

08.00.01
08.00.02
08.00.03
08.00.04
08.00.05
08.00.06
08.00.07
08.00.08
08.00.09
08.00.10
08.00.11
08.00.12
08.00.13
08.00.14
08.00.15
08.00.16
08.00.17

2025 №12 MAY

JURNAL

**BANK
BOZOR
BIZNES**

[HTTPS://JBMB.UZ/](https://jbmb.uz/)

ISSN 3030-3605

GUVOHNOMA №224008



Bosh muharrir

Elektron nashr.

Pardayev Olim Mamayunusovich

Nashrga tayyorlovchi

Mas'ul kotib

Hamidov Mubin Habibjonovich

Bekmurodov Abbos Amiriddinovich

Tahririyat kengashi a'zolari:

Pulatov Muxiddin Egamberdiyevