-хусусий шериклик (ДХШ) нинг афзалликлари кўрсатилган. ДХШнинг истиқболли шакллари умумлаштирилган. ДХШнинг ўзига хос шакли сифатида концессия шартномаси асосида фаолият юритишнинг ижобий жиҳатлари тавсифланган. Туристлик хизматлар кўрсатиш соҳасида ДХШни амалга оширишнинг ўзига хос хусусиятлари аниқланган. Турли хил салбий жиҳатларни ҳисобга олган ҳолда туристик хизматлар кўрсатиш соҳасида ДХШни тартибга солиш механизмини такомиллаштириш бўйича таклифлар билдирилган.

**Калит сўзлар:** давлат-хусусий шериклиги, концессия шартномаси, инвестициялар, туристик хизматлар кўрсатиш соҳаси, туризм намоёйиш объектлари.

**Аннотация.** В статье показаны преимущества государственно-частного партнерства (ГЧП) как специфической формы реализации экономических интересов государства, субъектов бизнеса и граждан. Обобщены перспективные формы ГЧП и описаны положительные стороны деятельности на основе концессионного договора как специфической формы ГЧП. Определены особенности осуществления ГЧП в сфере оказания туристских услуг. Предложены предложения по совершенствованию механизма регулирования ГЧП в сфере оказания туристских услуг с учетом различных негативных аспектов.

**Ключевые слова:** государственно-частное партнерство, концессионный договор, инвестиции, сферы туристических услуг, объекты туристского показа.

**Abstract.** The article highlights the advantages of public-private partnership (PPP) as a unique form of realizing the economic interests of the state, business entities, and citizens. Promising forms of PPP are summarized, and the positive aspects of activities based on a concession agreement as a specific form of PPP are described. The features of implementing PPP in the field of tourism services have been defined. Proposals have been made to improve the mechanism for regulating PPP in the field of tourism services, taking into account various negative aspects.

**Keywords:** public-private partnership, concession agreement, investments, tourism service sectors, tourism show facilities.

Давлат-хусусий шериклик (ДХШ) - манфаатларни мувофиқлаштириш ва давлат ҳамда бизнеснинг ўзаро ҳамкорлигини таъминлашнинг ҳуқуқий механизми ҳисобланади. [1]

Амалий жиҳатдан қараганда ДХШ - бу давлат ҳокимияти органлари томонидан иқтисодийнинг оммавий секторига тегишли вазифаларни янада самарали ва сифатли бажариш учун харажатларни қоплаш, таваккалчиликлар, мажбуриятлар, ваколатларни тақсимлаш шартларида асосида хусусий секторни шартномавий шаклда жалб қилишдир.

ДХШ турли даражадаги давлат бошқаруви органлари ва бизнес субъектлари ўртасида аҳолининг ҳаёт кечириш сифатини яхшилаш ва давлат бошқаруви мақсадларига эришишга қаратилган ижтимоий аҳамиятга молик лойиҳалар ва ҳудудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш дастурларини амалга ошириш мақсадида ўзаро манфаатли шартлар асосида ижтимоий аҳамиятга молик вазифаларни ҳал этиш учун ўрта ва узоқ муддатли ҳамкорлик шакллари йиғиндиси сифатидаги ўзига хос самарали ҳамкорликни назарда тутди.

ДХШ, нафақат давлат ва бизнес субъектлари ўртасидаги манфаатли ҳамкорлик шакли, балки давлат ва бизнес субъектларининг бир-бирини қандайдир муаммолар юзага келганда “қайта суғурталайдиган” ўзаро таъсир кучи эканлигини ҳам англаш лозим. Масалан, давлат муҳим умуммиллий аҳамиятга эга бўлган ва бошқа шу каби шароитларда бюджет маблағлари ҳисобидан молиялаштирилиши лозим бўлган лойиҳалар ва дастурларни амалга ошириш учун инвестициялар олиш шаклида ҳам фойда кўради. Хусусий шерик эса давлат мулки бўлган объектдан фойдаланиш орқали иктисодий рентани ошириш имкониятига эга бўлади.

ДХШ лойиҳаларини амалга оширишнинг хорижий мамлакатлар тажрибаларининг таҳлили ДХШ механизмларидан фойдаланиладиган деярли барча давлатларда ДХШдан фойдаланиш бўйича муайян бир соҳаларнинг ажралиб туришини кўрсатади. [4] Жумладан, энг кўп ДХШ лойиҳалари транспорт соҳасида (аэропортлар, портлар, қувур транспорти, йўллар, кўприклар ва б.), ижтимоий инфратузилма (соғлиқни сақлаш, таълим, маданият), уй-жой коммунал хўжалиги (тармоқлар, сув таъминоти, иссиқлик таъминоти ва б.), шунингдек, муайян даражада туристик хизматлар кўрсатиш соҳасида амалга оширилишини қайд этиш мумкин. [3]

ДХШ муҳим ижтимоий ёки маданий аҳамиятга эга бўлган, аммо потенциал жиҳатдан фойдали бўлган соҳаларда амалга оширилиши мумкин ва зарурдир. Ана шундай соҳалардан бири туристик хизматлар кўрсатиш соҳаси бўлиб, ДХШни амалга ошириш ва туристик хизматлар кўрсатиш соҳасини ривожлантириш кўплаб янги иш ўринларини яратиш, аҳоли даромадларини ошириш ва мамлакатда турмуш даражасини яхшилаш, тарихий-маданий ва табиий ёдгорликларни асраб-авайлаш, ҳудудларни ривожлантириш, мавжуд инфратузилмани модернизация қилиш, мамлакатнинг халқаро майдондаги нуфузини ошириш ва туристларнинг чиқиш оқимини мамлакатнинг ички туризм бозорига йўналтириш орқали капиталнинг мамлакатдан чиқиб кетишига тўсқинлик қилиши мумкин.

Туристтик хизматлар кўрсатиш соҳасида ДХШнинг мумкин бўлган воситалари орасида қуйидагиларни ажратиб кўрсатишимиз мумкин бўлади:

- давлат эҳтиёжлари учун пудрат ишларини бажаришни назарда тутувчи шартнома турларидан бири бўлган **давлат контракти**;

- шартнома муносабатларининг объектлари (мол-мулк, фаолиятнинг айрим турлари) битимнинг фақат бир томони, яъни давлатнинг тўлик эгалигида ёки бошқа оммавий-ҳуқуқий тузилма, шартноманинг бошқа тарафи эса, унга тақдим этиладиган ҳақ-ҳуқуқлар эвазига муайян мажбуриятларни ўз зиммасига оладиган - нодавлат субъектида бўладиган **концессия шартномаси**; [5]

- мулк объектини кейинчалик сотиб олиш ва қайтариш ҳуқуқи билан узоқ муддатли ижарага бериш амалга ошириладиган, кредит шаклларида бири бўлган **молиявий ижара (лизинг)**;

- ўзганинг мулкани вақтинча эгалик қилиш ва фойдаланишга бериш ҳамда қайтариш шартини олдиндан белгилайдиган **ижара муносабатлари**.

Фикримизча, кўпчилик мамлакатлар учун энг истиқболли восита концессия ҳисобланади. Чунки у турли хил табиий ва маданий-тарихий объектларни тиклаш имкониятини назарда тутди. Шу билан биргаликда кейинчалик тасдиқланган лойиҳа ва шартномага мувофиқ туристик мақсадларда фойдаланиш ҳам мумкин бўлади. Жумладан, мамлакатда туристик хизматлар кўрсатиш соҳасидаги ДХШнинг истиқболли йўналишларидан бири тарихий-маданий аҳамиятга эга бўлган архитектура объектларини, шунингдек, бошқа шу каби бир қатор объектларни концессия шартномаси асосида фойдаланишга бериш лозим.

Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида 8210 та моддий ва маданий мерос объектлари давлат муҳофазасига олинган. Уларнинг баъзилари ЮНЕСКО рўйхатига киритилган. [8] Ушбу моддий ва маданий мерос объектларининг катта қисмидан туристик хизматлар кўрсатиш соҳасида фойдаланиб келинмоқда. Бу объектлар туристик намойиш объектлари вазифаларини

уддаламоқдалар. Улардан туристларни жалб этишга қаратилган турли акциялар (байрамлар, ярмаркалар, кўргазмалар, халқ сайилларини ўтказиш, умумий овқатланиш муассасалари фаолиятини қўллаб-қувватлаш, сувенир маҳсулотларини сотиш ва б.) ни амалга оширилишида фойдаланиб келинимоқда. Аммо, ушбу туризм намоиш объектларининг кўпчилиги реставрация талаб, авария ҳолатига келиб қолган, зудлик билан таъмирлашни талаб қилади объектлар бўлиб, улардан туристик намоиш объектлари сифатида фойдаланиш учун муайян даражадаги инвестицион маблағлар зарур.

Давлат ва маҳаллий ҳокимликларнинг тегишли бюджетларида маблағларнинг етарли эмаслиги, ҳамда ушбу тарихий-маданий мерос объектларини реконструкция ва реставрация қилиниши учун катта миқдордаги маблағларнинг зарурлиги сабабли зарур маблағларни жалб қилиниши масаласи давлат олдида муаммо бўлиб келмоқда.

Айнан шу ҳолатда инвестициялар концессия шартномаси асосида фаолият юритиш истагини билдирган хусусий инвестор ҳисобидан жалб қилиниши мумкин.

ДХШ фақат сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий барқарорлик шароитида, инвесторларнинг ҳуқуқлари ҳимояланган, капитални йўқотиш хавфи минимал бўлмаса ҳам, ҳеч бўлмаганда аҳамиятсиз (мақбул) даражада бўладиган шароитда амалга оширилиши мумкин бўлади. [6] Бугунги кунда Ўзбекистон Республикаси жаҳоннинг қулай инвестиция муҳитига эга бўлган давлатлари қаторига киради. Шу боис мамлакатимизда ДХШ дан фойдаланиш даражасини ривожлантириш истиқболлари жуда юқори ҳисобланади.

Фикримизча, туристик хизматлар кўрсатиш соҳасида ДХШни жорий этиш масалалари инвестицияларни жалб этишга қаратилган соҳани ривожлантиришнинг аниқ ва улкан дастурини амалга ошириш асосида ҳал этилиши лозим. [2] Ривожланган мамлакат тажрибалари умумий жиҳатдан тузилган мақсадли дастурлар самарасиз эканлигини, ажратилиши

мўлжалланадиган давлат маблағлари мамлакат иқтисодиёти учун ижобий натижаларга олиб келмаслиги мумкинлигини акс эттиради.

Туристтик хизматлар кўрсатиш соҳасида инновацион-инвестицион йўналишга эга бўлган дастурларнинг аниқ вазифалари, биринчи навбатда, бугунги кун учун муҳим бўлган замонавий ва қудратли инфратузилмани яратиш, хизмат кўрсатишнинг илғор технологияларини жорий этиш, истикболли туризм намоиш объектларининг шакллантирилишини қўллаб-қувватлаш ва бошқаларга йўналтирилган инвестицияларни жалб қилишга қаратилган бўлиши лозим.[7]

Бу вазифани, энг аввало, ДХШ воситаларини кенг жорий этиш асосида ҳал этиш мумкин бўлади. Туристтик хизматлар кўрсатиш соҳасида, энг аввало, концессия шартномаси асосида фаолият юритиш нуқтаи назаридан ДХШни ташкил этишнинг услубий ёндашувларини ишлаб чиқиш зарур бўлиб, бу ўз навбатида маҳаллий ҳокимият органларининг ушбу жараёнга кўпроқ жалб этилишини ҳам таъминлайди.

ДХШ субъектларига маҳаллий ресурсларни имтиёзли шартларда фойдаланиш имконини берадиган механизмни назарда тутиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Истикболда туристтик хизматлар кўрсатиш соҳасида ДХШ натижадорлигини прогнозлашнинг эконометрик инструментариyasини ишлаб чиқишга қаратилган тадқиқотларни ҳам амалга ошириш зарур бўлади.

### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Ўзбекистон Республикасининг 10.05.2019 йилдаги “Давлат-хусусий шериклик тўғрисида” ги №ЎРҚ-537-сонли Қонуни. <https://lex.uz/docs/4329270>
2. Ўзбекистон Республикасининг 25.12.2019 йилдаги “Инвестициялар ва инвестиция фаолияти тўғрисида”ги №ЎРҚ-598-сонли Қонуни <https://lex.uz/docs/4664142>
3. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 26.04.2020 йилдаги “Давлат-хусусий шериклик лойиҳаларини амалга ошириш тартибини

<https://lex.uz/docs/4798603>

4. Теория и практика государственно-частного партнерства. Учебный модуль. Т.: 2013. [https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/uz/un\\_uzb\\_Theory\\_and\\_practice\\_of\\_public-private\\_partnership.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/uz/un_uzb_Theory_and_practice_of_public-private_partnership.pdf)

5. Дерябина М. Государственно-частное партнерство: теория и практика [Электронный ресурс]: gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo.html

6. E.Klochko, L.Kovalenko, B.Ollanazarov, A.Mirzaev, B.Ruzmetov. [The mechanism of municipal public-private partnership as a driver of ethnic tourism development in the Krasnodar territory](#). BIO Web of Conferences 82, 06016. 2024 у.

7. Т.Досчанов, Б.Олланазаров, Ж.Атаев, Ш.Қўчқаров. Инновацион фаолиятни инвестициялашда давлат-хусусий шерикчилигининг ўрни. Хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш муаммолари мавзусидаги халқаро илмий-амалий анжуман. Самарқанд, 2021 йил 19-20 февраль, 174-178 б.

8. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Список\\_объектов\\_всемирного\\_наследия\\_ЮНЕСКО\\_в\\_Узбекистане](https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_объектов_всемирного_наследия_ЮНЕСКО_в_Узбекистане)

## **KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA INNOVATSION XIZMATLARNI RIVOJLANTIRISH YO‘NALISHLARI**

**Xudayberganov D.T.** -Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti “Iqtisodiyot” kafedrasida professori v.b.

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada kambag‘allikni qisqartirishda innovatsion xizmatlarni rivojlantirish zaruriyati, tashkil etish shart-sharoitlari, ijtimoiy-iqtisodiy xususiyatlari, mavjud imkoniyatlari, ustuvor jihatlari, afzalliklari, turlari va uni amalga oshirish yo‘nalishlari yoritib berilgan.

**Kalit so‘zlar.** Kambag‘allik, kambag‘allikni qisqartirish, xizmat, innovatsion xizmat, yo‘nalish.

**Аннотация.** В статье освещаются необходимость развития инновационных услуг по сокращению бедности, условия их организации, социально-экономические характеристики, имеющиеся возможности, приоритеты, преимущества, виды и направления их внедрения.

**Ключевые слова.** Бедность, сокращение бедности, обслуживание, инновационное обслуживание, направление.

**Abstract.** This article discusses the need to develop innovative services in poverty reduction, the conditions for their organization, socio-economic characteristics, existing opportunities, priorities, advantages, types and directions for their implementation.

**Key words.** Poverty, poverty reduction, service, innovative service, direction.

Ma'lumki, mamlakatni barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish uchun kambag'allikni qisqartirish eng asosiy ustuvor yo'nalish bo'lib hisoblanadi. Kambag'allikni qisqartirish masalasi dunyo miqyosida global muammolardan biri bo'lib hisoblanadi. Xususan sharq mamlakatlaridan Xitoy tajribasi mamlakatimiz uchun mos yo'nalish bo'lib hisoblanadi. Ushbu mamlakatda har bir hududda o'zining xususiyatlaridan kelib chiqqan holda kambag'allikni tugatish bo'yicha tegishli chora-tadbirlar ishlab chiqiladi[1]. Kambag'allikni qisqartirishda innovatsion xizmatlarni rivojlantirish yo'nalishlari xilma-xil bo'lib, ular muayyan hududning iqtisodiy, ijtimoiy va texnologik sharoitlariga bog'liq bo'ladi. Innovatsion xizmatlar yangi yoki mavjud mahsulotlar, jarayonlar, tashkiliy tuzilmalar yoki marketing strategiyalarini takomillashtirishga qaratilgan faoliyat bilan namoyon bo'ladi. Ular ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalar, muhandislik, dizayn, dasturiy ta'minot ishlab chiqish, konsalting, ta'lim va boshqa ko'pgina sohalarni o'z ichiga oladi. Ushbu xizmatlarni asosiy maqsadi mijozlar ehtiyojlarini qondirish va ularning biznesiga yangi qiymat qo'shish orqali raqobatbardoshlikni oshirishga qaratiladi. Bu borada xizmat innovatsiyasi mashinasozlik kabi mahsulot ustunligidagi korxonalariga daromad va foyda ulushi va barqarorligini oshirish, mijozlar ehtiyojlarini qondirish orqali mijozlar bilan munosabatlarni yaxshilash va hayot siklini boshqarish samaradorligini oshirish imkonini beradi [2]. Innovatsion xizmatlar turli ko'rinishlarda amalga oshiriladi. Xususan, mehmondo'stlikdagi

texnologik innovatsiyalar ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini oshirish, ya'ni mijoz va turist qulayligini oshirish hamda korxonada faoliyatidagi xarajatlarni optimallashtirishga qaratiladi [3].

Avvalo, innovatsion xizmatlar quyidagi keltirilgan guruhlarga ajratiladi:

- **tadqiqot va ishlanmalar:** Yangi mahsulotlar, texnologiyalar va jarayonlarni yaratish.

- **muhandislik xizmatlari:** Infratuzilmani loyihalashtirish, qurish va unga xizmat ko'rsatish hamda ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish.

- **dizayn xizmatlari:** Mahsulotlar, xizmatlar va brendlarni vizual va funksional jihatdan yaxshilash.

- **dasturiy ta'minot ishlab chiqish:** Mijozlar ehtiyojlariga mos dasturiy ta'minot yechimlarini yaratish.

- **konsalting xizmatlari:** Innovatsion strategiyalarni ishlab chiqish va joriy etishda yordam berish.

- **ta'lim xizmatlari:** Innovatsiyalar sohasida bilim va ko'nikmalarni oshirishga qaratilgan treninglar va kurslarni tashkil etish.

- **texnologiyalarni transfer qilish:** Yangi texnologiyalarni bir sohadan boshqasiga ko'chirish va moslashtirish.

Biroq, innovatsion xizmatlarni tashkil etish korxonalariga quyidagi yo'nalishlardagi afzalliklarni yaratib beradi:

- **raqobatbardoshlikni oshirish:** Yangi mahsulotlar va xizmatlar yaratish orqali bozorda ustunlikka erishish.

- **samaradorlikni oshirish:** Ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonlarini takomillashtirish orqali xarajatlarni kamaytirish.

- **yangi bozorlarga chiqish:** Innovatsion yechimlar orqali yangi mijozlarni jalb qilish va geografik hududlarni kengaytirish.

- **mijozlar sodiqligini oshirish:** Mijozlarning ehtiyojlariga mos mahsulotlar va xizmatlar taklif qilish orqali ular qoniqishini ta'minlash.

Bugungi kunda O'zbekistonda innovatsion xizmatlar sohasi jadal rivojlanmoqda. Hukumat innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlash uchun qator chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda. Jumladan, innovatsion markazlar va texnoparklarni tashkil etish hamda startaplarni moliyalashtirish va innovatsion loyihalarni rag'batlantirish shular qatoriga kiradi. Bu borada innovatsion xizmatlarni rivojlantirish quyidagi yo'nalishlarga asoslanadi:

1) Raqamli texnologiyalarni joriy etish:

- onlayn ta'lim platformalari: Arzon va sifatli ta'lim olish imkoniyatini yaratish, yangi kasblar o'rganish va malaka oshirish.

- elektron tijorat: Mahalliy ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlarga mahsulotlarini keng bozorlarga chiqarish imkonini berish.

- mobil banking va to'lov tizimlari: Moliyaviy xizmatlardan foydalanish imkoniyatini kengaytirish, mikroreditlash va sug'urtalash xizmatlarini soddalashtirish.

- axborot platformalari: Ish qidirish, biznes uchun maslahatlar, huquqiy yordam va boshqa zarur ma'lumotlarni taqdim etish.

- raqamli dehqonchilik: Fermerlarga agrotexnologiyalar, hosildorlikni oshirish usullari va bozor narxlari haqida ma'lumot berish.

2) Ijtimoiy innovatsiyalar:

- mikromoliyalash: Kichik biznesni rivojlantirish uchun imkoniyati cheklangan shaxslarga kichik kreditlar berish.

- ijtimoiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash: Jamiyat uchun foydali mahsulot yoki xizmatlar yaratadigan tadbirkorlarni rag'batlantirish.

- jamoatchilikka asoslangan yechimlar: Mahalliy aholi muammolarini aniqlash va ularni yechish uchun jamoaviy loyihalarni ishlab chiqish.

- ko'ngillilik va mentorlik dasturlari: Yoshlar va tajribasiz shaxslarga malakali mutaxassislardan maslahat va ko'mak olish.

- inklyuziv biznes modellar: Imkoniyati cheklangan shaxslarni ish bilan ta'minlash yoki ular mahsulotlarini sotib olish orqali ularni iqtisodiy hayotga jalb qilish.

### 3) "Yashil" texnologiyalar va barqaror rivojlanish:

- qayta tiklanuvchi energiya manbalari: Quyosh, shamol va biomassa energiyasidan foydalanish orqali arzon va ekologik toza energiya bilan ta'minlash.

- ekologik toza qishloq xo'jaligi: Organik dehqonchilik, suvni tejaydigan texnologiyalar va chiqindilarni qayta ishlash orqali hosildorlikni oshirish va atrof-muhitni himoya qilish.

- chiqindilarni boshqarish: Chiqindilarni qayta ishlash va ulardan yangi mahsulotlar ishlab chiqarish orqali daromad manbai yaratish.

- ekoturizm: Tabiiy resurslarni saqlash va mahalliy aholi uchun ish o'rinlari yaratish.

### 4) Sog'liqni saqlash va sanitariya:

- telemeditsina: Uzoq va chekka hududlardagi aholiga malakali tibbiy yordam ko'rsatish.

- mobil sog'liqni saqlash: Mobil ilovalar va qurilmalar orqali salomatlikni monitoring qilish va kasalliklar oldini olish.

- arzon sanitariya yechimlari: Toza ichimlik suvi va sanitariya sharoitlarini yaxshilash orqali kasalliklar tarqalishini kamaytirish.

### 5) Davlat-xususiy sheriklik:

- davlat tomonidan innovatsion loyihalarni qo'llab-quvvatlash, xususiy sektorni jalb qilish va startaplar uchun qulay shart-sharoitlar yaratish.

- innovatsion xizmatlarni rivojlantirish uchun grantlar, subsidiyalar va imtiyozli kreditlar ajratish.

- qonunchilik bazasini takomillashtirish va byurokratik to'siqlarni bartaraf etish.

Xulosa shuki, mazkur yo'nalishlar kambag'allikni qisqartirishda innovatsion xizmatlarni rivojlantirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Muhimi, bu borada har

bir loyiha mahalliy sharoitlarga moslashtirilishi va aholining ehtiyojlarini hisobga olishi kerak.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. Pardayev M., Pardayeva O., Latipov A. Kambag‘allikni qisqartirish va iqtisodiyotni rivojlantirish bo‘yicha xorijiy mamlakatlar tajribasi va ulardan mamlakatimizda foydalanish imkoniyatlari. // Journal of marketing, business and management, Volume2, Issue8 (December). - 4 б.

2. Герасимов К.Б. Принципы успешного внедрения инноваций в сфере услуг // Инновации, №5 (259), 2020. - с. 359.

3. Цатхланова Т.Т., Буркутбаева Н.А., Эрендженова Д.Б., Натырова Е.В. Инновации в сфере услуг. // Economics: Yesterday, Today and Tomorrow, 2018, Vol.8, Is. 4A. - с. 96.

### **KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINING O‘RNI**

**Masharipova M. A.** - Ma‘mun universiteti NTM, Iqtisodiyot kafedrasida dotsenti, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori, PhD

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish uchun kambagallik darajasini kamaytirishda xizmat ko‘rsatish sohasining o‘rni bo‘yicha nazariy va amaliy masalalari yoritilgan. Shuningdek ushbu soha yordamida kambag‘allikni qisqartirish uchun taklif va tavsiyalar berilgan.

**Kalit so‘zlar:** iqtisodiyot, kambag‘allikni qisqartirish, xizmatlar sohasi, turizm, aholining turmush darajasini.

**Аннотация.** В данной статье освещены теоретические и практические вопросы роли сферы услуг в сокращении уровня бедности для развития экономики страны. Также были даны предложения и рекомендации по сокращению бедности с помощью этой сферы.

**Ключевые слова:** экономика, сокращение бедности, сфера услуг, туризм, уровень жизни населения.

**Abstract.** This article highlights the theoretical and practical issues of the role of the service sector in reducing poverty for the development of the country's economy. Proposals and recommendations were also given to reduce poverty through this sector.

**Keywords:** economy, poverty reduction, service sector, tourism, living standards of the population.

Bugungi kunda kambag'allik dunyo bo'ylab jiddiy ijtimoiy va iqtisodiy muammo bo'lib, uning ta'siriga uchragan hududlarda ijtimoiy barqarorlik, taraqqiyot va odamlarning farovonligi yomonlashadi. Shu sababli kambag'allikni qisqartirish davlatlar uchun asosiy maqsadlardan biri bo'lib qolmoqda. Mamlakatimizning iqtisodiy rivojlanishida kambag'allikni kamaytirish, aholining turmush darajasini oshirish va barqaror ijtimoiy muhit yaratish dolzarb masalalardan hisoblanadi. Shu maqsadda, iqtisodiyotning turli sohalari, xususan, turizm va xizmatlar sohasining rivojlanishi alohida e'tiborni talab qiladi.

Yangi O'zbekistonda kambag'allikni qisqartirishga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni o'rganish bilan bog'liq holda jamiyatda kambag'allikni qisqartirish, aholi daromadlarini oshirishning yangicha yo'llariga katta e'tibor qaratilmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi farmonida belgilangan ijtimoiy himoya tizimining inklyuzivligini oshirish, kam ta'minlangan oilalarni qo'llab-quvvatlash hamda ularning daromadini oshirish va turmush sharoitini yaxshilash, tadbirkorlik, kichik va o'rta biznesni rivojlantirish hamda aholi ehtiyojmand qatlamining tadbirkorlik faoliyatini yo'lga qo'yish imkoniyatlarini kengaytirish, hududlarni kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirishda bevosita kambag'allikni qisqartirishga alohida e'tibor qaratish vazifalarini belgilanganligi dolzarb masala hisoblanadi [1, 60-son farmon].

Bundan tashqari, globalizatsiya va raqobat muhitida yangi ish o'rinlari yaratish va mintaqalararo farqni kamaytirish uchun turizm va xizmatlar sohasining o'zni

katta. Ayniqsa, rivojlanayotgan hududlarda turizm va xizmatlar sohasining samarali rivojlanishi kambag'allikni kamaytirishda muhim rol o'ynaydi. Shu bilan birga, u hududlar o'rtasidagi iqtisodiy farqlarni qisqartirishga yordam beradi.

Bugungi kunda kambag'allikni xizmatlar sektori ham kambag'allikni qisqartirishda muhim ahamiyatga ega. Ushbu soha iqtisodiy faollikni rag'batlantirish, yangi ish o'rinlari yaratish va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlashda katta rol o'ynaydi. Xizmatlar sohasi ichiga ta'lim, sog'liqni saqlash, bank xizmatlari, turizm, transport va axborot texnologiyalarini kiritish mumkin. Ularning har biri o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lib, kambag'allikni qisqartirishda samarali rol o'ynaydi.

Shu bilan birga kambag'allikni xizmatlar sektori ham kambag'allikni qisqartirishda muhim ahamiyatga ega. Ushbu soha iqtisodiy faollikni rag'batlantirish, yangi ish o'rinlari yaratish va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlashda katta rol o'ynaydi. Xizmatlar sohasi ichiga ta'lim, sog'liqni saqlash, bank xizmatlari, turizm, transport va axborot texnologiyalarini kiritish mumkin.

Ularning har biri o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lib, kambag'allikni qisqartirishda samarali rol o'ynaydi.

**-Ish o'rinlari yaratish:** Xizmatlar sektori kichik va o'rta bizneslar uchun katta imkoniyatlar yaratadi. Xususan, ta'lim, sog'liqni saqlash, tibbiyot, sanoat xizmatlari kabi sohalar aholiga yangi ish o'rinlarini taqdim etadi.

**-Ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish:** Sog'liqni saqlash va ta'lim kabi xizmatlar aholi farovonligini oshirishga xizmat qiladi. Bu sohalarning rivojlanishi kambag'allikni kamaytirishda muhim omil bo'lishi mumkin.

**-Iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash:** Xizmatlar sektori iqtisodiy barqarorlikni ta'minlaydi va mintaqalarda turizm, ishlab chiqarish va boshqa iqtisodiy faoliyatlarga turtki beradi. Ayniqsa, axborot texnologiyalari va moliya xizmatlari rivojlanishi hududlarda yangi iqtisodiy imkoniyatlarni yaratadi [2,408 b].

Hududlarda xizmatlar sohasining rivojlanishi turizm bilan bog'liq, chunki turizmni rivojlantirish uchun sifatli xizmatlar ko'rsatish, mehmonlarni jalb qilish

uchun zarur. Sifatli xizmatlar sektori hududlar orasidagi farqni kamaytirishga yordam beradi va ularning iqtisodiy salohiyatini oshiradi. Shuningdek, turizm sohasi iqtisodiy o'sishni rag'batlantiruvchi va yangi ish o'rinlari yaratish imkonini beruvchi eng samarali yo'nalishlardan biridir. Hududlar orasida turizmni rivojlantirish orqali mintaqaviy iqtisodiy o'sish ta'minlanadi va bu esa kambag'allikni qisqartirishga yordam beradi. Xususan, turizm nafaqat milliy daromadni oshirish, balki hududlardagi kichik biznesni rivojlantirish, yangi ish o'rinlari yaratish, hamda ijtimoiy infratuzilmani yaxshilashga ham xizmat qiladi.

Turizmning rivojlanishi hududlar uchun quyidagi ijobiy natijalarga olib kelishi mumkin:

- **Yangi ish o'rinlarini yaratish:** Turizm sohasida mehmonxona, restoranlar, transport, ekskursiyalar va boshqa xizmatlar orqali yangi ish o'rinlari yaratiladi. Bu ish o'rinlari mintaqalarda kambag'allikni kamaytirishning samarali usuli bo'lishi mumkin.

-**Mahalliy sanoat va biznesni rivojlantirish:** Turizm mahalliy sanoat va xizmat ko'rsatish sektorlari uchun yangi imkoniyatlar yaratadi. Masalan, hunarmandchilik, qo'lda ishlangan mahsulotlar va mahalliy oziq-ovqatlar orqali turizm sohasining rivojlanishi mahalliy bizneslarni qo'llab-quvvatlashga olib keladi.

-**Infratuzilmani rivojlantirish:** Turizm rivojlanishi yo'llar, aeroportlar, mehmonxona va boshqa infratuzilma obyektlarini yangilashni talab qiladi. Bu esa butun hududning iqtisodiy rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi[3,219 b].

Turizmni rivojlantirishda hududiy xususiyatlar, madaniyat, tarixiy va tabiiy resurslar hisobga olinishi kerak. Masalan, O'zbekistonning turizm salohiyati juda yuqori, ayniqsa, tarixiy obidalar, madaniy meros va tabiiy go'zalliklar orqali mintaqaviy turizmni rivojlantirish mumkin.

Kambag'allikni qisqartirishda hududlarda turizm va xizmatlar sohasini rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Bu sohalarning rivojlanishi nafaqat yangi ish o'rinlarini yaratadi, balki iqtisodiy o'sishni rag'batlantiradi, mahalliy bizneslarni

qo'llab-quvvatlaydi, infratuzilmani yaxshilaydi va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlaydi. Shu bois, turizm va xizmatlar sohasining samarali rivojlanishi kambag'allikni qisqartirish va hududlar o'rtasidagi farqni kamaytirishga xizmat qiladi. O'zbekiston uchun bu yo'nalishda amalga oshiriladigan ishlar aholining turmush darajasini oshirishga va uzoq muddatli iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashga xizmat qiladi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvar "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi , PF-60-sonli Farmoni\\lex.uz.

2. Темный Ю. В., Темная Л. Р. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2010. 448 с.

3. Худоев А.А. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришнинг ўзига хос ташкилий иқтисодий жиҳатлари «Иқтисод ва молия» 2019 йил, № 8, 919 б

### **RAQAMLI MARKETING VOSITALARI ASOSIDA TURISTIK XIZMATLAR SOHASINI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI**

**Ilhamova Z.P.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Biznes va boshqaruv kafedrasida dotsenti, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada raqamli marketing vositalari asosida turistik xizmatlar sohasini rivojlantirish imkoniyatlari bo'yicha bilimlar darajasi o'rganilgan, shuningdek, mavjud tadqiqotlar tahlili asosida rivojlantirish imkoniyatlari aniqlangan.

**Аннотация.** В статье исследуется уровень знаний о важность развития сферы туристических услуг на основе цифровых маркетинговых инструментов, а также выявляются возможности развития на основе анализа существующих исследований.

**Abstract.** This article explores the level of knowledge regarding the development opportunities of the tourism services sector based on digital marketing

tools, and identifies potential areas for growth through the analysis of existing research.

**Kalit soʻzlar:** an'anaviy marketing, raqamli marketing, turizm marketing, raqamli texnologiyalar, kontent marketing, ijtimoiy tarmoq marketingi.

**Ключевые слова:** традиционный маркетинг, цифровой маркетинг, маркетинг в туризме, цифровые технологии, контент-маркетинг, маркетинг в социальных сетях.

**Key Words:** traditional marketing, digital marketing, tourism marketing, digital technologies, content marketing, social media marketing.

Yangi Oʻzbekistonda turistik biznes yuritishning zamonaviy yoʻnalishlarini tanlash, innovasiyalarga asoslangan raqamli marketing vositalarini ishlab chiqish, xizmat koʻrsatishda raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish asosida iqtisodiy oʻsishga erishishga qaratilgan jihatlarga alohida eʼtibor berilmoqda. Mamlakatimiz Prezidenti tomonidan ilgari surilgan Raqamli Oʻzbekiston - 2030 strategiyasida “Xorijiy turizm bozorlarida mamlakat turizm salohiyatini targʻib qilish orqali Respublikaga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar sonini 2026 yilgacha 9 mln nafarga yetkazish vazifalari belgilab berilgan boʻlib, mazkur vazifalarning samarali ijrosi maqsadli bozorlarda marketing tadqiqotlarini olib borish, davlatlar kesimida turistik marshrutlarni ishlab chiqish, xorijiy mamlakatlarda xalqaro turizm koʻrgazma va yarmarkalarda milliy stand bilan ishtirok etish, raqamli marketing vositalarini keng joriy qilishni taqozo etadi [1].

Raqamli marketing nisbatan yangi konsepsiyalardan hisoblansa-da, u oʻz ichiga bir qator zamonaviy marketing vositalarini qamrab oladi. Raqamli marketing vositalari hisoblanuvchi kontent marketingi isteʼmolchi bilan ishonchli munosabatlarni oʻrnatish, ularga turli xil maʼlumotlarni taqdim etish va imijni yaratishga yordam bersa, ijtimoiy tarmoq marketingi brend xabardorligi, savdoni oshirish, shuningdek, bir nechta platformalarda kompaniya obroʻsini mustahkamlash va saqlab qolishga erishilishiga olib keladi. Turizm anʼanaviy

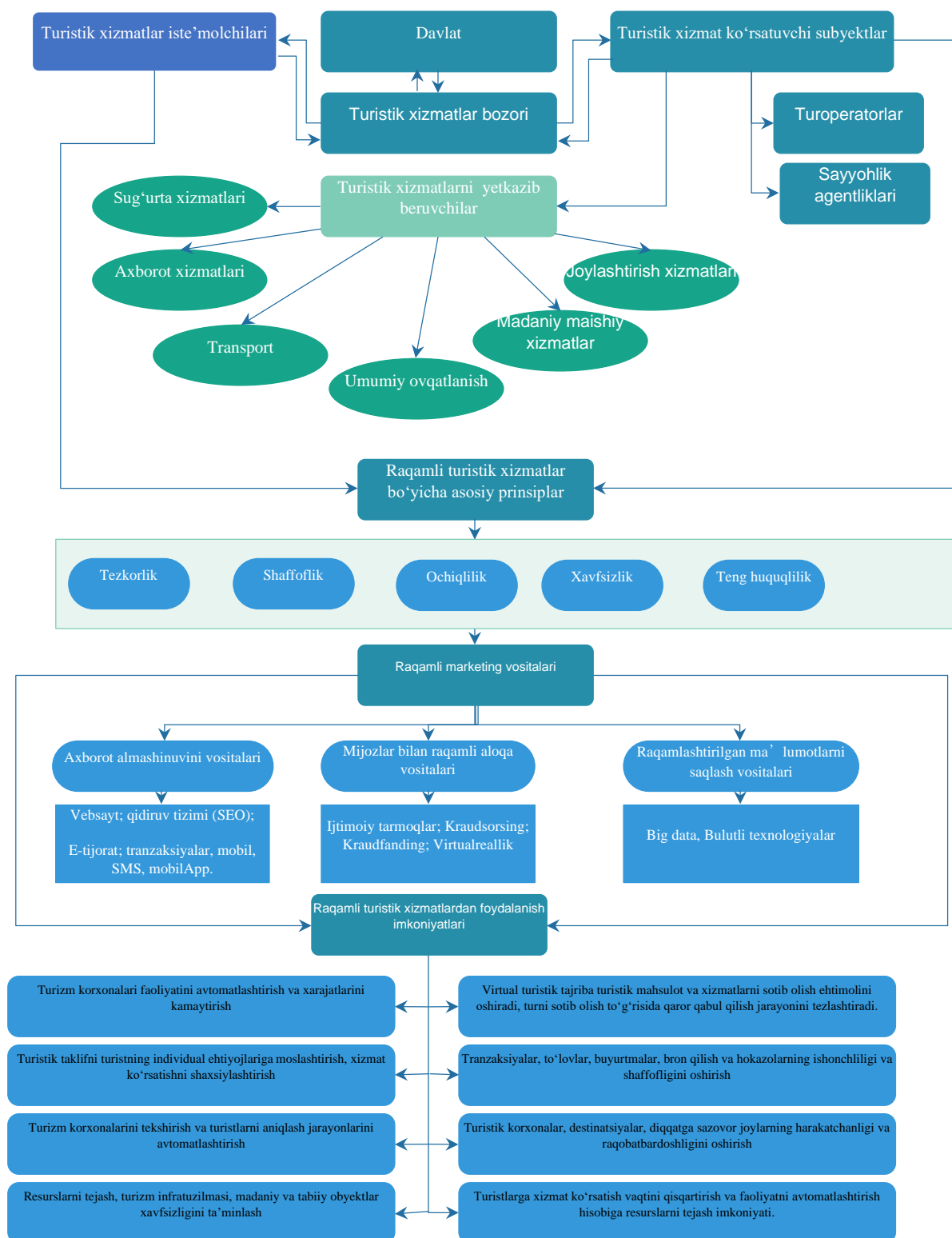
marketingdan raqamli marketingga o'tilishi afzalliklari sifatida quyidagilarni keltirishimiz mumkin:

- qisqa vaqt ichida ma'lumotlarni ko'plab iste'molchilarga yetkazish imkoniyatining mavjudligi. An'anaviy marketing faqat ma'lum bir geografik hududdagi auditoriyaga xizmat qilganligi sababli, kirish yoki reklama ko'rsatiladigan tegishli hudud bilan cheklangan. Raqamli marketing Internetdan foydalanganligi sababli, targ'ib qilinayotgan mahsulot va xizmatlar butun dunyo bo'ylab targ'ib qilinishi mumkin.

- mijozlar bilan aloqa o'rnatilish imkoniyati. An'anaviy marketing bir tomonlama aloqa bo'lib, unda taklif etilayotgan mahsulot yoki xizmatlar haqida ma'lumot tarqatadi, raqamli marketing esa ko'p tomonlama aloqa bo'lib, kompaniya tomonidan joylashtirilgan reklama bilan bir qatorda mijozlar fikrlarini bilish, tajriba almashish imkoniyati mavjud.

Raqamli marketing orqali iste'molchilarga tanlash imkoniyatini berilishi uning an'anaviy marketingga nisbatan ustuvor jihati hisoblanadi. Sayohat qilish sabablaridan qat'i nazar, hozirda turistlarning aksariyati bron qilishdan oldin yo'nalishni o'rganish uchun internetdan foydalanadi. Shu sababli, kontent marketingi, ijtimoiy media marketingi, virusli marketing, ta'sir qiluvchi (Influencer) marketing kabi raqamli marketing vositalaridan foydalanish turizm industriyasi uchun ustuvor strategik yo'nalishlar hisoblanadi. Turizm sohasida ham ushbu raqamli marketing vositalarining qo'llanilishi mavjud auditoriyani ko'paytirish, turistik xizmatlarni reklama qilish uchun arzon va samarali yechimlarni yaratish imkonini beradi.

Turizmda raqamli marketing an'anaviy marketingning takomillashgan ko'rinishi bo'lib, zamonaviy marketing MIKSining muhim elementi hisoblanadi. **Raqamli marketing turizmda raqobat ustunligining muhim omiliga aylanib bormoqda [2].** Turizm xizmatlari bozori va unda raqamli marketing vositalarining o'zaro bog'liq modeli 1-rasmda ifodalanadi



**1-rasm. Turizm xizmatlari bozori va raqamli marketing vositalarining o'zaro bog'liq modeli<sup>9</sup>**

<sup>9</sup>Muallif ishlanmasi

Iste'molchilarga turizm xizmatlarini ko'rsatishga moslashtirish jarayonini eng yaxshi tarzda kengaytira oladigan va doimiy yuqori rentabellik asosida ularning uzoq muddatda omon qolishini ta'minlay oladigan turizm korxonalarini raqobatdosh ustunliklarga ega bo'ladilar. Bizning fikrimizcha, raqamli marketing orqali bunga erishish mumkin. Raqamli marketing vositalarining turizm xizmatlari bozoriga ta'siri raqamli transformatsiya ta'sirida yuzaga keladi. Shuning uchun marketing yanada interaktiv va vizual yo'naltirilgan bo'lishi va raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasi oshib borishi lozim. Zamonaviy ommaviy axborot vositalari iste'molchilarning ishtirokini va axborotning bozoridagi keskin raqobat ta'sirida yanada kuchayib boradi, shuning uchun marketing yondashuvlarini o'zgartirish va yangi marketing vositalaridan foydalanish zarurati barcha tarmoqlar va sohalar, shuningdek turizm xizmatlari bozorida ham samarali foydalanish imkoniyatlari tug'iladi.

Turizmda raqamli marketing vositalaridan foydalanish tezkorlik, shaffoflik, ochiqlik, xavfsizlik, teng huquqlik prinsiplariga asoslanishi lozim. Bunday prinsiplar asosiga qurilgan turizm bozori marketingning a'nanaviy MIKS hisoblangan "4P" dan mijozlarga yo'naltirilgan yondashuv hisoblangan "4C" ga o'tishni ta'minlaydi. Natijada turistik xizmatlar bozori zamonaviy yondashuvlar asosida rivojlanadi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Рақамли Ўзбекистон - 2030" стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора - тадбирлари тўғрисидаги ПФ-6079 сонли фармони. lex.uz
2. S. Quinton, L. Simkin The digital journey: Reflected learnings and emerging challenges International Journal of Management Reviews, 19 (4) (2017), pp. 455-472
3. Charlesworth, A. Absolute Essentials of Digital Marketing / A.Charlesworth. – New York: Routledge, 2020. – 101 p.

4. Котлер, Ф. Основы маркетинга Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. — 656 с.

5. A. Coca-Stefaniak, S. Carroll Traditional or experiential places? Exploring research needs and practitioner challenges in the management of town centres beyond the economic crisis *Journal of Urban Regeneration and Renewal*, 9 (1) (2015), pp. 35-42

6. <http://www.businessdictionary.com/definition/marketing-strategy.html>.

7. <http://www.stat.uz> Ўзбекистон Республикаси давлат статистика кўмитасининг расмий сайти.

## **BRIDGING SERVICE GAPS IN MUSLIM FRIENDLY ADVENTURE TOURISM: STAKEHOLDER PERSPECTIVES AND FRAMEWORK DEVELOPMENT**

**Muhammad Haniff Najmi Mazli** and **Siti Salwa Md Sawari**, Kulliyyah of Sustainable Tourism and Contemporary Languages and International Institute for Halal Research and Training, International Islamic University Malaysia.

**Abstract.** This study explores the needs of Muslim travellers in adventure tourism to develop a conceptual framework for Muslim-friendly experiences. Using mixed methods, it engages travellers, operators, and communities. The research promotes halal-friendly, culturally sensitive tourism that enhances regional inclusivity, supports small tourism enterprises, and fosters sustainable development. The findings offer practical solutions to strengthen regional economies and reduce poverty through inclusive adventure tourism in line with global development goals.

**Keywords:** Muslim-Friendly Tourism (MFT), Adventure Tourism, Cultural sensitivity, regional development, Poverty reduction

### **Introduction**

In the years following the COVID-19 pandemic, the tourism industry particularly adventure tourism has shown remarkable recovery. While the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) initially predicted a severe downturn for global tourism [1] recent trends contradict this forecast. The Adventure Travel Trade Association 2023 reported that average occupancy in

adventure travel rose from 52% in 2021 to 65% in 2022, confirming the sector's resilience and growing popularity.

This recovery is not limited to general tourism. Muslim-friendly tourism, including Islamic and halal tourism, has also gained traction. The Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation [2] emphasized that OIC member states have significant potential to attract Muslim travellers. However, only a few countries namely Malaysia, Indonesia, and the UAE have implemented dedicated strategies via their National Tourism Organizations. COMCEC 2021 also projected that Muslim travellers will reach 178 million by 2026, representing 11.4% of global tourist arrivals. This simultaneous rise in both adventure and Muslim-friendly tourism signals a growing demand for travel experiences that respect Islamic values.

Despite this opportunity, there remains a considerable gap in the provision of culturally and religiously inclusive services in adventure tourism. Not only that there is a lack of frameworks tailored to Muslim travellers, which limits their access to appropriate adventure tourism experiences [3]. The absence of halal-certified facilities and services in many destinations posing challenges related to dietary needs, prayer accessibility, and gender privacy [4].

Furthermore, [5,6] observed a critical lack of awareness regarding the cultural and religious sensitivities of Muslim travellers among tourism operators. This oversight results in missed opportunities to develop immersive and inclusive experiences, which could enhance destination competitiveness and foster community-based tourism. Without addressing these gaps, the industry risks alienating a rapidly growing and economically influential travel segment. Therefore, this study aims to explore the needs and preferences of Muslim travellers in adventure tourism and contribute toward developing inclusive guidelines that accommodate their religious and cultural expectations.

## **Methodology**

This research employs a mixed-methods design, combining both quantitative and qualitative approaches to comprehensively explore and develop a framework for Muslim-friendly adventure tourism. The integration of these methods allows for triangulation, enhancing the validity and depth of the findings (Dehalwar & Sharma, 2024).

### **Sampling and Population**

The study targets two main groups: Muslim travellers and key stakeholders (e.g., adventure tour operators, destination managers, halal industry experts). For Muslim travellers, quota and purposive sampling are used to gather insights from a diverse demographic. A total of 384 respondents was determined using Krejcie and Morgan's (1970) sample size table, representing a segment of the global Muslim travel population. For stakeholders and experts, purposive and snowball sampling are applied to select knowledgeable individuals in adventure and halal tourism sectors.

### **Data Collection Methods**

Quantitative data is collected through structured surveys, administered via Google Forms. The questionnaire includes sections covering socio-demographics, behavioural profiles, travel needs, motivations, and challenges—primarily using multiple-choice and Likert scale items. Qualitative data is gathered through semi-structured interviews, focus group discussions (FGDs), and expert consultations. These methods aim to explore stakeholder perspectives on Muslim traveller experiences, cultural needs, and service gaps in adventure tourism.

### **Expected Findings**

This research is expected to provide key insights into how Muslim-friendly adventure tourism can support inclusive regional development and poverty reduction. Survey findings will likely show a strong demand from Muslim travellers for services aligned with Islamic values, such as halal food, prayer spaces, and gender-sensitive facilities—highlighting opportunities to boost regional tourism competitiveness. Interviews and focus groups are anticipated to uncover gaps in

infrastructure, service provision, and cultural awareness, especially in rural or underdeveloped areas. Stakeholders are expected to emphasize the need for training, collaboration, and supportive policies.

The study will present a conceptual framework promoting Muslim-friendly principles in adventure tourism. This includes strategies for inclusive service design, community engagement, and sustainable destination management. The framework aims to empower small businesses and entrepreneurs to adopt halal-friendly practices, opening new markets and enhancing economic resilience. In line with the goals of the conference, the findings will demonstrate how culturally sensitive tourism can contribute to sustainable regional growth. The research will provide actionable recommendations to reduce poverty and stimulate local economies through ethical, inclusive tourism.

### **Conclusion**

This study underscores the growing demand for culturally inclusive and Muslim-friendly adventure tourism. By identifying key needs, preferences, and challenges faced by Muslim travellers, the research contributes to the development of a conceptual framework that integrates religious and cultural sensitivities into tourism planning. The findings highlight the potential of Muslim-friendly adventure tourism to enhance regional competitiveness, support small businesses, and contribute to poverty reduction. Ultimately, the proposed framework aims to guide stakeholders in creating inclusive, sustainable tourism experiences that align with Islamic values while promoting regional socio-economic development.

### **Acknowledgement**

The authors would like to express their deepest gratitude to the Ministry of Higher Education Malaysia for providing financial support under the Fundamental Research Grant Scheme (FRGS) for the project ID (FRGS-EC24-031-0031). We sincerely appreciate this funding, which has significantly contributed to advancing our research.

## References

1. Adventure Travel Trade Association. (2020). 2020 adventure travel trends snapshot. <https://learn.adventuretravel.biz/research/2020-adventure-travel-trends-snapshot>
2. Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC). (2021). Muslim-friendly tourism: Understanding the demand and supply sides in the OIC member countries. <http://www.comcec.org>
3. Sharif, S. P., & Nawawi, A. H. (2021). Towards The Development of a Muslim-Friendly Adventure Tourism Framework: A Case Study of Langkawi, Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(4), 869-887.
4. Jamaludin, D., & Sharif, S. P. (2020). Halal Food in Adventure Tourism: Exploring The Preferences and Challenges Among Muslim Travellers. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100738.
5. Olya, H. G., & Al-Ansari, H. (2021). Investigating The Role of Adventure Tourism in Cultural Exchange: A Study of Muslim Travellers in Malaysia. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100510.
6. Sadi, M. A. H., Lee, S. L., & Sharif, S. P. (2023). Cultural Considerations in Adventure Tourism: Insights from Muslim Travellers in South East Asia. *Tourism Management*, 88, 104462.
7. Dehalwar, K., & Sharma, S. N. (2024). Exploring the Distinctions between Quantitative and Qualitative Research Methods. *Think India Journal*, 27(1), 7-15. [doi.org/10.3390/su14148472](https://doi.org/10.3390/su14148472)

### **RAQAMLI IQTISODIYOTDA INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISHDA O‘QITISH TIZIMI**

**Zaripov X. Z.**, - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrası v.b dotsenti, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)

**Annotatsiya.** Zamonaviy hayot tajrijabsida va mehnat faoliyati jarayonlariga hamda raqamli iqtisodiyot sharoitida keng joriy etilishi nazarda tutilgan. Iqtisodiy tarmoqlarda o‘qitish va rivojlanish orqali kompaniyalar xodimlarga yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish, yangi va innovatsion g‘oyalarni yaratish barcha

darajadagi iqtidorli xodimlarni jalb qilish, rag‘batlantirish va saqlab qolishda katta ahamiyat ega bo‘lib hisoblanadi. Bizning tadqiqotimizning asosiy maqsadi raqamlashtirish asosida inson kapitalini rivojlantirish. Maqolaning asosiy maqsadi shuki O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotda inson kapitalini rivojlantirishda o‘qitish tizimi

**Kalit so‘zlar:** raqamli iqtisodiyot, inson kapitali, o‘qitish tizimi, ijtimoiy masofa, innovatsion g‘oyalar, mehnat bozori

**Аннотация.** Предполагается широкое внедрение в современный жизненный опыт и трудовые процессы, а также в условиях цифровой экономики. Посредством обучения и развития в секторах экономики компании считают важным привлекать, мотивировать и удерживать талантливых сотрудников на всех уровнях для разработки новых продуктов, создания новых и инновационных идей. Основная цель нашего исследования – развитие человеческого капитала на основе цифровизации. Основная цель статьи – система подготовки кадров для развития человеческого капитала в условиях цифровой экономики в Узбекистане.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, человеческий капитал, система обучения, социальная дистанция, инновационные идеи, рынок труда.

**Abstract:** It is intended to be widely introduced in modern life experience and work processes, as well as in the conditions of the digital economy. Through training and development in economic sectors, companies find it important to attract, motivate and retain talented employees at all levels to develop new products, create new and innovative ideas. The main goal of our research is the development of human capital based on digitization. The main goal of the article is the training system for the development of human capital in the digital economy in Uzbekistan

**Key words:** digital economy, human capital, training, social distance, innovative ideas, labor market.

So‘nggi yillarda sun‘iy intellekt va katta ma‘lumotlar texnologiyalaridagi yutuqlar raqamli iqtisodiyotning keng rivojlanishiga turtki bo‘ldi. Shu bilan birga,

raqamlashtirish va axborotlashtirish jarayonlari turli soha va tarmoqlar, jumladan, ta'limga ham o'z ta'sirini ko'rsatdi. Raqamli texnologiyalarning keng tarqalishi va ma'lumotlarning ko'pligi bilan bir qatorda, raqamli iqtisodiyotni shakllantirishda professional xodimlarning roli ham muhim ahamiyatga ega bo'ldi. Shu bilan birgalikda hayotning turli jabhalarida raqamli iqtisodiyotda mutaxassislariga talab sezilarli darajada oshdi. Raqamli iqtisodiyot rivojlanib borar ekan, inson kapitali tushunchasi ta'lim yutuqlari va mehnat bilan bog'liqligidan tashqari, raqamli iqtisodiyot tafakkuri va malakalarni qamrab oldi. Shu doirada raqamli iqtisodiyotda inson kapitalini shakllantirishning yangicha yondashuvini tadqiq etishni taqozo etdi. Raqamli iqtisodiyotning inson kapitali bilan uyg'unlashuvi misli ko'rilmagan darajada bir-biri bilan bog'liq.

Yevropa Komissiyasi tomonidan ishlab chiqilgan Raqamli Iqtisodiyot va Jamiyat Indeksi (DESI) raqamli iqtisodiyot doirasida inson kapitalining integratsiyalashuvining yorqin namunasi bo'lib xizmat qiladi. Bu doirada DESI to'rtta asosiy elementni o'z ichiga oladi: inson kapitali, kommunikatsiya, biznes va raqamlashtirishdagi raqamli davlat xizmatlari. Inson kapitali ilg'or raqamli bilim va kompetensiya hamda raqamli ko'nikmalarga egaligi bilan belgilanadi.[1] Raqamli iqtisodiyotda o'n yillikda 2 faol ishtirok etish va o'zimizni mustahkamlash uchun ishchi kuchi zaruriyligi va shu jamiyatdan kelib chiqib jamoaviy chidamlilikni ko'rsatadi. Asosiy raqamli ko'nikmalarga qo'shimcha ravishda (odamlarning 80%). Raqamli ta'lim bo'yicha harakatlar rejasi va Ijtimoiy huquqlar bo'yicha Yevropaning harakat rejasida belgilangan. Raqamli kompas 2030 yilga borib 20 million ish bilan ta'minlangan AKT mutaxassislari maqsadiga erishishni taklif qilmoqda. 2019 yilda allaqachon 84% odamlar internetdan muntazam foydalangan. Shunga qaramay, faqat 56% egalik qilib asosiy raqamli ko'nikmalar va Yevropaliklarning faqat uchdan bir qismi asosiy raqamli ko'nikmalardan yuqori bo'lib (31%) tashkil qiladi.[2] Mavzuning dolzarbliligi O'zbekiston Respublikasida amalga oshirilayotgan islohatlar bilan chambarchas bog'liq, buning aniq dasturi sifatida Prezidentimiz Sh.Mirziyoyevning birinchi Toshkent xalqaro forumida

aytganlaridek:“Biz islohotlarimizning birinchi kunidan boshlab ta’lim va inson kapitalini rivojlantirishga alohida e’tibor berib kelmoqdamiz. So‘nggi 5 yilda mamlakatimizda 21 mingdan ortiq yangi maktabgacha ta’lim muassasalari tashkil etilib, ushbu maskanlarda tarbiya olayotgan bolalarimiz qamrovi avvalgi 27 foizdan 67 foizga ko‘tarildi”[3]

Kompaniyaga raqobatbardosh ustunlikka erishish uchun o‘qitish amaliyotlarini geografik jihatdan tarqoq xodimlariga ham yetkazilishi katta ahamiyat kasb etadi. O‘qitish xarajatlari (masalan, sayohat xarajatlari) minimallashtirilishi va maksimal foyda olish uchun korxonalar axborot-texnologiyalar asosida o‘qitishni o‘tkazish kerak.

## 1-jadval

### O‘qitishda foydalaniladigan axborot-texnologiyalar[4]

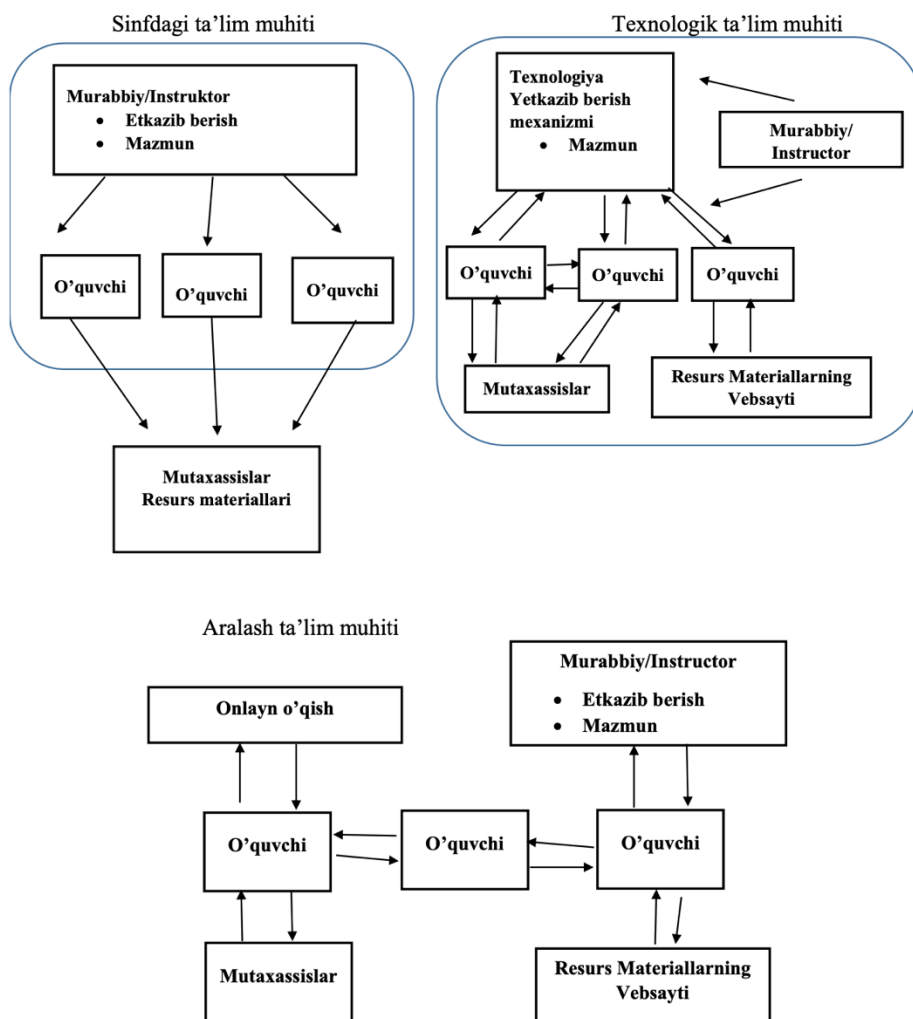
<b>Elektron ta'lim, masofaviy ta'lim, kompyuterga asoslangan trening (CBT), Internetga asoslangan trening (WBT)</b>	Mashg‘ulotlar kompyuter yoki internet yordamida o‘tkaziladi. Matn va/yoki videoning CD yoki DVD disklarini o‘z ichiga olishi mumkin.
<b>Webcasts/Webinars Podcastlar Mobile o‘qitish Aralash o‘qitish Wikilar</b>	Geografik jihatdan turli joylarda joylashgan tinglovchilar uchun ko‘rsatmalarni internet asosida jonli etkazib berish. Audio va video fayllarni internetga loylashtirish asosida yetkazib berish.
<b>Masofaviy o‘qitish</b>	Smartfonlar yoki planshetlar kabi qo‘lda ishlaydigan mobil qurilmalar orqali o‘qitish. Sinf xonasi va WBT kabi texnologiya va yuzma-yuz ta'limni birlashtirgan o‘quv yondashuvi.
<b>Webcasts/Webinars Podcastlar Mobile o‘qitish Aralash o‘qitish Wikilar</b>	Ko‘p foydalanuvchilarga kontent yaratish, tahrirlash va yangilash hamda bilim almashish imkonini beruvchi veb-saytlar. O‘qitish tinglovchilarga onlayn, veb-translyatsiyalar yoki virtual sinflar orqali o‘tkaziladi, ko‘pincha chat, elektron pochta va onlayn munozaralar kabi aloqa vositalari bilan qo‘llab-quvvatlanadi.
<b>Masofaviy o‘qitish</b>	Geografik jihatdan turli joylarda joylashgan tinglovchilar uchun ko‘rsatmalarni internet asosida jonli etkazib berish. Audio va video fayllarni internetga loylashtirish asosida yetkazib berish.
<b>Webcasts/Webinars Podcastlar Mobile o‘qitish Aralash o‘qitish Wikilar</b>	Smartfonlar yoki planshetlar kabi qo‘lda ishlaydigan mobil qurilmalar orqali o‘qitish. Sinf xonasi va WBT kabi texnologiya va yuzma-yuz ta'limni birlashtirgan o‘quv yondashuvi.
<b>Masofaviy o‘qitish</b>	Ko‘p foydalanuvchilarga kontent yaratish, tahrirlash va yangilash hamda bilim almashish imkonini beruvchi veb-saytlar.

	O'qitish tinglovchilarga onlayn, veb-translyatsiyalar yoki virtual sinflar orqali o'tkaziladi, ko'pincha chat, elektron pochta va onlayn munozaralar kabi aloqa vositalari bilan qo'llab-quvvatlanadi.
<b>Sun'iy intellekt</b>	Kompyuter, kompyuter tomonidan boshqariladigan robot yoki odamlar kabi aqlli fikrlaydigan dastur kabi tizim.

Yangi texnologiyalar xodimlarga o'qitish bilan bog'liq xarajatlarni kamaytirish, o'quv muhiti samaradorligini oshirish va o'quv kursining korxonaga biznes maqsadlariga mos kelishini ta'minlash imkonini beradi. 1- jadvalda ushbu maqolada muhokama qilinadigan ba'zi yangi texnologiyalarni o'qitish usullar ro'yxati va tavsifi keltirilgan.

Texnologiya o'qitishni dinamik jarayonga aylantirish imkonini berdi. 1 - rasmning o'ng tomonida ko'rsatilganidek, texnologiyadan foydalanish o'quvchilar va o'qituvchi o'rtasida ko'proq o'zaro ta'sirni o'z ichiga olgan o'quv muhitini kengaytiradi. O'qituvchi faqat yonaltiradi, o'quvchilar berilgan ko'rsatmalar asosida turli texnologiyalar yordamida mavzuni o'zlashtiradi.

O'zlashtirish, birinchi navbatda, bloglar, vikilar yoki boshqa turdagi ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish, virtual jamoa loyihalarida ishlash, o'yinlarda qatnashish, tinglash, fikr almashish va mutaxassislar (muhandislar, menejerlar va boshqalar) bilan muloqot qilish orqali amalga oshiriladi. Yangi texnologiyalar dinamik o'qitish muhitini yaratadi, o'quvchilarning faol ishtiroki va boshqa resurslardan foydalanishini ta'minlaydi. Dinamik o'qitish muhiti Web 2.0 texnologiyalaridan, jumladan, ijtimoiy tarmoqlar, bloglar, vikilar va Twitter kabi mikrobloglardan foydalanishni o'z ichiga oladi.



**1-rasm. O'quv muhitining turlari**

*Texnologiya asosida o'qish tinglovchilarga o'z-o'zini nazorat qilishni oshiradi.* Texnologiya asosida o'qish tinglovchilarga darslarga o'z vaqtida qatnashish, berilgan vazifalarni bajarish, qo'shimcha materiallardan foydalanish majburiyatini yuklaydi. So'nggi texnologiyalar tinglovchilarga istalgan vaqtda va istalgan joyda, shu jumladan uyda, ishda yoki hatto plyajda o'qish va ularga kirish imkonini beradi! Trening mazmuni tinglovchilarga izchil ravishda yetkazilishi mumkin, ular qachon va qayerda ishtirok etishni o'zi hal qila oladilar. Yangi o'qitish texnologiyalari matn, grafik, video va audio kabi bir nechta ommaviy axborot vositalaridan foydalanish imkonini beradi. Bu o'quv mazmunini tinglovchining afzalliklari va o'rganish uslublariga mos keladigan turli xil usullarda taqdim etish imkonini beradi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Schultz T.W. Investment in human capital Amer. Econ. Rev., 51 (1) (1961), pp. 1-17
2. <https://www.digitalcompass.org> - Digitalcompass elektron jurnal
3. <https://uzreport.news/society/> - O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Toshkent xalqaro Investitsiya marosimidagi nutqi
4. A.B. Irmatova – “Mehnat iqtisodiyoti va inson kapitali” jurnalidagi maqolasi.(102-117 b. 2024-7).

### 2022-2026-YANGI O‘ZBEKISTONNING TARAQQIYOT STRATEGIYASIGA MUVOFIQ SUN’IY INTELLEKT VA MA’LUMOTLARNI QAYTA ISHLASH SOHASINI RIVOJLANTIRISH

**Abdullayeva Sh. D.** - Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent Axborot texnologiyalari universiteti Urganch filiali dotsenti

**Yuldoshov B. H.** -Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent Axborot texnologiyalari universiteti Urganch filiali talabasi

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada sun’iy intellekt hamda katta ma’lumotlarni qayta ishlashning turli sohalardagi ahamiyati va hozirda mavjud muammolar hamda ularning yechimlari yoritilgan. Bugungi kunda sun’iy intellekt katta hajmdagi ma’lumotlarni samarali tahlil qilish, ulardan foydalanish katta ro‘l o‘ynamoqda. Shu sababli, maqolada sun’iy intellekt va katta ma’lumotlarni qayta ishlashning kelajagi, ularning rivojlanish tendensiyalari va turli sohalarga ta’siri batafsil tahlil qilinadi.

**Kalit so‘zlar:** sun’iy intellekt (SI), raqamli texnologiyalar, kiberxavfsizlik, katta ma’lumotlar, ma’lumotlarni tahlil qilish, xavfsizlik protokollari, ta’lim va innovatsiyalar, avtomatlashtirish, ishlab chiqarish, umumlashtirish qobiliyati, ma’lumotlarni qayta ishlash, kelajak texnologiyalari.

**Abstract:** This article highlights the significance of artificial intelligence and big data processing in various fields, as well as the existing challenges and their solutions. Today, artificial intelligence plays a crucial role in efficiently analyzing and utilizing large volumes of data. Therefore, this article provides a detailed analysis of the future of artificial intelligence and big data processing,

their development trends, and their impact on various industries.

**Keywords:**artificial intelligence(AI), digital technologies, cybersecurity, big data, data analysis, security protocols, education and innovation, automation, production, ability to generalize, data processing, future technologies.

Sun'iy intellekt (AI) va katta ma'lumotlarni qayta ishlash (Big Data) zamonaviy texnologiyalar rivojlanishining asosiy yo'nalishlaridan biri bo'lib, ular turli sohalarda inqilobiy o'zgarishlarga olib kelmoqda. Ayniqsa, hozirgi raqamlashtirilgan zamonaviy texnologiyalar asrida sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar bir-biri bilan chambarchas bog'liq bo'lib, katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilishda sun'iy intellekt texnologiyalari juda muhim ro'l o'ynaydi[1].

Katta ma'lumotlar doimiy ravishda inson hayotining har qanday sohasida to'planadi. Bunga insonning o'zaro aloqasi yoki hisoblash bilan bog'liq har qanday soha kiradi. Bular ijtimoiy media, tibbiyot, bank ishi, biznes, muhandislik, moliya va ta'lim shuningdek, kunlik hisob-kitoblarning ko'plab natijalarini beradigan qurilmalar tizimlari[3]. Masalan, astronomik kuzatishlar, meteorologik ma'lumotlar va Yerni ovoz chiqaradigan qurilmalardan olingan ma'lumotlar. Turli kuzatuv tizimlaridan olingan ma'lumotlar real vaqt rejimida ham kompaniya serverlariga keladi. Televizion va radio eshittirishlar, uyali aloqa operatorlarining qo'ng'iroq bazalari - har bir shaxsning ular bilan o'zaro ta'siri minimal, ammo jami bu barcha ma'lumotlar katta ma'lumotlarga aylanadi. Jumladan, muhandislik va sanoat sohasida katta ma'lumotlarni qayta ishlash orqali nosozliklarni oldindan aniqlash, texnik xizmat ko'rsatish tizimlarini takomillashtirish va avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish liniyalarini yaratishga erishish mumkin bo'lib sun'iy intellektga asoslangan zamonaviy texnologiyalar ham bu jarayonda bevosita qatnashadi. Undan tashqari jamiyatning eng muhim sohalaridan yana biri tibbiyot sohasida ham katta ma'lumotlarni qayta ishlash inqilobiy o'zgarishlar yaratib, tashxis qo'yish, davolash jarayonlarini optimallashtirish va sog'liqni saqlash tizimini yaxshilashda muhim rol

o‘ynamoqda[2].

Prezident tomonidan 14.10.2024 yildagi “Sun’iy intellekt texnologiyalarini 2030 yilga qadar rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi [PQ-358](#)-son qaror imzolandi[2].

Ushbu Strategiya quyidagilarni nazarda tutmoqda:

- 2030 yilga qadar erishish lozim bo‘lgan maqsadli ko‘rsatkichlar, shu jumladan:

- sun’iy intellekt asosida yaratilgan dasturiy mahsulotlar va ko‘rsatiladigan xizmatlar hajmini 1,5 mlrd AQSH dollariga yetkazish;

- YAIDXPda sun’iy intellekt asosida ko‘rsatilayotgan xizmatlar ulushini 10% ga yetkazish;

- sun’iy intellekt yo‘nalishida faoliyat yurituvchi ilmiy laboratoriyalar sonini 10 taga yetkazish hamda yuqori quvvatli hisoblash serverlarini ishga tushirish;

- Hukumatning sun’iy intellektga tayyorlik indeksida mamlakatni 50 ta o‘rindagi davlatlar qatoriga kirishiga erishish;

Sun’iy intellekt texnologiyalarini rivojlantirish bo‘yicha ustuvor maqsad va vazifalar:

- sun’iy intellekt texnologiyalarini rivojlantirishga qaratilgan normativ-huquqiy bazani shakllantirish, sohada standartlarni takomillashtirish va xalqaro hamkorlik aloqalarini mustahkamlash;

- ma’lumotlarni qayta ishlash hamda sun’iy intellektga asoslangan loyihalarni ishga tushirish uchun texnik infratuzilma yaratish, ijtimoiy soha va iqtisodiyot tarmoqlarida mazkur yo‘nalishdagi ustuvor loyihalarni amalga oshirish;

- sun’iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish bo‘yicha aholining bilim va ko‘nikmalarini oshirish, kadrlar salohiyatini rivojlantirish[2].

Xususan, sun’iy intellekt va mashinaviy o‘rganish texnologiyalari yordamida tibbiy tasvirlarni (rentgen, MRT, KT) tahlil qilish va kasalliklarni erta bosqichda

aniqlash, bemor haqidagi ma'lumotlardan qimmatli ma'lumotlarni ajratib olish: sun'iy intellekt asboblari strukturali va strukturasis tibbiy yozuvlarda bemor kasalligining relevant tarixlarini qidirishni ta'minlash va katta ma'lumotlarga asoslangan robotlashtirilgan jarrohlik tizimlari aniqroq va xavfsizroq operatsiyalarni amalga oshirish kabi ko'plab yengilliklar yaratib beradi. Gap jarrohlik operatsiyalarida ishtirok etuvchi, jarrohlik operatsiyalarida va operatsiyadan keyingi bemorlarga hamrohlik qiluvchi robotlar haqida bormoqda[7].

Marketsand Markets ma'lumotlariga ko'ra, jarrohlik robotlarining global bozori o'rtacha 10,4%ga o'sadi va 2018 yildagi \$3,9 milliardga nisbatan 2023 yildagi \$6,5 milliardga yetadi. 2018 yilda 5 mingdan ortiq jarrohlik robotlari butun dunyo bo'ylab milliondan ortiq tibbiy muolajalarda ishlatilgan[4].

Hozirgi qizg'inlik bilan rivojlanib borayotgan bu sun'iy intellekt va katta ma'lumotlarni qayta ishlash va tahlil qilish tendensiyasidagi mavjud muammolar va kamchiliklarga va ularning yechimlariga keladigan bo'lsak, hozirda ham katta hajmdagi ma'lumotlar orasida noto'g'ri yoki keraksiz ma'lumotlar bo'lishi mumkin. Bu esa tahlil natijalarining ishonchligiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Undan tashqari, ma'lumotlarni yig'ish va saqlash jarayonida shaxsiy ma'lumotlarning maxfiylikni ta'minlash muhim masaladir[6]. Chunki, ma'lumotlar xavfsizligini buzilishi jiddiy oqibatlariga olib kelishi mumkin va sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar sohasi doimiy rivojlanib borayotganligi sababli malakali mutaxassislarining yetishmasligi texnologiyalarni joriy etishda to'siq bo'lmoqda. Bularga yechim sifatida, AI va Big Data bo'yicha maxsus dasturlarini kengaytirish, ma'lumotlarning maxfiylikni va xavfsizligini ta'minlash uchun kuchli xavfsizlik protokollarini joriy etish va sanoat va akademik hamkorlikni rivojlantirish lozim[2]. Chunki, global miqyosda AI va Big Data bo'yicha mutaxassislarga talab juda yuqori, ammo yetuk kadrlar yetarli emas. Agar davlatimizda bu sohada yetuk kadrlar yuqorida aytilgan yechimlar orqali ko'paytiriladigan bo'lsa, nafaqat sohadagi mavjud muammolar yechilishi va jahon bozorida ham O'zbekistonning sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar tahlili bo'yicha o'zni ham intellektual ham

iqtisodiy jihatdan barqarorlikka erishishi mumkin.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Sun’iy intellekt (Artificial intelligencye). [www.uzdevs.uz](http://www.uzdevs.uz);
2. [https://www.norma.uz/qonunchilikda\\_yangi/suniy\\_intellekt\\_tehnologiyalar\\_ini\\_2030\\_yilga\\_qadar\\_rivojlantirish\\_strategiyasi\\_tasdiqlandi](https://www.norma.uz/qonunchilikda_yangi/suniy_intellekt_tehnologiyalar_ini_2030_yilga_qadar_rivojlantirish_strategiyasi_tasdiqlandi);
3. Bigdata muammolari va ma’lumotlarni intellektual tahlil qilish masalalarini yechish algoritmlari (Muhamediyeva Dilnoz Tulkunovna . Toshkent – 2023) [www.staf.tiaame.uz](http://www.staf.tiaame.uz);
4. Ma’lumotlarni tozalash. [www.uz.wikipediya.org](http://www.uz.wikipediya.org);
5. Tibbiyotda sun’iy intellekt (Abduraxmanov I.Y. Turdiqulova Sh.O‘. Abduvaliyev A.A. Musayeva R.A. Barbu G.F. 2021). [www.tibbiyotdaAI.uz](http://www.tibbiyotdaAI.uz);
6. Katta ma’lumotlar va ularni tahlil qilish usullari (F.X. Xazratov, J.J. Atamuradov va H.I. Eshonqulov) [www.uniwork.buxdu.uz](http://www.uniwork.buxdu.uz);
7. Sun’iy intellekt va katta ma’lumotlar: innovatsiyalar vaqti (Xoliqulova Muqaddas, Uzaqova Maftuna Dilmurod , Inatillayeva Shahnozabonu, Esanov Temurmaliq).

## KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

**Aminova M.S.**, Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
“Biznes va boshqaruv” kafedrasida dotsenti

**Salayeva L.U.**, Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
“Biznes va boshqaruv” kafedrasida o‘qituvchisi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada kambag‘allikni qisqartirish zaruriyati, ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati, eng muhim ustuvor xususiyatlari, mavjud imkoniyatlari, alohida ustuvorliklari, o‘ziga xos ko‘rinishlari va ushbu masalani hal qilishda marketing faoliyatini tashkil etish yo‘nalishlari yoritib berilgan.

**Аннотация.** В данной статье выделены необходимость сокращения бедности, ее социально-экономическое значение, важнейшие приоритетные особенности, имеющиеся возможности, особые приоритеты, конкретные

аспекты и направления организации маркетинговой деятельности в решении данного вопроса.

**Abstract.** This article discusses the need for poverty reduction, its socio-economic significance, the most important priority features, existing opportunities, specific priorities, specific manifestations, and directions for organizing marketing activities in solving this problem.

**Kalit soʻzlar.** Kambagʻallik, kambagʻallikni qisqartirish, marketing, faoliyat, marketing faoliyati.

**Ключевые слова.** Бедность, сокращение бедности, маркетинг, деятельность, маркетинговая деятельность.

**Key words.** Poverty, poverty reduction, marketing, activity, marketing activities.

Bugungi kunda mamlakatimizdagi eng muhim masala boʻlib kambagʻallikni qisqartirish hisoblanadi. Ushbu muammoni hal qilish uchun iqtisodiyot tarmoqlarini keng rivojlantirish va chuqur isloh qilish talab etiladi. Shular qatori marketing faoliyatini tashkil etish alohida va zamonaviy yoʻnalish boʻlib hisoblanadi. Marketing asosiy iqtisodiy tushuncha sifatida talqin qilinadi. Bu borada marketing xoʻjalilikning bozor tizimida muhim iqtisodiy rol oʻynashi lozim [1]. Marketing bilan bogʻliq ishlar marketing faoliyatini belgilaydi. Marketing faoliyati bozorni oʻrganish, mahsulotni ishlab chiqish, narxlash, tarqatish, kommunikatsiya, reklama, sotishni ragʻbatlantirish va mijozlarga xizmat koʻrsatishni oʻz ichiga oladigan jarayonlarni anglatadi [2]. Ushbu marketing faoliyati har bir korxonada miqyosda amalga oshirilishi mumkin. Xususan, kompaniyaning marketing faoliyati aniq joriy va birinchi navbatda uzoq muddatli (strategik) maqsadlarni, ularga erishish yoʻllarini va bozor ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda iqtisodiy resurslarning real manbalarini aniqlashga qaratiladi [3]. Ushbu marketing faoliyati orqali turli iqtisodiy muammolar hal qilinishi mumkin boʻladi.

Darhaqiqat, kambagʻallikni qisqartirishda marketing faoliyatini tashkil etish muhim yoʻnalish boʻlib hisoblanadi. Chunki, u kambagʻal aholi guruhlarining

iqtisodiy imkoniyatlarini kengaytirish va ularning farovonligini oshirishga yordam beradi. Bu holatda marketing faoliyatini tashkil etishning asosiy jihatlari va strategiyalari quyidagi yo‘nalishlardan iborat bo‘ladi:

1) Kambag‘allikning sabablarini aniqlash va tahlil qilish:

- tadqiqot o‘tkazish: Kambag‘allikning asosiy sabablarini aniqlash uchun sotsiologik so‘rovlar, fokus-guruhlar va chuqur intervyular o‘tkazish.

- bozor tahlili: Kambag‘al aholining ehtiyojlari, talablari va xarid qilish qobiliyatlarini o‘rganish.

- mavjud imkoniyatlarni baholash: Mahalliy resurslar, ishlab chiqarish imkoniyatlari va mavjud infratuzilmani baholash.

2) Maqsadli guruhlarini aniqlash:

- segmentlash: Kambag‘al aholini turli guruhlariga ajratish (masalan, ishsizlar, dehqonlar, nogironlar va h.k.).

- maqsadli guruhni tanlash: Marketing faoliyati uchun eng munosib va ehtiyojmand guruhlarini tanlash.

3) Mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqish:

- ehtiyojlarga mos mahsulotlar: Maqsadli guruhlar ehtiyojlariga mos, sifatli va arzon mahsulotlar yoki xizmatlarni ishlab chiqish.

- mahalliy resurslardan foydalanish: Mahalliy resurslardan foydalangan holda ishlab chiqarishni tashkil etish.

- innovatsion yechimlar: Kambag‘al aholining hayotini yaxshilashga qaratilgan innovatsion mahsulotlar va xizmatlarni yaratish.

4) Narx siyosatini belgilash:

- arzon narxlar: Kambag‘al aholining xarid qobiliyatini hisobga olgan holda arzon narxlar belgilash.

- subsidiyalar va imtiyozlar: Hukumat tomonidan subsidiyalar, imtiyozlar va kreditlar ajratish orqali mahsulotlar narxini pasaytirish.

- mikromoliyalash: Kambag‘al aholi uchun mikrokreditlar va mikrolizing dasturlarini ishlab chiqish.

5) Tarqatish strategiyasini ishlab chiqish:

- mahalliy bozorlar: Mahsulotlarni mahalliy bozorlar, yarmarkalar va qishloq do'konlari orqali tarqatish.

- mobil savdo: Aholi yashash punktlariga bevosita borish orqali mahsulotlarni sotish.

- hamkorlik: Mahalliy tadbirkorlar, jamoat tashkilotlari va ko'ngillilar bilan hamkorlik qilish.

6) Reklama va kommunikatsiya strategiyasini ishlab chiqish:

- mahalliy tildan foydalanish: Reklama va kommunikatsiya materiallarini mahalliy tilda tayyorlash.

- targ'ibot vositalari: Radio, gazeta, televidenie va ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama qilish.

- mahalliy voqealar: Mahalliy bayramlar, tadbirlar va yig'ilishlarda reklama tadbirlarini o'tkazish.

- tashqi dasturlar: Kambag'al aholiga mahsulotlar va xizmatlar haqida ma'lumot berish uchun maxsus dasturlarni amalga oshirish.

7) Sotishni rag'batlantirish:

- aksiyalar va chegirmalar: Mahsulotlarni xarid qilishni rag'batlantirish uchun aksiyalar, chegirmalar va bonuslar taklif qilish.

- bepul namunalar: Mahsulotlarni sinab ko'rish uchun bepul namunalar tarqatish.

- sodiqlik dasturlari: Doimiy xaridorlar uchun sodiqlik dasturlarini ishlab chiqish.

7) Monitoring va baholash:

- muntazam monitoring: Marketing faoliyatining natijalarini muntazam ravishda kuzatib borish.

- baholash: Faoliyatning samaradorligini baholash va zarur o'zgarishlarni kiritish.

- fikr-mulohazalarni yig'ish: Kambag'al aholidan fikr-mulohazalarni yig'ish va ularni faoliyatni yaxshilash uchun ishlatish.

Shular bilan birgalakda, kambag'allikni qisqartirish borasida iqtisodiyotning quyidagi sohalarida marketing faoliyatini tashkil etish mumkin bo'ladi:

- qishloq xo'jaligi: Kambag'al dehqonlarga yuqori hosilli urug'lar, o'g'itlar va agrotexnik maslahatlar berish orqali ularning daromadlarini oshirish.

- hunarmandchilik: Mahalliy hunarmandlarning mahsulotlarini sotish uchun onlayn platformalar yaratish va ularni bozorga olib chiqish.

- sog'liqni saqlash: Arzon va sifatli tibbiy xizmatlarni kambag'al aholi uchun yetkazib berish, shuningdek, sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish.

- ta'lim: Kambag'al oilalarning farzandlari uchun ta'lim olish imkoniyatlarini kengaytirish, stipendiyalar va grantlar ajratish.

Xulosa shuki, kambag'allikni qisqartirishda marketing faoliyatini to'g'ri tashkil etish orqali kambag'al aholining iqtisodiy imkoniyatlarini kengaytirish, ularning hayot sifatini yaxshilash va jamiyatda ijtimoiy adolatni ta'minlash mumkin.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Ergashxodjayeva Sh.Dj. Strategik marketing. Darslik: - T.: «Sano-standart», 2019. - 20 b.

2. Jumayev O.S. Korxonalar marketing faoliyatini boshqarish samaradorligini sifat tadqiqot usullari asosida aniqlash. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" (Economics and Innovative Technologies) ilmiy-elektron jurnali, 6/2023, noyabr-dekabr (№00068). - 154 b.

3. Золотухина Л.Ю. Организация маркетинговой деятельности предприятия. // Международный научный журнал «ВЕСТНИК НАУКИ», №8 (8), Том 1. \_НОЯБРЬ, 2018 г. - с. 163.

## **MARKETING 4.0 KONSEPSIYASI MOHIYATI VA TURIZMDA RAQAMLI MARKETING FUNKSIYALARIDAN FOYDALANISH**

**Matyusupov B.** -Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
tayanch doktoranti

**O‘rozov A.** -Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
Iqtisodiyot kafedrasida katta o‘qituvchisi

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada turizmni rivojlantirishda raqamli marketing funksiyalaridan samarali foydalanish tahlil qilingan. Shuningdek, marketing 4.0 konsepsiyasi mohiyati tushuntirib berilgan hamda tahlil natijalari yuzasidan xulosalar va takliflar berilgan.

**Abstract:** This article analyzes the effective use of digital marketing functions in tourism development. It also explains the essence of the Marketing 4.0 concept and provides conclusions and suggestions based on the results of the analysis.

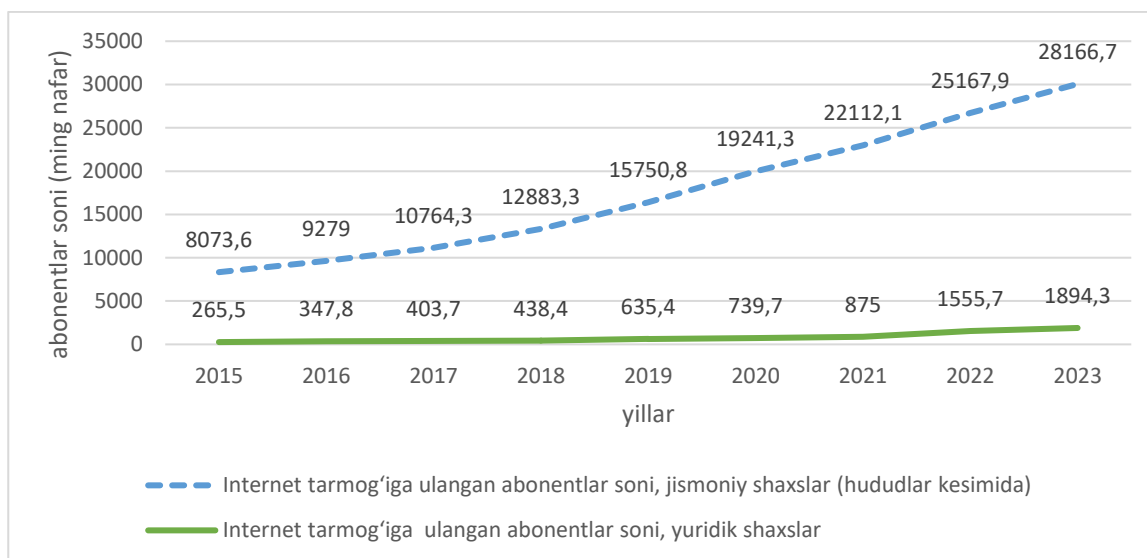
**Аннотация:** В статье анализируется эффективное использование функций цифрового маркетинга в развитии туризма. Также объясняется суть концепции Маркетинга 4.0 и приводятся выводы и предложения по результатам анализа.

**Kalit so‘zlar:** marketing 4.0, raqamli marketing funksiyalari, turizm, internet, mobil ilova, texnologiya

So‘nggi yillarda raqamli texnologiyalardan foydalanuvchilar soni ortib borayotgani raqamli marketing ahamiyatining yanada ortishiga sabab bo‘ldi. Shunday bo‘lsada, an‘anaviy marketing hali ham muhim hisoblanadi. Shu sababli, raqamli marketing amaliyotlarini an‘anaviy marketing bilan birgalikda olib borish lozim. Bu esa tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda marketing funksiyalaridan muvaffaqiyatli foydalanishni talab qiladi. Birgina turizm sohasini oladigan bo‘lsak, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-sonli farmoni bilan tasdiqlangan “O‘zbekiston - 2030” strategiyasida [1] mamlakatimizda tashqi va ichki turizmni rivojlantirish uchun keng sharoitlar yaratish orqali xorijiy sayyohlar sonini 15 millionga hamda ichki sayyohlar sonini 25 millionga yetkazish belgilangan. Buni amalga oshirish bugungi raqamli texnologiyalarning rivojlanish tendensiyasini inobatga olgan holda mamlakatning turistik salohiyatini namoyon

qilishda marketing amaliyotlarida raqamli texnologiyalardan foydalanishni keng joriy qilishni talab qiladi.

Internetdan foydalanuvchi obonentlar sonining oshib borayotgani raqamli texnologiyalarga bo‘lgan talabning oshishiga sabab bo‘lmoqda. Shuningdek, bu tadbirkorlik subyektlari tomonidan amalga oshiriladigan marketing strategiyalarida raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish muhim omil sifatida qaralishi lozimligini ko‘rsatadi. Masalan, O‘zbekistonda internet tarmog‘iga ulangan jismoniy shaxslar soni 2023-yil yakunlariga ko‘ra 2015-yilga nisbatan qariyb uch yarim barobarga oshib, 28 million nafardan oshgan bo‘lsa, mos davrda internet tarmog‘iga ulangan yuridik shaxslar soni yetti barobarga oshib, qariyb 1,9 million nafarni tashkil etgan (1-rasm).



### 1-rasm. O‘zbekiston Respublikasida Internet tarmog‘iga ulangan abonentlar soni to‘g‘risida ma’lumot<sup>10</sup>

F.Kotler [2] marketingning rivojlanish bosqichlarini tasvirlashda dastlab mahsulotga yo‘naltirilgan marketing (1.0), mijozga yo‘naltirilgan marketing (2.0), undan keyin insonga yo‘naltirilgan marketing (3.0) bosqichlarini sanab o‘tgan. Shuningdek, uning fikriga asosan, marketing 3.0 an’anaviy marketingning eng yuqori bosqichi hisoblansa, marketing 4.0 da raqamli texnologiyadan foydalanish asosiy o‘ringa chiqadi. Shunday bo‘lsada, marketing 4.0 faqat raqamli marketing

<sup>10</sup> Manbaa. O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika Qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi

amaliyotlarini emas, balki an'anaviy marketing bilan birgalikda gibrid jarayonlarni nazarda tutadi. Tadbirkorlik subyektlari va iste'molchilar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni shakllantirishning dastlabki bosqichida an'anaviy marketing muhim ahamiyat kasb etsa, raqamli marketing harakat va targ'ibotni rivojlantirishda samarali hisoblanadi. Shu sababli, marketing 4.0 ning asosiy mazmuni mijozlarni jalb qilishda va ular bilan munosabatlarni rivojlantirishda onlayn va oflayn amaliyotlarni o'zida mujassam qilgan marketing jarayonidan iborat. Marketing funksiyalari esa iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash maqsadida bozorni o'rganish, bozorni rejalashtirish, sotish, ayirboshlash, mahsulotlarni loyihalashtirish va rejalashtirish, fiziologik taqsimlash, standartlashtirish va baholash, moliyalashtirish, xavflarning oldini olish, qadoqlash va brendlash hamda mijozlarni qo'llab-quvvatlashni o'z ichiga oladi [3].

Marketing sohasida so'nggi yillarda raqamli texnologiyalar bilan bog'liq muhim tendensiyalar kuzatilmoqda. Sun'iy intellekt texnologiyalarining rivoji sababli kompaniyalarning marketing strategiyalarida o'zgarishlar ro'y berib, u mijozlar uchun shaxsiylashtirilgan foydalanuvchi tajribalarini yaratishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Shuningdek, ijtimoiy media platformalari orqali kompaniyalar xodimlari va mijozlar tomonidan yaratilgan kontentlar sonining ortishi kompaniyalarning iste'molchilar bilan aloqalarini mustahkamlashga imkon bermoqda [4]. Bundan tashqari, marketing amaliyotlarida ovozli qidiruv hamda video kontentlardan foydalanish kompaniyalarga o'z mijozlari bilan aloqalarini samarali olib borish imkonini bermoqda [5].

Hozirgi kunda bir qator mashxur platformalar (masalan, Facebook, Twitter, Instagram, TikTok va YouTube) ko'plab foydalanuvchilar uchun, shu jumladan, turistlar uchun ham odatiy turmush jarayonning ajralmas qismiga aylanib ulgurgan. Shu bilan birga, Airbnb.com, Booking.com va TripAdvisor.com kabi veb sahifalar ham sayohat qiluvchilar tomonidan muntazam foydalanib kelinmoqda. Bular, ayniqsa, sayohatni rejalashtirishda hamda turistik destinatsiyani tanlashda u haqida ishonchli va tezkor ma'lumotlar topishda muhim manba sifatida xizmat qiladi.

Shuningdek, ijtimoiy media turistlarga sayohatning nafaqat rejalashtirish bosqichida, balki sayohat davrida va undan keyin ham o'z tajribalarini ulashishda ham yordam beradi. Xususan, 2024-yilda 67 foiz turistlar o'z sayohatlarini reja qilishda asosan ijtimoiy mediadan ma'lumotlar izlaganlar. E'tiborli tarafi shundaki, ijtimoiy media ma'lumotlari turistlarning yarmidan ko'p qismining o'z sayohat rejalarini o'zgartirishlariga sabab bo'lgan va bunda 45 foiz ulush bilan Instagram turistlar uchun eng mashxur ijtimoiy media platformasi hisoblanadi. Shu sababli, 87% sayohat kompaniyalari o'z marketing amaliyotlari uchun Instagramdan foydalanmoqdalar [6]. Shuni inobatga olib, turizm marketing amaliyotlarini amalga oshirishda smart texnologiyalarning muhim xususiyatlari, ya'ni ma'lumotlilik, interaktivlik, foydalanish imkoniyati, shaxsiylashtirish va xavfsizlikka e'tibor qaratish muhim hisoblanadi [7].

Demak, raqamli marketingning kompaniyalar muvaffaqiyatidagi roli ortib borayotgan bo'lsa-da, an'anaviy marketing hali ham o'z ahamiyatini saqlab qolgan. Shu sababli, ularni integratsiyalashgan holda qo'llash tadbirkorlik subyektlari va iste'molchilar o'rtasidagi munosabatlarni shakllantirish va rivojlantirishda yuqori samara beradi. Marketing 4.0 konsepsiyasi esa mijozlarni jalb qilishda va ular bilan doimiy aloqalar olib borishda aynan onlayn va oflayn amaliyotlarni uyg'unlashtirishni nazarda tutadi. Raqamli texnologiyalardan foydalanishning ortishi natijasida turistlar qaror qabul qilishda video kontentlar, ijtimoiy media platformalari hamda bir qator mobil ilovalar ma'lumotlariga va tavsiyalariga tobora ko'proq tayanmoqdalar.

Ushbu tendensiyalarni inobatga olgan holda destinatsiyaning ijobiy imidjini oshirishda nafaqat ijtimoiy tarmoqlar, balki interaktiv veb-sahifalar va mobil ilovalar orqali turistlar uchun qulayliklar yaratish hamda turistik xizmatlar sifatini oshirish lozim. Ushbu chora-tadbirlarni amalga oshirish orqali destinatsiyaning ijobiy imidjini shakllantirish, turistlarning destinatsiyaga sodiqligini, ya'ni qayta tashrif buyurishini rag'batlantirish va ularning o'z tajribalarini ijtimoiy tarmoqlarda baham ko'rishlariga erishish mumkin. Shu sababli, marketologlar raqamli

marketing strategiyalari orqali destinatsiya haqida turistlarda ijobiy tasavvurlarini shakllantirish, ularning ishonchiga erishish va destinatsiyaga tashrif buyurishga bo'lgan qiziqishini oshirishni maqsad qilishi lozim.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 11.09.2023-yildagi PF-158-sonli farmoni bilan tasdiqlangan "O'zbekiston - 2030" strategiyasi. 1-ilova, 58-b <https://lex.uz/ru/docs/-6600413>

2. Kotler F., Kartajaya H., Setiawan I. (2022). Marketing 4.0 (an'anaviylikdan raqamli olam sari yo'l). Tarjimon: Azizova M., "Factor books" nashriyot-matbaa uyi. Toshkent, ISBN: 978-9943-7930-5-7, b.7

3. Abdullayev I.S. (2020). Marketing (darslik). Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi, Toshkent, ISBN: 978-9943-6730-2-1, b.30

4. Digital Marketing Institute. (2025). *Digital marketing trends 2025*. Digital Marketing Institute. Retrieved from <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/digital-marketing-trends-2025>

5. Bansal, D. (2024). *Digital marketing trends for 2025 and beyond*. Forbes. Retrieved from <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2024/11/13/digital-marketing-trends-for-2025-and-beyond/>

6. Chakraborty P. (2024). Social Media and Tourism: Key Statistics for 2024, WinSavvy, <https://www.winsavvy.com/social-media-and-tourism-key-statistics/#aioseo-89-of-travelers-use-social-media-for-travel-inspiration>

7. Zhang, Y., Sotiriadis, M. and Shen, S. (2022). "Investigating the Impact of Smart Tourism Technologies on Tourists' Experiences", *Sustainability*, 14(5), 3048. <https://doi.org/10.3390/su14053048>

### KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHGA ZIYORATLARNING TA'SIRI

**O'rinova D.B.** -Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi, katta o'qituvchi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada kambag'allikni qisqartirish zaruriyati, uni amalga oshirishda ziyoratlarni ijtimoiy-iqtisodiy xususiyatlari, mavjud

imkoniyatlari, ustuvor afzalliklari va ijobiy va salbiy jihatdan ta'sir qilish yo'nalishlari yoritilgan.

**Аннотация.** В статье рассматриваются необходимость сокращения бедности, социально-экономические особенности паломничества при его реализации, их современные возможности, приоритетные преимущества, а также положительные и отрицательные последствия.

**Abstract.** This article discusses the need for poverty reduction, the socio-economic characteristics of pilgrimages in its implementation, their current capabilities, priority advantages, and positive and negative impact directions.

**Kalit so'zlar.** Kambag'allik, kambag'allikni qisqartirish, ziyorat, ta'sir, ijobiy ta'sir.

**Ключевые слова.** Бедность, сокращение бедности, паломничество, воздействие, положительное воздействие.

**Key words.** Poverty, poverty reduction, pilgrimage, impact, positive impact.

Kambag'allikni qisqartirish eng ustuvor yo'nalish sifatida ushbu muammoni hal qilish bevosita turli sohalarni jadal rivojlantirishni taqozo qiladi. Bu borada ziyoratlar va ularni tashkil etish ushbu muammoni hal qilishga o'z ta'sirini ko'rsatadi. Chunki, ziyoratlar bilan bog'liq faoliyat asosini ziyorat turizmi tashkil etadi. Avvalo, ziyorat turizmi O'zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishlaridan biri hisoblanadi, chunki mamlakat butun dunyodan ziyoratchilarni o'ziga tortadigan boy diniy merosga ega [1]. Ushbu yo'nalish turli ta'sirlarga ega bo'ladi. To'g'ridan-to'g'ri ta'sirning intensivligi ziyoratchilar oqimining vaqti va davomiyligi bilan bog'liq bo'lib, transport tirbandligi va ekologik xizmatlarga yuk sifatida ifodalanadi [2].

Darhaqiqat, kambag'allikni qisqartirishga ziyoratlarning ta'siri murakkab va ko'p qirrali bo'lishi mumkin. Ushbu ta'sir ijobiy hamda salbiy tomonlarga ega.

1) Ijobiy ta'sirlari:

- iqtisodiy imkoniyatlar: Ziyoratgohlar atrofida savdo, transport, mehmonxona va ovqatlanish kabi xizmatlar rivojlanadi. Bu esa mahalliy aholi uchun ish o'rinlari

yaratadi va daromad keltiradi. Ayniqsa, kam ta'minlangan oilalar uchun muhim ahamiyatga egaligi bilan ajralib turadi.

- infratuzilmani yaxshilash: Ziyoratchilar oqimini ta'minlash maqsadida yo'llar, transport vositalari, aloqa vositalari va boshqa infratuzilma ob'ektlari yaxshilanadi. Bu esa mahalliy aholining turmush sharoitini yaxshilashga xizmat qiladi.

- xayriya va sadaqa: Ziyoratchilar ko'pincha xayriya qiladilar va mahalliy aholiga yordam beradilar. Bu esa kambag'al oilalarning iqtisodiy ahvolini yaxshilashga hissa qo'shadi.

- madaniy almashinuv va bilim ortishi: Ziyoratlar turli madaniyat vakillarining o'zaro muloqotiga imkon yaratadi. Bu esa mahalliy aholining dunyoqarashini kengaytiradi va yangi bilimlar olishga undaydi.

- ijtimoiy hamkorlik: Ziyoratlar jamoaviy ruhni mustahkamlaydi va odamlar o'rtasidagi hamkorlikni kuchaytiradi. Bu esa kambag'allik muammosini hal qilishda muhim rol o'ynaydi.

## 2) Salbiy ta'sirlari:

- narxlar oshishi: Ziyoratchilar oqimining ko'payishi narxlarning oshishiga olib kelishi mumkin. Bu esa mahalliy aholining xarid qobiliyatini pasaytiradi.

- tabiiy resurslarni o'zgarishi: Ziyoratgohlar atrofida ekologik muammolar yuzaga kelishi mumkin. Masalan, suv tanqisligi, chiqindilarning ko'payishi va o'rmonlarning kesilishi shularga xos bo'ladi. Bu esa kambag'al aholining turmush sharoitini yanada yomonlashtiradi.

- mehnat sharoiti yomonlashishi: Ziyoratgohlar atrofidagi ish o'rinlari ko'pincha norasmiy sektorda bo'ladi. Bu esa ishchilarning huquqlari poymol qilinishiga va mehnat sharoitining yomonlashishiga olib kelishi mumkin.

Ijtimoiy tengsizlikning kuchayishi: Ziyoratlar bilan bog'liq iqtisodiy foyda ko'pincha boy tadbirkorlar va siyosatchilar qo'lga tushadi. Bu esa ijtimoiy tengsizlikning kuchayishiga sabab bo'ladi.

Shular bilan birgalikda, kambag'allikni qisqartirishga ziyoratlarning ijobiy ta'sirini oshirish uchun quyidagi choralarni amalga oshirish lozim, deb hisoblaymiz:

- mahalliy aholi uchun ish o'rinlari yaratish: Ziyoratgohlar atrofida mahalliy aholi uchun mos keladigan ish o'rinlarini yaratish zarur. Buning uchun hunarmandchilik, turizm va qishloq xo'jaligi kabi sohalarni keng rivojlantirish lozim.

- infratuzilmani yaxshilash: Ziyoratgohlarga olib boradigan yo'llarni ta'mirlash, transport xizmatlarini yaxshilash va aloqa vositalarini rivojlantirish kerak. Bu esa mahalliy aholining turmush sharoitini yaxshilashga xizmat qiladi.

- ta'lim va malaka oshirish: Mahalliy aholi uchun ta'lim va malaka oshirish imkoniyatlarini yaratish zarur. Bu esa ularning yangi ish topish imkoniyatlarini oshiradi va daromadlarini ko'paytiradi.

- ekologik muammolarni hal qilish: Ziyoratgohlar atrofida ekologik muammolarni hal qilish uchun choralar ko'rish lozim. Buning uchun chiqindilarni qayta ishlash, suvni tejash va o'rmonlarni muhofaza qilish kabi tadbirlarni amalga oshirish kerak.

- shaffoflik va hisobdorlikni ta'minlash: Ziyoratlar bilan bog'liq iqtisodiy faoliyatda shaffoflik va hisobdorlikni ta'minlash zarur. Bu esa turli huquqiy muammolarni oldini oladi va daromadlarning adolatli taqsimlanishiga yordam beradi.

Xulosa qilib aytganda, ziyoratlar kambag'allikni qisqartirishga ijobiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Biroq, buning uchun ushbu ta'sirni kuchaytirish va salbiy oqibatlarni kamaytirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish zarur.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Мустаева Ш.С. Влияние паломнического туризма на экономику узбекистана: главные показатели и текущие тенденции. // Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil, 2024-yil, may. - s. 562.

2. Коровникова Н.А. Паломнический туризм: взгляд зарубежных ученых.  
// Экономические и социальные проблемы России, № 4, 2023. - с. 175.

## **KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA TURIZMNING TUTGAN O‘RNI VA UNI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI**

**Salayeva D.A.** - Abu Rayhon Beruniy Urganch davlat universiteti tayanch doktoranti

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada kambag‘allik tushunchasi, uning mazmuni, ijtimoiy-iqtisodiy zaruriyati, mavjud imkoniyatlari, o‘ziga xos xususiyatlari, shuningdek kambag‘allikni qisqartirishda turizm sohasining tutgan o‘rni va uni samarali rivojlantirish chora-tadbirlar va imkoniyatlari yoritilgan.

**Аннотация.** В статье рассматриваются понятие бедности, ее содержание, социально-экономическая необходимость, имеющиеся возможности, специфические особенности, а также роль туристического сектора в сокращении бедности и меры и возможности его эффективного развития.

**Abstract.** This article discusses the concept of poverty, its content, socio-economic necessity, existing opportunities, specific features, as well as the role of the tourism sector in poverty reduction and measures and opportunities for its effective development.

**Kalit so‘zlar.** Kambag‘allik, kambag‘allikni qisqartirish, turizm, yo‘nalishlar, soha, dastur.

**Ключевые слова.** Бедность, сокращение бедности, туризм, направления, сектор, программа.

**Key words.** Poverty, poverty reduction, tourism, directions, sector, program.

Kambag‘allikni qisqartirishda iqtisodiy sohalar muhim o‘rin tutadi. Ushbu sohalar kambag‘allikni qisqartirish yuzasidan tegishdi dasturlar va chora-tadbirlarni rivojlantirish uchun zarur bo‘ladi. Chunki, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 4-oktabrdagi PQ-347-son Qarorida kambag‘allikni qisqartirish kambag‘allik dinamikasi va tarkibini tahlil qilish, oilalarni kambag‘allikdan chiqarish individual rejalarining ishlab chiqilishini tashkil etish va ijrosini muvofiqlashtirish asosiy yo‘nalish sifatida belgilangan [1]. Ushbu chora-tadbirlarni

amalga oshirishda turizm sohasi alohida o‘rin tutadi va kambag‘allikni qisqartirishda qator vazifa va imkoniyatlarni bajaradi. Avvalo, turizm “uchinchi dunyoning rivojlanayotgan mamlakatlarida modernizatsiya, iqtisodiy rivojlanish va farovonlik katalizatori” sifatida qaraldi [2]. Ushbu turizm sohasi kambag‘allikni qisqartirishda muhim rol o‘ynaydi. Chunki, u iqtisodiy o‘shishni rag‘batlantirish, ish o‘rinlari yaratish, daromadlarni ko‘paytirish va infratuzilmani rivojlantirish uchun zaruriy soha bo‘lib xizmat qiladi. Bundan tashqari, turizm mahalliy madaniyat, hunarmandchilik va an‘analarni qo‘llab-quvvatlashga xizmat qiladi. Bugungi kunda har bir viloyatda kambag‘allikdan chiqarish bo‘yicha alohida dastur amalga oshirilmoqda [3]. Bunda viloyatning xususiyati bilan birga har bir viloyatda tumanlar va mahallalarning ham xususiyatlari inobatga olinishi ko‘zda tutilgan.

Bugungi kunda turizm sohasi kambag‘allikni qisqartirishga quyidagi yo‘nalishlarda ta‘sir qiladi:

- iqtisodiy o‘shish: Turizm yangi korxonalar ochilishiga, investitsiyalar kiritilishiga va ishlab chiqarish hajmining oshishiga olib keladi. Bu esa mamlakat iqtisodiyotining o‘shishiga xizmat qiladi.

- ish o‘rinlari yaratish: Turizm sohasi ko‘plab ish o‘rinlarini yaratadi, jumladan mehmonxonalar, restoranlar, transport xizmatlari, ekskursiyalar va boshqa xizmatlar shularga kiradi. Bu ish o‘rinlari mahalliy aholi uchun daromad manbai sifatida ularning iqtisodiy ahvolini yaxshilaydi.

- daromadlarni ko‘paytirish: Turizm mahalliy aholiga turli yo‘llar bilan daromad keltiradi. Masalan, mehmonxonalarda ishlash, hunarmandchilik mahsulotlarini sotish, ekskursiyalar o‘tkazish va boshqa xizmatlar ko‘rsatish shularga asoslanadi. Bu daromadlar ularning turmush darajasini yaxshilashga va kambag‘allikdan chiqishga imkon beradi.

- infratuzilmani rivojlantirish: Turizmni rivojlantirish uchun yo‘llar, aeroportlar, mehmonxonalar va boshqa infratuzilma ob‘ektlari quriladi. Bu infratuzilma turistlar va mahalliy aholi uchun foydalidir. Chunki, ularning hayotini osonlashtiradi va iqtisodiy imkoniyatlarini kengaytiradi.

- mahalliy madaniyatni qo‘llab-quvvatlash: Turizm mahalliy madaniyat, hunarmandchilik va an‘analarni saqlash va rivojlantirishga imkon beradi. Turistlar mahalliy madaniyatga qiziqish bildirib, hunarmandchilik mahsulotlarini sotib oladilar, mahalliy festivallarda va tadbirlarda ishtirok etadilar. Bu esa mahalliy aholi uchun daromad manbai bo‘lishi bilan birgalikda ularning madaniy merosini saqlashga xizmat qiladi.

Fikrimizcha, kambag‘allikni qisqartirishda turizmning samaradorligini oshirish uchun quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish lozim:

- mahalliy aholining ishtirokini ta‘minlash: Turizm loyihalarini rejalashtirish va amalga oshirishda mahalliy aholining fikrini inobatga olish va ularni jarayonga keng jalb qilish lozim. Bu ularning loyihadan manfaatdorligini oshiradi va iqtisodiy imkoniyatlarini kengaytiradi.

- kichik va o‘rta biznesni qo‘llab-quvvatlash: Mahalliy kichik va o‘rta biznesni qo‘llab-quvvatlash, ularga kreditlar berish, biznesni boshqarish bo‘yicha maslahatlar berish va bozorlarga chiqish imkoniyatlarini yaratish lozim. Bu esa mahalliy aholi uchun ish o‘rinlarini yaratadi va ularning daromadlarini ko‘paytiradi.

- ekoturizmni rivojlantirish: Ekoturizm tabiatni saqlash va mahalliy aholining manfaatlarini hisobga olgan holda turizmni rivojlantirishga qaratilgan. Ekoturizm mahalliy aholiga tabiatni muhofaza qilish orqali daromad keltirish imkoniyatini beradi.

- turizm daromadlarini adolatli taqsimlash: Turizmdan olingan daromadlar adolatli taqsimlanishini ta‘minlash lozim. Daromadlar qismi esa mahalliy infratuzilmani rivojlantirishga, ta‘lim va sog‘liqni saqlash sohalarini qo‘llab-quvvatlashga yo‘naltirilishi kerak.

Shu bilan birgalikda, turizm quyidagi yo‘nalishlardagi sabablarga ko‘ra kambag‘allikni kamaytirishga hissa qo‘shish uchun istiqbolli potensialga ega bo‘lgan soha sifatida e‘tirof etiladi:

- bozorning o‘zi ishlab chiqaruvchilarga ishlab chiqarish joyida qo‘shimcha sotish imkoniyatlarini ta‘minlaydi;

- tarmoqlararo aloqalar, xususan, qishloq xo‘jaligi, hunarmandchilik va xizmat ko‘rsatish sohasi bilan shakllantirilishi mumkin;

- turizm mehnat talab qiladi (unda mehnat qishloq xo‘jaligiga qaraganda kamroq bo‘ladi);

- turizmda ayollar, yoshlar va malakasiz yoki past malakali ishchilar ishlaydi.

Xulosa qilib aytganda, turizm kambag‘allikni qisqartirishda muhim rol o‘ynaydi. Ammo, uning samaradorligini oshirish uchun mahalliy aholining ishtirokini ta‘minlash, kichik va o‘rta biznesni qo‘llab-quvvatlash hamda ekoturizmni rivojlantirish va turizm daromadlarini adolatli taqsimlash lozim.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 4-oktabrdagi “Kambag‘allikni qisqartirish va bandlik sohasida davlat siyosatini takomillashtirish va samaradorlikni oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-347-son qarori.  
Manba: <https://lex.uz/docs/7131782>

2. Spenceley A., Meyer D. Tourism and poverty reduction: theory and practice in less economically developed countries. // Journal of Sustainable Tourism, 2012, 20 (3). - pp. 297-317.

3. Pardayev M.Q., Pardayeva O.M., Latipov A.R. Kambag‘allikni qisqartirish va iqtisodiyotni rivojlantirish bo‘yicha xorijiy mamlakatlar tajribasi va ulardan mamlakatimizda foydalanish imkoniyatlari. // Journal of marketing, business and management, Volume2, Issue8 (December). - 17 b.

### **MINTAQADA TURIZM INFRATUZILMASINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISHDA INVESTITSİYALARNING ROLI**

**Jumaniyazova R.Q.** – Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti mustaqil tadqiqotchisi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada turizm infratuzilmasini innovatsion rivojlantirish jarayonida investitsiyalarning samarali ta‘sirini aniqlash va ko‘zlangan natijalarga erishish usullari keltirilgan.

**Аннотация.** В данной статье представлены способы достижения намеченных результатов и выявления эффективного влияния инвестиций в

процессе инновационного развития туристской инфраструктуры.

**Annotation.** This article presents methods for achieving the intended results and identifying the effective impact of investments in the process of innovative development of tourism infrastructure.

**Kalit soʻzlar.** Turizm, infratuzilma, turizm infratuzilmasi, turistik resurs, rivojlanish strategiyasi, investitsiya.

**Ключевые слова:** туризм, инфраструктура, туристская инфраструктура, туристический ресурс, стратегия развития, инвестиции.

**Keywords:** tourism, infrastructure, tourism infrastructure, tourist resources, development strategy, investment.

Bugungi kunda turizm sohasi koʻplab mamlakatlar iqtisodiyotida muhim oʻrin tutmoqda. Ayniqsa, mintaqaviy darajada turizm infratuzilmasining rivojlanishi nafaqat xizmatlar sifatining oshishiga, balki aholi bandligi, tadbirkorlik faolligining kuchayishi va investitsion muhitning yaxshilanishiga ham bevosita taʼsir koʻrsatadi. Shu nuqtai nazardan, turizm infratuzilmasiga yoʻnaltirilayotgan investitsiyalarning samaradorligini baholash va ularni boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish dolzarb ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, innovatsion yechimlar asosida infratuzilmani modernizatsiya qilish orqali mintaqaviy raqobatbardoshlikni oshirish imkoniyati mavjud.

Turizm infratuzilmasining rivojlanishi boʻyicha xorijiy va mahalliy tadqiqotlar shuni koʻrsatadiki, samarali investitsiya siyosati mavjud resurslardan toʻliq foydalanish, turizm xizmatlari sifatini oshirish hamda hududiy taraqqiyotni jadallashtirishda muhim omil hisoblanadi. O.Astanakulov, S.Goyipnazarov turizm infratuzilmasini hududiy rivojlanishning “drayveri” sifatida baholab, unga kiritiladigan investitsiyalarni strategik yondashuv asosida shakllantirish zarurligini taʼkidlaydi [2]. Oʻzbekistonlik olimlar, jumladan, B.X.Turayev, S.S.Samiyev, tadqiqotlarida esa investitsiyalarning samaradorligini oshirishda davlat-xususiy sheriklik, innovatsion moliyalashtirish mexanizmlari va institutsional muhitning roli alohida eʼtirof etilgan[3].

Ushbu maqolada tadqiqotning tahlil, sintez, mantiqiy tahlil, induktiv, deduktiv va abstrakt fikrlash kabi usullardan foydalanilgan.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 24-dekabrdagi PQ-454 sonli qaroriga binoan 2025–2027-yillarda O‘zbekiston Respublikasining ijtimoiy va ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risidagi “O‘zbekiston – 2030” strategiyasida belgilangan mahalliy va xorijiy sayyohlarga qulay sharoitlar yaratish hamda hududlarning iqtisodiy o‘shishiga turtki beruvchi ichki va tashqi turizm salohiyatini oshirish bo‘yicha tadbirlarga 400 milliard so‘m ajratilgani borasida 2023-yilda O‘zbekiston Respublikasiga tashrif buyurgan turistlar soni va turistlar sonining o‘tgan yilga nisbatan o‘shish sur‘atlari ma’lumotlaridan foydalangan holda iqtisodiy tahlil qilamiz[1] (1-jadval):

### 1-jadval.

#### O‘zbekiston Respublikasiga tashrif buyurgan turistlar soni va turistlar sonining o‘tgan yilga nisbatan o‘shish sur‘atlarining iqtisodiy tahlili<sup>11</sup>

1.	<b>Investitsiya miqdori</b>	400 mlrd so‘m
2.	<b>Turistlar soni</b>	dastlab 6626,3 ming, o‘shish sur‘ati 26,6 % yillik.
3.	<b>Infratuzilma rivoji</b>	- yangi mehmonxonalar qurilishi - xizmat ko‘rsatish sifati yaxshilanishi - turistik yo‘llarni rekonstruksiya qilinishi
4.	<b>Multiplikativ koeffitsiyent</b>	0.5% (turizmning iqtisodiyotdagi tarmoqlararo ta’sir ko‘rsatkichi).

Turizm sektorining iqtisodiy tahlili quyidagicha amalga oshiriladi:

#### 1. Turistlar sonining o‘shishi

Dastlabki turistlar soni ( $T_0$ ) va yillik o‘shish sur‘ati ( $R$ ) bo‘yicha yangi turistlar soni ( $T_1$ ) quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$T_1 = T_0 * (1 + R)$$

Izoh:  $T_0=6626,3$  ming.  $R = 26,6\% = 0,266$ .

$$\text{Hisoblash: } T_1 = 6623,3 * (1 + 0,266) = 8392,57$$

<sup>11</sup> Muallif ishlanmasi

Yillik yangi turistlar soni: 8392,57 ming.

## 2. Investitsiyalarning iqtisodiyotga ta'siri

Investitsiya miqdori (I) va multiplikativ koeffitsiyent (M) asosida investitsiyalarning iqtisodiyotga ta'siri quyidagicha hisoblanadi:

$I = 400$  mlrd so'm.  $M = 0,005$  yoki 0,5%.

Hisoblash:

$$Ta'sir = 400 * 0,005 = 2 \text{ mlrd so'm}$$

Investitsiyalarning iqtisodiyotga qo'shimcha ta'siri: 2 mlrd so'm.

## 3. Turistlar soni o'sishining iqtisodiyotga ta'siri

Turistlar sonining yillik o'sishi ( $T_o$ 'sish) quyidagicha hisoblanadi:

$T_1 = 8392,57$  ming.  $T_0 = 6626,3$  ming.

Hisoblash:

$$T_{o'sish} = 8392,57 - 6626,3 = 1766,27$$

Bu oshgan turistlar sonini ko'rsatadi. Iqtisodiyotga ta'sirini aniqlash uchun har bir turistdan tushadigan o'rtacha daromad ( $D_t$ ) ko'rsatkichi ishlatiladi:

Hisoblash:

$$Daromad = 1766,27 * 1 \text{ mln} = 1766,27 \text{ mlrd so'm}$$

Qo'shimcha turistlar hisobiga iqtisodiyotga kiritilgan daromad: 1766,27 mlrd so'm.

## 4. Umumiy iqtisodiy ta'sir

Investitsiyalarning ta'siri va turistlar soni o'sishi hisobidan umumiy iqtisodiy ta'sir quyidagicha aniqlanadi:

Umumiy ta'sir =  $Ta'sir_{investitsiya} + Ta'sir_{turistlar}$

Izoh: -  $Ta'sir_{investitsiya}$ : 2 mlrd so'm. -  $Ta'sir_{turistlar}$ : 1766,27 mlrd so'm.

Hisoblash:

$$Umumiy ta'sir = 2 + 1766,27 = 1768,27 \text{ mlrd so'm}$$

Natijada, 400 mlrd. so'm investitsiya va turistlar soni 26,6% yillik o'sishi hisobiga iqtisodiyotga qo'shimcha 1768,27 mlrd. so'm daromad kutilmoqda. Infratuzilmaning rivojlanishi va xizmat sifatining oshishi kelgusida bu raqamlarni yanada oshirishi mumkin.

Xulosa shuki, turizm sohasidagi xizmatlar va innovatsion biznes modellarini

rivojlantirish, sanoatimiz iqtisodiyotiga misli ko‘rilmagan foyda keltirishi mumkin. Ushbu maqsadda mehmonxona industriyasi, transport tizimlari va ekskursiyalarni tashkil qilish biznesining strategik rejalari amaliyotga tadbiiq qilinishi zarur.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 24-dekabrdagi PQ-454 “2025–2027-yillarda o‘zbekiston respublikasining ijtimoiy va ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” qarori.

2. O.Astanakulov, S.Goyipnazarov Tourism as a catalyst for regional development: Uzbekistan’s experience and economic prospects. Economic Annals-XXI, Issue 204(5), 56–63. (2023)

3. B.X.Turayev, S.S.Samiyev Enhancing the Business Tourism Infrastructure in Uzbekistan. Indonesian Journal of Law and Economics Review, 7, 21–26. (2020)

### **MINTAQA IQTISODIYOTIDA TURIZM INDUSTRIYASINI RIVOJLANTIRISH KO‘RSATKICHLARINI PROGNOZLASHTIRISH**

**Yusupova M.U.** – Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrasii mustaqil izlanuvchisi, TATU Urganch filiali o‘qituvchisi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada Xorazm viloyati mintaqasi iqtisodiyotida turizm industriyasini iqtisodiy rivojlantirish ko‘rsatkichlarini ekonometrik modellashtirish zaruriyati, mavjud ustuvorliklari, amalga oshirish usullari va shu orqali prognozashtirish istiqbollari yoritib berilgan.

**Kalit so‘zlar.** Mintaqa, iqtisodiyot, ko‘rsatkich, modellashtirish, prognozashtirish, turizm, turizm industriyasi.

**Аннотация.** В данной статье освещена необходимость эконометрического моделирования показателей экономического развития туристической отрасли в экономике Хорезмской области, текущие приоритеты, методы реализации и, таким образом, прогнозирование перспектив.

**Ключевые слова.** Регион, экономика, индикатор, моделирование, прогнозирование, туризм, туриндустрия.

**Abstract.** This article highlights the need for econometric modeling of economic development indicators of the tourism industry in the economy of the Khorezm region, its current priorities, implementation methods, and thereby the prospects for forecasting.

**Key words.** Region, economy, indicator, modeling, forecasting, tourism, tourism industry.

Bugungi kunda mintaqa iqtisodiyotida turizm industriyasini samarali rivojlantirish yo'nalishi sifatida uning ko'rsatkichlarini ekonometrik modellashtirish hisoblanadi. Bu borada uning prognoz qiymatlarini ishlab chiqish borasida turli tadqiqotlar olib borilmoqda. Bu borada olib borilgan ba'zi tadqiqotlarda turizm sohasini modellashtirish va prognozashtirish mohiyati, iqtisodiy zaruriyati, nazariy-uslubiy asoslari, ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarni modellashtirish, ularning iqtisodiy mazmuni, zamonaviy axborot texnologiyalari asosida yechilishi va olingan natijalarni iqtisodiy talqin qilish asoslanadi [1].

Yana bir tadqiqotlarda prognozashtirishning ma'lumotlarga asoslanishi yoritib berilgan. Ya'ni, prognozashtirish - mavjud ma'lumotlarni tahlil qilish orqali kelajakdagi muayyan voqealar yoki sharoitlarni prognoz qilish jarayonidir [2]. Shularga asosan, prognozashtirish turizm industriyasini rivojlantirish, marketing va operatsiyalarni boshqarishda muhim rol o'ynaydi. Uning turizmdagi rivojlanishini 60-yillarda amalga oshirilgan. Ya'ni, unga asrda turizmga bo'lgan talabni tahlil qilishda turli prognozlash yondashuvlari va usullari ishlab chiqilgan.

Turizmni prognozashtirish milliy turizm tashkilotlari tomonidan bozorni ilgari surish va boshqarish uchun muhim ahamiyatga ega [3]. Bu borada ma'lumotlar mavjudligiga qarab, turizmni prognoz qilish usullari miqdoriy va sifat jihatidan toifalarga bo'linadi. Birinchisi, o'tmish haqida yetarli miqdordagi ma'lumot mavjud bo'lganda va obyektiv raqamli o'lchovlar tarixiy davr mobaynida izchil bo'lganda qabul qilinadi. Bu borada matematik va statistik tamoyillar miqdoriy prognozlashning texnik asoslari bo'lib xizmat qiladi. Agar miqdoriy

ma'lumotlar mavjud bo'lmasa, yetarli miqdorda noaniq ma'lumotlar mavjud bo'lsa, sifatli yondashuvlar mos keladi.

Ko'rinib turibdiki, bir-biriga bog'liq bo'lmagan tenglamalar tizimi bir vaqtning o'zida tenglamalar tizimidan farq qiladi. Chunki, unda alohida tenglamalarning o'zgaruvchilari mustaqil va ularning tasodifiy buzilishlari o'zaro bog'liq. Shunga asosan, har bir alohida tenglama bilan modellashtirilgan obyektlar bir xil iqtisodiy muhitda faoliyat ko'rsatadi [4]. Prognozlashtirishda iqtisodiy ko'rsatkichlardan jamlanma budjetlarning daromadlari bo'lib, ularda daromadlar va xarajatlar balansi, mamlakatning alohida hududlarida moliya siyosatini amalga oshirish samaradorligi natijalari aks etadi. Ushbu ko'rsatkichlar ko'pincha mamlakat aholisi va umuman uning hududi xavfsizligi darajasini hisoblash uchun ishlatiladi [5].

Shu bilan birga, turizm industriyasini prognoz qilishda statistik modellar holatiga baho beriladi. Bu holatda sohani prognoz qilish statistik modellar va tarixiy ma'lumotlardan foydalanishni o'z ichiga oladi. Bu esa biznes va hukumatlarga asoslangan qarorlar qabul qilishga yordam beradi [6]. To'g'ri prognozlash resurslarni yaxshiroq taqsimlash, infratuzilmani rejalashtirish va marketing strategiyalarini ishlab chiqish orqali iqtisodiy barqarorlikka hissa qo'shishi mumkin. Turizm industriyasi prognozlariga ta'sir etuvchi asosiy omillarga iqtisodiy sharoitlar, siyosiy barqarorlik va ekologik muammolar kiradi.

Olib borilgan tadqiqotlarga asosan, Xorazm viloyatida turizm industriyasini rivojlantirish ko'rsatkichlarini ekonometrik modellashtirish uchun ko'p omilli usul orqali dastavval regressiya tenglamasi tuzildi. Ushbu tenglama prognozlashtirishni amalga oshirish uchun ilk qadam bo'lib hisoblanadi (1-jadval).

### 1-jadval

#### Xorazm viloyatida turizm industriyasini rivojlantirish ko'rsatkichlarining regressiya jadvali<sup>12</sup>

NATIJALARNIN G XULOSASI								
<i>Regressiya statistikasi</i>								
R ko'plik	0,943086							
R-kvadrat	0,889412							

<sup>12</sup> Muallif ishlanmasi.

Normallashtirilgan R-kvadrat	0,806471							
Standart xatolik	3516,955							
Kuzatishlar soni	8							
Dispersiya tahlili								
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>F ahamiyati</i>			
Regressiya	3	3,98E+08	1,33E+08	10,72343	0,022067			
Qoldig'i	4	49475904	12368976					
Jami	7	4,47E+08						
	<i>Koeffitsiyentlar</i>	<i>Standart xatolik</i>	<i>t-statistika</i>	<i>P-qiyamati</i>	<i>95% dan past</i>	<i>95% dan yuqori</i>	<i>95% dan dan past</i>	<i>95% dan yuqori</i>
Y-kesishish	-4669,62	20646,85	-0,22617	0,832159	-61994,5	52655,22	61994,5	52655,22
Turistik oqim (ming kishi), X1	2,576686	1,490596	1,728628	0,158937	-1,56187	6,715243	1,56187	6,715243
Mehmonxonalar soni, X2	-10,2119	413,0763	-0,02472	0,981461	-1157,1	1136,672	-1157,1	1136,672
Turfirma va tashkilotlar soni, X3	164,239	221,9766	0,739894	0,500437	-452,067	780,5448	452,067	780,5448

Ushbu 1-jadvalga asosan, regressiya statistikasiga ko'ra, R ko'plik ko'rsatkichi 0,943086 ni, R-kvadrat ko'rsatkichi 0,889412 ni, normallashtirilgan R-kvadrat ko'rsatkichi 0,806471 ni, standart xatolik 3516,955 va kuzatuvlar soni 8 tani tashkil etadi. Koeffitsiyentlari esa Y-kesishishi -4669,62 birlikni, turistik oqim ( $x_1$ ) 2,576686 birlikni, mehmonxonalar soni ( $x_2$ ) -10,2119 birlikni va turfirma va tashkilotlar soni ( $x_3$ ) 164,239 birlikni tashkil etdi.

Mazkur hisob-kitoblar asosida quyidagi modeli tenglama hosil qilindi: (1)

$$Y=2,57668595x_1-10,21194628x_2+164,2390358x_3-4669,6$$

Olib borilgan hisob-kitoblar asosida Xorazm viloyatida turizm industriyasini rivojlantirish ko'rsatkichlarining quyidagi prognoz qiymatlari aniqlandi (2-jadval).

**2-jadval**

**Xorazm viloyatida turizm industriyasini rivojlantirish ko'rsatkichlarining 2030-yilgacha prognoz qiymatlari<sup>13</sup>**

Yillar	Xizmatlar hajmi (mlrd. so'm), Y	Turistik oqim (ming kishi), $x_1$	Mehmonxonalar soni, ta, $x_2$	Turfirma va tashkilotlar soni, ta, $x_3$
2017	3645,50	1160,70	58,00	23,00
2018	4562,80	1653,70	64,00	34,00
2019	5763,30	2646,60	73,00	58,00
2020	6461,20	360,50	73,00	59,00
2021	8348,10	1294,80	82,00	61,00

<sup>13</sup> Muallif ishlanmasi.

2022	10480,40	1625,90	85,00	67,00
2023	13254,70	2765,30	88,00	87,00
2024	28261,90	5289,70	92,00	105,00
2025	21977,05	3831,79	98,46	108,25
2026	24617,01	4216,70	103,26	118,58
2027	27256,97	4601,62	108,06	128,92
2028	29896,93	4986,54	112,86	139,25
2029	32536,89	5371,46	117,65	149,58
2030	35176,85	5756,38	122,45	159,92

Mazkur 2-jadvalga asosan, 2024-yilga xizmatlar hajmi 28261,90 mlrd. soʻmni, turistik oqim 5289,70 ming kishini, mehmonxonalar soni 92,00 tani va turfirma va tashkilotlar soni 105,00 tani tashkil etgan boʻlsa-da, 2030-yilga kelib esa, xizmatlar hajmi 35176,85 mlrd. soʻmni, turistik oqim 5756,38 ming kishini, mehmonxonalar soni 122,45 tani va turfirma va tashkilotlar soni 159,92 tani tashkil etadi. Shuningdek, 2024-yildan 2030-yilga nisbatan xizmatlar koʻrsatkichi hajmi 1,24 barobarga, turistik oqim koʻrsatkichi hajmi 1,09 barobarga, mehmonxonalar soni koʻrsatkichi 1,33 barobarga hamda turfirma va tashkilotlar soni koʻrsatkichi 1,52 barobarga oshib boradi.

Xulosa shuki, Xorazm viloyatida turizm industriyasi iqtisodiy rivojlanishini ekonometrik baholash orqali ular koʻrsatkichlarining 2030-yillarga moʻljallangan ishlab chiqilgan prognoz qiymatlari Xorazm viloyati mintaqasida turizm industriyasidan samarali foydalanishga qaratilgan optimal qarorlarni ishlab chiqish imkonini beradi. Bu borada turli ekonometrik modellarni qoʻllash orqali Xorazm viloyatida turizm industriyasining rivojlanishini ekonometrik modellashtirish va prognozlash mumkin. Bu viloyatda turizm siyosatini toʻgʻri shakllantirish va sohani yanada rivojlantirishga imkon beradi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI**

1. Абдувахидов А., Умирова Д., & Абриев З. Туризм ривожланишини прогнозлаш. Ўқув қўлланма. - Т.: ТДИУ, 2020.

2. Li G., Song H. (2014). Forecasting, tourism. In: Jafari, J., Xiao, H. (eds) Encyclopedia of Tourism. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6\\_88-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6_88-1)

3. Генералова Н. Прогнозирование в сфере туризма: классификация и анализ методов. // Журнал международного права и международных отношений, 2014, №4.

4. Бабешко Л.О. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. // Эконометрическое моделирование влияния инвестиций в сферу туризма на объем туристического потока в программной среде R, 2018, №1. – С. 167-171.

5. Новикова Е.В. Эконометрическое моделирование объема платных туристических услуг в регионах Российской Федерации. // «Хроноэкономика», №2 (15), Апрель 2019. - с. 140.

6. <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/hospitality-and-tourism/tourism-economics/tourism-forecasting/>

## **TOURISM'S CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT: FUELING JOBS ACROSS THE GLOBE**

**Kalandarov Feruz**, Teacher and PhD student at Tourism department of Urganch State University named after Abu Rayhan Biruni

**Annotatsiya:** Ushbu maqola turizmning global bandlikdagi muhim rolini, so'nggi ma'lumotlar va xalqaro taqqoslovlar asosida tahlil qiladi. Unda COVID-19 pandemiyasidan keyin sohaning bardavomligi va tiklanishi ko'rsatib o'tilgan. Mamlakatlar bo'yicha ma'lumotlar turizmga bog'liqlik darajasida farqlar borligini ko'rsatadi: Monako va Makaoning iqtisodiyoti bu sohaga kuchli tayanadi, Meksika esa yanada diversifikatsiyalashgan iqtisodiyotga ega. Global tendensiyalar va mintaqaviy xususiyatlarni o'rganar ekan, maqola turizmning ish o'rinlari yaratish va iqtisodiy tiklanishdagi ortib borayotgan ahamiyatini ta'kidlaydi.

**Kalit so'zlar:** turizm, bandlik, iqtisodiy tiklanish, global tendensiyalar, mintaqaviy taqqoslash

**Annotation:** This article explores the vital role of tourism in global employment, supported by recent data and international comparisons. It highlights the industry's resilience following the COVID-19 pandemic. Country-specific data reveals varying levels of tourism employment intensity, with places like Monaco and Macao heavily reliant on the sector, while others like Mexico maintain more diversified economies. By examining both global trends and regional patterns, the article underscores tourism's growing significance as a driver of job creation and economic recovery worldwide.

**Keywords:** tourism, employment, economic recovery, global trends, regional comparison

**Аннотация:** В статье рассматривается важная роль туризма в глобальной занятости на основе актуальных данных и международных сравнений. Подчеркивается устойчивость отрасли после пандемии COVID-19. Данные по отдельным странам показывают различный уровень зависимости от туризма: такие страны, как Монако и Макао, сильно опираются на этот сектор, тогда как экономика Мексики более диверсифицирована. Анализируя как глобальные, так и региональные тенденции, статья подчеркивает растущее значение туризма как движущей силы создания рабочих мест и экономического восстановления во всем мире.

**Ключевые слова:** туризм, занятость, экономическое восстановление, глобальные тенденции, региональное сравнение

Tourism is more than just a leisure activity—it's a powerful economic engine that plays a vital role in job creation across the globe. As millions of travelers move across borders each year, they drive demand for a wide range of services, from hospitality and transportation to entertainment and local crafts [1].

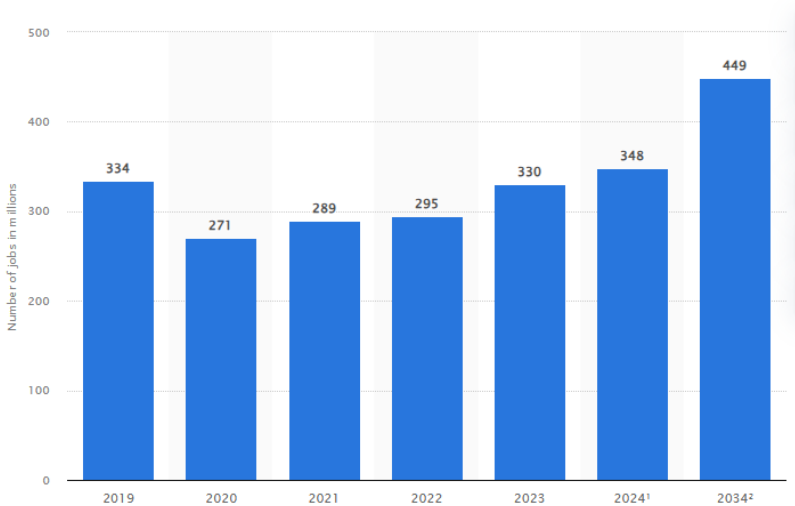
One of the most significant contributions tourism makes is in generating employment opportunities, especially in developing countries. It provides jobs both directly—in hotels, travel agencies, airlines, and restaurants—and indirectly, in industries like agriculture, construction, and retail [2]. For many regions, tourism is

a gateway to economic development, offering employment where few other industries exist.

In addition to volume, the tourism industry offers variety. It supports skilled and unskilled labor alike, welcoming workers from all walks of life [3]. From tour guides sharing cultural heritage to chefs serving local cuisine, tourism helps preserve traditional knowledge while providing sustainable livelihoods.

Furthermore, tourism often empowers women and young people by offering flexible work opportunities and entry-level positions. It can also lead to entrepreneurship, as locals launch guesthouses, tour services, and artisanal shops to meet tourist demand [4].

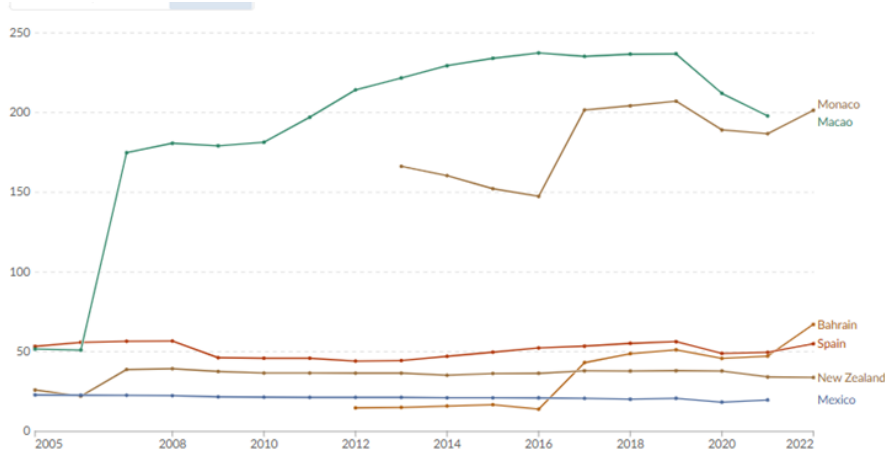
However, for tourism to remain a reliable source of employment, it must be developed responsibly. Investing in sustainable tourism practices ensures long-term job security while protecting the very resources that attract visitors.



**Figure 1. Number of travel and tourism jobs worldwide from 2019 to 2023, with a forecast for 2024 and 2034 (in millions)**

From 2019 to 2023, global employment in travel and tourism showed a remarkable recovery after a sharp decline due to the COVID-19 pandemic, rising from 271 million jobs in 2020 to 330 million in 2023, with forecasts predicting 449 million jobs by 2034. While the global numbers reflect a steady rebound, country-level data shows varying degrees of dependence on tourism. Nations like Monaco and Macao have exceptionally high tourism employment per capita—over 200 jobs

per 1,000 people—highlighting their economic reliance on the sector, whereas countries like Mexico and Spain demonstrate lower tourism employment intensity, indicating more diversified economies. Together, these trends underscore tourism's evolving yet critical role in global and regional labor markets [5,6].



**Figure 2. Employment in tourism-related industries per 1,000 people, 2005 to 2022.**

In conclusion, tourism is a dynamic force for job creation, supporting millions of livelihoods and contributing significantly to the global economy. With the right investment and planning, it can continue to be a cornerstone of employment for years to come.

**REFERENCES**

1. World Travel & Tourism Council (WTTC). 2022. WTTC Economic Impact Reports. Website: <https://wttc.org>
2. UN World Tourism Organization (UNWTO). 2024. Tourism Highlights and Statistical Reports. Website: <https://www.unwto.org>
3. OECD Tourism Trends and Policies. Website: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/>
4. ILO (International Labour Organization). 2023. Working Conditions in the Tourism Sector. Website: <https://www.ilo.org>
5. Statista. 2024. Number of travel and tourism jobs worldwide from 2019 to 2023, with a forecast for 2024 and 2034. Accessed on 15.03.2025 from:

<https://www.statista.com/statistics/1268465/number-of-travel-and-tourism-jobs-worldwide/>

6. Our world in data. 2023. Employment in tourism-related industries per 1,000 people, 2005 to 2022. Accessed on 20.03.2025 from: <https://ourworldindata.org/grapher/number-of-individuals-employed-in-tourism-related-industries-per-1000-people?tab=chart&time=2005..latest&country=MEX~NZL~MAC~ESP~MCO~BHR>

## **TIBBIY XIZMATLAR KO'RSATISHDA ZAMONAVIY TRENDLAR**

**Vaisov D.I.** - Ma'mun NTM o'qituvchisi, Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti mustaqil tadqiqotchisi

**Annotatsiya.** Mazkur maqola tibbiy xizmatlar ko'rsatishdagi zamonaviy trendlar xususiyatlarini o'rganish, tavsiflash va tasniflashga bag'ishlangan bo'lib, ularning tibbiy xizmatlar sifati hamda raqobatbardoshligini ta'minlashga bo'lgan ta'siri va bog'liqligi tadqiq qilingan.

**Kalit so'zlar:** Tibbiy xizmatlar bozori, tibbiy xizmatlar sifati va raqobatbardoshligi, zamonaviy trendlar, iste'molchilar motivi va ehtiyojlari, tibbiy xizmat ko'rsatish xususiyatlari.

**Аннотация.** Данная статья посвящена изучению, характеристике и классификации особенностей современных тенденций в предоставлении медицинских услуг, исследованию их влияния и связи с обеспечением качества и конкурентоспособности медицинских услуг.

**Ключевые слова:** Рынок медицинских услуг, качество и конкурентоспособность медицинских услуг, современные тренды, мотивация и потребности потребителей, характеристика медицинских услуг.

**Abstract.** This article is devoted to the study, description and classification of the features of modern trends in the provision of medical services, the impact and dependence on the quality and competitiveness of medical services have been studied..

**Keywords:** Medical services market, quality and competitiveness of medical services, modern trends, consumer motivation and needs, characteristics of medical services.

Tibbiy xizmatlar sifati hamda raqobatbardoshligi mavzusini tadqiq qilishda tibbiy xizmatlar ko'rsatishdagi zamonaviy tendensiyalar xususiyatlarini o'rganish, tahlil qilish lozim bo'lib hisoblanadi. Chunki, tibbiy xizmatlar bozori xususiyatlari o'zgaruvchan bo'lib, u yoki bu qatnashchi va iste'molchilarning hatti-harakatlari yangi tendensiyalar paydo bo'lishi hamda boshqacha trendlarning shakllanishiga olib keladi. Tibbiyot sohasida ham tobora yangi zamonaviy trendlar o'z ta'sir doirasini kengaytirmoqda, bu holat bevosita tibbiyotdagi an'anaviy trendlar bilan zamonaviy trendlarni taqqoslashda ahamiyatliroq bo'lib hisoblanadi. Zamonaviy trendlar tibbiy xizmat ko'rsatuvchilar uchun mos raqobatbardoshlik strategiyalarini amalga oshirish, o'z yashovchanliklarini yaxshilash hamda barqaror faoliyat ko'rsatish imkonini beradi.

O'rganilayotgan mavzu bir qator mahalliy tadqiqotchilar tomonidan qisman yoritilgan, jumladan Askarov J o'zining ishlanmasida tibbiy xizmat ko'rsatishda zamonaviy texnologiyalardan foydalanish xususiyatlarini "koronavirus pandemiyasi" bilan bog'lagan holda atroflicha tahlil qilgan [1]. Yana bir guruh mahalliy olimlar Iminov, T. K., Otaqulov, O. X., Muxtorov, F. Mlar hududlarda raqamli tibbiyot texnologiyalarini joriy etish xususiyatlari va muammolarini o'rganib, tibbiy xizmat ko'rsatuvchi klinikalar uchun shu yo'nalishda amaliy taklif va tavsiyalar berishgan [2]. Nasimov o'z ilmiy ishlanmasida koronavirus pandemiyasi reabilitatsiyasida innovatsion texnologiyalar hamda tibbiyotdagi zamonaviy tendensiyalarni o'zaro bog'lagan holda tadqiq etib, bu jarayonning tibbiy xizmat ko'rsatuvchi klinikalar uchun ham ahamiyatini ham e'tirof etgan [3]. Ularning ishlaridan an'anaviy tibbiy xizmat ko'rsatish motivlari, klinikalar ixtisoslashuvi hamda xizmat ko'rsatish usul va shakllari xususiyatlarini tasniflashda foydalanildi.

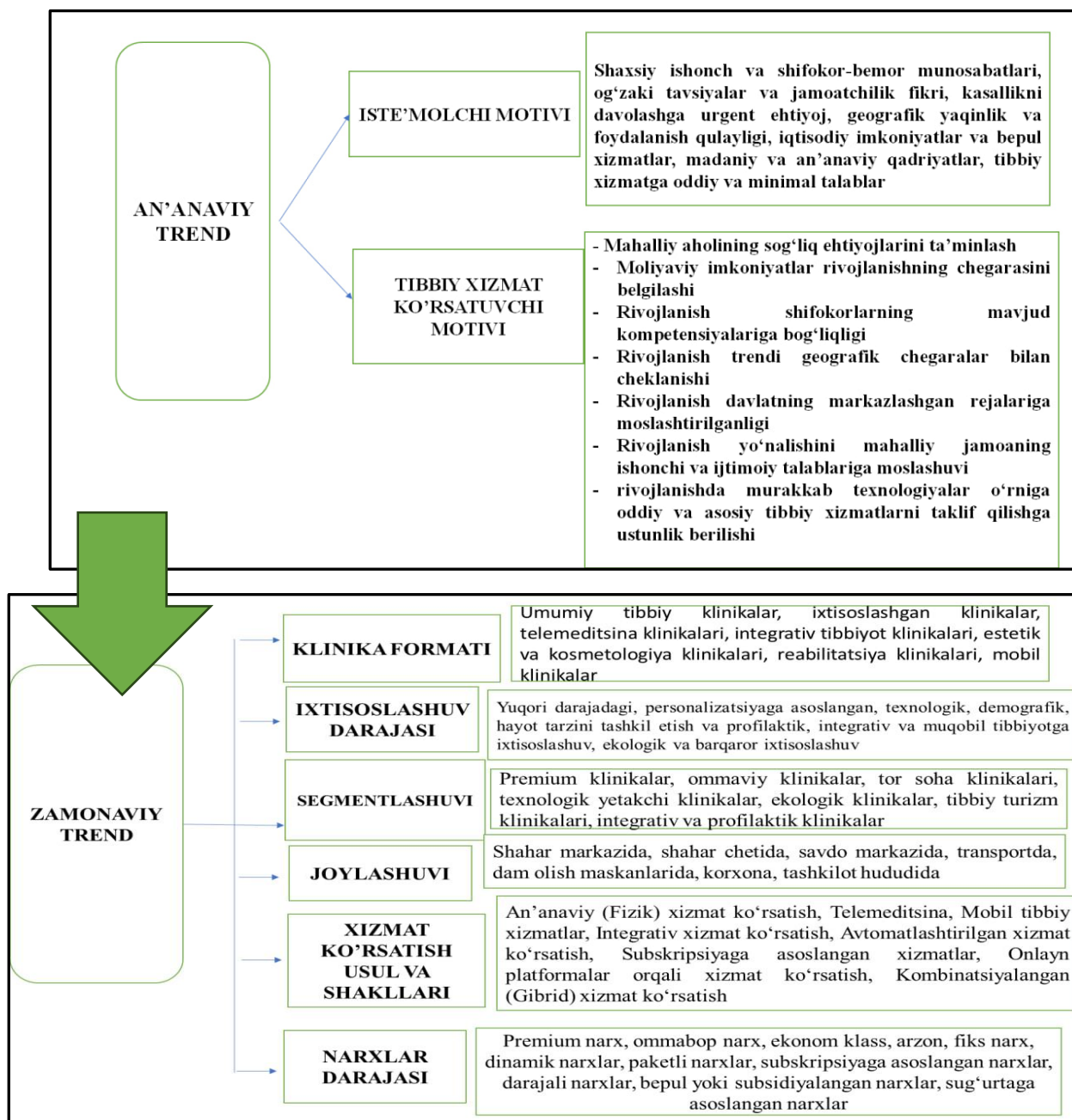
Quyida tibbiy xizmat ko'rsatishning an'anaviy va zamonaviy trendlari xususiyatlari yoritilgan bo'lib, bizningcha tibbiy xizmatlarni tashkil qilishda klassik, ya'ni an'anaviy trendda iste'molchi va tibbiy xizmat ko'rsatuvchi motivi xususiyatlarini tadqiq qilish muhim ahamiyatga ega. Shunday qilib, an'anaviy trendda iste'molchi motivi, ya'ni patsientlarning tibbiy xizmatlar bilan bog'liq tanlov hamda kutilmalari shifokor va tibbiy xizmat ko'rsatuvchilarga shaxsiy ishonchiga asoslangan. Shuningdek, aholi iqtisodiy imkoniyatlarning cheklanganligi fonida bepul tibbiy xizmatlardan foydalanishga intilish, shuningdek, millatning tarixiy, madaniy va an'anaviy qadriyatlari asosida shifokorlar tavsiyasini bajarish hamda tibbiy vositalarni tanlashlari, iste'molchilar tomonidan tibbiy xizmat jarayoni hamda uning natijalariga oddiy va minimal talablar qo'yilishi asosiy motivatsion xususiyatlar bo'lib hisoblangan. O'z navbatida tibbiy xizmat ko'rsatuvchilar motivi ham bir qancha muhim xususiyatlardan iborat bo'lib, ular quyidagilardir: - Mahalliy aholining sog'liq ehtiyojlarini ta'minlash asosiy strategiya sifatida xizmat ko'rsatuvchilar tomonidan tanlanmoqda; -Kliniklardagi mavjud moliyaviy imkoniyatlar ular faoliyatini rivojlantirishning chegarasini belgilab bermoqda; -Kliniklardagi rivojlanish darajasi bevosita shifokorlarning mavjud kompetensiyalariga bilan bog'liq bo'lmoqda; -Tibbiy xizmat ko'rsatishni rivojlanish trendi aynan hududiy, geografik chegaralar bilan mutlaq cheklanib qolmoqda; -Tibbiyot sohasining asosiy rivojlanish yo'nalishlari davlatning markazlashgan rejalariga moslashtirilgan bo'lib qolmoqda; -Klinikalar o'z rivojlanish yo'nalishlarini belgilashda mahalliy jamoaning ishonchi va ijtimoiy talablariga moslashishiga to'g'ri kelmoqda; -Tibbiy xizmatlarni rivojlantirish hamda kengaytirishda murakkab texnologiyalar o'rniga oddiy va asosiy tibbiy xizmatlarni taklif qilishga ustunlik berilishi kuzatilmoqda.

Zamonaviy trendlar oltita asosiy tasnifdan iborat bo'lib, ular tom ma'noda hozirgi tibbiy xizmat korxonalarini faoliyatini tavsiflaydi. Dastlabki trend bevosita zamonaviy klinikalar formatini xususiyatlarni ochib beradi, bunda klinikalar jami yetti xil tipga ajratilgan: -Umumiy tibbiy klinikalar, ixtisoslashgan klinikalar,

telemeditsina klinikalari, integrativ tibbiyot klinikalari, aynan an'anaviy tibbiyotni alternativ usullar, masalan, akupunktura, yoga, o'simlik davosi bilan birlashtirib, kasallikni davolash bilan birga umumiy salomatlikni yaxshilashga yo'naltirilgan. Estetik va kosmetologiya klinikalari, reabilitatsiya klinikalari, mobil klinikalar maxsus jihozlangan transport vositalari yordamida tibbiy xizmatlarni uzoq hududlarga yetkazishga xizmat qilib, Internet of Things texnologiyalari bilan jihozlangan portativ diagnostika asboblari, uzoq va chekka hududlarda internetga ulangan mobil laboratoriyalar faoliyatiga asoslangan.

Ixtisoslashuv darajasi bo'yicha esa klinikalar yuqori darajadagi ixtisoslashuv, personalizatsiyaga asoslangan ixtisoslashuv, texnologik ixtisoslashuv, demografik ixtisoslashuv, hayot tarzini tashkil etish va profilaktik ixtisoslashuv, integrativ va muqobil tibbiyotga ixtisoslashuv, ekologik va barqaror ixtisoslashuv kabi turlarga ajratilmoqda. Bozor segmentlashuvi bo'yicha klinikalar premium klinikalar, ommaviy klinikalar, tor soha klinikalari, texnologik yetakchi klinikalar, ekologik klinikalar, tibbiy turizm klinikalari, integrativ va profilaktik klinikalarga ajratilmoqda, joylashuvi bo'yicha esa klinikalar shahar markazida, shahar chetida, savdo markazida, transportda, dam olish maskanlarida, korxonada, tashkilot hududida faoliyat ko'rsatishi farqlanmoqda.

Shuningdek, xizmatlar ko'rsatish shakl va usullari bo'yicha an'anaviy xizmat ko'rsatish, telemeditsina, mobil tibbiy xizmatlar, integrativ xizmat ko'rsatish, avtomatlashtirilgan xizmat ko'rsatish, subskripsiya asoslangan xizmatlar, onlayn platformalar orqali xizmat ko'rsatish, kombinatsiyalangan xizmat ko'rsatish turlari alohida tasniflangan Oxirgi trend bevosita narxlar turlarining xilma-xilligi bilan bog'liq bo'lib, premium narx, ommabop narx, ekonom klass, arzon, fiks narx, dinamik narxlar, paketli narxlar, subskripsiya asoslangan narxlar, darajali narxlar, bepul yoki subsidiyalangan narxlar, sug'urtaga asoslangan narxlar kabi narx siyosatlarini zamonaviy klinikalarda muvaffaqiyatli tarzda qo'llanilmoqda.



**1-rasm. Tibbiy xizmat ko'rsatishning an'anaviy va zamonaviy trendlari xususiyatlari [4]**

Yuqoridagilardan shuni xulosalash mumkinki, raqamli texnologiyalar va ilmfan natijalaridan foydalanish tibbiy xizmatlar ko'rsatishda barqaror va yangilanuvchi zamonaviy trendlarni shakllantirmoqda. Ularga moslashish va xususiyatlarini tadqiq etish nafaqat tibbiy xizmat ko'rsatuvchilar, balki, tibbiy xizmat iste'molchilar uchun ham zarur va foydali bo'ladi deb hisoblaymiz.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Askarov, J.2024. Onlayn tibbiy xizmatlar va ularning o‘ziga xos xususiyatlari. *Society and Innovations*, 5(3), 45-56.
2. Iminov, T. K., Otaqulov, O. X., & Muxtorov, F. M. 2021. Hududlarda raqamli tibbiyotni joriy etishning muammolari va yechimlari. *Ilkogretim Online*, 20(3), 1474-1479
3. Nasimov, A.A. Koronavirusdan keyin bemorlarni rehabilitatsiya qilishda innovatsion texnologiyalarning qo‘llanilishi. *Toshkent tibbiyot akademiyasiga 100 yil – buyuk ishlar va yangi kashfiyotlar davri* (pp. 25-30). Toshkent Tibbiyot Akademiyasi 2022.

### KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA MEDIAMAHSULOTLAR EKSPORTI SALOHİYATINI OSHIRISH

**Ishchanova S.I.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
Biznes va boshqaruv kafedrasida o‘qituvchisi

**Raimboyeva M.D.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat  
universiteti Iqtisodiyot kafedrasida o‘qituvchisi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada kambag‘allikni qisqartirish holati va uni amalga oshirishda mediamahsulotlar eksporti salohiyatini oshirish zaruriyati, ijtimoiy-iqtisodiy o‘ziga xos xususiyatlari, mavjud imkoniyatlari, asosiy ustuvor jihatlari va eng muhim yo‘nalishlari yoritilgan.

**Аннотация.** В статье рассматривается состояние борьбы с бедностью и необходимость повышения экспортного потенциала медиапродукции при ее реализации, ее социально-экономические характеристики, имеющиеся возможности, основные приоритеты и важнейшие направления.

**Abstract.** This article discusses the state of poverty reduction and the need to increase the export potential of media products in its implementation, its socio-economic characteristics, existing opportunities, main priorities and most important directions.

**Kalit so‘zlar.** Kambag‘allik, kambag‘allikni qisqartirish, mediamahsulotlar, eksport salohiyati, mediamahsulotlar eksporti salohiyati.

**Ключевые слова.** Бедность, сокращение бедности, медиапродукция, экспортный потенциал, экспортный потенциал медиапродукции.

**Key words.** Poverty, poverty reduction, media products, export potential, media product export potential.

Bugungi kunda davlat tomonidan amalga oshirilayotgan eng muhim yo‘nalishi sifatida kambag‘allikni qisqartirish hisoblanadi. Ushbu muammoni turli sohalarni rivojlantirish orqali hal qilish mumkin. Kambag‘allikni qisqartirishda mediamahsulotlar eksporti salohiyatini oshirish yuzasidan mamlakatimizda tegishli me‘yoriy-huquqiy hujjatlar qabul qilindi. Xususan, mamlakatimizda dasturiy mahsulotlar ishlab chiqarish, raqamli texnologiyalardan foydalangan holda masofaviy hamda IT-xizmatlar ko‘rsatish sohasini jadal rivojlantirish, ushbu faoliyat bilan shug‘ullanuvchi korxonalarining eksport salohiyatini oshirish uchun qo‘shimcha sharoitlar yaratish, shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 21-fevraldagi ““O‘zbekiston - 2030” strategiyasini “Yoshlar va biznesni qo‘llab-quvvatlash yili”da amalga oshirishga oid davlat dasturi to‘g‘risida”gi PF-37-son Farmoni bilan belgilangan vazifalar ijrosini ta‘minlash maqsadida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-157-son Farmoni [1] qabul qilindi. Ushbu hujjatning qabul qilinishi bevosita mamlakatimizda mediamahsulotlar eksporti salohiyatini oshirish imkoniyatlarini belgilaydi. Mediamahsulotlar eksporti salohiyatini oshirish bevosita internet tizimiga bog‘liq bo‘lib qolmoqda. Ya‘ni, O‘zbekistonda eng tez rivojlanayotgan media-kanal sifatida o‘zbek auditoriyasi allaqachon internetni faolroq iste‘mol qilmoqda va televizor ko‘rishdan ko‘ra ko‘proq vaqt sarflamoqda [2].

Shuningdek, mediamahsulotlar eksporti salohiyatining yuqoriligi bo‘yicha xorijiy mamlakatlar ham ilg‘or tajribalarga erishganlar. Ya‘ni, bugungi kunda Janubiy Koreyaning media sanoati (K-pop, dramalar, filmlar) jahon bozorida katta muvaffaqiyatga erishib, mamlakat iqtisodiyotining taraqqiyotiga katta hissa qo‘shdi. Nigeriyaning Nollywood kinoindustriyasi esa Afrika qit‘asida katta ta‘sirga ega bo‘lib, ko‘plab yangi ish o‘rinlari yaratdi.

Darhaqiqat, kambag'allikni qisqartirishda mediamahsulotlar eksporti salohiyatini oshirish ustuvor yo'nalish sifatida uni amalga oshirish quyidagi yo'nalishlarga asoslanadi:

1) Media sanoatini rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash:

- infratuzilmani yaxshilash: Zamonaviy studiyalar, uskunalar va texnik bazani yaratish va internet tezligini oshirish.

- kadrlar tayyorlash: Media sohasi uchun malakali mutaxassislar (ssenaristlar, rejissyorlar, operatorlar, montajchilar, animatorlar va boshqalar) tayyorlash. Buning uchun ta'lim dasturlarini takomillashtirish, xorijiy tajribani o'rganish va stajirovkalar tashkil qilish lozim.

- moliyaviy qo'llab-quvvatlash: Medialoyihalarni moliyalashtirish uchun grantlar, subsidiyalar va imtiyozli kreditlar ajratish. Xususan, hududlardagi mediakompaniyalarni qo'llab-quvvatlashga e'tibor qaratish lozim.

- qonunchilikni takomillashtirish: Media sohani tartibga soluvchi qonunlarni zamonaviy talablarga moslashtirish, mualliflik huquqlarini himoya qilish va media erkinligini ta'minlash lozim.

2) Eksport salohiyatini oshirish:

- mahsulot sifatini oshirish: Jahon standartlariga javob beradigan sifatli media mahsulotlar ishlab chiqarish. Buning uchun xalqaro ekspertlarni jalb qilish va qo'shma loyihalar amalga oshirish talab etiladi.

- targ'ibot va marketing: Mahalliy media mahsulotlarini xalqaro bozorda targ'ib qilish, festivallarda, ko'rgazmalarda ishtirok etish, xorijiy telekanallar va platformalar bilan hamkorlik o'rnatish kerak.

- tilga moslashtirish (dublyaj va subtitr): Mahsulotlarni turli tillarga tarjima qilish va moslashtirish. Bu esa qiziquvchi auditoriyani kengaytirishga imkon beradi.

- raqamli platformalar: Media mahsulotlarni onlayn platformalarda (Netflix, Amazon Prime Video, YouTube va boshqalar) joylashtirish butun dunyo bo'ylab auditoriyaga yetib borish imkonini beradi.

3) Kambag'allikni qisqartirishga ta'siri:

- ish o‘rinlari yaratish: Media sohasining rivojlanishi yangi ish o‘rinlarini yaratadi, ayniqsa, ijtimoiy himoyaga muhtoj qatlamlar uchun katta yordam beradi.

- hududlarni rivojlantirish: Mediakompaniyalarni hududlarda faoliyat yuritishi hududlar iqtisodiy rivojlanishiga hissa qo‘shadi, infratuzilmani yaxshilaydi va yangi ish o‘rinlari yaratadi.

- madaniy almashinuv: Media mahsulotlar orqali madaniy almashinuvni rivojlantirish, mamlakat imijini yaxshilash va turizmni rivojlantirish mumkin bo‘ladi.

- ijtimoiy ta’sir: Kambag‘allik muammolarini yoritish, ijtimoiy adolatni targ‘ib qilish va jamiyatda ijobiy o‘zgarishlarni rag‘batlantirish mumkin bo‘ladi.

Xulosa sifatida shuni aytish mumkinki, kambag‘allikni qisqartirishda mediamahsulotlar eksporti salohiyatini oshirish kompleks yondashuvni talab qiladi. Bu media sanoatini rivojlantirish, eksport salohiyatini oshirish va kambag‘allikni qisqartirishga qaratilgan chora-tadbirlarni o‘z ichiga oladi. Bu borada davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash, xususiy sektorning ishtiroki va xalqaro hamkorlikni yanada chuqurlashtirish talab etiladi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 14-oktabrda “Raqamlashtirish sohasida eksport faoliyati bilan shug‘ullanuvchi korxonalarni qo‘llab-quvvatlashga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-157-son Farmoni. Manba: <https://lex.uz/docs/7158969>

2. Qodirov O.O. O‘zbekiston media bozori: rivojlanishi va afzalliklari. // Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot, 2025-yil, mart, №3-son. - 519 b.

#### **XORAZM VILOYATIDA KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA MEDIAMARKETING STRATEGIYALARIDAN SAMARALI FOYDALANISH**

**Ishchanova S. I.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Biznes va boshqaruv kafedrasida o‘qituvchisi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada Xorazm viloyatida kambag‘allikni qisqartirishda mediamarketing xizmatlaridan samarali foydalanish yo‘llari tahlil qilingan hamda hududiy iqtisodiy imkoniyatlar, tadbirkorlikni rivojlantirish va

axborot texnologiyalari yordamida marketing strategiyalarini ishlab chiqish orqali ijtimoiy-iqtisodiy muammolar yechimiga erishish imkoniyatlari ko‘rib chiqilgan.

**Kalit so‘zlar:** Kambag‘allik, mediamarketing, strategiya, tadbirkorlik, raqamli platformalar, Xorazm.

**Аннотация.** В данной статье анализируется эффективное использование услуг медиамаркетинга в снижении уровня бедности в Хорезмской области и рассматриваются возможности достижения решения социально-экономических проблем за счет региональных экономических возможностей, развития предпринимательства и разработки маркетинговых стратегий с использованием информационных технологий.

**Ключевые слова:** Бедность, медиамаркетинг, стратегия, предпринимательство, цифровые платформы, Хорезм.

**Abstract.** This article analyzes the effective use of media marketing services in reducing poverty in the Khorezm region and considers the possibilities of achieving solutions to socio-economic problems through the development of regional economic opportunities, entrepreneurship development, and marketing strategies using information technologies.

**Key words:** Poverty, media marketing, strategy, entrepreneurship, digital platforms, Khorezm.

Bugungi kunda raqamli texnologiyalar va internet imkoniyatlari iqtisodiy faoliyatni avtomatlashtirish va ijtimoiy muammolar, jumladan kambag‘allikni kamaytirishga xizmat qilmoqda. O‘zbekiston Respublikasi hukumati tomonidan olib borilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlar doirasida aholini ijtimoiy himoya qilish, ularning bandligini ta’minlash va tadbirkorlik faoliyatini qo‘llab-quvvatlash borasida salmoqli ishlar amalga oshirilmoqda [1]. Xususan, kambag‘allikni kamaytirish bo‘yicha yangi yondashuvlar va raqamli yechimlar dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Ayniqsa, raqamli iqtisodiyot va innovatsion yondashuvlar ushbu jarayonda muhim o‘rin tutmoqda [2]. Shu jihatdan olganda, mediamarketing

xizmatlaridan foydalanish ijtimoiy guruhlarni iqtisodiy faollikka jalb qilish vositasi sifatida muhim ahamiyat kasb etadi.

Xorazm viloyatining iqtisodiy rivojlanishida xizmat ko'rsatish sohasi, xususan, kichik tadbirkorlik va oilaviy biznes muhim o'rin tutadi. Biroq, viloyatda kambag'allik va ishsizlik darajasi hali ham dolzarb muammo bo'lib qolmoqda. 2023-yil holatiga ko'ra, Xorazm viloyatida kambag'allik darajasi 11,9 % ni tashkil etgan. Shuningdek, umumiy ishsizlik darajasi 7,3 % bo'lib, bu ko'rsatkich erkaklar orasida 7,3 % ni, ayollar orasida esa 9,5 % ni tashkil etadi [3]. Ushbu raqamlar viloyatda iqtisodiy faollikni oshirish va bandlikni ta'minlash borasida qo'shimcha choralar ko'rish zarurligini ko'rsatadi. Shu bois, mediamarketing vositalarini ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni hal etishda qo'llash dolzarb masala bo'lib hisoblanadi.

Mediamarketing an'anaviy marketing uslublarini raqamli platformalar, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn kommunikatsiya vositalari bilan integratsiyalashgan zamonaviy uslub sifatida aholi o'rtasida mahsulot va xizmatlar haqidagi xabardorlikni oshirish, sotuv hajmini ko'paytirish hamda brend imijini shakllantirish imkonini beradi. Ayniqsa, ushbu xizmatlar startaplar, ayollar va yoshlar tadbirkorligi, qo'l mehnatiga asoslangan mahsulotlar va mahalliy turizmni rivojlantirishda katta ahamiyatga ega.

Xorazm viloyatida kambag'allikni qisqartirish va aholi bandligini ta'minlash bo'yicha quyidagi dasturlar amalga oshirilmoqda:

- "Kambag'allikdan farovonlik sari" dasturi: Ushbu dastur ijtimoiy himoyaga muhtoj oilalarni qo'llab-quvvatlash va ularning turmush darajasini yaxshilashga qaratilgan.

- "Har bir oila tadbirkor" dasturi: Bu dastur orqali oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun imtiyozli kreditlar ajratilmoqda.

- kasbiy ta'lim va bandlikka ko'maklashish: Xorazm arxitektura va qurilish texnikumi kabi muassasalar orqali aholi, ayniqsa yoshlar, qurilish, arxitektura va

buxgalteriya hisobi kabi sohalarda bepul kasb-hunar o'rganish imkoniyatiga ega. Bu esa ularning bandligini ta'minlashga xizmat qiladi.

- "Qishloq hududlarini barqaror rivojlantirish" loyihasi: Islom taraqqiyot banki, OPEK jamg'armasi va BMT Taraqqiyot Dasturi bilan hamkorlikda amalga oshirilayotgan ushbu loyiha doirasida Xorazm viloyatining 20 ta tumanidagi 170 ta mahallada ijtimoiy va infratuzilma obektlarini qurish va ta'mirlash rejalashtirilgan. Bu orqali mahalliy aholi uchun yangi ish o'rinlari yaratiladi.

- mikromoliyalashtirish va kreditlash: Mahallalarda o'rtacha 40 tadan mikroloyihalarni amalga oshirish orqali 755 ming nafar aholini band qilish rejalashtirilgan. Buning uchun soddalashtirilgan tartibda loyihalarni moliyalashtirish uchun yangi kredit mahsulotlari joriy qilinadi.

Shuningdek, "Yoshlar - kelajagimiz" jamg'armasi, "Ayollar daftari", "Temir daftar" orqali manzilli yordam, "Har bir oila - tadbirkor" loyihalari ham mavjud. Biroq, monitoring natijalari shuni ko'rsatmoqdaki, ko'pgina oilalar ushbu imkoniyatlardan bexabar qolmoqda yoki ulardan qanday foydalanishni bilmaydilar. Shuningdek, qishloq joylarda raqamli savodxonlik darajasi pastligi, ishonchli axborot manbalarining yetishmasligi aholi imkoniyatlarini cheklamoqda.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, Xorazm viloyati uchun quyidagi mediamarketing strategiyalarini taklif etishimiz mumkin:

- maqsadli axborot tadbirlarini shakllantirish. Har bir tuman kesimida aholining ehtiyojlariga mos kontent tayyorlash. Masalan: "Qanday qilib 10 million so'm kredit olish mumkin?" nomli infografikalar.

- mahalliy til va mentalitetga mos kontent yaratish. Aholiga yaqin bo'lgan obrazlar, videoroliklar va muvaffaqiyat hikoyalari orqali ta'sirchanlikni oshirish.

- interaktiv raqamli platformalar yaratish. Telegramm Botlarni qo'llab-quvvatlash dasturlari, ariza topshirish tartibi, hujjatlar ro'yxati va yaqin bo'lish ishlari haqida ma'lumot berish.

- bloggerlar va jamoatchilik faollari bilan hamkorlik. Mahalliy ijtimoiy faollarni "axborot elchisi" sifatida tayyorlash va ularning faoliyatini ommalashtirish.

- raqamli ta'lim va malaka oshirish dasturlari. Onlayn kurslar, mobil ilovalar orqali iqtisodiy va raqamli savodxonlikni oshirish.

Xulosa shuki, Xorazm viloyatida kambag'allikni kamaytirishda mediamarketing strategiyalaridan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu vositalar orqali aholining ma'lumotga bo'lgan kirishini kengaytirish, ishonch muhitini yaratish va iqtisodiy faollikni rag'batlantirish mumkin. Mediamarketing vositalari kambag'allikni kamaytirish borasida an'anaviy yondashuvlarga kuchli raqamli qo'shimcha vosita bo'lib xizmat qiladi. Kelgusida ushbu strategiyalarni tizimli tarzda joriy etish orqali ijtimoiy barqarorlik va iqtisodiy o'sishga erishish mumkin.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 7-avgustdagi "Kambag'allikni qisqartirish strategiyasini amalga oshirish to'g'risida"gi PQ-4413-son qarori.

2. Toshpulatova M. Raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing strategiyalarining ijtimoiy ta'siri. // *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*, №6, 2022.

3. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. Rasmiy statistik axborotlar portal: <https://stat.uz>

### **O'ZBEKISTONDA RAQAMLI BANK XIZMATLARINING AHAMIYATI VA UNING ISTIQBOLLARI**

**Sabirova O. Sh.-** Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrasida o'qituvchisi

**Annotatsiya.** Mazkur ilmiy ishda bugungi texnologik taraqqiyot sharoitida O'zbekiston bank tizimida amalga oshirilayotgan raqamlashtirish jarayonlari, onlayn to'lovlar, elektron hamyonlar kabi xizmatlarning joriy holati va ularning foydalanuvchilar soni, ishonchliligi, qulayligi va iqtisodiyotga ta'siri chuqur o'rganilgan va shu bo'yicha xulosa va takliflar berilgan.

**Kalit so'zlar:** Raqamli bank, onlayn bank ilovalari, masofaviy bank xizmati, an'anaviy banklar, elektron hamyon.

**Аннотация.** В данном научном исследовании в условиях современного технологического прогресса всесторонне изучены процессы цифровизации, осуществляемые в банковской системе Узбекистана, текущее состояние таких услуг, как онлайн-платежи, электронные кошельки, а также количество их пользователей, надёжность, удобство и влияние на экономику. На основе анализа приведены соответствующие выводы и рекомендации.

**Ключевые слова:** Цифровой банк, онлайн-приложения банков, дистанционное банковское обслуживание, традиционные банки, электронный кошелек.

**Abstract.** This scientific study thoroughly examines the current state of digitalization processes being implemented in Uzbekistan's banking system in the context of today's technological advancement. It focuses on services such as online payments and electronic wallets, analyzing the number of users, reliability, convenience, and their impact on the economy. Based on the analysis, conclusions and recommendations have been provided.

**Key words:** Digital bank, online banking applications, remote banking service, traditional banks, electronic wallet.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda iqtisodiy islohotlar bilan bir qatorda moliyaviy tizimda ham sezilarli yangilanishlar ro‘y bermoqda. Xususan, bank sektorining raqamlashtirilishi orqali aholiga va biznes subyektlariga ko‘rsatilayotgan xizmatlarning sifati, tezligi hamda qulayligi oshib bormoqda.. Mobil ilovalar orqali bank xizmatlari, internet banking, elektron hamyonlar va QR-kodli to‘lovlar moliyaviy munosabatlarni osonlashtirishda muhim vositalardan biri bo‘lib xizmat qilmoqda. Shu sababli, raqamli bank xizmatlarini har tomonlama chuqur tahlil qilish, ularning ustun jihatlari, mavjud muammolari va rivojlanish istiqbollarini o‘rganish dolzarb va amaliy ahamiyat kasb etadi.

Ushbu maqolada 2020-2025 yillar bank tizimida amalga oshirilgan raqamlashish jarayonlari tahlili amalga oshirilgan. Tadqiqotda statistik ma'lumotlar

tahlili, qiyosiy tahlil, mantiqiy tahlil, nazariy tahlil, tizimli tahlil usullardan samarali foydalanildi.

Raqamli va an'anaviy banklar o'rtasidagi farqni quyidagi jadval asosida ko'rib chiqishimiz mumkin.

### 1-jadval

#### Raqamli banklar bilan an'anaviy banklar o'rtasidagi farqlarlar

Raqamli banklar	An'anaviy banklar
Bank-mijoz o'rtasida to'liq uzluksiz online aloqa tizimining mavjudligi	Bank va mijoz o'rtasida online aloqa o'rnatish holatning pastligi
Kerakli deposit turlari yoki qulay kreditlar shartlari haqida online tezkor ma'lumotga ega bo'lish va bir nechta daqiqa ichida bankka bormasdan uni rasmiylashtirish imkoniyatlari	Bozor talablariga javob beruvchi omonatlar va kreditlar chiqariladi, ammo ko'p holatlarda tanish-bilishchilik katta rol o'ynaydi (agar tanish bo'lmasa, o'sha mijoz oylab sarson bo'lishi
Bank filiallari faoliyatining kengaytirilmasligi	Bank filiallar tarmoqlarining tuman, shahar va viloyat kesimida faoliyat yuritishi, sifat darajasiga e'tiborning sustligi
Kerakli deposit turlari yoki qulay kreditlar shartlari haqida online tezkor ma'lumotga ega bo'lish va bir nechta daqiqa ichida bankka bormasdan uni rasmiylashtirish imkoniyatlari	Bozor talablariga javob beruvchi omonatlar va kreditlar chiqariladi, ammo ko'p holatlarda tanish-bilishchilik katta rol o'ynaydi (agar tanish bo'lmasa, o'sha mijoz oylab sarson bo'lishi
Bank filiallari faoliyatining kengaytirilmasligi	Bank filiallar tarmoqlarining tuman, shahar va viloyat kesimida faoliyat yuritishi, sifat darajasiga e'tiborning sustligi

**Manba:** Muallif ishlanmasi

Aholining raqamli bank, mobil bank xizmatlaridan keng foydalanishi uchun ularni qiziqtirayotgan va qulay jihatlari quyidagichagilardan iborat. 2020 — 2025-yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilish strategiyasi bo'yicha quyidagi maqsadlar belgilab olindi:

-bank tizimi aktivlarining umumiy hajmida davlat ulushi bo'lmagan banklar aktivlari ulushini joriy 15 foizdan 2025-yilga kelib 60 foizgacha oshirish;

-banklar majburiyatlarining umumiy hajmida banklarning xususiy sektor oldidagi majburiyatlari ulushini joriy 28 foizdan 2025-yil yakuniga 70 foizgacha oshirish;



**1-rasm. Bank sohasini yanada rivojlanishda hal etish lozim bo‘lgan asosiy elementlar [3]**

2025-yilga kelib davlat ulushi mavjud kamida uchta bank kapitallariga zarur tajriba, bilim va obro‘ga ega kamida uchta strategik xorijiy investorlarni jalb qilish; umumiy kreditlash hajmida nobank kredit tashkilotlari ulushini joriy 0,35 foizdan 2025-yilga kelib 4 foizgacha oshirish maqsadlari belgilab berildi.

Ushbu strategiya doirasida xalqaro moliya institutlari ko‘magida “Ipoteka-bank” ATIB, “O‘zsanoatqurilishbank” ATB, “Asaka” ATB, AT “Aloqabank”, “Qishloq qurilish bank” ATB va “Turonbank” ATBdagi davlat ulushlarini bosqichma-bosqich xususiylashtirish rejalashtirilgan. Bu strategiyaning maqsadi bank tizimini zamon talabiga moslashtirish va banklar taklif etayotgan xizmatlarining yangi standartlarini joriy etishga qaratilgan bank tizimida kompleks o‘zgartirishlarni amalga oshirishdan iborat va bu esa ko‘p jihatdan aholining internet aloqasiga ulanganlik darajasiga bog‘liq.

Quyida 2015-2022 yillar oraliqida aholining internet bilan ta‘minlanganlik darajasini jismoniy shahslar kesimida tahlil qilishimiz mumkin, yildan –yilga internet foydalanuvchilari soni ulushi oshib borganini guvohi bo‘lishimiz mumkin.

**2-jadval****Aholining internet bilan ta'minlanganligi (100 ta doimiy aholiga) [7]**

<b>Ko'rsatkichlar</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Jami</b>	<b>40,4</b>	<b>48,8</b>	<b>58,4</b>	<b>65,8</b>	<b>75,0</b>
jismoniy shaxslar	39,1	46,9	56,2	63,3	70,6

Shunday qilib, "Raqamli iqtisodiyot"ni shakllantirish amaliyoti shuni ko'rsatadiki, uning rivoji iqtisodiyotning boshqa sohalari kabi, bank tizimiga ham sezilarli va samarali ta'sir qiladi. Xususan, 2020–2024 yillar oralig'ida raqamli bank xizmatlari foydalanuvchilari soni deyarli 3 baravar o'sib, 5 milliondan 13.7 milliongacha yetdi. Bu o'sishda har yili 2.1–2.3 million yangi foydalanuvchilar qo'shilishi barqarorlikni ko'rsatadi. Biroq, o'sish sur'ati asta-sekin pasayib, 2021-yildagi 42% dan 2024-yilda 18% ga tushgani kuzatilmoqda. Bu tendentsiya bozorning nisbiy yetarliligi yoki raqobatning kuchayishi bilan izohlanishi mumkin.

**3-jadval****2020–2024 yillar oralig'ida raqamli bank xizmatlari foydalanuvchilari soni va ularning o'sish suratlari va istiqbollari.[8]**

<b>Yillar</b>	<b>Foydalanuvchilar, mln.</b>	<b>Yillik o'sish</b>	<b>O'sish sur'ati, %</b>
2020	5		
2021	7,1	+2,1	42
2022	9,3	+2,2	31
2023	11,6	+2,3	25
2024	13,7	+2,1	18
2025	15,8	+2,1	15

Agar hozirgi o'sish sur'ati (15–20%) saqlanib qolsa, 2025-yilga kelib foydalanuvchilar soni 15.5–16 milliongacha yetishi kutilmoqda. Texnologik innovatsiyalar bilan qulaylikning oshishi, pandemiya davridagi talab, hukumat siyosati (CBDC, startaplarni qo'llab-quvvatlash) bozor rivojiga ijobiy ta'siri yuqorida ta'kidlangan o'sishga sabab bo'lishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, Kelgusida texnologiyalarning yangilanishi va regulyatorlarning qo'shimcha rag'batlantiruvchi choralari ushbu sohani yanada rivojlantirishda muhim rol o'ynashi kutilmoqda. Shuningdek, bank xizmatlari bozorida raqobat muhiti qanchalik yaxshilanib, xizmat ko'rsatuvchilar soni

ko'payishi bilan bank xizmatlaridan foydalanuvchilar uchun foizlarning arzonlashuvi va qulayliklarning kengayishi yuzaga keladi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. "Banklar va bank faoliyati to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonuniga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish haqida, O'zbekiston Respublikasining Qonuni, 05.11.2019 yildagi O'RQ-580-son

2. O'zbekiston Respublikasining Qonuni, 11.11.2019 yildagi O'RQ-582-son

3. Abbasov, A. M., Mamedov, Z. F., & Aliev, S. A. (2019). Digitalization of the banking sector: new challenges and prospects. "Economics and Management", (6), 81-89.

4. Abdulkarimovna, M. E. (2020). The effectiveness of the use of blockchain technologies in sectors of the national economy. "South Asian Journal of Marketing & Management Research", 10(6), 53-62.

5. Abdullaev, A. (2021). The major directions of the investigation of the entrepreneur's personality and actions in psychology.

6. <https://stat.uz> - O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika Qo'mitasi rasmiy sayti.

7. [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

8. Markaziy bankning 2024-yil hisoboti

### **MINTAQA TURISTIK IMKONIYATLARIDAN FOYDALANISHNING ATROF MUHITGA TA'SIRINI BAHOLASH YO'LLARI**

**Jumaev I.X.** - Termiz davlat universiteti mustaqil tadqiqotchi

**Annotatsiya** Ushbu maqola orqali Surxondaryo viloyatining turistik imkoniyatlaridan foydalanishda atrof-muhitga ta'sirini baholash yo'llari zamonaviy yondashuvlar asosida amalga oshirilgan.

**Kalit so'zlar:** iqtisodiy barqarorlik, SEB, BRM (SDG), CO<sub>2</sub>, YaIM, energiya smaradorlik, turizm

**Аннотация:** В данной статье представлены методы оценки влияния на окружающую среду при использовании туристических возможностей Сурхандарьинской области, реализованные на основе современных подходов.

**Ключевые слова:** экономическая стабильность, SEB, BRM (SDG), CO<sub>2</sub>, ВВП, энергоэффективность, туризм.

**Abstract:** This article presents methods for assessing the environmental impact of utilizing tourism opportunities in Surkhandarya region, implemented through modern approaches.

**Keywords:** economic stability, SEB, BRM (SDG), CO<sub>2</sub>, GDP, energy efficiency, tourism.

Surxondaryo viloyati O‘zbekistonning janubiy qismida joylashgan bo‘lib, noyob tabiiy landshaftlari, tarixiy yodgorliklari va etnografik boyliklari bilan ajralib turadi. Mintaqaning turistik salohiyati yildan-yilga ortib bormoqda. Shu bilan birga, turizmni rivojlantirishda ekologik barqarorlikni ta‘minlash va atrof-muhitga salbiy ta‘sirlarni kamaytirish muhim vazifa bo‘lib qolmoqda. Surxondaryo mintaqasining xorijiy va mahalliy tashrif buyuruvchilarni jalb qilishda turistik salohiyati katta hisoblanadi. Mintaqaning asosiy turistik yo‘nalishlari sifatida quyidagilarni e‘tirof qilish mumkin:

- ✓ Ekoturizm: Boysun tog‘lari, Darband darasi, Zarafshon tizmalari;
- ✓ Madaniy-tarixiy turizm: Termiz shahri, Fayoztepa, Kampirtepa yodgorliklari;
- ✓ Etnoturizm: Boysunning milliy urf-odatlari va madaniyati;
- ✓ Agroturizm: Qishloq xo‘jaligi faoliyati bilan bog‘liq sayohatlar.

Shuningdek, mintaqa turistik imkoniyatlardan to‘liq foydalanishda atrof-muhitga ta‘sirni baholash ham muhim sanaladi va bir nechta baholash uslublari ko‘pchilik olimlar tomonidan o‘z tadqiqotlarida bayon etilgan [1]. Ulardan asosiylari sifatida, atrof-muhit monitoringi ya‘ni turistik zonalarda havo, suv va tuproqning ekologik holatini doimiy monitoring qilish orqali salbiy ta‘sirlar aniqlab boriladi. Keyingisi, strategik ekologik baholash (SEB) orqali turizmni rivojlantirish

strategiyasida ekologik xavflarni oldindan baholash orqali barqaror rejalashtirish imkoniyati yaratiladi. O'z navbatida, ekoturizm standartlari-yashil sertifikatlar asosida xizmat ko'rsatish va chiqindilarni kamaytirish, energiya samaradorligini oshirish chorolari sifatida muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, mahalliy aholining ishtiroki ya'ni mahalliy aholini jarayonga jalb qilish, ularning xabardorligini oshirish orqali muhitga ehtiyotkorlikni kuchaytirish mumkin. Surxondaryo mintaqasining turistik salohiyatidan samarali foydalanish ekologik barqarorlikni saqlagan holda amalga oshirilishi kerak. Bu borada zamonaviy baholash usullari, xalqaro tajribalar va mahalliy ishtirokchilar bilan hamkorlik asosiy o'rin tutadi. Ekologik xavfsizlikni ta'minlash turizmning uzoq muddatli rivojlanishini kafolatlaydi.

Bilamizki, turizm trillion dollarlik sohadir va barqaror rivojlanish so'nggi davrda turizmni rivojlantirishning asosiy masalasidir. Barqaror turizm rivojlanishning ijtimoiy, madaniy, iqtisodiy va ekologik jihatlarini qamrab oladi. Turizmni rivojlantirish rivojlangan va rivojlanayotgan iqtisodiyotlar uchun juda muhim, chunki u multiplikativ ta'sir ko'rsatadi. Turizm barcha 17 ta Barqaror Rivojlanish Maqsadlariga (BRM) erishish potentsialini ko'rsatadi. Shu sababli, ushbu maqola barqaror turizmni rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy omillarini o'rganadi [2]. Shuningdek, bu orqali turizmning mintaqada rivojlantirsa bo'ladigan turlari va shakllari ham kengroq tahlil qilinishi ijobiy kutilmalarga erishishda muhim sanaladi. Ushbu maqola, shuningdek, barqaror turizmning iqtisodiyot, energiya va atrof-muhitga ta'sirini o'rganadi[4,6]. Jahon turizmining yangi indeksi ishlab chiqilgan bo'lib, unda ichki turizm iste'moli, jismoniy shaxslarga davlat xarajatlari, kapital qo'yilmalar, turistik daromadlar va turizm faolligi kabi omillar kiradi. Bu toza yoqilg'i va ovqat pishirish texnologiyalaridan foydalanish, elektr energiyasi, ichimlik suvi va asosiy sanitariya xizmatlaridan foydalanish kabi bir nechta ko'rsatkichlardan foydalangan holda infratuzilma indeksini yaratadi.

Barqaror rivojlanish keyingi davrlarda turizmni rivojlantirishning asosiy muammosi bo'lib qolmoqda. **Stojanovi'chning** ta'kidlashicha barqaror turizm

rivojlanishning iqtisodiy, ekologik, ijtimoiy va madaniy jihatlarini qamrab oladi. Rivojlanish valyuta tushumlari hisobiga barcha iqtisodiyotlar uchun zarurdir. Davos deklaratsiyasiga ko‘ra, turizm dunyodagi jami CO<sub>2</sub>ning qariyb 5% ni tashkil qiladi va 2035 yilga kelib ulushi 7,5% ni tashkil qiladi, bu atrof-muhit uchun xavfli bo‘ladi [3]. Turizm sektori energiya sarfini oshirish uchun javobgar bo‘lgan transport, havo qatnovi va turar joyni o‘z ichiga oladi. Iqtisodiy faoliyat tufayli energiyadan intensiv foydalanish ham kuzatilgan.

Energiyadan foydalanishning o‘sishi CO<sub>2</sub> va boshqa issiqxona gazlari (GHG) ko‘payishiga ham sabab bo‘ldi. Turizm bilan bog‘liq uglerod izi 2009-yildan 2013-yilgacha 3,9 dan 4,5 Gt CO<sub>2</sub> gacha ko‘tarildi [5]. Turizmning ijtimoiy, iqtisodiy va ekologik ta‘sirini e‘tiborsiz qoldirib bo‘lmaydi, chunki turizmni rivojlantirish uchun tabiat va madaniyatni saqlash zarur. Shuning uchun turizmni rivojlantirish ortidagi ijtimoiy-iqtisodiy omillarni va uning SDG (Sustainable development goals) barqaror rivojlanish maqsadlariga erishish imkoniyatlarini o‘rganish foydalidir. Unga ko‘ra har bir mintaqa uchun turizmni rivojlantirish muhim daromad manbai sifatida belgilangan.

### **Iqtisodiy barqarorlikni ta‘minlashda turizmning ijtimoiy-iqtisodiy determinantlariga oid adabiyotlar tahlili.**

<b>Olimlar</b>	<b>Bog‘liq o‘zgaruvchilar</b>	<b>Mustaqil o‘zgaruvchilar</b>	<b>Mamlakatlar</b>	<b>Qo‘llanilgan uslublar</b>	<b>Vaqt oraliqi</b>
Ben Jebli, S. Ben Youssef, Apergis	Aholi jon boshiga YaIM	Aholi jon boshiga turistik tushumlar, to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar oqimi, CO <sub>2</sub> emissiyasi	27 Yevropa davlati	Panelning qattiq effektli modeli	1995-2010
T.Peng, B.Saboori,	Aholi jon boshiga real YaIM	Turizmga ixtisoslashuv (mahalliy aholi tarkibidagi turist larning ulushi, real YaIMdagi turizm daromadlarining ulushi), kapital qo‘yil malarning o‘sishi, sof ishchi kuchi, ilmiy-	Xitoyning 31 provinsiyasi	Momentlarning tizimli umumlashtirilgan usuli	1995-2018

		tadqiqot ishlariga sarflangan xarajatlar, ta'lim			
Odhiambo	CO <sub>2</sub> emissiyasi	Aholi jon boshiga turizm tushumi, aholi jon boshiga real YaIM, urbanizatsiya	Afrika mamlakatlari	CCE-MG, AUG, Toda va Yamamoto causality test	1995-2019
Q.Chen	Turizm o'sishining barqarorligi	YaIM, Milliy daromad, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar, CO <sub>2</sub> emissiyasi, GHG emissiyasi, azot oksidi emissiyasi, turizm siyosati	Xitoy	NARDL, Unit Root Tests (ADF, PP)	1990–2020
Nepal va Irsyad	Aholi jon boshiga YaIM	Turistlarning kelishi, asosiy kapitalning yalpi shakllanishi, energiyadan foydalanish, CO <sub>2</sub> emissiyasi	Nepal	ARDL, VECM	1975–2014

*M.Shahbaz va Bashir* o'z tadqiqotlarida 1988-yildan 2009-yilgacha Yevropaning 27 davlatida iqtisodiy o'sish, kirish turizmi, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar oqimi va CO<sub>2</sub> o'rtasidagi bog'liqlikni o'rgandilar. To'g'ridan-to'g'ri investitsiyalar oqimi, kirish turizmi va CO<sub>2</sub> emissiyasi barqaror iqtisodiy o'sishga ijobiy ta'sir ko'rsatishini o'z xulosalarida keltirib o'tganlar. Biroq, parallel ravishda iqtisodiy o'sish tufayli CO<sub>2</sub> emissiyasi ham oshadi. CO<sub>2</sub> emissiyasining to'g'ridan-to'g'ri investitsiya oqimi va kirish turizmi bilan salbiy munosabati mavjudligi ham aniqlangan.

*Alcal'a-Ordonez va J.G.Brida* 1972-yildan 2010-yilgacha Malayziyada iqtisodiy o'sish va kirish turizmi o'rtasidagi bog'liqlikni o'rganganlar. Natijalar kelgan sayyohlar sonidan CO<sub>2</sub> ga bir tomonlama sabab bog'liqligini ko'rsatgan. Bundan tashqari, kiruvchi turizm va iqtisodiy o'sish o'rtasidagi uzoq muddatli bog'liqlik aniqlanmagan. Shuningdek, ular atrof-muhitni muhofaza qilishga muvofiq turizmni rivojlantirish siyosati zarurligini ham taklif qilishgan.

*Pimjamin va Jemin* 1995-yildan 2012-yilgacha 218 ta davlatdan iborat panelda turizm talabining makroiqtisodiy omillarini o'rganib chiqdi. Tadqiqot xuloslarida turizmga bo'lgan talabning o'sishi jahonda aholi jon boshiga to'g'ri keladigan yalpi ichki mahsulotning o'sishi, ichki narxlar darajasining pasayishi va mahalliy valyuta kursining pasayishi hisobiga kuzatilgan. Turizmga bo'lgan talabning proksi sifatida dunyoning aholi jon boshiga to'g'ri keladigan YaIM ta'siri kelganlar soniga bog'liqligi keltirilgan. Aksincha, nisbiy narxlarning ta'siri ko'proq turizm bilan bog'liq xarajatlarga oidligi asoslangan.

Ushbu tadqiqot turizmning ijtimoiy-iqtisodiy determinantlarini o'rganish orqali mavjud adabiyotdagi bo'shliqni bartaraf etishga qaratilgan.

Turizm pul iqtisodiyoti, mehnat iqtisodiyoti, xalqaro iqtisodiyot, barqaror rivojlanish iqtisodiyoti, mahalliy va mintaqaviy iqtisodiyot, atrof-muhit iqtisodiyoti, logistika va transport iqtisodiyoti kabi tematik sohalar bilan bevosita bog'liq. Shu sababli, turizm iqtisodiyoti so'nggi yigirma yil ichida empirik va nazariy tadqiqotlar kuchayishi bilan juda muhim bo'ldi.

Adabiyotlar turizm va iqtisodiy o'sish o'rtasidagi bog'liqlikni ko'rsatdi. Biroq, barqaror rivojlanish ijtimoiy barqarorlik, ekologik barqarorlik va barqaror o'sish bilan tavsiflanadi. Birlashgan Millatlar Tashkiloti tabiiy muhitni yomonlashtirmasdan sayyohlarning sog'lom tashrifini rag'batlantirish uchun barqaror muhit uchun turizmning ekologik izini baholadi, bu esa mamlakatdagi iqtisodiy va ekologik manfaatlarni yanada oshiradi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Abdisamat, S. (2022). Peculiar aspects of population growth and settlement of villages of surkhandarya region. *Бюллетень науки и практики*, 8(9), 617-624.
2. D. Balsalobre-Lorente, J. Abbas, C. He, L. Pila'r, S.A.R. Shah, Tourism, urbanization and natural resources rents matter for environmental sustainability: the leading role of AI and ICT on sustainable development goals in the digital era, *Resour. Pol.* 82 (2023) 103445.

3.T. Stojanović, I. Trišić, E. Brđanin, S. Štetić, F. Nechita, A.N. Candrea, Natural and sociocultural values of a tourism destination in the function of sustainable tourism development—an example of a protected area, Sustainability 16 (2) (2024) 759.

4.J. Ataniyazov, Important aspects of the development of foreign economic activities, The Peerian Journal 23 (2023) 27–36.

5. J. Zhang, Y. Zhang, Carbon tax, tourism CO<sub>2</sub> emissions and economic welfare, Ann. Tourism Res. 69 (2018) 18–30, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.12.009>.

6.L. Chen, B. Thapa, W. Yan, The relationship between tourism, carbon dioxide emissions, and economic growth in the Yangtze River Delta, China, Sustainability 10 (2018) 2118, <https://doi.org/10.3390/su10072118>.

## **MINTAQANING BARQAROR RIVOJLANISHINI TA'MINLASHDA TURIZM SOHASINING ROLI**

**Isakov R. K. - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch Davlat  
universiteti mustaqil izlanuvchisi**

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada turizm sohasining O'zbekiston va Markaziy Osiyo mintaqasi misolida barqaror rivojlanishni ta'minlashdagi o'rni tahlil qilinadi. Turizmning iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy barqarorlik tamoyillariga ta'siri, shuningdek, O'zbekiston hududlarida barqaror turizmni shakllantirish yo'llari yoritiladi. Maqolada mahalliy siyosiy dasturlar, strategiyalar, amaliy loyihalar misolida turizmning mintaqaviy rivojlanishdagi salohiyati ochib beriladi.

**Kalit so'zlar:** barqaror rivojlanish, turizm, mahalliy siyosat, mintaqaviy barqarorlik, ekologik xavfsizlik, ijtimoiy integratsiya.

**Аннотация:** В статье анализируется роль туристической сферы в обеспечении устойчивого развития на примере Узбекистана и региона Центральной Азии. Будет освещено влияние туризма на принципы экономической, экологической и социальной устойчивости, а также пути формирования устойчивого туризма в регионах Узбекистана. В статье

раскрывается потенциал туризма в региональном развитии на примере местных политических программ, стратегий и практических проектов

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, туризм, местная политика, региональная стабильность, экологическая безопасность, социальная интеграция

**Annotation:** This article analyzes the role of the tourism sector in ensuring sustainable development on the example of Uzbekistan and the Central Asian region. The impact of tourism on the principles of economic, environmental and social sustainability, as well as ways to form sustainable tourism in the regions of Uzbekistan, are highlighted. The article reveals the potential of tourism in regional development on the example of local political programs, strategies, practical projects

**Keywords:** sustainable development, tourism, local policy, regional stability, environmental security, social integration

So‘nggi yillarda turizm sohasi O‘zbekistonning iqtisodiy rivojlanishida ustuvor yo‘nalishlardan biriga aylandi. Prezidentimiz tashabbusi bilan “Yangi O‘zbekiston” taraqqiyot strategiyasida turizmni barqaror rivojlanish vositasi sifatida qo‘llab-quvvatlash belgilangan. Barqaror turizm — bu nafaqat iqtisodiy foyda, balki atrof-muhit, madaniy meros va jamiyat farovonligini saqlab qolishga xizmat qiluvchi modeldir [1].

Mazkur maqolada turizmning mintaqaviy barqaror rivojlanishga ta’siri, ayniqsa O‘zbekistonning turizm salohiyati yuqori hududlari (Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent, Farg‘ona vodiysi) misolida tahlil qilinadi. Mahalliy tajribalar orqali barqaror turizm konsepsiyasining amaliyotga joriy etilishi, mavjud muammolar va istiqbollar o‘rganiladi.

So‘nggi yillarda barqaror turizm masalasi global miqyosda dolzarb ilmiy yo‘nalishga aylangan. Xususan, Birlashgan Millatlar Tashkiloti Jahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) tomonidan ishlab chiqilgan barqaror turizm tamoyillari ekologik barqarorlik, iqtisodiy samaradorlik va ijtimoiy inklyuzivlik kabi asosiy

yoʻnalishlarni qamrab oladi. Ushbu tamoyillar turizm faoliyatining mintaqaviy rivojlanishdagi rolini kengaytirishga xizmat qiladi.

Xorijiy olimlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda turizmning barqarorlikka taʼsiri koʻp jihatdan tahlil qilingan. Masalan, Butler (1999) oʻzining “Tourism Area Life Cycle” modelida turizm rivojlanishining bosqichma-bosqich jarayonini ochib beradi va har bir bosqichda ekologik va ijtimoiy muvozanatga eʼtibor qaratish zarurligini taʼkidlaydi. Holden (2008) esa turizm va atrof-muhit oʻrtasidagi muvozanatga asoslangan yondashuvni ilgari surib, barqaror rivojlanishga xizmat qiladigan sayyohlik siyosatini ishlab chiqishni taklif etadi.

Mahalliy olimlar ham bu yoʻnalishda muhim tadqiqotlar olib bormoqda. Sh. Yoʻldosheva (2021) tomonidan taqdim etilgan tadqiqotda ekoturizmning Oʻzbekiston hududlarida, xususan Qoraqalpogʻiston Respublikasi va Surxondaryo viloyatida barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga xizmat qilishi koʻrsatib oʻtilgan. Muallif fikricha, mahalliy aholining turizm jarayonlarida faol ishtiroki ularning daromadlarini oshiradi va migratsiya jarayonlarini kamaytirishga yordam beradi.

I. Murodov (2020) esa turizmning mintaqaviy iqtisodiyotga taʼsirini oʻrganar ekan, agroturizm va mahalliy ishlab chiqarish subʼyektlari oʻrtasidagi integratsiyaga alohida eʼtibor qaratgan. Unga koʻra, Fargʻona vodiysi, Qashqadaryo va Namangan viloyatlarida agroturizmning rivojlanishi nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy koʻrsatkichlarga ham ijobiy taʼsir koʻrsatmoqda.

Bundan tashqari, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan 2019-yil 5-yanvarda qabul qilingan PQ–4095-sonli qaror (“Oʻzbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirish boʻyicha qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”) va 2022-yil 28-yanvardagi “2022–2026 yillarda Yangi Oʻzbekistonni rivojlantirish strategiyasi”da barqaror turizm alohida ustuvor yoʻnalish sifatida belgilangan. Ushbu siyosiy-huquqiy hujjatlar turizm orqali mintaqaviy muvozanatni saqlash, aholi bandligini taʼminlash va madaniy merosni saqlab qolishga xizmat qilmoqda.

Davlat Statistika qoʻmitasi (2023) maʼlumotlariga koʻra, oxirgi besh yilda turizm xizmatlari hajmi 2,5 barobarga oshgan boʻlib, bu turizmning iqtisodiyotdagi

salmog'ini oshib borayotganini ko'rsatadi. Lekin adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, hali ham ekologik barqarorlik, mahalliy aholining faol ishtiroki, va xizmat sifati bilan bog'liq muammolar to'liq bartaraf etilmagan.

Ushbu tadqiqotda sifatli (kvalitativ) va qisman miqdoriy (kvantitativ) tahlil metodlari qo'llanildi. Maqsad — turizmning O'zbekiston hududlaridagi barqaror rivojlanish jarayoniga ko'rsatgan real ta'sirini aniqlash, mavjud muammolar va istiqbollarni yoritishdir.

Avvalo, ikkinchi darajali manbalar — ya'ni, O'zbekiston Respublikasi Prezident qarorlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari, Turizm va madaniy meros vazirligining strategik hujjatlari, Davlat Statistika qo'mitasining rasmiy byulletenlari, BMT TD, UNWTO kabi xalqaro tashkilotlar hisobotlari o'rganildi. Mazkur ma'lumotlar asosida barqaror turizmga oid strategik yo'nalishlar tahlil qilindi.

Shuningdek, hududiy misollar asosida holat tahlili (case study) usuli qo'llanildi. Jumladan:

Samarqand shahri misolida madaniy turizmning ijtimoiy integratsiyaga ta'siri, Qoraqalpog'iston Respublikasi misolida ekologik turizm orqali barqarorlikka erishish holatlari,

Farg'ona vodiysida agroturizm orqali kichik biznesni rivojlantirish imkoniyatlari o'rganildi.

Tadqiqot davomida mavjud statistik ko'rsatkichlar asosida tahliliy jadvallar tuzildi va ularning asosida xulosalar chiqarildi. Muammo va imkoniyatlar SWOT-tahlil shaklida baholandi.

Tadqiqotda quyidagi asosiy savollarga javob izlandi:

Turizm O'zbekistonning qaysi hududlarida barqaror rivojlanish omiliga aylangan?

Turizm infratuzilmasi va mahalliy aholi ishtiroki qanday darajada?

Qanday ekologik va ijtimoiy xatarlar mavjud va ularni bartaraf etish uchun qanday choralar ko'rilmog'unda?

Ushbu metodologik yondashuv maqola mazmunini nafaqat nazariy, balki amaliy nuqtai nazardan ham boyitishga xizmat qildi.

O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasining jadal rivojlanishi mintaqaviy iqtisodiyotga, ijtimoiy barqarorlikka va ekologik muvozanatga ta’sir etuvchi muhim omilga aylangan. Ammo bu rivojlanish har doim ham barqarorlik mezonlariga to‘liq javob bermaydi. Mazkur bo‘limda turizmning hududiy rivojlanishga ko‘rsatgan real ta’siri tahlil qilinadi va mavjud muammolar muhokama qilinadi.

Birinchidan, turizm va iqtisodiy rivojlanish o‘rtasidagi bog‘liqlik tobora mustahkamlanib bormoqda. Jumladan, 2023-yil yakunlariga ko‘ra, turizm xizmatlari hajmi 2,5 barobarga oshgani kuzatilgan. Shu bilan birga, turizm sohasi bilan bog‘liq bo‘lgan kichik bizneslar (mehmonxonalar, hunarmandchilik, ovqatlanish xizmatlari va boshqalar) sonining ortgani aholi bandligiga ijobiy ta’sir ko‘rsatmoqda. Misol uchun, Samarqand va Buxoro shaharlarida yangi xizmat ko‘rsatish markazlarining ochilishi natijasida minglab yangi ish o‘rinlari yaratilgan [2].

Ikkinchidan, turizmning hududlararo rivojlanishdagi nomutanosibligi muhim muammo sifatida e’tirof etilishi lozim. Markaziy shaharlarda (Toshkent, Samarqand, Buxoro) turistik infratuzilma jadal rivojlanayotgan bo‘lsa-da, chekka hududlarda bu jarayon sust kechmoqda. Jumladan, Qoraqalpog‘iston, Surxondaryo yoki Jizzax viloyatlarida mavjud tabiiy va madaniy resurslar to‘liq iqtisodiy aylanishga kiritilmagan. Bu holat iqtisodiy tengsizlik va migratsion bosimni kuchaytirishga olib kelishi mumkin [1].

Uchinchidan, ekoturizm va agroturizmning barqaror rivojlanishdagi o‘rni tobora ahamiyat kasb etmoqda. Masalan, Qamashi tumanida tashkil etilgan agroturistik klasterlar orqali mahalliy aholi bevosita turizm faoliyatiga jalb etilmoqda. Bu nafaqat ularning daromadini oshiradi, balki ularni o‘z hududida istiqomat qilishga undaydi. Ekoturizm esa, ayniqsa, Zaamin, Hisor, va Ustyurt tabiiy qo‘riqxonalarini atrofida tabiatni asrash va ekologik madaniyatni rivojlantirishda muhim vositaga aylanmoqda.

Shu bilan birga, turizmning salbiy ta'sirlarini ham e'tiborsiz qoldirib bo'lmaydi. Xususan:

O'ta ko'p sayyoh oqimi natijasida ekologik muvozanat buzilishi mumkin (masalan, Chorvoq suv ombori yoki Charvakdagi chiqindilar muammosi).

Madaniy obidalar haddan tashqari ekspluatatsiya qilinib, ularning saqlanish holati yomonlashmoqda.

Mahalliy aholi va turistlar o'rtasidagi ijtimoiy moslashuv doimo muvozanatda emas.

Shuningdek, sohaga doir kadrlar salohiyati va xizmat sifati ham muhim muhokama nuqtasidir. Ko'plab hududlarda gidlar, tarjimonlar va mehmonxona xodimlarining yetishmasligi yoki professional tayyorgarligining past darajada ekanligi turizm sifatiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda.

Yuqoridagilarga asoslanib, quyidagi asosiy xulosalar chiqarish mumkin:

Turizm O'zbekiston mintaqalarida ijtimoiy va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda muhim omilga aylanmoqda.

Barqaror turizm siyosati barcha hududlarni teng rivojlantirishga xizmat qilishi uchun kompleks strategiyalar ishlab chiqilishi zarur.

Ekologik va madaniy merosni saqlashda barqaror turizm yondashuvlari qat'iy qo'llanilishi kerak.

Aholi ishtirokini faollashtirish, kadrlar salohiyatini oshirish, xizmat sifatini yaxshilash – sohaning ustuvor vazifalaridan biri bo'lib qolmoqda.

Turizm sohasining mintaqaviy barqaror rivojlanishga qo'shayotgan hissasi O'zbekiston sharoitida tobora ortmoqda. Biroq bu soha strategik boshqaruvni, ekologik yondashuvni va mahalliy aholi manfaatlarini uyg'unlashtirgan holda amalga oshirilishi zarur.

Barqaror turizmning O'zbekistondagi rivoji:

yangi ish o'rinlari,

madaniy merosni saqlash,

atrof-muhitni muhofaza qilish,

jamiyatda ijtimoiy barqarorlikni ta'minlashga xizmat qilmoqda.

Kelgusida O'zbekiston turizm siyosatini ekologik va ijtimoiy tamoyillar asosida shakllantirib, xorijiy tajribani emas, balki mahalliy ehtiyoj va imkoniyatlarga moslashtirish muhimdir.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Yo'ldosheva, Sh. (2021). "Ekoturizmni rivojlantirishda hududiy yondashuvlar", Iqtisodiyot va turizm ilmiy jurnali, №2, Toshkent.
2. Murodov, I. (2020). "Turizmning mintaqaviy iqtisodiyotga ta'siri", Iqtisodiyot va innovatsiyalar, №4.
3. Tourism in the 2030 Agenda (2015). UNWTO

### **ХОРАЗМ ВИЛОЯТИДА ХИЗМАТЛАР КЎРСАТИШ ФАОЛИЯТИНИНГ АСОСИЙ ТУРИ БЎЛГАН КОРХОНАЛАР ВА ТУМАНЛАРДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ФАОЛИЯТИ БЎЙИЧА СУБЪЕКТЛАР СОНИ ДИНАМИКАСИ ТАҲЛИЛИ**

**Шарипова Б. Б.** - Абу Райхон Беруний номидаги Урганч давлат университети мустақил изланувчиси

**Аннотация.** Ушбу мақолада Хоразм вилоятида хизматлар кўрсатиш фаолиятининг асосий тури бўлган корхоналар сонининг динамикаси таҳлили, Хоразм вилояти туманларида хизмат кўрсатиш фаолияти бўйича субъектлар сони ва улар томонидан кўрсатилган хизматлар ҳажмининг динамикаси таҳлили ёритилган.

**Калит сўзлар:** хизмат, хизматлар соҳаси, кўрсатилган хизматлар ҳажмининг динамикаси, хизмат кўрсатиш соҳасидаги корхоналарни янада ривожлантириш.

**Аннотация.** В данной статье анализируется динамика количества предприятий Хорезмской области, основного вида деятельности сферы услуг, а также динамика количества субъектов сферы услуг в районах Хорезмской области и объем оказываемых ими услуг.

**Ключевые слова:** услуга, сфера услуг, динамика объема оказанных услуг, дальнейшее развитие предприятий сферы услуг.

**Abstract.** This article analyzes the dynamics of the number of enterprises in the Khorezm region, the main type of service activity, and the dynamics of the number of service entities in the districts of the Khorezm region and the volume of services provided by them.

**Key words:** service, service sector, dynamics of the volume of services provided, further development of enterprises in the service sector.

Хоразм вилояти иқтисодиётидаги хизматлар қийматини баҳолаш қийин, чунки у жадал ривожланаётган иқтисодиётнинг энг истиқболли тармоқларидан бири ҳисобланади. У транспорт, омборхона, почта ва курерлик фаолияти, вақтинчалик турар жой ва умумий овқатланиш, ахборот фаолияти ва телекоммуникациялар, кўчмас мулк билан боғлиқ операциялар, касбий, илмий ва техник фаолият, маъмурий ва ёрдамчи хизматлар соҳасидаги фаолият, таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий ёрдам, санъат, спорт, кўнгилочар ва дам олиш ва бошқаларни ўз ичига олади.

Сўнгги ўн йилликлар жаҳон иқтисодиётида хизмат кўрсатиш соҳасининг ролининг ошиши билан тавсифланади. Хоразм вилоятида ишлаб чиқариш ва тижорат тизими сифатида хизмат кўрсатиш соҳаси ҳам фаол ривожланмоқда, бу ерда иқтисодиётда банд бўлганларнинг 42,8 % дан ортиғи ишлайди. Бугунги кунга келиб, Хоразм вилояти иқтисодиётидаги туб ўзгаришлар ва муаммолар хизмат кўрсатиш соҳасининг муҳим ролини етарлича баҳоламаслик муаммосини янада кучайтирди. Бу янги иқтисодий барқарор жамиятни шакллантириш ва ривожлантириш жараёнида хизмат кўрсатиш соҳасининг ролини аниқлаш заруратини туғдирди.

Жаҳон иқтисодиётида хизматлар бозорининг ортиб бораётган роли иқтисодчиларнинг хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг назарий ва амалий жиҳатларига қизиқиш ортиб бораётганини тавсифлайди. 2010-2023 йилларда Хоразм вилоятида жами ўртача арифметик ҳисобда йилига 18472 та корхона рўйхатга олинган бўлиб, улардан хизмат кўрсатиш тармоғи бўйича йилига ўртача 1538 таси хизмат кўрсатиш корхоналари ташкил этган. Саноати

ривожланган мамлакатлар учун сўнгги йигирма йилликда хизмат кўрсатиш соҳасидаги ЯИМнинг ўртача йиллик ўсиш суръати маҳсулот ишлаб чиқаришдаги ЯИМ ўсиш суръатларидан (тахминан 2,5%) сезиларли даражада олдинда эканлиги тасдиқланган.

Худди шундай тенденциялар хизмат кўрсатиш соҳаларида ишлаб чиқариш кўрсаткичлари янада юқори бўлган бир қатор ривожланаётган мамлакатларга хосдир. Жаҳон иқтисодиётида хизмат кўрсатиш соҳасида экспорт-импорт операциялари ҳажмининг доимий ўсиши ҳам кузатилмоқда. Бундай динамика жаҳон иқтисодий тизимининг глобаллашув тенденциясига тўлиқ мос келади. Ғарб мамлакатларида хизматлар кўпроқ ялпи ички маҳсулот таркибига киради ва давлат иқтисодий сиёсатининг асосий устувор йўналишларидан бирини ташкил қилади.

Хоразм вилоятида қурилиш, транспорт, алоқа ва моддий ишлаб чиқаришни таъминлаш соҳасидаги хизматларнинг фақат кичик бир қисми ЯИМга киритилган. Моддий ишлаб чиқаришдан фарқли ўлароқ, номоддий хизматлар уй-жой коммунал хўжалиги, маиший хизмат кўрсатиш, соғлиқни сақлаш, таълим, жисмоний тарбия ва спорт, маданият ва санъат, фан ҳамда бошқа жами ижтимоий маҳсулот миллий ишлаб чиқариш ҳажмига киритилмайди. Бугунги кунда Хоразм вилоятида хизмат кўрсатиш соҳаси, ишлаб чиқариш ҳажмини оширадиган иқтисодиётнинг ягона тармоғи бўлиб, ушбу корхоналар сони йилдан-йилга ўсиб бормоқда (1-жадвал).

#### 1-жадвал

#### Хоразм вилоятида хизматлар кўрсатиш фаолиятининг асосий тури бўлган корхоналар сонининг динамикаси [6,7,8]

Фаолият турлари	2010	2015	2020	2021	2022	2023	2023 йилда 2010 йилга нисбатан ўзгариши (+,-)
Савдо	3430	3245	5001	6141	7498	9034	5604
Ташиш ва сақлаш	106	446	668	722	842	1046	940
Яшаш ва овқатланиш бўйича хизматлар	393	583	1216	1361	1577	1756	1363
Ахборот ва алоқа	108	233	238	276	345	408	300

Соғлиқни сақлаш ва ижтимоий хизматлар	324	384	426	502	553	607	283
Бошқа турлари	3510	3765	4622	4948	5254	5748	2238

Жадвал қийматларига эътибор қаратадиган бўлсак, Хоразм вилоятида хизмат кўрсатиш тармоғининг савдо соҳасида фаолият кўрсатаётган корхоналар сони энг юқори кўрсаткичга эга бўлиб, 2023 йилда 2010 йилга нисбатан 5604 тага ошиб 9034 тага етди. Бу эса энг кўп фаолият кўрсатаётган корхоналар савдо-сотик билан шуғулланувчи корхоналар эканлигини бу соҳада фаолият кўрсатаётган Хоразм вилояти аҳолисининг 46,3 %ини ташкил этади.

Кейинги ўринда хизмат кўрсатиш тармоғининг бошқа турлари бўлиб, 2023 йилда 2010 йилга нисбатан 2238 тага ўсиш билан 5748 тани ташкил этди. Уларнинг таркибида фаолият кўрсатаётган таълим соҳасида – 28,8 %; туризм соҳасидаги хизматлар – 24,2 %; маиший техника ва транспорт воситаларини таъмирлаш – 19,7 %; етказиб бериш – 9,3 %, санъат – 7,2 %; спорт – 6,5 %, кўнгилочар – 4,3 % корхоналари ташкил этади.

Учинчи ўринда Хоразм вилоятида яшаш ва овқатланиш бўйича хизмат қилувчи корхоналар ташкил этиб, 2010 йилда 393 тага тенг бўлган бу кўрсаткич 2023 йилда 1363 тага ошиб 1756 тага етди.

## 2-жадвал

### Хоразм вилояти туманларида хизмат кўрсатиш фаолияти бўйича субъектлар сони, бирликда [6,7,8]

Худудлар	2010	2015	2020	2021	2022	2023	2023 йида 2010 йилга нисбатан ўзгариши (+,-)
<b>Хоразм вилояти</b>	<b>5616</b>	<b>6110</b>	<b>9070</b>	<b>10915</b>	<b>12970</b>	<b>15395</b>	<b>9779</b>
Боғот	272	373	433	571	754	985	713
Гурлан	281	353	559	727	880	1016	736
Қошқуписр	321	306	545	763	972	1209	888
Урганч	485	607	1041	1236	1503	1777	1292
Хазорасп	344	399	633	548	697	881	537
Тупроққаъла	0	0	0	240	307	372	372
Хонқа	361	366	727	867	1016	1177	817
Хива	857	1151	760	893	984	1155	297
Шовот	366	351	414	541	670	889	524
Янгиариқ	337	414	541	600	700	861	524
Янгибозор	216	231	369	536	652	772	556

Урганч ш.	1778	1559	2161	2375	2689	2970	1192
Хива ш.	0	0	888	1018	1147	1332	1332

Жадвал натижаларига кўра, Хоразм вилояти туманларида хизмат кўрсатиш фаолияти бўйича субъектлар сонининг энг юқори кўрсаткич Урганч шаҳрига тўғри келиб 2010 йилда 1778 тага тенг бўлган бўлса, 2023 йилга келиб бу кўрсаткич 2970 тага етди. 2-ўринда Урганч тумани бўлиб, 2010 йилга нисбатан 2023 йилда 1292 тага ошиб 1777 тани ташкил этди. шунини ҳам алоҳида таъкидлаш жоизки, Хоразм вилоятида хизмат кўрсатиш фаолияти бўйича субъектлар сонининг 2010 йилга нисбатан юқори даражада ўсишга эришган туман сфатида ҳам худди шу Урганч туманини таъкидлаш мумкин.

Жадвалда келтирилган маълумотлардаги статистик кўрсаткичларга эътибор қаратадиган бўлсак, Хива туманида 2010 ва 2015 йилларда ушбу субъектларни юқори кўрсаткичига (2010 йилда 857 та, 2015 йилда 1151 та) эга бўлган бўлса, 2023 йилга келиб туманда хизмат кўрсатиш фаолияти бўйича субъектлар сони 2010 йилга нисбатан 297 тага ошиб 1155 тага етди. Бу ўзгариш асосан Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Хоразм вилоятининг Хива шаҳри ва Қашқадарё вилоятининг Шаҳрисабз шаҳри ҳокимликларини ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида” қарорига [1] биноан Хива шаҳри ва Хива туманининг чегараларини ўзгартириш ҳамда Хива шаҳрини ташкил этиш билан боғлиқ.

Келтирилган таҳлил натижаларидан келиб чиққан ҳолда таъкидлаш жоизки, вилоятда кузатилаётган давр оралиғида аҳоли турмуш фаровонлигини ошиб бораётганлигини аҳолининг хизматларга бўлган эҳтиёжини ўсиб бориши билан кузатилади.

### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Хоразм вилоятининг Хива шаҳри ва Қашқадарё вилоятининг Шаҳрисабз шаҳри ҳокимликларини ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида” 11.07.2017 йилдаги ПҚ-3124-сон қарори. <https://lex.uz/docs/3262295>

2. Ильяшенко С.М. Управление инновационным развитием: Учебн. пособие. [Текст]/С.М. Ильяшенко. – 2-е изд., перераб и доп. – Сумы: ВДТ «Университетская книга», 2011. – 250 с.

3. Future of Jobs Report 2023 World Economic Forum. ISBN-13: 978-2-940631-96-4

4. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент [Текст] / Г.А. Аванесова. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 318 с.

5. Курбанова И.Т. Управление инновационным развитием предприятия сферы услуг [Электронный ресурс] / И.Т. Курбанова, И.К. Шахбанова. – Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs-37-372012/item/998-2012-01-31-06-05-56>.

6. Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги статистика агентлиги (stat.uz) маълумотлари.

7. Хоразм вилояти статистика бошқармаси (<https://www.xorazmstat.uz>) маълумотлари.

## **YOSHLAR TURIZMINI RIVOJLANTIRISH ORQALI AHOLINI KAM TA'MINLANGAN QISMINI DAROMADLARINI OSHIRISH IMKONIYATLARI**

**Qurbanbayev Sh. B.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti tayanch doktoranti

**Isakov R. K.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada yoshlar turizmini o'ziga hos jihatlari o'rganiladi, shuningdek, kam daromadli aholi imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda yoshlar turizmi uchun turlar tashkil etish orqali, ularni daromadlarni oshirish imkoniyatlari o'rganilgan.

**Kalit so'zlar:** Yoshlar, yoshlar turizmi, kam taminlangan aholi, turizm bozori, meta analiz.

**Аннотация.** В данной статье рассматривается специфика молодежного туризма, а также изучаются возможности повышения доходов

малообеспеченных слоев населения путем организации молодежных туристических туров с учетом их возможностей.

**Ключевые слова:** Молодежь, молодежный туризм, малообеспеченное население, туристический рынок, метаанализ.

**Abstract.** In this article, the specifics of youth tourism are examined, as well as opportunities for increasing the income of low-income populations by organizing youth tourism tours based on their capabilities have been explored.

**Keywords:** Youth, youth tourism, low-income populations, tourism market, meta-analysis.

Birlashgan millatlar tashkiloti prognoziga ko'ra 2030 yilga borib yoshlar yer yuzi jami aholini 23%ni tashkil etadi[1]. 2010-yilda mamlakatimizga sayohat qilgan turistlarning o'rtacha yoshi 60 yoshni tashkil qilgan[2] bo'lsa, 2023-yilga kelib mamlakatimizga kelgan turistlarning 49,6 fozini 31 yoshdan 55 yoshgacha bo'lgan kishilar tashkil qilgan[3]. Ushu bu ma'lumotlardan shuni anglash mumkinki, yoshlar segmenti O'zbekiston turizm bozori uchun isteqbolli segment sifatida qarashimiz mumkin.

Aholini kam ta'minlangan qismini daromadlarini oshirish maqsadida yoshlar turizmi o'rganishda eng asosiy qaratadigan jihat bu yoshlar turistik maskanlarni tanlashda nimalarga ahamiyat qaratishidir. Bu maqsadga erishish uchun tadqiqotda meta analiz va qiyosiy tahlil uslublaridan foydalanildi.

Scopus ma'lumotlar bazasiga kirgan barcha jurnallardagi ilmiy izlanishlarni bizning tadqiqotimizga mos keladigan ilmiy izlanishlarini tanlab oldik. Tanlangan maqolalar o'rganib, yoshlar turizmiga nazariy ta'riflarni umumiy jadvalda bayon etamiz(1-jadval).

**1-jadval:**

**Yoshlar turizmi bo'yicha ta'riflar va mulohazalar[4]**

Mualliflar	Maqola nomi	Ilmiy jurnal nomi	Ta'riflar va mulohazalar
Bing Pan, Lucy Harbor va boshqalar	Turistlarning motivatsiyasi va tajribasini o'rganish	Turizm tadqiqotlari yilnomalari, empirik tushunchalar (Annals of Tourism	Yoshlar turizmida turli millatlardan bo'lgan qatnashchilar chegarasiz aloqada bo'ladi. Ishtimoiy sinf, jins, din

		Research Empirical Insights)	va jamiyat tuzilishi sayohatlarda muhimligi kamayadi [5].
Sarah Gardiner, Ingo Janowski, Anna Kwek	O'z-o'zini aniqlash va yosh iste'molchilar sarguzasht turizmi sifatida:	Turizm menejmenti istiqbollari (Tourism Management Perspectives)	Yoshlar turizmi o'zida 16 yoshdan 29 yoshgacha bo'lgan shaxslarning dunyoni bilishga, o'rganishga, hayotiy tajribaga ega bo'lishga, biror sohada bilimni oshirishga qaratilgan sayohatlar majmuasidir [6].
Meltem Caber, Tahir Albayrak	Yoshlarning turizmdagi tasiri va muhumligi	Ochiq havoda hordiq chiqarish va turizm jurnali (Journal of Outdoor Recreation and Tourism)	15-29 yosh oraliqida bo'lgan va asosiy qismi universitet va kollejlarda ta'lim olayotgan sayohatchilar guruhidir [7].
Richard N.S. Robinsona, Tom Baum va boshqalar	Endosimbioz nazariyasini qo'llash: Turizm va yosh ishchilari	Turizm tadqiqotlari yilnomalari empirik tushunchalar (Annals of Tourism Research Empirical Insights)	Yoshlarni turizmdagi harakatini kam daromadli, harakatchan, sayohat va ishni birga olib borishni istovchilar sifatida baxolash mumkin [8].
Elin Blomgren, Sofie Ljungstrom	Yoshlar turizmi: - Iste'molchi nuqtai nazaridan joylarga ta'siri	Procedia - Ijtimoiy va xulq-atvor fanlari (Procedia - Social and Behavioral Sciences)	Yoshlar turizmi - yosh sayohatchilar faoliyati hisoblanib, arzon turar joyi afzal ko'rishadi, boshqa sayohatchilar bilan uchrashishga urg'u berishadi, mustaqil ravishda tashkil etiladigan sayohatlardir [9].
Mona Mirehie, HeatherJ. Gibson va boshqalar	Yoshlarni oilaviy sayohatlarda qaror qabul qilishga ta'siri	Sayohat yo'nalishlarni Marketing va menejmenti jurnali (Journal of Destination Marketing & Management)	Yoshlar guruhini ham turli yosh segmentlariga bo'lishimiz mumkin lekin deyarli barchasi sayohatlarni xarajatlarini o'zlari qoplamaydi, shu sababli oilaviy sayohatlarda qaror qabul qilishga ta'sirisiz hisoblanadi [10].

Mazkur jadvalda berilgan ta'riflarga asoslanib, yoshlarni turizmga qaratilgan qiziqishlarini, ular uchun taklif qilanadigan maxsus sayohat turlarini va ularni yosh chegaralarini bo'yicha fikrlarni bilib olishimiz mumkin. Aholini kam taminlangan qismini daromadlarini oshirish maqsadida yoshlar turizmi o'rganishda eng asosiy qaratadigan jihat bu yoshlar turistik maskanlarni tanlashda nimalarga ahamiyat

qaratishidir. Shu maqsadida yuqorida tanlab olgan imliy izlanishlarimizdan yoshlarni turizm yoʻnilishini tanlashda taʼsir qiluvchi omillarni alohida oʻrganamiz (2-jadval) va yoshlarni mintaqamiz turizmiga jalb qilish uchun mavjud imkoniyatlar bilan taqqoslaymiz

**2-jadval:**

**Turli maqolalarda yoshlarni turizm yoʻnilishini tanlashda taʼsir qiluvchi omillar [11]**

Elin Blomgren va Sofie Ljungstrom	online buyurtma berish imkoniyati	kam xarajat	doimiy internet aloqasi mavjud boʻlishi
Bing Pan, Lucy Harbor va boshqalar	doʻstlar taʼsiri	ijtimoiy tarmoq	koʻngil ochish va zavq beradigan mashgʻulotlar
Sarah Gardiner, Ingo Janowski, Anna Kwek	online buyurtma berish imkoniyati	aktiv mashgʻulotlar	kam xarajat
Lan Xuea, Yi Zhang	kam xarajat	yaqin masofa	ijtimoiy tarmoq
Meltem Caber, Tahir Albayrak, Duane Crawford	kam xarajat	ovqatlar va spirtli ichimliklar	ochiq osmon va plajlar
Richard N.S. Robinsona, Tom Baum va boshqalar	ish va sayohat dasturlari	kam xarajat	yaqin davlatlarga sayohat
Mona Mirehie, Heather J. Gibson va boshqalar	oilaviy taʼsir	sport	transport imkoniyati
Shimaditya Nuraenia, Arlavianyssa Pradiva Arru	kam xarajat	aktiv mashgʻulotlar	yaqin madaniyat

Scopus maʼlumotlar bazasidan tanlab olingan ilmiy tadqiqotlarni oʻrganish natijasida ushbu jadvalni ishlab chiqildi. Tadqiqotchilar oʻz ilmiy ishlarida sayohat joylarini tanlashda koʻplab omillar koʻrsatgan, lekin biz eng koʻp taʼsirli deb qaralgan uchtasini oldik. 2-jadvaldan shuni koʻrishimiz mumkinki, yoshlar uchun sayohatga sarflanadigan pul miqtori juda muhim. Internet bilan taʼminlanganlik va online buyurtma berish imkoniyati ham mavjudligiga katta eʼtibor berishdi.

Yoshlar uchun sayohat harajatlari transport xizmati, joylashtirish va ovqatlantirish xizmatlariga sarflaydigan pul mablagʻlarini oʻrganib chiqqandan soʻng sayohatga chiqishadi. Internet orqali yuqoridagi xizmatlarni narxlarini bilib olish imkoniyati juda muhim.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 17-yanvardagi PQ-12-son qarorida Turizm salohiyati yuqori bo‘lgan mahallalarda yangi turizm xizmatlarini yo‘lga qo‘yish orqali kambag‘al oilalar a‘zolari daromadlarini oshirish bo‘yicha chora tadbirlar belgilab berilgan [12].

Hunarmandchilik va agroturizmni umumlashtirib, kam daromadli aholi uylarida mehmon uylarini tashkil etish orqali, bir vaqtning o‘zida arzon turlarni tashkil etishimiz va aholini ish bilan ta‘minlash imkoniyatiga ega bo‘lamiz.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. Birlashgan millatlar tashkilotining rasmiy internet sayti [www.un.org](http://www.un.org).
2. O‘zbekiston Respublikasi Hukumat portali [www.old.gov.uz](http://www.old.gov.uz)
3. O‘zbekiston Respublikasi turizm yangiliklari sayti [www.uzbekistan.travel/uz](http://www.uzbekistan.travel/uz)
4. Muallif ishlanmasi
5. Bing Pan, Lucy Harbor, Soyoung Park, Rui Li, Ashley Schroeder, Yaqi Gong, (2024). “The motivation and experience of alma mater tourists” Annals of Tourism Research Empirical Insights Jurnal
6. Sarah Gardiner, Ingo Janowski, Anna Kwek, (2023) “Self-identity and adventure tourism: Cross-country comparisons of youth consumers” Tourism Management Perspectives Jurnal
7. Meltem Caber, Tahir Albayrak, Duane Crawford, (2020). “Perceived value and its impact on travel outcomes in youth tourism” Journal of Outdoor Recreation and Tourism
8. Richard N.S. Robinson, Tom Baumb, Maria Golubovskayaa, David J. Solneta, Victor Callan, “Applying endosymbiosis theory: Tourism and its young workers”. Annals of Tourism Research
9. Elin Blomgren & Sofie Ljungström, (2018) Youth Tourism –Impacts on places from a consumer perspective. Linnaeus university, Sweden 55p
10. Mona Mirehie, Heather J. Gibson, Richard J. Buning, Cassandra Coble, Meredith Flaherty. (2021). Towards an understanding of family travel decision-

making processes in the context of youth sport tourism. Journal of Destination Marketing & Management

11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 17-yanvardagi PQ-12-son qarori <https://lex.uz/docs/-7327821#-7330378>

**QISHLOQ XO‘JALIGI MAHSULOTI ISHLAB CHIQARISH  
SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA MARKETING VOSITALARIDAN  
FOYDALANISH AFZALLIKLARI VA KAMBAG‘ALLIKNI  
QISTARTIRISHDA UNING ROLI**

**Kadirbergenova Sh. U.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti tayanch doktoranti

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada qishloq xo‘jaligi mahsuloti ishlab chiqarish samaradorligini oshirishda marketing vositalarining to‘g‘ri qo‘llanilishi nafaqat mahsulotlarni samarali ishlab chiqarishga, balki bozorni yaxshiroq o‘rganishga, iste‘molchi ehtiyojlarini qondirishga, mahsulotlarni diversifikatsiya qilishga va narxlarni optimallashtirishga yordam berishi, aholi turmush sharoitini yaxshilashga, kambag‘allikni minimallashtirishga hamda umumiy ravishda ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga xizmat qilishi yoritib berilgan.

**Kalit so‘zlar:** Qishloq xo‘jaligi, mahsulot, marketing, raqamli texnologiya, fermer, agrosanoat, kambag‘allik, minimallashtirish.

**Аннотация.** В статье рассматривается, как правильное использование маркетинговых инструментов для повышения эффективности сельскохозяйственного производства не только способствует эффективному производству продукции, но и помогает лучше понять рынок, удовлетворить потребности потребителей, диверсифицировать продукцию и оптимизировать цены, улучшая условия жизни населения, минимизируя бедность и в целом повышая эффективность производства.

**Ключевые слова:** Сельское хозяйство, продукт, маркетинг, цифровые технологии, фермер, агропромышленность, бедность, минимизация.

**Abstract.** This article highlights that the proper use of marketing tools to improve the efficiency of agricultural production not only contributes to the efficient production of products, but also helps to better understand the market, meet

consumer needs, diversify products and optimize prices, improve the living conditions of the population, minimize poverty, and generally increase production efficiency.

**Keywords:** Agriculture, product, marketing, digital technology, farmer, agro-industry, poverty, minimization.

Kambag`allikni qisqartirish bugungi kunda O`zbekiston aholisi uchun eng dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Aholi qatlamining deyarli 60% dan ortig`i qishloq joylarida istiqomat qilishadi va shu sababkim, ularning turmush tarzi bevosita qishloq xo`jaligi bilan chambarchas bog`liq bo`ladi. O`zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning 2025-yil 17-yanvardagi PQ-12-sonli “2025-yilda aholi bandligini ta`minlash va kambag`allikni qisqartirish chora-tadbirlari to`g`risida”gi qaroriga muvofiq, quyidagilar:

a) 2022-2024-yillarda dehqon xo`jaliklari tashkil etish uchun ajratilgan va kelgusida aholiga ijaraga beriladigan yer maydonlarida yer uchastkasidan ruxsat etilgan foydalanish asosiy turiga muvofiq “bir kontur — bir mahsulot” tamoyili asosida yengil konstruksiyali issiqxona, intensiv bog`, tokzor, anorzor, gulchilik va ko`chatchilik plantatsiyalarini yaratish va rezavor mevalar yetishtirish loyihalarini amalga oshirishga ruxsat berish;

b) 2025-yil 1-apreldan 2028-yil 1-yanvarga qadar yangi tashkil etiladigan qishloq xo`jaligi va dorivor o`simliklarni yetishtirish va qayta ishlash kooperativlari uchun ijtimoiy soliq hamda ularga ishga qabul qilingan jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig`i stavkalarini 1 foiz etib belgilash;

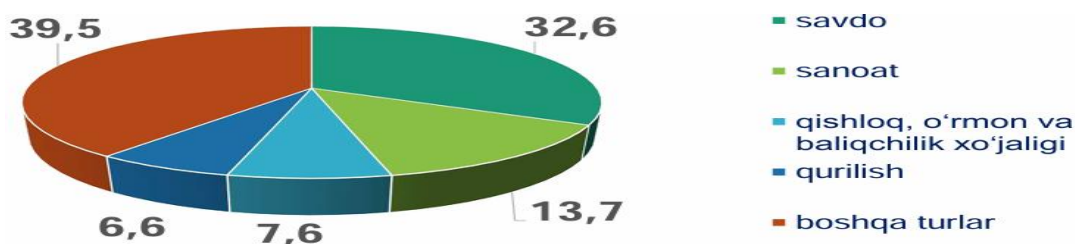
c) Kambag`al oilalar reyestriga kiritilgan oilalar a`zolariga qishloq xo`jaligi kooperativlari ustav fondiga ulush sifatida kiritish uchun Kambag`allikni qisqartirish davlat maqsadli jamg`armasi hisobidan bazaviy hisoblash miqdorining 10 baravarigacha miqdorda subsidiyalar ajratish ko`zda tutilgan[1].

Qishloq xo`jaligini rivojlantirishda hozirgi kunda asosiy omillardan biri axborot va kommunikatsiya texnologiyalari qo`llashni kuchaytirish hamda mahsulotni mahalliy va jahon miqyosida tanitish uchun raqamli marketingning o`rni

yuqori. So‘nggi yillarda dunyo aholisining tez o‘sishi oziqlanish muammosini keltirib chiqaradi, va ushbu muammoni kamaytirish uchun qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishini 70% ga oshirish zarur. Bu, shuningdek, qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishi tufayli yuzaga keladigan atrof-muhit ifloslanishi, o‘rmonlarning yo‘qolishi, balanssiz o‘g‘itlardan foydalanish va tuproq eroziyasi kabi muammolarga olib keladi. Qishloq xo‘jalik sektori bilimlar innovatsiyasi va texnologiyalariga asoslangan samarali, ekologik jihatdan toza, barqaror va aqlli yondashuvlarni talab qiladi.

Jahon miqyosida bir qancha olimlar marketingning qishloq xo‘jaligidagi o‘rniga urg‘u berishgan. Jumladan, Balu (2020) ta’kidlaganidek, yetarli kengaytma xizmatlarining yo‘qligi va axborotga kam kirish qishloq xo‘jaligi sohasida texnologiya qabul qilishdagi bo‘shliqni keltirib chiqaradi va past samaradorlik darajalariga olib keladi[2]. U shuningdek, to‘g‘ri axborotning to‘g‘ri vaqtda Hindiston qishloq xo‘jaligini rivojlantirishda muhim rol o‘ynashini ta’kidlagan. Raqamli texnologiya vositalari yosh dehqonlarga agrar biznesda samarali ishtirok etishga yordam beradi. Jiang va Ruan (2010) tomonidan olib borilgan tadqiqotda esa Internet marketingining qishloq xo‘jaligi bizneslarida ijobiy rol o‘ynashini aniqladilar. Shuning uchun, past penetratsiya darajalariga qaramay, qishloq hududlarida Internet marketingining rivojlanishini o‘rganish muhimdir. Qishloq xo‘jaligini raqamlashtirish nafaqat texnologik inqilobni, balki agrosanoat ishlab chiqarishni boshqarish yondashuvlarining strategik o‘zgarishini ham anglatadi.

Resublikada faoliyat ko‘rsatayotgan korxonalar va tashkilotlar soni 2024-yil 1-oktabr holatiga 466,4 mingtani tashkil etib, shundan 35,7 mingtasi (7,6%) qishloq, o‘rmon va baliqchilik xo‘jaligi faoliyati bilan shug‘ullanuvchi korxonalar va tashkilotlardir[3](1-rasm)



**1-rasm. Qilshloq xo'jaligining iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha ulushi, %**

Qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishning xo'jalik toifalari bo'yicha tahlil qilganimizda, (2023 yil) eng katta ulush 63,1 % dehqon (shaxsiy tomorqa) xo'jaliklariga, 29,8 % fermer xo'jaliklarida, 7,1 % boshqa toifadagi xo'jaliklar hissasiga to'g'ri kelmoqda[4] (1-jadval)

**1-jadval:**

**Qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish tarkibi, % da**

Ko'rsatkichlar	2000	2005	2010	2015	2020	2021	2022	2023
Jami -Barcha toifadagi xo'jaliklar	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Jami –fermer xo'jaliklari	5,5	24,3	36,3	30,7	28,2	29,3	31,4	29,8
Jami -dehqon va tomorqa xo'jaliklari	66,7	61,7	61,6	66,9	67,4	65,5	61,7	63,1
Jami qishloq xo'jaligi faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlar	27,8	14,0	2,1	2,4	4,4	5,2	6,9	7,1

So'nggi yillarda O'zbekistonda klaster tizimi joriy qilinib, ishlab chiqarish, qayta ishlash va eksport yagona tizimda birlashtirildi. Bu fermerlar uchun kafolatlangan xarid tizimini yaratdi. Qishloq xo'jaligi klasterlari, qayta ishlash korxonalari va kooperatsiyalar ish o'rinlarini ko'paytirdi. Ayollar va yoshlar uchun ham maxsus loyihalar ishga tushirildi. 2020-yildan beri tomchilatib sug'orish tizimi keng joriy etilmoqda, bu esa unumdorlikni oshirib, xarajatlarni kamaytirmoqda. Meva-sabzavot eksporti ortib, fermerlar xalqaro bozordan daromad ola boshladi.

2024-yilning yanvar-sentabr oylarida mamlakatimiz yalpi ichki mahsuloti 1 015,3 trln soʻmni, 2023-yilning mos davriga nisbatan oʻsish 106,6 foizni tashkil etdi. Yalpi ichki mahsulot hajmi 80,6 mlrd AQSh dollari ekvivalentiga teng boʻldi. Qishloq, oʻrmon va baliqchilik xoʻjaliklarining yalpi qoʻshilgan qiymati hajmi 187,9 trln soʻmni yoki 14,9 mlrd dollarni tashkil etdi. Yalpi ichki mahsulotdagi qoʻshilgan qiymati ulushi esa 19,4 foiz darajada boʻldi[5]. Bu bevosita kambagʻallikni kamaytirishning muhim omilidir.

Qishloq xoʻjaligi mahsulotlari sifatini oshirish va kambagʻallikni kamaytirish yoʻlida marketingning ahamiyati beqiyos. Bu tizim orqali mahsulotlar raqobatbardosh boʻlib, ichki va tashqi bozorlarda oʻz oʻrnini topadi. Fermerlar va ishlab chiqaruvchilarning daromadi oshadi, aholining turmush darajasi yaxshilanadi. Shu sababli, qishloq xoʻjaligida marketing yondashuvlarini chuqur oʻrganish va amaliyotga tatbiq etish eng dolzarb masalalardan biridir.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI**

1. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning 2025-yil 17-yanvardagi PQ-12-sonli “2025-yilda aholi bandligini taʼminlash va kambagʻallikni qisqartirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi qarori.

2. B.Salimov, M.Yusupov “Chuqur tarkibiy oʻzgarishlar va modernizatsiya orqali qishloq xoʻjaligini jadal rivojlantirishning ustuvor yoʻnalishlari”// “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. №2, 2017-yil(2-5 betlar).

3. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi

4. “Oʻzbekiston qishloq xoʻjaligi” nomli statistika toʻplami, 2024-yil.

5. Lex.uz

6. Stat.uz

## **XIZMATLAR EKSPORTI: MEHMONXONA VA TURIZM SOHASIDAGI IMKONIYATLAR**

**Qurbanov F. B.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Turizm kafedrası stajor-o'qituvchisi

**Quronboyeva Asalxon Doniyor qizi,** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Turizm va mehmondo'stlik yo'nalishi magistranti

**Annotatsiya.** Ushbu tezisdá xizmatlar eksportining, ayniqsa mehmonxona va turizm sohasidagi imkoniyatlari, salohiyati va rivojlanish yo'nalishlari o'rganilgan. O'zbekiston sharoitida xizmatlar eksportini kengaytirish strategiyalari tahlil qilingan.

**Kalit so'zlar:** xizmatlar eksporti, mehmonxona, turizm, iqtisodiy salohiyat, xorijiy turistlar, brend strategiyasi, raqamlashtirish

**Аннотация.** В данной работе рассматриваются возможности экспорта услуг, особенно в сфере гостиничного бизнеса и туризма. Проанализированы потенциал развития и стратегические направления расширения экспорта услуг в Узбекистане.

**Ключевые слова:** экспорт услуг, гостиница, туризм, экономический потенциал, иностранные туристы, брендовая стратегия, цифровизация

**Abstract.** This thesis explores the export of services, focusing on opportunities in the hotel and tourism sectors. It analyzes the development potential and strategic directions for expanding service exports in Uzbekistan.

**Keywords:** service export, hotel, tourism, economic potential, foreign tourists, branding strategy, digitalization

Zamonaviy global iqtisodiyotda xizmatlar sektori iqtisodiy o'sish va xalqaro savdoning muhim tarkibiy qismiga aylanib bormoqda. Ayniqsa, turizm va mehmonxona xo'jaligi sohalari xizmatlar eksportining yuqori salohiyatga ega bo'lgan tarmoqlaridandir. Xizmatlar eksporti – bu davlat hududida ko'rsatilgan xizmatlar uchun xorijiy mijozlardan to'lov olish orqali iqtisodiy daromad yaratish jarayonidir. Aynan turizm sohasi orqali bu eksport shakli tobora dolzarb bo'lib bormoqda. Ushbu tezisdá mehmonxona va turizm sohasidagi xizmatlar eksportining ahamiyati, imkoniyatlari va rivojlanish istiqbollari tahlil qilinadi.[1]

2024-yilning yanvar-oktabr oylari holatiga xizmatlar eksporti hajmi 8,4 mln AQSH dollarini yoki jami eksport hajmining 1,2 %ini tashkil etib, 2023-yilning mos davriga nisbatan 38,0 % ga o'sdi. Xizmatlar eksporti tarkibining asosiy ulushi safarlar (turizm)(17,3 %), transport (52,5 %), telekommunikatsiya, kompyuter va axborot (5,9 %) va moliyaviy xizmatlar (24,2 %) hissasiga to'g'ri kelgan.

2024-yilning yanvar-oktabr oylari holatiga xizmatlar eksporti hajmi 8,4 mln AQSH dollarini yoki jami eksport hajmining 1,2 %ini tashkil etib, 2023-yilning mos davriga nisbatan 38,0 % ga o'sdi. Xizmatlar eksporti tarkibining asosiy ulushi safarlar (turizm)(17,3 %), transport (52,5 %), telekommunikatsiya, kompyuter va axborot (5,9 %) va moliyaviy xizmatlar (24,2 %) hissasiga to'g'ri kelgan.

Joriy yilning yanvar oyida viloyatimizning xizmatlar eksporti hajmi 1,8 mln AQSH dollarini yoki jami eksport hajmining 10,7 % ini tashkil etib, 2024- yilning mos davriga nisbatan 2,8 barobarga ko'paydi.

Xizmatlar eksporti tarkibining asosiy ulushi safarlar (turizm) xizmati hissasiga to'g'ri kelgan va 26,6 % ni tashkil etdi. [2]

Xizmatlar eksporti moddiy bo'lmagan tovarlar – ya'ni xizmatlarni chet elga taklif qilish orqali amalga oshiriladi. U quyidagi asosiy turlarga bo'linadi: transport, moliya, turizm, sog'liqni saqlash, ta'lim, IT xizmatlari, konsalting va boshqa ko'rinishlar. Xususan, turizm va mehmonxona sohalari xizmatlar eksportining jadal rivojlanayotgan tarmoqlari bo'lib, ular xorijiy mijozlarga ko'rsatilgan xizmatlar orqali mamlakatga chet el valyutasining oqib kirishiga xizmat qiladi. Shuningdek, bu xizmatlar ko'rinmas savdo shaklida – ya'ni moddiy mahsulotlar bilan emas, balki xizmat ko'rsatish orqali iqtisodiy foyda keltiradi.

O'zbekiston boy tarixiy-madaniy meros, arxeologik yodgorliklar, muqaddas ziyorat joylari va noyob tabiiy landshaftlarga ega bo'lib, turizm xizmatlarini rivojlantirish uchun katta salohiyatga ega. So'nggi yillarda hukumat tomonidan qabul qilingan strategik qarorlar – vizasiz rejimlar, yangi aviaqatnovlar ochilishi, ichki infratuzilmaning rivojlanishi orqali xorijiy sayyohlar oqimi sezilarli darajada

oshdi. Bu esa mehmonxona xizmatlariga, transport, gidlik va ekskursiya xizmatlariga bo‘lgan talabni oshirmoqda.[3]

Sayyohlar O‘zbekistonga kelgach, mahalliy mehmonxonalarda yashaydi, ovqatlanadi, gid xizmatlaridan foydalanadi – bu esa ularning sarflagan mablag‘i orqali mamlakatga valyuta tushumining kirishini anglatadi. Shu jihatdan, turizm va mehmonxona sohasi xizmatlar eksportining aniq va samarali shaklidir. Bu eksport turi to‘g‘ridan-to‘g‘ri emas, balki xizmatlar vositasida daromad keltiradi.

O‘zbekiston uchun quyidagi imkoniyatlar mavjud:

- Davlat tomonidan turizmni qo‘llab-quvvatlash siyosati (masalan, “Yangi O‘zbekiston – yangi turizm” konsepsiyasi);

- 90 dan ortiq davlatlar fuqarolari uchun vizasiz rejim;
- Onlayn bron qilish tizimlarining joriy qilinishi;
- Turizm sohasidagi soliq imtiyozlari;
- Yangi mehmonxonalarining qurilishi va mavjudlarining modernizatsiyasi;
- Raqamlashtirish va onlayn xizmatlar ko‘lamining kengayishi;
- Sayyohlik yo‘nalishlarining diversifikatsiyasi (eko-turizm, madaniy turizm, gastronomik turizm);
- Xalqaro tajriba asosida xususiy sektorni jalb qilish imkoniyatlari.

Quyidagi to‘siqlar xizmatlar eksportining rivojlanishiga salbiy ta‘sir ko‘rsatmoqda:

- Malakali kadrlarning yetishmasligi;
- Xalqaro standartlarga javob bermaydigan xizmatlar sifati;
- Sayyohlik infratuzilmasining ayrim hududlarda zaifligi;
- Marketing va reklama yo‘nalishlarining sustligi;
- Hududlar o‘rtasida xizmatlar sifatida farq;
- Chekka hududlarga transport infratuzilmasining yetarli emasligi;
- Brendlash va turizm imidji ustida tizimli ishlarning yetishmasligi.

Turkiya, Tailand, Ispaniya, Malayziya kabi mamlakatlar turizm va mehmonxona xizmatlarini muvaffaqiyatli eksport qilayotgan davlatlar sirasiga

kiradi. Ular o‘zining milliy turizm brendini yaratgan, xizmatlar sifatini xalqaro talablar darajasiga olib chiqqan va jahon bozorida raqobatbardosh xizmatlar taklif qila olmoqda. O‘zbekiston ham bu tajribalarni o‘rganib, quyidagi yo‘llar bilan xizmatlar eksportini rivojlantirishi mumkin:

- Xalqaro brend mehmonxonalarni jalb etish;
- Professional turizm kadrlari tayyorlash bo‘yicha akademiyalar tashkil etish;
- Raqamli marketing vositalari orqali xorijiy auditoriyani jalb qilish;
- Investitsiyalarni jalb qilish orqali infratuzilmani rivojlantirish;
- Ko‘p tilli xizmatlarni kengaytirish.

Xizmatlar eksporti O‘zbekiston iqtisodiyoti uchun katta salohiyatga ega yo‘nalish bo‘lib, ayniqsa mehmonxona va turizm tarmoqlari orqali bu yo‘nalishni yanada kengaytirish mumkin. Mamlakatga kelayotgan xorijiy turistlar tomonidan sarflanayotgan har bir dollar – bu eksport tushumidir. Shu boisdan quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin:

- Xizmatlar eksporti bo‘yicha alohida davlat dasturini ishlab chiqish;
- Xorijiy mehmonlar uchun maxsus xizmat paketlarini taklif etish;
- Turizm infratuzilmasiga davlat-xususiy sheriklik asosida sarmoya kiritish;
- Xizmatlar sifatini xalqaro mezonlarga moslashtirish;
- Raqobatbardosh kadrlar tayyorlash tizimini yo‘lga qo‘yish.

Shu yo‘sinda olib boriladigan islohotlar nafaqat iqtisodiy daromadlarni oshiradi, balki mamlakatning xalqaro obro‘cini ham mustahkamlashga xizmat qiladi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. G‘ulomov, S.S. va boshqalar. “Xalqaro iqtisodiyot.” Toshkent: “IQTISOD-MOLIYA”, 2022.

2. <https://www.xorazmstat.uz/uz/matbuot-markazi/boshqarmayangiliklar/17832-xizmatlar-eksporti-ko-rsatkichlari-8>

3. Mamatov, A.M. “Xalqaro iqtisodiy munosabatlar.” Toshkent: “Fan va texnologiya”, 2021.

## MINTAQA IQTISODIY TIZIMINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING ASOSIY TAMOYILLARI VA ISTIQBOLLARI

**Ermetov A. I-** Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
mustaqil tadqiqotchisi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada mintaqah iqtisodiyotini davlat tomonidan tartibga solinishiuning tamoyillari, takomillashtirish usullari va mexanizmlari o‘rganilgan.

**Kalit so‘zlar:** mintaqah, mintaqaviy siyosat, mintaqah iqtisodiyoti, bozor, bojxona.

**Аннотация.** В статье рассматриваются принципы, методы и механизмы государственного регулирования региональной экономики.

**Ключевые слова:** регион, региональная политика, региональная экономика, рынок, таможня.

**Abstract.** In this article, state regulation of the regional economy, its principles, improvement methods and mechanisms are studied.

**Keywords:** region, regional policy, regional economy, market, customs.

Mamlakatimizda barqaror va samarali iqtisodiyotni shakllantirish borasida amalga oshirib kelinayotgan islohotlar bugungi kunda o‘zining natijalarini namoyon etmoqda. Jumladan, qisqa vaqt ichida iqtisodiyotda chuqur tarkibiy o‘zgarishlarni amalga oshirish, aholi daromadlarining o‘shirishini ta‘minlash, samarali tashqi savdo hamda investitsiya jarayonlarini kuchaytirish, qishloq xo‘jaligini isloh qilish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasini barqaror rivojlantirish, bank-moliya tizimi faoliyatini mustahkamlashda ahamiyatli yutuqlar qo‘lga kiritildi. O‘zbekistonning xalqaro iqtisodiy maydondagi nufuzi va mavqei sezilarli darajada va muntazam oshib bormoqda. Bunda O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev tomonidan ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish strategiyasining puxta ishlab chiqilganligi, iqtisodiy islohotlar maqsadi va vazifalari, amalga oshirish yo‘llarining aniq va to‘g‘ri ko‘rsatib berilganligi bosh maqsad yo‘lidagi yutuq va marralarning salmoqli bo‘lishiga imkon yaratdi.[1]

Bozor iqtisodiyoti rivojlanib va takomillashib borayotgan sharoitda hududiy mutanosiblikni ta'minlash masalasi muhim iqtisodiy ahamiyat kasb etadi, bunda davlat mutanosiblikni ta'minlashda bevosita va bilvosita ishtiroki zarur bo'ladi. Ma'lumki, iqtisodiyotni boshqarishning tartibga solish usulida davlat o'zining ijtimoiy, iqtisodiy va siyosiy mexanizmlari orqali mamlakatda hududiy mutanosiblikni ta'minlashda faol ishtirok etadi. Mazkur paragrafda davlatning hududiy mutanosiblikni ta'minlashning iqtisodiy mexanizmlariga alohida e'tibor qaratamiz. Davlatning hududiy mutanosiblikni ta'minlashida iqtisodiy mexanizmlari tarkibining asosida moliya siyosati yotadi. Chunki, moliya siyosati-bu davlatning muhim faoliyati hisoblanib, moliyaviy mablag'larni shakllantirish va mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini inobatga olgan holda ularni taqsimlash va samarali foydalanishga qaratilgan iqtisodiy munosabatlarning yig'indisidir. Davlat mazkur munosabatlarni amalga oshirish jarayonida bevosita hududiy mutanosiblikni ta'minlashga alohida e'tibor qaratadi. Ta'kidlash joizki, davlatning moliyaviy siyosati mamlakatni iqtisodiy rivojlantirishni ko'zda tutadigan byudjet, soliq, bojxona va pul-kredit siyosatni o'zida mujassamalashtiradi. Mintaqaviy mutanosiblikni ta'minlashda moliya siyosatining asosiy yo'nalishi sifatida joylarda moliyaviy resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish, moliyaviy tizim sohalari o'rtasida qayta taqsimlash va nazoratni amalga oshirish bilan bog'liq moliyaviy munosabatlarni tashkil etishga qaratiladi.

Bundan tashqari, moliyaviy siyosatning asosiy yo'nalishi o'z maqsadiga ko'ra, byudjet, soliq, bojxona va pul-kredit siyosatlarini ham qamrab oladiki, bu davlatning o'z oldiga qo'ygan maqsad va vazifalarini to'laqonli amalga oshirilishiga bevosita yordam beradi. Jumladan, mamlakatda mintaqaviy mutanosiblikni ta'minlashda byudjet siyosatining asosiy yo'nalishlari sifatida byudjet tizimini moliyaviy ta'minlash, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga shart-sharoitlar yaratish, jamiyat a'zolarining kam ta'minlangan qatlamini ijtimoiy himoyalash, mamlakatning moliyaviy barqarorligini qo'llab-quvvatlash kabi

masalalarni o'zichiga oladi. Mamlakatda iqtisodiyotning shunday bo'g'inlari mavjudki, ular umuman jamiyat uchun zarur, biroq, korxonalar, tashkilotlar, xususiy tadbirkorlarning moliyaviy holatiga ko'rsatadigan manfaatdorligi to'g'ridan-to'g'ri sezilmaydi. Bular asosan hududiy mutanosiblikni davlat tomonidan tartibga solish mexanizmiga ta'sir ko'rsatuvchi asosiy omillardan biri bo'lib ham hisoblanadi. Bularning tarkibiga mamlakatdagi infrastruktura obyektlari, xom-ashyo va energetika tarmoqlari, fundamental fanlar kiradi, ular odatda korxonalar, tashkilotlar va xususiy tadbirkorlarga moddiy foyda keltirmaydi, lekin davlat hisobidan qoplash muddati uzoq bo'lgan katta miqdordagi kapital qo'yilmalarni talab qiladi. Shuning uchun ular to'liq yoki qisman davlat ixtiyoriga beriladi va iqtisodiyotning davlat bo'g'inini tashkil etadi. O'tish davri iqtisodiyotida davlat mulkini yoppasiga keng ko'lamda xususiylashtirilishi natijasida davlat ulushi qat'iy qisqarishi, ma'lum jihatdan, bozor iqtisodiyotining bir shartidir. Biroq shunga qaramay, bu jarayonni uzoq muddatlilik hamda xalq xo'jaligini qayta qurishda, tutgan muhim o'rnini hamda davlat tomonidan hududiy mutanosiblikni ta'minlashning bir ulushi sifatida hisobga olgan holda bozor munosabatlari tarkib topgan mamlakatlardagiga qaraganda ayrim muammolar hal etilmay qolayapti.[2]

Shu o'rinda shuni ta'kidlab o'tish joizki, ijtimoiy ne'matlarni ishlab chiqarish va uni taqsimlash davlat bo'g'inining asosiy vazifasi hisoblanadi. Ijtimoiy ne'matlar - bu aholining ma'lum bir guruhlariga yoki butun jamiyatga taqdim etiladigan tovar va xizmatlardan iboratdir. Ularni bo'laklarga bo'lib alohida shaxslarga sotish mumkin emas, chunki buning oqibatida biror bir salbiy oqibatlarining rivojlanib ketishi asosida ushbu ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning yoki xizmatlarning ichki bozordagi tanqisligi kelib chiqishi mumkin. Huquqiy tartib, davlat mudofaasi, atrof muhitni asrash, kommunal xizmatlar, ijtimoiy dasturlar va shu kabilar hamular tarkibiga kiradi va davlat tomonidan hududiy mutanosiblikni ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Ijtimoiy ne'matlarda ijtimoiy dasturlar sezilarli o'rin tutadi. Davlat ularni amalga oshirish jarayonida aholiga bepul ta'lim, sog'liqni saqlash, kommunal va boshqa xizmatlarni ko'rsatadi. Bu xizmatlarning ko'pchiligi

bo‘linishi va bozor tizimi orqali to‘liq taqsimlanishi mumkin, lekin jamiyat rivojlanishi uchun bo‘lgan ahamiyatini ko‘zda tutib, ularni davlat o‘z zimmasiga oladi va hududiy mutanosiblikni ta‘minlashda asosiy vosita sifatida qaraydi. Shu yo‘l bilan davlat iqtisodiyotdagi resurslarni taqsimlanishini muvofiqlashtiradi va daromadlarni qayta taqsimlaydi. [4]

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O‘zbekiston strategiyasi.–T.:”O‘zbekiston” nashriyoti.2021-y. –461 b.

2. Manba: <https://dtai.tsue.uz/index.php/dtai/article/view/v2i424>

3. Вебер А., Хоутеллінг Г., Кристаллер В., Куклінський А., & Робсон, П. Теоретико-методологічні основи регіоналістики.

4. Tursunova, A. X. (2025). IQTISODIY BARQARORLIK VA GLOBAL IQTISODIY O‘SISH. SCHOLAR, 3(1), 59–62. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14784549>

#### **LEVERAGING TOURISM AND SERVICE INDUSTRY GROWTH FOR SUSTAINABLE REGIONAL POVERTY ALLEVIATION**

**Oybek Egamberdiyev - PhD student, Department of Economics, Urgench State University, Uzbekistan**

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada turizm va xizmat ko‘rsatish sohasining o‘sishi mintaqalarda kambag‘allikni kamaytirishdagi roli yoritilgan. Turizm orqali ish o‘rinlarini yaratish, kichik biznesni rivojlantirish va barqaror iqtisodiy o‘sishga erishish imkoniyatlari tahlil qilingan. Maqolada xalqaro tajribalar, statistik ma’lumotlar va amaliy tavsiyalar asosida ushbu sohalarning kambagallikni kamaytirishdagi samarali mexanizmlari ochib berilgan.

**Kalit so‘zlar:** turizm, xizmat ko‘rsatish sohasi, kambag‘allikni kamaytirish, mintaqaviy rivojlanish, bandlik, tadbirkorlik, barqarorlik.

**Аннотация.** В статье рассматривается значение роста туризма и сферы услуг для сокращения бедности на региональном уровне. Обсуждаются возможности создания рабочих мест, развития малого бизнеса и обеспечения устойчивого экономического роста. На основе международного опыта,

статистических данных и практических примеров в статье раскрываются эффективные подходы к сокращению бедности на региональном уровне.

**Ключевые слова:** туризм, сфера услуг, сокращение бедности, региональное развитие, занятость, предпринимательство, устойчивость.

**Annotation.** This article explores the significance of tourism and service sector growth in reducing poverty at the regional level. It discusses the potential of these sectors to generate employment, promote small business development, and ensure sustainable economic growth. Drawing upon international case studies, statistical evidence, and practical insights, the article highlights effective strategies and recommendations for leveraging these sectors to sustainably alleviate poverty in underdeveloped regions.

**Keywords:** tourism, service sector, poverty reduction, regional development, employment, entrepreneurship, sustainability.

Uzbekistan has embarked on an ambitious path to socio-economic transformation under the New Uzbekistan Development Strategy for 2022–2026 and the Uzbekistan–2030 Strategy. These policy frameworks prioritize poverty reduction, particularly through the sustainable development of regions. Among the most promising tools in this regard are the tourism and service sectors, which play an increasingly vital role in regional economic empowerment and poverty alleviation.

Tourism is a labor-intensive industry that can generate significant employment opportunities with relatively low capital investment. In Uzbekistan, this potential is amplified by the country's rich cultural heritage, historical architecture, and natural landscapes. According to a 2024 report by the Ministry of Tourism and Cultural Heritage, investment in regional tourism infrastructure has increased by more than 40% in the past five years [5, 12-b.]. This growth has been especially noticeable in Khorezm, Bukhara, and Samarkand, where regional poverty rates have shown a downward trend as tourism-related employment and entrepreneurship have expanded.

Tourism fosters the development of small businesses — such as guesthouses, tour companies, handicraft workshops, and local restaurants — and thus directly benefits low-income families. Furthermore, indirect employment is created through transportation, agricultural supply chains, and retail. For example, in Khorezm region, the number of registered family guesthouses increased by 27% between 2021 and 2023 [4, 88-b.], indicating the sector’s growing role in providing local income.

The table below highlights investment in tourism and its impact on poverty in three selected regions:

**Table 1.**  
**Impact of Tourism Investment on Poverty Reduction in Selected Regions**  
*(Source: Ministry of Tourism, 2024 [5, 14-b.] )*

<b>Region</b>	<b>Tourism Investment (billion UZS)</b>	<b>Poverty Reduction (%)</b>	<b>Employment Growth (%)</b>
Khorezm	580	14	11
Bukhara	720	17	13
Surkhandarya	200	6	4

In addition to tourism, the broader service sector plays an equally critical role. This sector includes retail, education, healthcare, finance, and digital services. As of 2023, the service sector contributed more than 35% to Uzbekistan’s GDP and was responsible for approximately 45% of total employment [6, 33-b.]. In regions like Khorezm and Fergana, the emergence of IT hubs, consumer services, and private medical clinics has accelerated job creation and helped stabilize household incomes.

International experiences reinforce the importance of these sectors in poverty alleviation. Thailand’s "One Tambon One Product" (OTOP) initiative, which supports village-based entrepreneurship to produce local products for tourists, has lifted many communities out of poverty [3, 19-b.]. Morocco’s eco-tourism strategy

in the Atlas Mountains, similarly, has become a sustainable source of income for rural populations, particularly for women and youth [2, 44-b.].

To maximize the poverty-reducing effects of tourism and services, targeted strategies are required. The following policy directions are recommended:

**1. Expand access to microfinance** for rural tourism businesses and service providers.

**2. Provide vocational education and foreign language training** to youth in tourism-intensive regions.

**3. Enhance public-private partnerships** to build critical tourism infrastructure such as roads, sanitation, and internet access.

**4. Promote digital platforms** and online marketing of regional tourism assets.

**5. Support community-based tourism**, ensuring that a higher share of tourism income remains in local hands.

However, several challenges hinder full realization of these sectors' potential. These include limited professional training, insufficient infrastructure, underdeveloped service quality standards, and lack of international marketing. Addressing these issues requires coordinated efforts between government, private sector, and international development agencies.

Furthermore, sustainable tourism must include environmental and cultural preservation. Tourism initiatives should avoid over-commercialization and prioritize local participation. This includes the use of eco-friendly materials, respect for cultural norms, and inclusive decision-making processes.

In conclusion, the development of tourism and the service sector in Uzbekistan holds strong potential for sustainable poverty reduction. With strategic investments, capacity building, and community involvement, these sectors can offer inclusive economic growth, especially in underdeveloped regions. The alignment of these developments with national strategies such as the Uzbekistan–2030 Vision highlights their critical importance for the country's long-term prosperity.

## REFERENCES

1. Karimov, A., & Nasrullaeva, Z. (2022). "Tourism and Sustainable Regional Development in Central Asia." *International Journal of Economics and Business*, 14(2), p. 55–68.
2. World Tourism Organization (UNWTO). (2022). *Tourism and Poverty Alleviation: Best Global Practices*. – Madrid: UNWTO Publishing. – p. 44.
3. UNDP Thailand. (2022). *One Tambon One Product (OTOP) Program Review*. – Bangkok. – p. 19.
4. Yusupov, M. (2023). *Xizmatlar sohasi va mintaqaviy rivojlanish: Nazariya va amaliyot*. – Urganch: Iqtisodchi nashriyoti. – p. 88–90.
5. O‘zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi. (2024). *Hududiy turizm infratuzilmasining rivojlanishi bo‘yicha yillik hisobot*. – Toshkent: Turizm nashriyoti. – p. 12–15.
6. World Bank. (2023). *Service Sector Trends and Their Role in Employment Generation*. – Washington D.C.: WB Press. – p. 33–35.

## MINTAQADA EKSPORT-IMPORT OPERATSIYALARINI INNOVATSION RAQAMLASHTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI

**Ganiyeva L.S.** - Bank-moliya akademiyasi Tijorat banklarini boshqarish  
mutaxassisligi magistranti

**Annotatsiya.** Mamlakat iqtisodiyotida eksport va import tashqi iqtisodiy faoliyatini belgilab beruvchi muhim omil bo‘lib, eksport xorijiy davlatlarga chiqarilgan tovar va xizmatlar, import esa boshqa davlatlardan kirib kelgan Tovar va xizmatlar hisoblansa, bularning o‘rtasidagi farq TIFning salbiy va ijobiy harakatini bildiradi. Tadqiqot ishda eksport va import operatsiyalarini amalga oshirishning nazariy jihatlari keltirib o‘tilgan.

**Kalit so‘zlar:** Eksport, import, mashinasozlik, biznes, iqtisodiy farovonlik, tadbirkorlik.

**Abstract.** Export and import are important factors determining foreign economic activity in the country's economy. If exports are considered goods and services exported to foreign countries, and imports are goods and services imported

from other countries, the difference between them indicates the negative and positive movement of the FEA. The research paper presents theoretical aspects of the implementation of export and import operations.

**Keywords:** Export, import, mechanical engineering, business, economic well-being, entrepreneurship

**Аннотация.** В экономике страны экспорт и импорт являются важным фактором, определяющим внешнеэкономическую деятельность, и если экспортом считаются товары и услуги, вывозимые в зарубежные страны, а импортом – товары и услуги, поступающие из других стран, то разница между ними свидетельствует об отрицательном и положительном движении ВЭД

**Ключевые слова:** Экспорт, импорт, машиностроение, бизнес, экономическое благополучие, предпринимательство.

Har qanday davlatning iqtisodiyotida eksport va importning o'zni beqiyos ekanligini yaxshi bilamiz, chunki eksporti rivojlangan mamlakatlar, aholisining kishi boshidagi daromadlari oshib, turmush darajasi yaxshilanadi. Import esa davlatning ma'lum bir iste'mol mahsulotlari yani, oziq-ovqat, farmatseftika, to'quv-trikataj mahsulotlari, mashinasozlik mahsulotlari, texnologiya va boshqa mahsulotlarga bo'lgan talablarni qondirish maqsadida boshqa mamlakatlardan olib kirishga majbur bo'ladi. Bunday yo'nalish mamlakatning iqtisodiyotini ma'lum bir sohada qaramlikga olib keladi. Shu sababli eksportni oshirib import bo'layotgan mahsulotlarni ishlab chiqarishni kengaytirgan holda importni hajmini kamaytirish bugungi bozor iqtisodiyotiga o'tayotgan mamlakatimiz uchun muhim hisoblanadi. Davlat bojxona qo'mitasi O'zbekistonda qanday tovarlarni ishlab chiqarish biznes uchun manfaatli ekanligini ma'lum qilgan. [G.Nazarova, X.Xalilov, A.Azimov, I.Xanova 2011]

Bu misollar birgina oziq-ovqat uchun keltirilgan, nooziq-ovqat tovarlari ham katta miqdorda import qilinmoqda ko'rsatkichlarning ahamiyatli tarafi oziq-ovqat mahsulotlari uchun o'zimizda xom-ashyo yetishtirishda qishloq xo'jaligi imkonyatlari mavjud faqatgina biz undan samarali foydalana olmayapmiz, agar

ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarishini yo'lga qo'yilsa yangi ish o'rinlari tashkil qilish mumkin, hamda eksport uchun bozor qidiratgon paytda import o'rnini bosuvchi mahsulotlar ishlab chiqarish yangi bozor topganga teng, birgina qishloq xo'jaligida yetishtiriladigan kunga boqarni maksimal darajada ko'paytirish, sifatli navini dehqon xo'jaligi va fermerlarga yetkazishni tashkil qilish, ularni qayta ishlaydigan zavodlarni ko'paytirish orqali arzon sifatli eng muhimi o'zimizning iste'mol uchun o'ta muhim bo'lgan kunga boqar yog'imizni import qilishdan eksport qilish darajasiga ko'tarilamiz. [N.S.Ismailova, U.U.Shagazatov. 2012]

Prognozlar shuni ko'rsatadigi har yilli import qilinayotgan mahsulotlarimizga bo'lgan talab oshib boryotganini va shu kunga qadar samarali natijaga erishmaganimiz raqamlardagi o'zgarishlar oshib boryotganidan ko'rsak bo'ladi. 2021-yil yanvar-avgust oyi uchun tashqi savdo aylanmasining umumiy eksport hajmi 9277,9mln. AQSh dollari tashkil etdi. Import hajmi 15685,8 mln. AQSh dollariga yetdi. Bu ko'rsatgich tashqi savdo aylanmasida o'tgan yilga nisbatan 383,1 mln. AQSh dollariga yoki 1,6% ga ko'paydi. TSAda eksport hajmi 9277,9 mln. AQSh dollariga (20,1% ga kamaydi) va import hajmi 15685,8 mln. AQSh dollariga (20,9% ga ko'paydi) hisobot davrida -6407,9 mln. AQSh dollari qiymatida passiv tashqi savdo balansi qayd etildi. Tashqi iqtisodiy faoliyat bo'yicha 20 ta yirik hamkor davlatlar orasidan 4 ta davlatda faol tashqi savdo balansi kuzatilgan, xususan, Afg'oniston, Qirg'iziston Respublikasi, Tojikiston va Turkiya. Qolgan 16 ta davlatlar bilan passiv tashqi savdo balansi saqlanib qolmoqda. Bu ko'rsatkichlar albatta biz kutgan natija emas, chunki O'zbekiston jahonning 174 ta mamlakatlari bilan savdo aloqalarini amalga oshirib kelmoqda. TSAning nisbatan salmoqli hissasi Xitoy Xalq Respublikasida (19,2 %), Rossiya Federatsiyasida (17,9 %), Qozog'iztonda (9,9 %), Turkiyada (8,6 %), Koreya Respublikasida (4,8 %), Qirg'iziston Respublikasi (2,4 %) va Germaniyada (1,9 %) ni tashkil etadi. Respublika tashqi savdo aylanmasi tarkibida eng yuqori ulush Toshkent shahri (39,9) % ulushi bilan 9967,6 mln. AQSh dollarini, eng quyi ulushni esa Surxondaryo viloyati (1,1) % ulush bilan 273,4 mln. AQSh dollarini tashkil etadi.

Xulosa o‘rnida mamlakatning o‘zida ishlab chiqarilgan moddiy boyliklar eksport tarkibi (ko‘rinma eksport) milliy iqtisodiyotning o‘ziga xos xususiyatlari, uning xalqaro mehnat taqsimotidagi o‘rniga bog‘liq bo‘lib, sanoati rivojlangan mamlakatlarga sanoat mahsulotlari, ayniqsa, mashinasozlik mahsulotlari va texnologiyalar eksport qilish orqali eksport-import imkoniyatlarini oshirish mumkin.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. G. Nazarova, X. Xalilov, A. Azimov, I. Xanova Xalqaro iqtisodiy integratsiya,
2. N.S. Ismailova, U.U. Shagzatov. Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar,
3. <http://lex.uz//ru/docs/-4335622>
4. <https://www.norma.uz/>
5. <https://customs.uz>

### **OLIY TA‘LIM MUASSASALARINING XALQARO REYTINGLARDAGI O‘RINLARINI YAXSHILASHDA MARKETING YONDASHUVLARINING NAZARIY VA METODOLOGIK ASOSLARI**

**O‘rozboyev S.I.** - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti magistranti

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada oliy ta‘lim muassasalarining xalqaro reytinglardagi o‘rinlarini yaxshilash uchun marketing yondashuvlarining nazariy va metodologik asoslari tahlil qilingan. Unda jahon universitetlari reytinglarining ortib borayotgan ahamiyati hamda oliy ta‘lim muassasalariga o‘z obro‘cini faol boshqarish zarurati muhokama qilinadi. Maqolada shuningdek, O‘zbekistondagi hozirgi siyosiy-huquqiy sharoit hamda oliy ta‘lim marketingining xalqaro ilg‘or tajribalari ko‘rib chiqilgan.

**Kalit so‘zlar:** xalqaro universitet reytinglari; marketing strategiyalari; brending; oliy ta‘lim muassasalari; reputatsiya boshqaruvi; xalqaro raqobatbardoshlik; universitet imiji.

**Аннотация.** В данной статье проанализированы теоретические и методологические основы маркетинговых подходов к повышению позиций высших учебных заведений (вузов) в международных рейтингах. В статье рассматривается растущая значимость мировых университетских рейтингов и необходимость активного управления репутацией вузов. Также проанализированы текущие политико-правовые условия в Узбекистане и передовой международный опыт в сфере маркетинга высшего образования.

**Ключевые слова:** международные рейтинги университетов; маркетинговые стратегии; брендинг; высшие учебные заведения; управление репутацией; международная конкурентоспособность; имидж университета.

**Abstract.** This article analyzes the theoretical and methodological foundations of marketing approaches aimed at improving the international ranking positions of higher education institutions. It discusses the growing importance of global university rankings and the need for institutions to actively manage their reputation. The article also examines the current policy and legal context in Uzbekistan, as well as international best practices in higher education marketing.

**Keywords:** international university rankings; marketing strategies; branding; higher education institutions; reputation management; international competitiveness; university image.

Globalizatsiya davrida oliy ta'lim muassasalari faoliyatini baholovchi xalqaro reytinglar tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. 2003-yilda Shanxay Jiao Tong universiteti tomonidan e'lon qilingan Akademik universitetlar reytingi (ARWU) ortidan dunyoda universitetlar faoliyatini solishtiruvchi ko'rsatkichlarga talab keskin oshdi [1]. Bugungi kunda QS, Times Higher Education (THE) va ARWU kabi nufuzli reytinglar oliy ta'lim sohasidagi raqobatga katta ta'sir o'tkazmoqda. Ular talabalar, ota-onalar, oliy o'quv yurtlari rahbariyati va hattoki hukumat siyosatiga mas'ul shaxslar tomonidan diqqat bilan kuzatiladi [1]. Ko'plab manfaatdor tomonlar reyting natijalarini oliy ta'lim sifati ko'rsatkichi sifatida qabul qiladilar, natijada universitetlar o'rtasida yuqori o'rinlar uchun "reyting poygasi"

kuzatilmoqda. Jahonda mavjud 17 mingdan ziyod universitetlar orasida faqat eng kuchli 200 ga yaqin (taxminan eng yuqori 1%) ta'lim muassasalari reytinglarning yuqori pog'onalarini egallab kelmoqda.

O'zbekiston Respublikasi ham ushbu global tendentsiyadan chetda qolmayapti. So'nggi yillarda mamlakatimiz oliy ta'lim tizimini rivojlantirish va xalqaro maydonda raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, 2019 yilda qabul qilingan O'zbekiston oliy ta'lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasida kamida 10 ta mahalliy universitetni jahonning eng yaxshi 1000 talik reytingiga kiritish vazifasi belgilandi [3]. Ushbu maqsadga erishish uchun universitetlarda ta'lim sifati va ilmiy salohiyatni oshirish bilan bir qatorda, ularning xalqaro nufuzini yuksaltirish va faol targ'ibot ishlarini olib borish zarurligi ta'kidlanmoqda. Darhaqiqat, xalqaro reytinglarda yuqori o'rinlarga erishish nafaqat akademik yutuqlar, balki universitetning keng jamoatchilik va ekspertlar hamjamiyatidagi imijini shakllantirishga ham bog'liq.

Shu bois, oliy ta'lim muassasalari o'z brendini yaratish, ilmiy yutuqlarini dunyo miqyosida targ'ib qilish va manfaatdor tomonlar bilan samarali muloqot yuritishga intilmoqda. Bunda marketing konsepsiyalari va usullarini qo'llash muhim ahamiyat kasb etadi. Marketing nuqtai nazaridan, universitet o'zining o'quv va ilmiy faoliyatidagi yutuqlarini, imkoniyatlarini va o'ziga xos jihatlarini nishonlash, ular haqida maqsadli auditoriyalarga yetkazish orqali raqobatchilardan ajralib turishi mumkin. Ushbu maqolada universitetlarning xalqaro reytinglardagi o'rnini yaxshilashga qaratilgan marketing yondashuvlarining nazariy hamda metodologik asoslari o'rganiladi, bunda rivojlangan mamlakatlar tajribasi va O'zbekistondagi amaliy holat tahlil qilinadi.

Oliy ta'lim sohasida marketing tushunchasi universitetlarning o'z xizmatlarini va yutuqlarini maqsadli auditoriyalarga (talabalar, ota-onalar, professor-o'qituvchilar, ish beruvchilar va hokazo) samarali yetkazish, ularni jalb etish va o'z brendini shakllantirish jarayonini anglatadi. Marketingning nazariy asoslari sifatida

universitet brendi va imiji tushunchalari muhim o‘rin tutadi. Tadqiqotlarga ko‘ra, universitet brend imiji – bu shaxsning muayyan universitet haqidagi ongida darhol paydo bo‘ladigan qiyofasidir [4]. Universitetlar o‘z brendlarini mustahkamlash orqali talaba va professor-o‘qituvchilarni jalb qilish, moliyaviy resurslarni oshirish hamda jamiyat oldidagi obro‘cini yuksaltirishga erishadilar [5]. Masalan, dunyoning ko‘plab nufuzli oliy o‘quv yurtlari o‘zlarining aniq belgilangan missiyasi va qadriyatlariga asoslangan brend identitetiga ega bo‘lib, bu ularga raqobatda ustunlik beradi. Biroq, ko‘plab universitetlar o‘zini boshqalardan ajratib ko‘rsatishda qiyinchiliklarga duch kelmoqda – ularning shior va da’volari bir-biriga o‘xshash bo‘lib, “hamma uchun hamma narsa” taklif etuvchi umumiy imijni yaratishga intilishadi. Bu esa samarali branding uchun xalaqit beruvchi omildir [6].

Marketing yondashuvlari nafaqat tashqi reklama va jamoatchilik bilan aloqalarni, balki oliy ta’lim muassasasining ichki islohotlarini ham qamrab oladi. Universitetning xalqaro reytingdagi o‘rnini oshirish uchun, avvalo, u reyting mezonlari bo‘yicha real yutuqlarga erishishi kerak (masalan, ilmiy nashrlar soni, iqtiboslik ko‘rsatkichi, professor-o‘qituvchilarning xalqaro tarkibi, xorijiy talabalar ulushi va hokazo) [7]. Shu bilan birga, bu yutuqlarni jahon hamjamiyatiga samarali yetkazish talab etiladi. Zamonaviy marketing vositalari bu borada keng imkoniyatlar yaratadi: universitetlar rasmiy veb-saytlari va ijtimoiy tarmoqlarda faol bo‘lib, o‘z yangiliklari va muvaffaqiyatlarini muntazam yoritib borishi zarur. Xususan, xorijiy auditoriya uchun mo‘ljallangan ko‘p tilli axborot resurslarini yaratish, qidiruv tizimlarida universitet haqidagi ma’lumotlarni optimallashtirish (SEO), xalqaro ta’lim ko‘rgazmalari va yarmarkalarida qatnashish kabi chora-tadbirlar keng qo‘llanilmoqda.

O‘zbekistonda oliy ta’lim muassasalarining marketing faoliyatini rivojlantirish uchun muhim huquqiy asoslar yaratilgan. 2020 yilda qabul qilingan yangi tahrirdagi “Ta’lim to‘g‘risida”gi Qonun oliy ta’lim tizimiga qator erkinliklar berib, universitetlarni yanada avtonom va raqobatbardosh bo‘lishga yo‘naltirdi. Ushbu qonun ilk bor nodavlat (xususiy va xorijiy) oliy ta’lim muassasalariga ruxsat berib,

tizimni xalqaro innovatsiyalar uchun ochiq qildi. Natijada, universitetlar o'z marketing strategiyalarini mustaqil ishlab chiqish va amalga oshirish imkoniga ega bo'lmoqdalar. Davlat miqyosida ham marketing va xalqaro brendlashga e'tibor qaratilmoqda: 2019 yilda O'zbekiston Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi QS reyting agentligi bilan hamkorlikda mahalliy universitetlarni xalqaro reytinglarga kiritishni qo'llab-quvvatlash bo'yicha strategik bitim imzoladisea. Ushbu hamkorlik doirasida xalqaro ekspertlar ishtirokida O'zbekiston OTMLariga reyting metodologiyasi yuzasidan konsultatsiyalar berildi. Shuningdek, ayrim yetakchi universitetlarga moliyaviy va tashkiliy mustaqillik berilib, ularning xorijiy oliy o'quv yurtlari bilan qo'shma dasturlar tashkil etishi, filiallar ochishi va innovatsion loyihalarni amalga oshirishi rag'batlantirilmoqda. Natijada, so'nggi yillarda bir qator O'zbekiston OTMLari xalqaro reytinglar ro'yxatlarida paydo bo'la boshladi.

Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, dunyo universitetlari o'z nufuzini oshirish uchun turli marketing strategiyalaridan foydalanadilar. Masalan, AQShning yetakchi universitetlari kuchli tarixiy brend va ulkan moliyaviy resurslarga tayangan holda, abituriyentlarni jalb etishning ilg'or usullarini qo'llaydi. Ular maxsus marketing bo'limlariga ega bo'lib, reklama, PR va ijtimoiy media orqali milliy hamda xalqaro miqyosda faol targ'ibot olib boradilar. Buyuk Britaniyaning Oksford, Kembrij kabi universitetlari ko'p asrlik akademik an'analari va obro'sini brend sifatida namoyish etib, xorijiy talabalarga qulay ta'lim muhitini targ'ib qiladi. Germaniyada uzoq vaqt davomida markazlashgan marketingga ehtiyoj sezilmagan bo'lsa-da, so'nggi yillarda "Excellence Initiative" (Mukammallik tashabbusi) kabi davlat dasturlari yordami bilan universitetlar global raqobatbardoshligini oshirishga kirishdi. Singapur hukumati mamlakatni mintaqaviy ta'lim markaziga aylantirish strategiyasini qabul qilgan – dunyoning nufuzli universitetlari filiallarini jalb etish hamda milliy universitetlarni reytinglarda yuqoriga ko'tarish bo'yicha maxsus dasturlarni amalga oshirgan. Avstraliyada esa xalqaro talaba va tadqiqotchilarni jalb etish davlatning iqtisodiy strategiyasiga aylangan bo'lib, xalqaro ta'lim bozori yirik "eksport" sohasiga aylantirildi. Ushbu yondashuv natijasida Avstraliya

universitetlari dunyo reytinglarida tez ko‘tarilib, mamlakat shaharlari global talaba markazlari sifatida tanildi.

## 1-jadval

### Ayrim mamlakatlarda universitet marketingi strategiyalari

Mamlakat	Marketing va brendingning asosiy xususiyatlari
<b>AQSh</b>	Kuchli brend tarixi va imiji; marketing uchun katta byudjet va maxsus bo‘limlar; talabalarni ichki va xalqaro bozordan faol yollash
<b>Buyuk Britaniya</b>	Ko‘p asrlik akademik obro‘-e‘tiborga tayangan brendlash; xalqaro talabalarning yuqori ulushi; ta‘lim sifatiga urg‘u beruvchi marketing
<b>Germaniya</b>	An‘anaviy ravishda past marketing faolligi; davlatning “Excellence Initiative” dasturi orqali nufuz oshirish; xalqaro hamkorlik va ingliz tilidagi dasturlarni kengaytirish
<b>Singapur</b>	Mamlakatni global ta‘lim markazi sifatida targ‘ib qilish (hukumat strategiyasi); xorijiy nufuzli universitet filiallarini jalb qilish; milliy universitetlarni reytinglarda yuqoriga ko‘tarish dasturlari
<b>Avstraliya</b>	Xalqaro ta‘limni yirik eksport sohasi darajasiga chiqarish; xorijiy talabalar uchun agressiv marketing kampaniyalari; Melbourne va Sydney kabi shaharlarda global talaba hamjamiyatlarini shakllantirish

**Manba:** muallif ishlanmasi.

- Xalqaro reytinglarda yuqori o‘rinlarni egallash uchun universitet faqat ilmiy va ta‘lim ko‘rsatkichlarini yaxshilash bilan cheklanib qolmasdan, o‘z brendini faol targ‘ib qilishi lozimligi tasdiqlandi.

- Marketing universitetning xalqaro maydondagi ko‘rinuvchanligini oshirib, iste‘dodli talabalar va professor-o‘qituvchilarni jalb etishga yordam beradi.

- O‘zbekiston tajribasi shuni ko‘rsatadiki, davlat tomonidan belgilangan strategik maqsadlarga (masalan, 2030 yilgacha 10 ta universitetni top-1000 ga

kiritish vazifasi) erishishda marketing va reputatsiya menejmenti muhim omil bo'ladi.

- Xalqaro amaliyotga asoslanib, har bir universitet o'ziga xos kuchli tomonlariga tayangan alohida brend strategiyasini ishlab chiqishi zarur (ya'ni, har bir universitet "o'ziga xos" ekanligini namoyish eta olishi lozim).

- Samarali marketing faoliyati tizimli yondashuvni talab qiladi: boshqaruvning yuqori qatlamidan tortib marketing bo'limigacha universitet missiyasi va yutuqlarini yagona brend ostida targ'ib etish izchilligi ta'minlanishi zarur [1], [2], [4], [5].

Xulosa qilib aytganda, oliy ta'lim muassasalari uchun global reytinglarda muvaffaqiyat qozonish ko'p jihatdan ularning marketing va branding sohasidagi faolligiga bog'liq. Albatta, eng avvalo universitetlar ilmiy va o'quv jarayonlaridagi sifatni oshirish, samarali boshqaruv hamda yetarli moliyaviy resurslarga ega bo'lishi zarur. Biroq bu yutuqlarni dunyoga namoyish eta olmaslik reyting natijalarida u qadar aks etmasligi mumkin. Dunyo tajribasi ko'rsatmoqdaki, o'z imijini puxta o'ylangan strategiyalar yordamida shakllantirgan va global miqyosda targ'ib qila olgan institutlarga "jahon darajasidagi universitet" maqomiga erishmoqda [1], [6], [7]. O'zbekiston universitetlari ham xalqaro maydonda o'z o'rnini mustahkamlash uchun marketing yondashuvlarini samarali qo'llashi, innovatsion tashabbuslari va yutuqlarini keng targ'ib qilishi lozim. Shu tariqa, akademik mukammallik va marketingni uyg'unlashtirgan holda, mahalliy OTMLar belgilangan marralarga – xalqaro reytinglarda yuqori pog'onalarga erishishi mumkin.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Hazelkorn, E. (2019). *The dubious practice of university rankings*. Elephant in the Lab.

2. UNESCO. (2015). *Rankings and Accountability in Higher Education: Uses and Misuses*.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. (2019). 2019 yil 8 oktabr, PF–5847-son Farmon [Oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida].

4. Foroudi, P., Melewar, T.C., & Gupta, S. (2014). *Linking corporate logo, corporate image, and reputation: an examination of consumer perceptions in the financial setting*. Journal of Business Research, 67(11), 2269–2281.

5. Novateur Publication. (2020). *Higher Education Institution Branding: A Review*.

6. Baines, P. (2022). *Sea of sameness: why universities have trouble with branding*. Times Higher Education.

7. Salmi, J. (2017). *Recipe for a World-Class University*.

8. Ministry of Higher and Secondary Specialized Education (Uzbekistan) & QS. (2019). *Strategic agreement on supporting universities to join world university rankings* (Press release).

## **TELEKOMMUNIKATSIYA VA AXBOROT TIZIMLARINING ZAMONAVIY IQTISODIYOTDA KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDAGI O‘RNI**

**Bardiyev S.U.** -Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent Axborot texnologiyalari universiteti Urganch filiali talabasi

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada telekommunikatsiya va axborot tizimlarining zamonaviy iqtisodiyotda kambag‘allikni qisqartirishdagi o‘rni, ularning iqtisodiy o‘rishga ta’siri hamda bu sohaga oid rivojlanish jarayonlari tahlil qilinadi.

**Kalit so‘zlar:** IT, raqamli iqtisodiyot, telekommunikatsiyalar bozori, IoT (Internet of Things), elektron tijorat, bank sohasi, masofaviy ta’lim platformalari, sug‘urta sohasi, biznes sohasi, sun’iy intellekt, blokcheyn texnologiyalari.

**Аннотация:** В данной статье анализируется роль телекоммуникаций и информационных систем в современной экономике, их влияние на экономический рост и процессы развития в этой сфере.

**Ключевые слова:** ИТ, цифровая экономика, рынок телекоммуникаций, IoT (Интернет вещей), электронная коммерция, банковское дело, платформы дистанционного обучения, страхование, бизнес, искусственный интеллект, технологии блокчейн.

**Abstract:** This article analyzes the role of telecommunications, information systems in the modern economy, their impact on economic growth, and development processes in this area.

**Keywords:** IT, digital economy, telecommunications market, IoT (Internet of Things), e-commerce, banking, distance learning platforms, insurance, business, artificial intelligence, blockchain technologies.

XXI asrda telekommunikatsiya va axborot tizimlari iqtisodiyotning eng muhim tarmoqlaridan biriga aylandi. Bugungi kunda axborot almashinuvi va tezkor kommunikatsiya iqtisodiy jarayonlarning yuragi hisoblanadi. Raqamli iqtisodiyot rivojlanayotgan sari telekommunikatsiya va axborot texnologiyalarining ahamiyati yanada ortib bormoqda. Zamonaviy iqtisodiyotda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) va telekommunikatsiya tizimlari strategik ahamiyat kasb etmoqda. Axborotga tezkor kirish, ma'lumotlarni qayta ishlash va uzatish texnologiyalari ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, raqobatbardoshlikni ta'minlash va yangi biznes modellarini shakllantirish imkonini beradi. Telekommunikatsiya infratuzilmasi iqtisodiyotning barcha sohalarida, jumladan, moliya, savdo, davlat boshqaruvi, ta'lim va sog'liqni saqlash sohalarida muhim rol o'ynaydi. Ushbu maqolada telekommunikatsiya va axborot tizimlarining iqtisodiyotga ta'siri, ularning rivojlanish tendensiyalari va istiqbollari batafsil tahlil qilinadi[1].

Hozirgi kunga kelib, turli xil korxonalar, tashkilotlar va firmalar bank, soliq va statistika tashkilotlariga bormasdan turib o'zlarining hisob-schotlarini boshqarmoqda va hisobotlarini istalgan joydan jo'natishmoqda, bir-birlari bilan elektron xatlar va xujjatlar almashmoqda. Axborot texnologiyalarining iqtisodiy sohalarida keng qo'llanilib kelayotganligiga misol sifatida ayrim sohalarini sanab o'tamiz.

Biznes sohasi. Axborot texnologiyalari yangi korxonalar yoki firmaning

muvaffaqiyat bilan faoliyat ko'rsatishida katta rol o'ynaydi. Masalan,

- Biznes reja tuzishda va kutilayotgan daromad va chiqimlarni hisoblashda;
- Tashkilot yoki firmaning yorlig'ini va tegishli hujjatlarini tartibga keltirishda;

- Tashkilot yoki firmaning taqdimot marosimini o'tkazishda;
- Reklamalarning loyihasini tuzish va reklama materiallarini tayyorlashda;
- Hisobotlar, shartnomalar tayyorlashda;
- Mijozlar haqidagi ma'lumotlar ro'yxatini saqlash va u bilan ishlashda;
- Boshqa firmalar, potensial ta'minotchi, ulgurchi xaridorlar bilan bog'lanishda;

- Mijozlar va ta'minotchilar bilan muzokaralar olib borish va hokozolarda.

Bank sohasi. Bank tizimi o'zining ish faoliyatida axborot texnologiyalardan keng foydalanish imkoniyatiga ega bo'lgan tashkilot hisoblanadi. Masalan,

- Yil davomida sutkada 24 soat mijozlarga aloqa uchun va tegishli ma'lumotlar olish, ma'lumotnomani tekshirish, hisobni to'lash imkoniyatini yaratish;

- Mijozlarga xizmat ko'rsatish madaniyatini oshirish;
- Kredit kartochkalari yordamida telefon yoki internet orqali xizmatni yo'lga qo'yish;

- Mijozlar haqidagi ma'lumotlarni saqlash;
- Bankning hisob raqamlari haqidagi ma'lumotlar va boshqalar.

Sug'urta sohasi. Sug'urta tashkilotlarida ham axborot texnologiyalardan keng foydalanish bu vaqt va mablag'larni tejashga olib keladi. Masalan,

- Sug'urta shartnomasini tuzish jarayonida;
- Qo'shimcha shartnoma tuzishda;
- Sug'urta mukofotini (yoki uning bir qismini) to'lashda;
- Sug'urta shartnomasini bekor qilishda;
- Sug'urta turlari bo'yicha asosiy ta'rif stavkalarini hisoblashda;

- Zaxira fondini hisoblashda;
- Sug'urta portfelini tahlil qilishda;
- Kompaniyaning moliyaviy holatini tahlil qilish va boshqalarda.

Buxgalteriya sohasi. Korxonalarda axborotlashtirish tizimlaridan turli xil dasturiy mahsulotlardan keng foydalanish hisobchining ish joyida axborotlarni ishlab chiqish, saqlash va uzatish bo'yicha barcha ishlarni avtomatlashtirishga imkon beradi. Masalan,

- Moliyaviy hisobotlarni o'ziga qulay vaqtda topshirishda;
- Kamunal to'lovlar va turli boshqa soliq to'lovlari haqidagi ma'lumotlar bilan ishlash va to'plashda.

Axborot texnologiyalaridan foydalanish - bu ulkan ma'lumotlar bilan tez va sifatli ishlash, o'z vaqtida turli xil qarorlar qabul qilishda samarali vosita sanaladi.

Yuqoridagi ma'lumotlardan ko'rishimiz mumkinki, iqtisodiy sohalarda axborot Texnologiyalaridan keng foydalanish vaqt, mablag'larni tejash va masofani qis- qartirish, ma'lumotlar bilan samarali ishlash, samaradorlikni oshirish, barqaror rivojlanishni ta'minlashning muhim vositasi bo'lib xizmat qiladi. Shuningdek, resurslarni yanada samarali taqsimlash va tejab qolingan mablag'larni korxonalar, firma hamda tashkilotlarning kelajakdagi rivojlanishiga sarflashga yo'naltiriladi[2].

Yana shuni ham aytib o'tish kerakki, axborot texnologiyalardan keng foydalanish bu iqtisodiyotni yanada tez sur'atlarda rivojlanishi va effektivligi oshib borishini ta'minlaydi.

Telekommunikatsiya va axborot tizimlari zamonaviy iqtisodiyotning ajralmas qismiga aylangan bo'lib, ular ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, yangi ish o'rinlari yaratish va biznes jarayonlarini optimallashtirishda muhim rol o'ynamoqda. 2023-yil holatiga ko'ra, global IT va telekommunikatsiya bozori hajmi 5 trillion AQSh dollaridan oshgan bo'lib, bu raqam yil sayin ortib bormoqda.

Axborot texnologiyalari ishlab chiqarish sohasida avtomatlashtirish va IoT (Internet of Things) tizimlari orqali real vaqtda monitoring qilish imkonini beradi.

Masalan, sanoat korxonalarida sun'iy intellekt va robototexnika yordamida mahsulot ishlab chiqarish jarayoni yanada tezlashib, xarajatlar kamaymoqda. Buning natijasida ishlab chiqarish unumdorligi sezilarli darajada oshmoqda[1].

Moliyaviy sektor ham telekommunikatsiya va axborot tizimlaridan keng foydalanmoqda. Bank va moliya institutlari blokcheyn texnologiyalarini joriy etib, xavfsizlikni oshirish va tranzaksiya xarajatlarini kamaytirishga erishmoqda. Masalan, 2022-yilda global to'lovlarning katta qismi raqamli tranzaksiyalar orqali amalga oshirilgan[3].

Ta'lim sohasida ham axborot texnologiyalari muhim o'rin egallamoqda. Masofaviy ta'lim platformalari, elektron o'quv materiallari va sun'iy intellektga asoslangan o'quv tizimlari ta'lim sifati va uning global miqyosda mavjudligini oshirdi. Masalan, 2021-yilda dunyo bo'ylab millionlab talabalar masofaviy ta'lim platformalaridan foydalangan.

Sog'liqni saqlash sohasida esa telemeditsina va elektron kasallik tarixlarini yuritish tizimlari keng joriy etilmoqda. Masalan, AQShda 2022-yilda barcha tibbiy muassasalarning katta qismi elektron kasallik tarixlarini yuritgan. Shuningdek, aqlli tibbiy qurilmalar bemorlarning sog'lig'ini doimiy nazorat qilish va oldindan kasalliklarni aniqlash imkonini bermoqda[5].

Elektron tijorat sohasida ham sezilarli o'sish kuzatilmoqda. Global elektron savdo hajmi yildan-yilga oshib bormoqda. Amazon, Alibaba kabi kompaniyalar sun'iy intellekt yordamida mijozlarga individual takliflar berib, xarid jarayonlarini soddalashtirmoqda.

Raqamli texnologiyalar rivojlanishi natijasida kiberxavfsizlik masalasi ham dolzarb bo'lib qolmoqda. Kompaniyalar va davlat idoralari himoya tizimlarini mustahkamlash uchun sun'iy intellekt va blokcheyn texnologiyalaridan foydalanishga o'tmoqda.

5G texnologiyasining rivojlanishi bilan internet tezligi sezilarli darajada oshdi. Bu texnologiya IoT qurilmalarining samaradorligini oshirib, aqlli shaharlarni rivojlantirishga hissa qo'shmoqda[3].

Umuman olganda, telekommunikatsiya va axborot tizimlari zamonaviy iqtisodiyotning barcha sohalarida inqilobiy o'zgarishlarni amalga oshirib, samaradorlikni oshirish va yangi imkoniyatlarni yaratishda muhim rol o'ynamoqda.

Zamonaviy iqtisodiyotda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) va telekommunikatsiya tizimlari strategik ahamiyat kasb etmoqda. Axborotga tezkor kirish, ma'lumotlarni qayta ishlash va uzatish texnologiyalari ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, raqobatbardoshlikni ta'minlash va yangi biznes modellarini shakllantirish imkonini beradi. Telekommunikatsiya infratuzilmasi iqtisodiyotning barcha sohalarida, jumladan, moliya, savdo, davlat boshqaruvi, ta'lim va sog'liqni saqlash sohalarida muhim rol o'ynaydi. Shuningdek, hozirgi kunda iqtisodiyot sohasini axborot tizimlarisiz tasavvur qilib bo'lmaydi va telekommunikatsiya qurilmalari zamonaviy iqtisodiyotning yuragi hisoblanadi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. <https://iqtisodiyot.tsue.uz/>
2. <https://cedr.uz/>
3. [https://doctorant.tsue.uz/wp-content/uploads/2024/07/Raqamli-iqtisodiyot-va-axborot-texnologiyalari.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://doctorant.tsue.uz/wp-content/uploads/2024/07/Raqamli-iqtisodiyot-va-axborot-texnologiyalari.pdf?utm_source=chatgpt.com)
4. N.A.Mavrulova. Sug'urtada axborot texnologiyalari (O'quv qo'llanma)... – T.: "Nihol print" OK, 2022.
5. [https://uz.wikipedia.org/wiki/Axborot\\_texnologiyalari](https://uz.wikipedia.org/wiki/Axborot_texnologiyalari)

#### **TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA IJTIMOY MEDIA MARKETING FUNKSIYALARIDAN FOYDALANISH**

**Vafayev A. H.** - UrDu ijtimoiy-iqtisodiy fanlar fakulteti magistranti

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish holati va uni rivojlantirishda ijtimoiy media marketing vositalaridan foydalanishning nazariy asoslari o'rganilgan. Shuningdek, tadbirkorlikni rivojlantirishda ijtimoiy media funksiyalaridan foydalanish imkoniyatlari ochib berilgan.

**Kalit so'zlar:** ijtimoiy media marketing, tadbirkorlik, marketing vositalari, kichik biznes subyektlari, marketing strategiyasi.

**Аннотация.** В данной статье рассматривается состояние развития предпринимательства в Узбекистане и теоретические основы использования инструментов маркетинга в социальных сетях в его развитии. Также раскрываются возможности использования функций социальных сетей в развитии предпринимательства.

**Ключевые слова:** маркетинг в социальных сетях, предпринимательство, маркетинговые инструменты, малый бизнес, маркетинговая стратегия.

**Abstract.** This article examines the state of entrepreneurship development in Uzbekistan and the theoretical foundations of using social media marketing tools in its development. It also reveals the possibilities of using social media functions in the development of entrepreneurship.

**Keywords:** social media marketing, entrepreneurship, marketing tools, small businesses, marketing strategy.

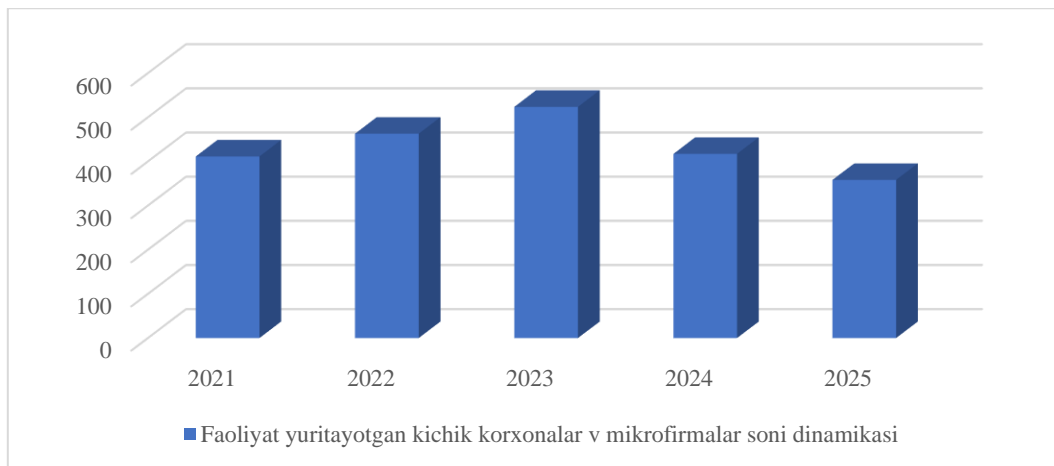
Bugungi kunda mamlakatimizda tadbirkorlikni rivojlantirish, biznes yuritish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, tadbirkorlik faoliyatiga qaratilgan har qanday to‘siqlarga murossasiz bo‘lish, investitsiyaviy jozibadorlikni oshirishga qaratilgan keng ko‘lamli islohotlar jadal olib borilmoqda. Xususan, tadbirkorlarni huquqiy jihatdan qo‘llab-quvvatlash, biznesni yuritishdagi mavjud muammolarni hal qilish yuzasidan qator qulayliklarni o‘z ichiga olgan ko‘plab me‘yoriy-huquqiy hujjatlar qabul qilingan. “Kichik biznesni uzluksiz qo‘llab-quvvatlash” kompleks dasturini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida 2024 yil 20 yanvardagi 37-sonli O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori shular jumlasidandir. O‘zbekiston Respublikasi taraqqiyot strategiyasida “Tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish va doimiy daromad manbalarini shakllantirish uchun sharoitlar yaratish, xususi sektorning Yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 80 foizga va eksportdagi ulushini 60 foizga yetkazish va bu orqali 2026-yilga borib tadbirkorlik subyektlariga soliq yuklamasini yalpi ichki mahsulotning 27,5 foizidan 25 foizi darajasiga kamaytirish” maqsad qilib belgilangan[2].

Mamlakatimizda bu boradagi islohatlarni amalga oshirishda hamda tadbirkorlik faoliyatini yanada rivojlantirishda ijtimoiy media platformalaridan foyldanish bugungi kundagi dolzarb vazifalaridan biriga aylanmoqda. Ijtimoiy media platformalari tadbirkorlarga o'z mahsulotlarini va xizmatlarini keng auditoriyaga tanitish, brendni yaratish va mijozlar bilan bevosita aloqada bo'lish imkoniyatini beradi.

Ijtimoiy media marketingi (SMM) - bu iste'molchilarning xarid qilish qarorlariga ijobiy ta'sir ko'rsatish uchun ijtimoiy mediadan foydalanadigan tijorat marketing faoliyatidir [3]. Bu ijtimoiy media korxonalar uchun mijozlar bilan muloqot qilish, o'z mahsulotlari va xizmatlarini targ'ib qilish uchun asosiy platformaga aylandi[4] tadbirkorlik subyektlarini kichik, o'rta va yirik toifalarga ajratilmoqda. Unga ko'ra, kichik tadbirkorlik subyektlari – xodimlar soni 100 nafargacha, kalendar yil davomida jami daromadi 35 ming BHMgacha, o'rta tadbirkorlik subyektlari – xodimlar soni 101-250 nafar, kalendar yil davomida jami daromadi 35 ming BHMdan 350 ming BHMgacha, yirik tadbirkorlik subyektlari – xodimlar soni 250 nafardan ortiq va kalendar yil davomida jami daromadi 350 ming BHMdan ortiq bo'lgan tadbirkorlik subyektlari kiradi. Bunda kichik tadbirkorlik subyektlari toifasiga yakka tartibdagi tadbirkorlar, mikrofirmalar va kichik korxonalar kirishi belgilandi.[5]

2025 yil 1-yanvar holatiga ko'ra, O'zbekistonda faoliyat olib borayotgan kichik korxonalar va mikrofirmalar (fermer va dehqon xo'jaliklarisiz) soni jami 358 116 tani tashkil etdi, shundan yangi tashkil etilganlari 77 046 tani tashkil qildi.

### **1-rasm. Faoliyat yuritayotgan kichik korxonalar va mikrofirmalar soni dinamikasi**



O‘zbekistonda 2024 yil yakunlariga ko‘ra kichik tadbirkorlik subyektlarining soni har 1000 aholiga nisbatan hududlar bo‘yicha eng yuqori ko‘rsatkich Toshkent shahrida 27,5 birlik, Navoiy viloyatida 17,7 birlik, Jizzax viloyatida 13,8 birlik, Sirdaryo viloyatida 13,7 birlik va Buxoro viloyatida 13,6 birlikni tashkil etgan. Respublikaning Xorazm viloyati, Qoraqalpog‘iston Respublikasi, Andijon va Namangan kabi viloyatlarida kichik biznes subyektlarining soni nisbatan kamroq. Bizning fikrimizcha, tadbirkorlik faoliyatini yanada rivojlantirish hamda kichik biznes subyektlari iqtisodiy faoliyatini yanada takomillashtirish maqsadida ijtimoiy media marketing funksiyalaridan foydalanish zarur. Bugungi raqamli transformatsiya sharoitida mazkur yo‘nalish nafaqat mahsulot va xizmatlarni keng ommaga yetkazish, balki iste’molchilar bilan samarali aloqani yo‘lga qo‘yish, brend imijini shakllantirish hamda bozordagi raqobatbardoshlikni oshirish imkonini beradi. Bizning fikrimizcha, Ijtimoiy media platformalari orqali olib borilayotgan marketing strategiyalari tadbirkorlik faoliyati subyektlarining o‘z faoliyatlarini yanada samarali tashkil etish, iste’molchilarning ehtiyoj va talablarini chuqur tahlil qilish, shu asosda takliflarni moslashtirish imkoniyatini yaratmoqda.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati**

1. “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi to‘g‘risida” O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 11.09.2023 yildagi PF-158-son.
2. 2022 — 2026-yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida O‘zbekiston respublikasi prezidentining farmoni, 28.01.2022 yildagi pf-60-son

3. S.C. Chen, C.P. Lin Understanding the effect of social media marketing activities: the mediation of social identification, perceived value, and satisfaction Technol. Forecast. Soc. Change, 140 (2019), pp. 22-32, 10.1016/j.techfore.2018.11.025

4. A.M. Kaplan, M. Haenlein Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media Bus. Horiz., 53 (1) (2010), pp. 59-68, 10.1016/j.bushor.2009.09.003

5. O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi rasmiy sayti ma’lumotnomasi, 08.08.2024

6. O‘zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy holati axborotnomasi, sanoat statistikasi 2024 yil.

## **MINTAQA IQTISODIY BARQARORLIGINI TA’MINLASHNING NAZARIY ASOSLARI**

**Jumaev Islom Xo‘shboq o‘g‘li  
Termiz davlat universiteti o‘qituvchisi**

**Аннотация.** Ushbu tezisdagi mintaqaviy iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishga ijobiy ta’sir etuvchi muhim omillar tahlil qilingan.

**Аннотация.** В данном тезисе анализируются важные факторы, оказывающие положительное влияние на устойчивое развитие экономики региона.

**Annotation.** This thesis analyzes important factors that have a positive impact on the sustainable development of the region's economy.

Bugungi kunda jahon iqtisodiy adabiyotlarida iqtisodiy barqarorlik va barqaror iqtisodiyot tushunchalariga nisbatan turlicha yondashuvlar mavjud. Bilamizki, iqtisodiy barqarorlik tushunchasi va uning nazariy jihatlarini kengroq yoritishda avvalo asosiy e’tibor iqtisodiy tizimlar va iqtisodiy faoliyatlarning uzoq muddatda hayotiy va adolatli bo‘lishini ta’minlashdan iborat ekanligini ko‘rishimiz mumkin.. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-2026 yillarga mo‘ljallangan “Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi” to‘g‘risidagi PF-60 sonli farmoni doirasida mamlakatimiz taraqqiyotini belgilovchi 100 ta maqsad ishlab chiqildi. Ushbu strategiyaning 33-maqsadida “Hududlarni mutanosib rivojlantirish orqali hududiy iqtisodiyotni 1,4 — 1,6 baravarga oshirish.”[1] vazifasi qo‘yilgan. Shuningdek,

ko'pchilik tadqiqotchilar asosan **Klaassen** tomonidan iqtisodiy barqarorlik tushunchasiga iqtisodiyotning ijtimoiy tenglik va atrof-muhit yaxlitligini muvozanatlashtirgan holda iqtisodiy ishlab chiqarishning belgilangan darajasini cheksiz muddatga qo'llab-quvvatlash qobiliyatini anglatishi sifatida izohlar berilgan[2]. Iqtisodiy barqarorlikning asosiy tamoyillari sifatida:

- kelajak avlodlar uchun resurslarni saqlab qolish (tabiiy resurslardan oqilona boshqarish).
- ekologik yoki ijtimoiy tizimlarga zarar yetkazmasdan iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish.
- boylik va imkoniyatlarning adolatli taqsimlanishini ta'minlash uchun tengsizlikni kamaytirish.

Shuning uchun asosiy maqsadlar sifatida yashil iqtisodiyot va ish o'rinlarini rivojlantirish, qayta tiklanadigan energiya sanoatiga sarmoya kiritish va marginal guruhlarga foyda keltiradigan inklyuziv iqtisodiy siyosatni rivojlantirish hisoblanadi. O'z navbatida, barqaror iqtisodiyot - iqtisodiyot sohasi dolzarb va zamonaviy muammolarni hal qilishda samarali bo'lishini ta'minlash hisoblanadi. Barqaror iqtisodiyotning iqlim o'zgarishi, resurslar tanqisligi va globallasuv kabi uzoq muddatli muammolarni hal qilish uchun iqtisodiy nazariyalar, modellar va tizimlarning mustahkamligi va moslashuvchanligi bilan bog'liq. **Barrier** o'z tadqiqotlarida barqaror iqtisodiyotning asosiy tamoyillari sifatida atrof-muhit va ijtimoiy omillarni birlashtirish uchun iqtisodiy nazariyalarni tahlil qilish muhimligini keltirib o'tgan[3]. Iqtisodiy barqarorlikni saqlash uchun tizimli xavflarni shu jumladan moliyaviy inqirozlar yoki bozor muvaffaqiyatsizliklarini bartaraf etishdan iborat. **Dresner** iqtisodiyotning barqarorligi deganda iqtisodiyot sohasining innovatsion va inklyuziv nazariyalar, modellar va amaliyotlar orqali atrof-muhit degradatsiyasi, ijtimoiy tengsizliklar va tizimli xavflar kabi uzoq muddatli global muammolarni hal qilish orqali moslashish, rivojlanish va dolzarbligini saqlab qolish qobiliyati muhimligini ta'kidlab o'tadi[4].

Jarayonlarning barqarorligi bilan bog'liq muammolar, ayniqsa, iqtisodiy rivojlanishning eng yaxshi strategiyalarini tanlash zarurati tug'ilganda keskinlashadi[5]. **Bockermann** takidlanganidek, bu uzoq muddatli va qisqa

muddatli rejalarni ishlab chiqishda hamda tegishli qarorlarning atrof-muhitga ta'sirini baholashda muhim ahamiyatga ega[6]. Zamonaviy jahon iqtisodiyoti rivojlanishining asosiy tendensiyasi jahon yalpi ichki mahsuloti (YaIM) tarkibida xizmatlar ulushining sezilarli darajada oshishi hisoblanadi. Oxirgi yillarda xizmatlar ayirboshlashning umumiy hajmi besh baravar oshdi. Iqtisodiyotning uchinchi tarmog'ining rivojlanish sur'atlari allaqachon moddiy ne'matlar ishlab chiqarishni ortda qoldirmoqda, xizmat ko'rsatish sohasida esa bandlik o'sishda davom etmoqda. **Jahon banki malumotlariga** ko'ra, 20-asrning so'nggi o'n yilligida rivojlangan mamlakatlarda xizmat ko'rsatish sohasining hissasi jahon iqtisodiyotining qariyb 70% ni tashkil etdi.[7].

Shu bilan bir qatorda, 1980-yillarda ijtimoiy rivojlanishning yangi paradigmasi - zamonaviy jamiyat ehtiyojlarini keyingi avlodlarning ehtiyojlarini xavf ostiga qo'ymasdan barqaror rivojlanish kontseptsiyasi shakllanishiga va bir vaqtning o'zida avlodlararo muvozanat tiklashga qaratilgan[8]. Ekologik soha tadqiqotchilari tomonidan olib borilgan zamonaviy ijtimoiy-gumanitar milliy va xalqaro tadqiqotlar barqaror rivojlanish kontseptsiyasiga turlicha yondashuvlar yoki talqinlarda o'ziga xos qarama-qarshiliklarni topmaydi, lekin turli sohalarda tadqiqotlar uning turli jihatlariga etibor qaratadi. Rivojlanayotgan dunyo mintaqalarining ayrimlarida esa yirik shaharlarga ko'chib ketgan oila a'zolari tomonidan yuborilgan mahalliy qayta olib kelingan mablag'lar hududiy rivojlanish investitsiyalari va xususiy iste'molni qo'llab-quvvatlashda tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Hududiy rivojlanish va investitsiyani qo'llab-quvvatlaydigan raqobatbardosh muhitni yaratish uchun bir nechta zaruriy shartlar bo'lishi mumkin. Bular qatoriga, malakali ishchi kuchi, samarali institutlar, yaxshi rivojlangan infratuzilma, moliya va logistika tizimlari kiradi. Bunday elementlar umumiy tarzda "strategik infratuzilma" deb atalishi mumkin, va hududiy hukumatlar hamda institutlar rivojlanish va investitsiyani qo'llab-quvvatlash uchun aynan shunday infratuzilmani barpo etishlari lozim.

Bundan tashqari, innovatsiyalar va yangi mahsulot hamda xizmatlarni tijoratlashtirishga yo‘naltirilgan rivojlangan biznes tarmoqlariga ehtiyoj mavjud. Bunday faoliyatlar, asosan, xususiy sektor doirasida amalga oshiriladi. Hududiy rivojlanishni barqaror saqlab qolishdagi muhim omillardan biri — kapital oqimlarining yo‘qolishini oldini olishdir. Iqtisodiy o‘sishga asoslangan standart siyosat (xususan, turizm) xavfsizroq va barqaror dunyo maqsadlariga mos keladimi-yo‘qligini muhokama qilishni davom ettirish uchun tadqiqotchilar ushbu murakkab muammoni ko‘plab manfaatdor tomonlarning qarama-qarshiliklari bilan hal qilishlari maqsadga muvofiq.

### FOYDALANGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-2026 yillarga mo‘ljallangan “Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi” to‘g‘risidagi PF-60 sonli farmoni
2. Klaassen, G. A., & Opschoor, J. B. (1991). Economics of sustainability or the sustainability of economics: different paradigms. *Ecological economics*, 4(2), 93-115.
3. Barrier, E. B. (2017). The concept of sustainable economic development. In *The economics of sustainability* (pp. 87-96). Routledge.
4. Dresner, S. (2012). *The principles of sustainability*. Routledge.
5. Cerina, F., Markandya, A., & McAleer, M. (2010). *Economics of sustainable tourism*. Routledge
6. Bockermann, A., Meyer, B., Omann, I., Spangenberg, J.H. (2005) ‘Modelling sustainability. Comparing an econometric (PANTA RHEI) and a systems dynamics model (SuE)’, *Journal of Policy Modelling*, Vol. 27, pp.189–210.
7. The World Bank (2010), “Sustainable tourism and cultural heritage: a review of development assistance and its potential to promote sustainability”, Working paper no. TheWorldBank.
8. WTTC (2015), *Travel & Tourism Economic Impact 2015 South East Asia*, World Travel & Tourism Council, London.

## **OLIJ TA'LIMNING MINTAQAVIY IQTISODIY RIVOJLANISHGA TA'SIRINI BAHOLASHNING NAZARIY ASOSLARI**

**Rustamov J.R.** -Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti  
mustaqil izlanuvchisi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada oliy ta'limning mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishga ko'rsatadigan ta'siri har tomonlama tahlil qilingan. Universitetlar va oliy o'quv yurtlarining mehnat bozori, innovatsiya, tadbirkorlik hamda ijtimoiy kapital shakllanishidagi o'rnini ko'rsatib beriladi. Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, oliy ta'limga investitsiya kiritish iqtisodiy raqobatbardoshlikni oshiradi va barqaror hududiy o'sishni ta'minlaydi.

**Kalit so'zlar:** Oliy ta'lim, mintaqaviy rivojlanish, inson kapitali, innovatsiya, mehnat bozori, tadbirkorlik, bilimlar iqtisodiyoti.

**Аннотация.** В статье представлен комплексный анализ влияния высшего образования на региональное экономическое развитие. Подчеркивается роль университетов и высших учебных заведений на рынке труда, инновациях, предпринимательстве и формировании социального капитала. Мировой опыт показывает, что инвестиции в высшее образование повышают экономическую конкурентоспособность и обеспечивают устойчивый региональный рост.

**Ключевые слова:** Высшее образование, региональное развитие, человеческий капитал, инновации, рынок труда, предпринимательство, экономика знаний.

**Abstract.** This article provides a comprehensive analysis of the impact of higher education on regional economic development. The role of universities and higher education institutions in the labor market, innovation, entrepreneurship, and social capital formation is highlighted. World experience shows that investing in higher education increases economic competitiveness and ensures sustainable regional growth.

**Keywords:** Higher education, regional development, human capital, innovation, labor market, entrepreneurship, knowledge economy

XXI asrda oliy ta'lim muassasalarining roli faqat ta'lim va ilmiy tadqiqotlar bilan cheklanib qolmay, balki hududiy innovatsiya, iqtisodiy diversifikatsiya va ijtimoiy ko'tarilishni ta'minlovchi asosiy omilga aylangan. Kuchli oliy ta'lim tizimiga ega hududlar ko'proq iqtisodiy o'sishga erishadi, malakali kadrlarni jalb qiladi va zamonaviy bilimlarga asoslangan sohalarni rivojlantiradi. Ushbu maqolada oliy ta'limning mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishiga ta'siri ko'rib chiqiladi

T. Shults (Theodore W. Schultz) – “Inson kapitali nazariyasi” asoschisi sifatida oliy ta'limni iqtisodiy o'sishning asosiy omili sifatida ko'rgan. Uning fikricha, ta'limga kiritilgan investitsiyalar — inson kapitaliga investitsiyadir va bu mehnat unumdorligini oshiradi[1]. G. Bekker (Gary Becker) – Ta'lim, salomatlik va kasbiy tayyorgarlikni iqtisodiy resurslar sifatida baholab, inson kapitali iqtisodiy raqobatbardoshlikni ta'minlovchi asosiy omil ekanligini ta'kidlagan[2]. Charles Tiebout (1956) – U mintaqaviy rivojlanish bo'yicha olib borgan tadqiqotlarida aholining ijtimoiy xizmatlar (shu jumladan ta'lim) asosida ma'lum hududlarni tanlashi orqali resurslar taqsimoti va mintaqaviy iqtisodiyot shakllanishiga ta'sir qilishi mumkinligini ko'rsatgan[3].

## 1 – jadval

### Mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishning asosiy jihatlari[4]

Yo'nalishlar	Izoh
<b>Mahalliy iqtisodiy o'sish</b>	Hududdagi sanoat, qishloq xo'jaligi, xizmat ko'rsatish kabi tarmoqlarda ishlab chiqarish hajmining oshishi.
<b>Bandlikning oshishi</b>	Aholi uchun ish o'rinlarining yaratilishi, ayniqsa yoshlarga va malakali ish kuchiga talab ortishi.
<b>Yashash darajasining ko'tarilishi</b>	Aholining real daromadlari, sog'liqni saqlash, ta'lim va ijtimoiy xizmatlarga kirish imkoniyatlari yaxshilanishi.
<b>Infratuzilmaning rivojlanishi</b>	Transport, aloqa, energetika va boshqa infratuzilmalarning zamonaviylashuvi.
<b>Innovatsiya va tadbirkorlik:</b>	Mahalliy tadbirkorlikni rivojlantirish, universitetlar va ilmiy muassasalar bilan hamkorlikni kuchaytirish.
<b>Mahalliy iqtisodiy o'sish</b>	Hududdagi sanoat, qishloq xo'jaligi, xizmat ko'rsatish kabi tarmoqlarda ishlab chiqarish hajmining oshishi.

Mintaqaviy iqtisodiy rivojlanish — bu ma'lum bir geografik hudud (viloyat, tuman, shahar yoki butun mintaqada) iqtisodiy faollikning o'sishi, ishlab chiqarish, bandlik, yashash darajasi va aholi farovonligining oshishi jarayonidir. Bu jarayon

mahalliy resurslar, infratuzilma, ishchi kuchi va boshqaruv tizimlaridan oqilona foydalanishni talab qiladi.

Mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishning asosiy jihatlari turli yo‘nalishlarda o‘z aksini topadi. Eng avvalo, mahalliy iqtisodiy o‘shish sanoat, qishloq xo‘jaligi va xizmat ko‘rsatish sohalaridagi ishlab chiqarish hajmining oshishi orqali namoyon bo‘ladi. Bandlikning oshishi esa aholiga, ayniqsa yoshlar va malakali ish kuchiga, yangi ish o‘rinlari yaratish orqali erishiladi. Shu bilan birga, yashash darajasining ko‘tarilishi aholi daromadlari, sog‘liqni saqlash, ta‘lim va ijtimoiy xizmatlardan foydalanish imkoniyatlarining yaxshilanishini bildiradi. Bundan tashqari, infratuzilmaning rivojlanishi transport, aloqa, energetika va boshqa sohalarning zamonaviylashuvi bilan bog‘liq. Innovatsiya va tadbirkorlikni rivojlantirish esa mahalliy tadbirkorlik subyektlari, universitetlar va ilmiy markazlar o‘rtasida hamkorlikni kuchaytirish orqali amalga oshiriladi.

Oliy ta‘lim muassasalari mintaqalarda joylashgan ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarning ajralmas qismidir. Ular nafaqat malakali kadrlar tayyorlaydi, balki ilmiy tadqiqotlar, innovatsiyalar, tadbirkorlik va sanoat bilan aloqalarni rivojlantirish orqali mintaqaning iqtisodiy o‘shishiga bevosita ta‘sir ko‘rsatadi. *Birinchi*dan, Oliy ta‘lim orqali malakali mutaxassislar yetishtiriladi. Bu esa mintaqaviy korxonalarda innovatsion va yuqori samarali mehnat kuchi shakllanishiga xizmat qiladi. *Ikkinchi*dan, Universitetlar o‘zlari bevosita ish beruvchi sifatida faoliyat yuritadi (professor-o‘qituvchilar, xodimlar, texnik xizmatlar). Shuningdek, ular atrofida xizmatlar sektori (ijtimoiy infratuzilma, yotoqxonalar, ovqatlanish, transport) rivojlanadi. *Uchinchi*dan, Universitetlar ilmiy markaz sifatida innovatsiyalar ishlab chiqadi, startaplar va texnoparklar faoliyatini qo‘llab-quvvatlaydi. Bu esa sanoatni yangilash, raqobatbardoshlikni oshirishga olib keladi. *To‘rtinchi*dan, Mintaqalarda oliy ta‘lim muassasalarining faoliyati iqtisodiy markazlashuvni kamaytiradi, yoshlarning o‘z hududida qolib ishlash imkonini yaratadi, ichki migratsiyani muvozanatlashtiradi. *Beshinchi*dan, Oliy ta‘lim

olganlar orasida tadbirkorlikka intilish kuchliroq bo‘ladi. Bu esa mintaqalarda kichik va o‘rta biznes rivojlanishiga turtki beradi.

Oliy ta‘lim muassasalari iqtisodiyotga ko‘p qirrali ta‘sir ko‘rsatadi. Oliy ta‘lim muassasalari sanoat va xizmat ko‘rsatish sohalariga xarajatlar yo‘naltiruvchi iqtisodiy subyekt sifatida faoliyat yuritadi. Ular o‘z jamoalari, talabalar va tashrif buyuruvchilar orqali tovar va xizmatlarga bo‘lgan talabni oshirib, mintaqaviy iqtisodiy faollikni kuchaytiradi.

## 2 – jadval

### Oliy ta‘limning mahalliy jamiyatga ta‘siri[5]

Ta‘sir etish yo‘nalishlari	Izoh
An‘anaviy iqtisodiy ta‘sir: Universitetlar sanoatning iqtisodiy asosi sifatida.	Universitetlar o‘z jamoalariga tovarlar va xizmatlar uchun sarf-xarajatlari hamda xodimlari, talabalari va tashrif buyuruvchilari xarajatlari orqali iqtisodiy ta‘sir ko‘rsatadi.
Shaxs va jamiyat uchun foyda: Oliy ta‘lim inson kapitalini ishlab chiqaruvchi muassasa sifatida.	Universitetlar inson kapitali zaxirasini yaxshilaydi, bu esa universitetlarda o‘qiganlar va jamiyatdagi boshqa ishchilarning ish haqining oshishiga olib keladi. Yuqori darajadagi ta‘lim darajasi boshqa ijtimoiy manfaatlarga olib keladi, shu jumladan jamiyatning iqtisodiy rivojlanish uchun raqobat qilish qobiliyatini oshiradi.
Bilimlarni yaratish: Oliy ta‘lim tadqiqot institutlari sifatida. Tadqiqot faoliyati	Universitetlar ilm-fan va texnologiyani rivojlantiradigan va innovatsiyalarga olib keladigan bilimlarni ishlab chiqaradi. Yangi mahsulotlar va jarayonlar yaratiladi. Bu ham jamiyatning iqtisodiy rivojlanish uchun raqobat qilish qobiliyatini oshiradi, ayniqsa bilim iqtisodiyoti bilan bog‘liq. Hukumat va boshqa mahalliy bo‘lmagan manbalar tomonidan moliyalashtirishning ko‘payishi ham jamiyatga foyda keltiradi.

Shu bilan birga, oliy ta‘lim inson kapitalini rivojlantirishda muhim rol o‘ynaydi — universitetlarda o‘qiganlar jamiyatda yuqori malakali ishchi kuchi sifatida faoliyat yuritib, ish haqining o‘shishiga, ijtimoiy manfaatlarning kengayishiga va iqtisodiy raqobatbardoshlikning ortishiga hissa qo‘shadi. Bundan tashqari, oliy ta‘lim ilm-fan va texnologiya rivoji uchun asos bo‘lib xizmat qiladi. Universitetlar yangi bilimlar va innovatsion mahsulotlar yaratish orqali jamiyat taraqqiyotiga xizmat qiladi. Bu esa bilim iqtisodiyoti shakllanishi, resurslardan samarali foydalanish va iqtisodiy barqarorlikni ta‘minlashga olib keladi. Demak,

oliy ta'lim nafaqat kadrlar tayyorlaydi, balki iqtisodiy o'sishni rag'batlantiruvchi strategik omil sifatida namoyon bo'ladi.

Iqtisodiy bazaviy faoliyatning mahalliy iqtisodiyotga qo'shadigan to'liq hissasi kirish-chiqish modellari yoki odatda iqtisodiy ta'sir tahlili deb ataladigan modellar yordamida o'lchanishi mumkin. Ushbu turdagi tahlilga asosiy faoliyatning o'z ish haqi va ish bilan ta'minlanganligi orqali to'g'ridan-to'g'ri hissa qo'shish kiradi. Bundan tashqari, universitet boshqa mahalliy korxonalaridan tovarlar va xizmatlarni sotib olish va barcha xodimlarning to'g'ridan-to'g'ri yoki bilvosita asosiy faoliyat bilan bog'liq bo'lgan iste'mol xarajatlari bilan qo'llab-quvvatlanadigan ish joylari va daromadlaridan kelib chiqadigan bilvosita yoki multiplikator effektlarini ishlab chiqaradi. Universitetning hissasi, aytaylik, yarimo'tkazgichlar ishlab chiqaruvchisidan farq qiladi va undan biroz kengroqdir, chunki yarimo'tkazgichlarni xaridorlardan farqli o'laroq, universitet mijozlari (ya'ni talabalar) odatda mahalliy hududda istiqomat qiladilar, pul sarflaydilar va mahalliy iqtisodiyotda ish joylarini qo'llab-quvvatlaydilar.

Oliy ta'lim muassasalari mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ular nafaqat malakali kadrlarni tayyorlash orqali mehnat bozorini sifat jihatidan yaxshilaydi, balki ilmiy tadqiqotlar va innovatsiyalar orqali iqtisodiy o'sishga turtki beradi. Universitetlar hududlarda xizmat ko'rsatish, transport va boshqa sohalarni faollashtirib, to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita iqtisodiy ta'sir ko'rsatadi. Shuningdek, oliy ta'lim inson kapitalini rivojlantirib, jamiyatdagi raqobatbardoshlikni oshiradi va ijtimoiy farovonlikka xizmat qiladi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI**

1. Schultz, T. W. (1961). *Investment in Human Capital*. The American Economic Review, 51(1), 1–17.
2. Becker, G. S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. University of Chicago Press.
3. Charles Tiebout (1956). "A Pure Theory of Local Expenditures". Journal of Political Economy. Volume 64, Issue 5. P 416 – 424.

# MINTAQA IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA XIZMATLAR SOHASINI TAKOMILLASHTIRISH METODOLOGIYASI

Achilova Firuza Kurbanovna, Qarshi davlat texnika universiteti, i.f.f.d.

(PhD)

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada mintaqa iqtisodiyotining barqaror rivojlanishida xizmatlar sohasining ahamiyati va uni takomillashtirish metodologiyasining zaruriyati yoritilgan. Ayniqsa, Qashqadaryo viloyati misolida xizmatlar sektorining hozirgi holati, mavjud muammolar va rivojlanish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Muallif tomonidan metodologik yondashuv asosida xizmatlar sohasini hududiy xususiyatlarga mos holda rivojlantirish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

**Kalit so'zlar:** xizmatlar sohasi, barqaror rivojlanish, mintaqa iqtisodiyoti, Qashqadaryo viloyati, metodologiya.

**Аннотация.** В статье раскрывается значение сферы услуг в устойчивом развитии региональной экономики и необходимость совершенствования методологии её развития. На примере Кашкадарьинской области проведён анализ текущего состояния сферы услуг, выявлены проблемы и потенциальные направления роста. Автор предлагает методологический подход к развитию сектора услуг с учетом региональной специфики.

**Ключевые слова:** сфера услуг, устойчивое развитие, региональная экономика, Кашкадарьинская область, методология.

**Annotation.** This article explores the importance of the service sector in the sustainable development of regional economies and highlights the need to improve development methodologies. Using the Kashkadarya region as an example, the paper analyzes the current state of the service sector, identifies challenges and potential areas for growth. The author proposes a methodological approach tailored to regional specificities.

**Keywords:** service sector, sustainable development, regional economy, Kashkadarya region, methodology.

**Kirish.** Hozirgi globallashuv sharoitida iqtisodiy o'sishning barqarorligini ta'minlashda xizmatlar sohasining o'rni tobora ortib bormoqda. Ushbu soha nafaqat iqtisodiy faollikni, balki aholi bandligini, infratuzilma rivojini ham ta'minlaydi. Shu bois, xizmatlar sohasini ilmiy asoslangan metodologiya asosida rivojlantirish mintaqaviy iqtisodiy siyosatning ustuvor yo'nalishiga aylanmoqda.

Xizmatlar sohasining mamlakat iqtisodiyotidagi ulushini oshirish, joylarda xizmatlar sohasidagi mavjud imkoniyatlardan to'liq foydalanish, xizmat turlarini kengaytirish va sifatini oshirish, tadbirkorlik subyektlarini yanada qo'llab-quvvatlash maqsadida, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 11

maydagi PQ-5113-son qarori bilan “O‘zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasini rivojlantirishning maqsadli parametrlari” tasdiqlandi va ularning monitoringini olib borish joriy etildi.

Xizmatlar sohasi — bu moddiy mahsulot ishlab chiqarmaydigan, ammo iqtisodiyotda, jamiyatda va insonlarning kundalik hayotida muhim rol o‘ynaydigan faoliyat turi hisoblanadi. Bu soha asosan xizmat ko‘rsatish orqali qiymat yaratadi, ya’ni tovar emas, balki xizmat taqdim etadi.

Xizmatlar sohasiga quyidagilar kiradi:

1. Savdo va umumiy ovqatlanish — do‘konlar, restoranlar, kafelar.
2. Transport va aloqa — avtobus, taksi, temir yo‘l, pochta, telefon, internet xizmatlari.
3. Moliyaviy xizmatlar — banklar, sug‘urta kompaniyalari, kredit tashkilotlari.
4. Ta’lim va sog‘liqni saqlash — maktablar, universitetlar, kasalxonalar, poliklinikalar.
5. Turizm va mehmondo‘stlik — mehmonxonalar, sayyohlik agentliklari, ekskursiyalar.
6. Kommunal xizmatlar — elektr, gaz, suv ta’minoti, chiqindilarni olib chiqish.
7. Axborot texnologiyalari va konsalting — IT xizmatlari, dasturlash, biznes maslahati.

Xizmatlar sohasi zamonaviy iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan va iqtisodiy o‘shishga katta hissa qo‘shayotgan tarmoqlaridan biridir. U bandlik darajasini oshiradi, aholi turmush darajasini yaxshilaydi va mintaqaviy rivojlanishda muhim omil bo‘lib xizmat qiladi [2].

**Mavzuning dolzarbligi.** O‘zbekiston iqtisodiy siyosatida hududlarni kompleks rivojlantirishga alohida e’tibor qaratilmoqda. Shu jarayonda xizmatlar sohasining ulushi ortib borayotgan bo‘lsa-da, uning salohiyatidan to‘liq foydalanilmayapti. Ayniqsa, Qashqadaryo viloyatida bu sohaning rivoji sust kechmoqda. Mavjud muammolarni tizimli tahlil qilish va ularni yechish uchun takomillashgan metodologik yondashuv zarurdir.

**Qashqadaryo viloyatida xizmatlar sohasining hozirgi holati.** Qashqadaryo viloyatida xizmatlar sohasi so‘nggi yillarda barqaror o‘shish sur‘atlarini namoyon etmoqda. 2024-yil yanvar-iyul oylarida ko‘rsatilgan xizmatlar hajmi 12 618,5 milliard so‘mni tashkil etib, bu 2023-yilning shu davriga nisbatan 11,8% ga o‘sdi.

Asosiy ko‘rsatkichlar:

- Aholi jon boshiga xizmatlar hajmi: 3 527,3 ming so‘m.
- Xizmatlar sohasida kichik tadbirkorlik ulushi: 65,1%.
- Xizmatlar sohasidagi korxonalar va tashkilotlar ulushi: 67,8%.

Xizmatlar hajmi bo‘yicha yetakchi hududlar:

- Qarshi shahri: 3 600,4 milliard so‘m (28,5% ulush).
- Shahrisabz tumani: 614,9 milliard so‘m (4,9%).
- G‘uzor tumani: 516,6 milliard so‘m (4,1%).
- Dehqonobod tumani: 375,2 milliard so‘m (3%).

2024-yil yanvar-iyul oylarida xizmat turlarining o‘shish sur‘atlari quyidagicha:

- Savdo xizmatlari: 11,8% o‘shish.
- Ta‘lim sohasidagi xizmatlar: 2,6%.
- Sog‘liqni saqlash sohasidagi xizmatlar: 1,1%.
- Me‘morchilik xizmatlari: 1,2%.
- Ko‘chmas mulk bilan bog‘liq xizmatlar: 1,1%.
- Shaxsiy xizmatlar: 0,9%.
- Kompyuterlar va maishiy tovarlarni ta‘mirlash bo‘yicha xizmatlar: 0,9%.

Qashqadaryo viloyatida xizmatlar sohasi barqaror rivojlanmoqda, ayniqsa savdo va ta‘lim xizmatlarida sezilarli o‘shish kuzatilmoqda. Hududlar kesimida esa Qarshi shahri yetakchilik qilmoqda. Kelgusida xizmat turlarini diversifikatsiya qilish va sifatini oshirish orqali sohaning yanada rivojlanishiga erishish mumkin.

Iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri bo‘lgan xizmatlar sohasining ahamiyati juda ulkan va dolzarb hisoblanadi. Ishlab chiqarish jarayonlarining tobora murakkablashib borayotganligi, bozorni kunlik va individual talablarga mos iste‘mol mollari bilan to‘ldirish, innovatsion rivojlanishning jadal o‘shishi jamiyat hayotining yangilanishiga olib keladi. Bu axborot, moliya, transport, sug‘urta va boshqa turdagi xizmatlarsiz amalga oshmaydi. 2025 yil 1 yanvar holatiga ko‘ra, 27 456 ta faoliyat ko‘rsatayotgan korxonalar va tashkilotlardan, xizmatlar sohasida 18 779 ta korxonalar va tashkilotlar jalb qilingan [1].

### **Xizmatlar sohasini rivojlantirish imkoniyatlari**

- **Tabiiy-rekreatsion salohiyat:** viloyatda turizmni rivojlantirish uchun katta imkoniyatlar mavjud.
- **Mehnat resurslari:** yoshlar sonining ko‘pligi yangi xizmat yo‘nalishlarini joriy etishga zamin yaratadi.
- **Transport-geografik joylashuv:** viloyatning strategik yo‘nalishlar bilan bog‘liqligi logistika xizmatlarini rivojlantirish imkonini beradi.
- **Raqamli xizmatlar uchun bozor:** mobil aloqa va internet tarmog‘ining kengayishi IT xizmatlariga talabni oshirmoqda.

Xizmatlar sohasini rivojlantirish — bu iqtisodiy o‘shishni ta‘minlash, bandlikni oshirish va aholi farovonligini yaxshilash uchun muhim strategik yo‘nalishdir. Uni rivojlantirish bir qancha usullar orqali amalga oshiriladi.

1. Infratuzilmani rivojlantirish: Transport, aloqa, internet va energetika tizimlarini yaxshilash xizmatlar ko‘lamini kengaytiradi. Yaxshi infratuzilma xizmatlar sifatini oshiradi va yangi xizmat turlarining paydo bo‘lishiga zamin yaratadi.
2. Raqamlashtirish va innovatsiyalarni joriy etish: Elektron xizmatlar, onlayn platformalar va mobil ilovalar orqali xizmatlar tez, arzon va qulay bo‘ladi. Sun‘iy intellekt, Big Data, blokcheyn kabi texnologiyalar xizmatlar samaradorligini oshiradi.
3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash: Kreditlar, subsidiyalar, soliq imtiyozlari va grantlar orqali xizmat ko‘rsatuvchi tadbirkorlarni rag‘batlantirish. Yangi biznes g‘oyalarni inkubatsiya qilish.
4. Kadrlar salohiyatini oshirish: Kasbiy ta‘lim va malaka oshirish kurslari orqali xizmatlar sohasidagi mutaxassislarni tayyorlash. Xizmat madaniyati va mijozga yo‘naltirilgan yondashuvni rivojlantirish.
5. Sifat nazorati va standartlashtirish: Xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish uchun milliy va xalqaro standartlarga muvofiqlikni ta‘minlash. Litsenziyalash, sertifikatlash va monitoring tizimlarini rivojlantirish.
6. Investitsiyalarni jalb qilish: Mahalliy va xorijiy investorlar uchun qulay biznes muhitini yaratish. Xizmatlar sohasiga yo‘naltirilgan to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalarni rag‘batlantirish.
7. Mintaqaviy ixtisoslashuv: Har bir mintaqada mavjud salohiyatga mos xizmat turlarini rivojlantirish (masalan, turizm – tog‘li hududlarda, logistika – transport yo‘llari yaqinida). Hududlararo kooperatsiyani rivojlantirish.
8. Tashqi bozorlarga chiqish: Xizmat eksportini kengaytirish. Xalqaro hamkorlik orqali xizmatlar sifatini va raqobatbardoshligini oshirish.

**Xulosa.** Xizmatlar sohasini takomillashtirish orqali Qashqadaryo viloyatining iqtisodiy barqarorligini oshirish mumkin. Shu bois, xizmatlar sektoriga xos metodologik yondashuvlarni ishlab chiqish muhim. Mazkur maqolada taklif etilgan metodologiya asosida xizmatlar sohasini rivojlantirishda: hududiy imkoniyatlarga mos strategiyalar ishlab chiqilishi, kasb-hunar ta‘limi orqali kadrlar salohiyati oshirilishi, davlat-xususiy sheriklik asosida infratuzilma rivojlantirilishi zarur.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yhati:**

- [1] Qashqadaryo viloyati statistika boshqarmasi. Qashqadaryo viloyatida xizmatlar sohasining asosiy ko‘rsatkichlari. 2024 yil, yanvar-iyul.
- [2] F.K.Achilova. Uy-joy kommunal xizmat ko‘rsatish samaradorligini oshirish. Monografiya. “Intellekt” nashriyoti, dekabr, 2023 yil, ISBN 978-9910-768-12-5, UO‘K 681.36.974, KBK: 29-502

## MINTAQADA KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA OZIQ- OVQAT XAVFSIZLIGINI TA’MINLASH MASALALARI

**Xudayberganov M. F., - Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi**

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada mintaqada kambag‘allikni qisqartirish zaruriyati, uni ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati, o‘ziga xos xususiyatlari, mavjud imkoniyatlari, ustuvor afzalliklari va ularni samarali amalga oshirishda oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlash masalalari muhokama qilingan.

**Kalit so‘zlar.** Mintaqa, kambag‘allik, kambag‘allikni qisqartirish, oziq-ovqat, xavfsizlik, oziq-ovqat xavfsizligi.

**Аннотация.** В статье рассматриваются необходимость снижения бедности в регионе, ее социально-экономическое значение, специфические особенности, имеющиеся возможности, приоритетные преимущества, а также вопросы обеспечения продовольственной безопасности при их эффективной реализации.

**Ключевые слова.** Регион, бедность, сокращение бедности, продовольствие, безопасность, продовольственная безопасность.

**Abstract.** This article discusses the need for poverty reduction in the region, its socio-economic significance, specific features, existing opportunities, priority advantages, and issues of ensuring food security in their effective implementation.

**Key words.** Region, poverty, poverty reduction, food, security, food security.

Jahonda xavfsizlikni ta’minlash uchun oziq-ovqat ishlab chiqarishni aholi sonini o‘shirishga nisbatan jadal o‘shirishga erishishning ta’minlash muhim vazifa bo‘lib hisoblanadi. Bu esa oziq-ovqat ishlab chiqarishni ta’minlaydigan ekin maydonlarini kengaytirish va hosildorlikni oshirishni talab qiladi. Buning uchun qishloq xo‘jaligiga katta investitsiyalarni jalb qilish va agrar islohotlarni chuqurlashtirish, fermerlarni qo‘llab-quvvatlab, ularga hududlardan foydalanishlari orqali daromad izlab topishga imkon berish lozim. Chunki, jahon mamlakatlarida oziq-ovqat bilan ta’minlash muammosi mavjud. Hozirgi kunda dunyo aholisi 8 mlrd. kishi bo‘lsa, 2050-yilga borib 10 mlrd nafarga yetadi. Bu Osiyo va Afrika

hisobiga to'g'ri kelib, natijada oziq-ovqat taqchilligi kuchayib, ochlik holatining mavjud bo'lishiga asoslanadi. Masalan, hozirgi kunda yer yuzidagi to'yib ovqatlanmaydigan aholi soni 1 mlrd. nafarga yaqin kishiga yetgan. Bu oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashni talab qiladi. Chunki, ochlikdan yiliga 35 ming nafar kishi vafot etadi [1]. Ayni mazkur maqsadni amalga oshirishda jahon oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashga qaratilgan turli yondashuvlarini ilmiy-nazariy tadqiq qilish, mintaqada oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash tamoyillariga amal qilish va oziq-ovqat xavfsizligi ta'minlashda ilg'or xorijiy mamlakatlar tajribalaridan foydalanish muhim ahamiyatga ega bo'lmoqda.

Jahonda oziq-ovqat xavfsizligi oziq-ovqat resurslarining cheklangan bo'lishi va ularni aholi iste'molini qondirishga yetishmay qolishi talab qiladi. Ushbu oziq-ovqat xavfsizligini e'tiborga olgan holda oziq-ovqat ta'minotining zarurligi bo'yicha ham tadqiqotlar olib borilgan. Bu borada oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashni loyihalash shaklida amalga oshirish va tijoriy ahamiyatiga ega bo'lishi shular qatoriga kiradi. Birgalikda loyihalash jarayoni turli texnik va konseptual muammolarni ochib beradi. Shu bois, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini shakllantirish, uni samaradorligini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlarini amalga oshirish va bu borada oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash strategiyasini ishlab chiqish va samarali amalga oshirishning ekonometrik modellarini yaratish bu boradagi ilmiy izlanishlarning ustuvor yo'nalishlaridan biri bo'lib hisoblanadi.

Mamlakatimizda ham oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash masalasi davlat siyosatining asosiy yo'nalishi sifatida qaralib, bu borada oziq-ovqat xavfsizligini maksimal darajada ta'minlash, ovqatlanish tartibini yaxshilash va qishloq xo'jaligining barqaror rivojlanishiga ko'maklashish bo'yicha tizimli ishlar olib borilmoqda. Xususan, Yangi O'zbekistonda iqtisodiyot tarmoqlarida barqaror yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash bo'yicha keng ko'lamlı islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, bu borada O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan ilgari surilgan Taraqqiyot strategiyasining 21-maqsadida mamlakatimiz

mintaqalarini oziq-ovqat bilan ta'minlash yuzasidan "oziq-ovqat va nooziq ovqat mahsulotlari bozorlarida taklifni oshirish va mavsumiy taqchilliklarni bartaraf etish", deb ta'kidlab o'tilgan [2]. Shunday ekan, O'zbekistonda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash ustuvor vazifa bo'lib xizmat qiladi. Bu borada oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash samaradorligini oshirish, mavjud innovatsion yondoshuvlar asosida oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashning optimal mexanizmlarini shakllantirish va oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashning zamonaviy yondashuvlarini ishlab chiqish bo'yicha ko'pgina ilmiy tadqiqotlar olib borishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ayniqsa, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash eng muhim faoliyat turlaridan biri hisoblanadi. Bu oziq-ovqat mahsulotini ishlab chiqarish bilan bog'liq. U xom ashyolardan yakuniy mahsulotgacha bo'lgan barcha ta'minot zanjirini o'z ichiga oladi hamda mikrobiologik, kimyoviy va fizik xavflarni o'z ichiga oladi [3].

Darhaqiqat, mintaqada kambag'allikni qisqartirishda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash masalalari muhim va ko'p qirrali masala bo'lib hisoblanadi. Kambag'allik va oziq-ovqat xavfsizligi bir-biri bilan chambarchas bog'liq bo'lib, bu muammolarni hal qilish kompleks yondashuvni talab qiladi. Ushbu muammolar va uning yechimlari quyidagi yo'nalishlarga ega bo'ladi:

1) Oziq-ovqat yetishmovchiligi va unga yetish imkoniyatining cheklanganligi:

a) muammo: Mintaqada oziq-ovqat ishlab chiqarish hajmining kamligi, infratuzilma yetishmasligi (yo'llar, omborlar va sovutgichlar) tufayli oziq-ovqatning tez buzilishi, aholining oziq-ovqat sotib olishga qurbi yetmasligi.

b) yechimlar:

- qishloq xo'jaligini rivojlantirish: Zamonaviy texnologiyalarni (sug'orish, urug'lik navlari va o'g'itlar) joriy etish, dehqonlarga kreditlar va subsidiya ajratish, agrobiznesni qo'llab-quvvatlash.

- infratuzilmani yaxshilash: Yo'llarni ta'mirlash va yangilarini qurish, omborlar va sovutgichlar qurish, logistika tizimini optimallashtirish.

- ijtimoiy himoya dasturlarini kuchaytirish: Kambag'al oilalarga oziq-ovqat vaucherlari, naqd pul yordami berish va bepul ovqatlanish punktlarini tashkil etish.

- oziq-ovqat narxlarini nazorat qilish: Narxlarning sun'iy ravishda oshirilishiga yo'l qo'ymaslik va davlat tomonidan arzon oziq-ovqat mahsulotlarini sotish.

## 2) To'yib ovqatlanmaslik va mikroelementlar yetishmovchiligi:

a) muammo: Aholining oziq-ovqat ratsionida vitaminlar, minerallar va boshqa muhim mikroelementlarning yetishmasligi, ayniqsa bolalar va homilador ayollar orasida muhim ahamiyat kasb etadi.

### b) yechimlar:

- oziq-ovqatni boyitish: Oziq-ovqat mahsulotlariga (un, tuz va yog') vitaminlar va minerallar qo'shish.

- oziqlanish bo'yicha ta'lim: Aholini to'g'ri ovqatlanish, muvozanatli ratsion va oziq-ovqat mahsulotlarining foydali xususiyatlari haqida xabardor qilish.

## 3) Iqlim o'zgarishi va tabiiy ofatlar:

a) muammo: Qurg'oqchilik, suv toshqinlari, sel kabi tabiiy ofatlar oziq-ovqat ishlab chiqarishga salbiy ta'sir ko'rsatadi va oziq-ovqat xavfsizligini xavf ostiga qo'yadi.

### b) yechimlar:

- iqlimga moslashgan qishloq xo'jaligi: Qurg'oqchilikka chidamli ekinlar ekish, suvni tejavchi texnologiyalarni joriy etish va sug'orish tizimlarini modernizatsiya qilish.

- erta ogohlantirish tizimlarini yaratish: Tabiiy ofatlarni oldindan aniqlash va aholini xabardor qilish.

- sug'urta tizimini rivojlantirish: Dehqonlarning hosilini sug'urta qilish, tabiiy ofatlar oqibatida ko'rilgan zararni qoplash.

## 4) Gender tengsizlik:

a) Muammo: Ayollar qishloq xo'jaligida katta rol o'ynasada, yerga egalik qilish, kredit olish va ta'lim olish imkoniyatlari cheklangan. Bu oziq-ovqat ishlab chiqarish va oila daromadiga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

b) Yechimlar:

- ayollarning yerga egalik qilish huquqini ta'minlash: Qonunchilikni takomillashtirish va amalda qo'llash.

- ayollarga kredit va texnik yordam berish: Qishloq xo'jaligi sohasida ayollarning biznesini qo'llab-quvvatlash.

- ayollarning ta'lim olish imkoniyatlarini kengaytirish: Qishloq joylarda ayollar uchun maxsus ta'lim dasturlarini tashkil etish.

Xulosa shuki, kambag'allikni qisqartirishda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash kompleks va uzoq muddatli vazifa bo'lib, hukumat, xalqaro tashkilotlar, fuqarolik jamiyati va xususiy sektorning birgalikdagi harakatlarini talab qiladi. Ushbu masalalarni hal qilish orqali mintaqada kambag'allikni qisqartirish va aholining farovonligini oshirishga erishish mumkin.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. <https://ru.euronews.com/2022/11/04/world-population-to-hit-8-billion>

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son Farmoni. Manba: <https://lex.uz/docs/5841063>

3. Carl A. Batt. Food Safety Assurance. // Reference Module in Food Science, 2016.

MUNDARIJA

UMUMIY MA'RUZALAR

<b>4-SHO'BA. KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHNING DOLZARB MUAMMOLARI</b>		
1.	<b>Abdullayev I.S., Shamurotov S.B.</b> Xorazm viloyatida qishloq xo'jaligi texnikalari bilan ta'minlanish darajasining agrar sektorida suv resurslar samaradorligi taminlashdagi rolini baholash.....	<b>3</b>
2.	<b>Do'schanov. T.D., Nasretdinova. F.O.</b> Ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishni ijtimoiy tadbirkorlik mexanizmi asosida takomilashtirish masalalari.....	<b>6</b>
3.	<b>Ruzmetov B. Shokirova M.D.</b> Mintaqada kambag'allikni qisqartirish omillari.....	<b>11</b>
4.	<b>Bekjanov D.Y.</b> Qishloq xo'jaligi oziq-ovqat ta'minot zanjirini optimal tartibga solishda blokchain texnologiyasini tatbiq etishning BOCR tahlili.....	<b>17</b>
5.	<b>Raximov Z.T., O'rozov A.</b> Analysis of poverty reduction: practical application of the arima model for gross domestic product (gdp) forecasting....	<b>23</b>
6.	<b>Кулимова Х. М.</b> Солиқ тизимида импорт операцияларининг аҳамияти..	<b>28</b>
7.	<b>Бабаджанов Б.</b> Камбағалликни қисқартиришда таълим-тарбиянинг аҳамияти.....	<b>32</b>
8.	<b>Adilova Y.Sh.</b> Kambag'allikni qisqartirishning nazariy asoslari hamda hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ahamiyati.....	<b>38</b>
9.	<b>Rahimboyev M.I.</b> Qoraqalpog'iston respublikasi iqtisodiyoti tarmoqlarida bandlar ulushi.....	<b>42</b>
10.	<b>Исламудинова Д. Ф</b> Основные этапы развития коневодства и его влияние на экономику регионов Узбекистана.....	<b>47</b>
11.	<b>Ruzmetova I.Y.</b> Xorazm viloyatida kichik biznes muammolari va ularni hal etish yo'llari.....	<b>53</b>
12.	<b>Yusupova M.U., Erkinov S.A.</b> Kambag'allikni qisqartirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning dolzarb muammolari.....	<b>58</b>
13.	<b>Sapayev M.K.</b> Xorazm viloyatining iqtisodiy-ekologik rivojlanish jarayonlari tahlili.....	<b>63</b>
14.	<b>Madraimova M.R.</b> Kambag'allikni qisqartirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning o'rni.....	<b>69</b>
15.	<b>Юсуббаева Д. К. Абдуллаева З.С.</b> Сунъий интеллект ва рақамли инновацияларни инсон капитали билан уйғунлиги ва унинг иқтисодий ривожланишга таъсири .....	<b>74</b>
16.	<b>Zaripova M.Z.</b> Kambag'allikni qisqartirishda agrar sohaga investitsiyalar jalb qilish samaradorligi.....	<b>81</b>
17.	<b>Masharipova M.B.</b> Tadbirkorlik faoliyatida raqamli marketing samaradorligiga ta'sir qiluvchi omillar tahlili.....	<b>85</b>
18.	<b>Жуманов Р. Б.,</b> Минтақада кичик ва ўрта бизнес субъектлари фаолиятини такомиллаштириш.....	<b>89</b>
19.	<b>Soporboyev D. Y. Soporboyev N.Y.</b> O'zbekistonda qayta tiklanadigan energiya manbalarining issiqxona gazlari emissiyasiga ta'siri.....	<b>93</b>
20.	<b>Xudoyqulov H.A., Nazarova O.O'.</b> O'zbekiston respublikasi mahalliy byudjetlarining tuzilishi, faoliyati va tahlili.....	<b>99</b>
21.	<b>Машарипова Х. М.</b> Минтақанинг рақобатбардошлик мезонлари ва уларга инвестицияларнинг таъсири.....	<b>105</b>

22.	<b>Sapayev M. K.</b> Qishloq xo'jaligi mahsulotlari eksportining kambag'allikni qisqartirishdagi ahamiyati.....	<b>110</b>
23.	<b>Elov O.K.</b> Navoiy viloyatida kichik biznes rivojining sifat ko'rsatkichlariga tarmoqlar ta'sirini baholash.....	<b>116</b>
24.	<b>Ibrayimova D.A.</b> Xorazm viloyatida chakana savdoni barqaror rivojlantirish tendensiyalari .....	<b>121</b>
25.	<b>Eshmatov D.A.</b> Davlat investitsiyalari va ularning O'zbekiston Respublikasidagi asosiy muammolari.....	<b>126</b>
26.	<b>Babajanov X. A.</b> Milliy iqtisodiyotda oilaviy tadbirkorlikning mohiyati va shakllari.....	<b>129</b>
27.	<b>Allamberganov X. A.</b> Mintaqada kambag'allikni qisqartirishda tashqi savdo salohiyatini yuksaltirish masalalari.....	<b>134</b>
26.	<b>Салаева Б. К.</b> Тadbirkorlikning айрим назарий-услубий масалалари таҳлили.....	<b>139</b>
27.	<b>Шарипова Б.Б.</b> Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарининг инновацион фаолиятини тартибга солиш механизмининг таркибий қисмлари.....	<b>146</b>
28.	<b>Narboyev S. A.</b> Kambag'allikni qisqartirishda kichik biznes va tadbirkorlik holati imkoniyatlari.....	<b>151</b>
29.	<b>Искандарова М.Р.</b> Кадрлар қўнимсизлигини камайтириш орқали ижтимоий-иқтисодий ўсишга эришиш имкониятлари.....	<b>156</b>
30.	<b>То'xtayev Z. E.</b> Kichik tadbirkorlik subyektlarining jami bandlikdagi ulushi	<b>161</b>
31.	<b>Kuchkarova Sh.D.</b> O'zbekiston sug'urta bozorini maqsadli rivojlantirish ko'rsatkichlari va ularning o'zaro korrelyatsiyasi .....	<b>165</b>
32.	<b>Komiljonova Sh.M.</b> Marketing vositalaridan samarali foydalanish orqali jamoat transporti jozibadorligini oshirish.....	<b>169</b>
33.	<b>Shamurotov S.B.</b> Xorazm viloyatida qishloq xo'jaligida suv resurslaridan foydalanish samaradorligini "ma'lumotlar muhiti tahlili" (dea) modeli yordamida baholash.....	<b>173</b>
<b>5-SHO'BA. KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHDA HUDUDLARDA TURIZM VA XIZMATLAR SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING AHAMIYATI</b>		
34	<b>Maheran Md Nasir and Siti Salwa Md Sawari</b> Exploring the barriers and opportunities for muslim women in adventure tourism.....	<b>178</b>
35	<b>Олланазаров Б.Д., Собирова Х.И.</b> Туристтик хизматлар кўрсатиш соҳасини давлат-хусусий шериклик механизми асосида ривожлантириш имкониятлари.....	<b>183</b>
36	<b>Xudayberganov D.T.</b> Kambag'allikni qisqartirishda innovatsion xizmatlarni rivojlantirish yo'nalishlari.....	<b>189</b>
37	<b>Masharipova M.A.</b> Kambag'allikni qisqartirishda xizmat ko'rsatish sohasining o'rni.....	<b>194</b>
38	<b>Ihamova Z.P.</b> Raqamli marketing vositalari asosida turistik xizmatlar sohasini rivojlantirish imkoniyatlari.....	<b>198</b>
39	<b>Muhammad Haniff Najmi Mazli and Siti Salwa Md Sawari</b> Bridging service gaps in muslim friendly adventure tourism: stakeholder perspectives and framework development.....	<b>203</b>
40	<b>Zaripov X. Z.</b> Raqamli iqtisodiyotda inson kapitalini rivojlantirishda o'qitish tizimi.....	<b>207</b>
41	<b>Abdullayeva Sh. D., Yuldoshov B. H.</b> 2022-2026-yangi o'zbekistonning taraqqiyot strategiyasiga muvofiq sun'iy intellekt va ma'lumotlarni qayta ishlash sohasini rivojlantirish.....	<b>213</b>

42	<b>Aminova M.S., Salayeva L.U.</b> Kambag'allikni qisqartirishda marketing faoliyatini tashkil etish.....	<b>217</b>
43	<b>Matyusupov B.</b> Marketing 4.0 konsepsiyasi mohiyati va turizmda raqamli marketing funksiyalaridan foydalanish.....	<b>222</b>
44	<b>O'rinova D.B.</b> Kambag'allikni qisqartirishga ziyoratlarning ta'siri.....	<b>226</b>
45	<b>Salayeva D.A.</b> Kambag'allikni qisqartirishda turizmning tutgan o'rni va uni rivojlantirish imkoniyatlari.....	<b>230</b>
46	<b>Jumaniyazova R.Q.</b> Mintaqada turizm infratuzilmasini innovatsion rivojlantirishda investitsiyalarning roli.....	<b>233</b>
47	<b>Yusupova M.U.</b> Mintaqa iqtisodiyotida turizm industriyasini rivojlantirish ko'rsatkichlarini prognozlashtirish.....	<b>237</b>
48	<b>Kalandarov F.</b> Tourism's contribution to employment: fueling jobs across the globe.....	<b>242</b>
49	<b>Vaisov D.I.</b> Tibbiy xizmatlar ko'rsatishda zamonaviy trendlar.....	<b>246</b>
50	<b>Ishchanova S.I.</b> Kambag'allikni qisqartirishda mediamahsulotlar eksporti salohiyatini oshirish.....	<b>251</b>
51	<b>Ishchanova S.I.</b> Xorazm viloyatida kambag'allikni qisqartirishda mediamarketing strategiyalaridan samarali foydalanish.....	<b>254</b>
52	<b>Sabirova O.Sh.</b> O'zbekistonda raqamli bank xizmatlarining ahamiyati va uning istiqbollari.....	<b>258</b>
53	<b>Jumaev I.X.</b> Mintaqa turistik imkoniyatlaridan foydalanishning atrof muhitga ta'sirini baholash yo'llari.....	<b>263</b>
54	<b>Isakov R.K.</b> Mintaqaning barqaror rivojlanishini ta'minlashda turizm sohasining roli.....	<b>269</b>
55	<b>Шарипова Б.Б.</b> Хоразм вилоятида хизматлар кўрсатиш фаолиятининг асосий тури бўлган корхоналар ва туманларда хизмат кўрсатиш фаолияти бўйича субъектлар сони динамикаси таҳлили.....	<b>275</b>
56	<b>Qurbanbayev Sh.B. Isakov R.K.</b> Yoshlar turizmini rivojlantirish orqali aholini kam ta'minlangan qismini daromadlarini oshirish imkoniyatlari.....	<b>280</b>
57	<b>Kadirbergenova Sh.U.</b> Qishloq xo'jaligi mahsuloti ishlab chiqarish samaradorligini oshirishda marketing vositalaridan foydalanish afzalliklari va kambag'allikni qisqartirishda uning roli.....	<b>285</b>
58	<b>Qurbanov F. B. Quronboyeva A.D.</b> Xizmatlar eksporti: mehmonxona va turizm sohasidagi imkoniyatlar.....	<b>290</b>
59	<b>Ermetov A. I.</b> Mintaqa iqtisodiy tizimini barqaror rivojlantirishning asosiy tamoyillari va istiqbollari .....	<b>294</b>
60	<b>Oybek Egamberdiyev</b> Leveraging tourism and service industry growth for sustainable regional poverty alleviation .....	<b>297</b>
61	<b>Ganiyeva L.S.</b> Mintaqada eksport-import operatsiyalarini innovatsion raqamlashtirishning nazariy asoslari.....	<b>301</b>
62	<b>O'rozboyev S.I.</b> Oliy ta'lim muassasalarining xalqaro reytinglardagi o'rinlarini yaxshilashda marketing yondashuvlarining nazariy va metodologik asoslari.....	<b>304</b>
63	<b>Bardiyev S.U.</b> Telekommunikatsiya va axborot tizimlarining zamonaviy iqtisodiyotda kambag'allikni qisqartirishdagi o'rni.....	<b>311</b>
64	<b>Vafayev A. H.</b> Tadbirkorlikni rivojlantirishda ijtimoiy media marketing funksiyalaridan foydalanish.....	<b>316</b>
65	<b>Jumayev I.X.</b> Mintaqa iqtisodiy barqarorligini ta'minlashning nazariy asoslari.....	<b>320</b>

66	<b>Rustamov J.R.</b> Oliy ta'limning mintaqaviy iqtisoiy rivojlanishga ta'sirini baholashning nazariy asoslari.....	<b>324</b>
67	<b>Achilova F. K.</b> Mintaqa iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishda xizmatlar sohasini takomillashtirish metodologiyasi	<b>329</b>
68	<b>Xudayberganov M. F.</b> Mintaqada kambag'allikni qisqartirishda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash masalalari.....	<b>333</b>

**“Kambag‘allikni qisqartirishda hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ahamiyati” mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy anjuman**

## **MATERIALLARI**

**Международная научно-практическая конференция на тему «Значение социально-экономического развития регионов в сокращении бедности»**

## **МАТЕРИАЛЫ**

**International scientific and practical conference on the topic "The importance of socio-economic development of regions in reducing poverty "**

## **MATERIALS**

### **II Jild**

Nash.lits. №211573

Bosishga ruxsat etiladi: 24.04.2025 yil

Bichimi 60 x 84 <sup>1/16</sup>. “Times New Roman”  
garniturada raqqli bosma ustida chop etildi.

Shartli bosma tabog‘i 24,5. Adadi 100. Buyurtma № 29-05

Tel: (33) 701 12 00, (99) 564 63 20

“Khwarezm publication” MCHJ nashriyoti.

220502, Urganch t. Zargarlar mahallasi Marvarid ko‘chasi 8-yo‘lak 4-  
uy.

“Khwarezm travel” bosmaxonasida chop etildi.

Urganch t. Zargarlar mahallasi Marvarid ko‘chasi 8-yo‘lak 4-uy.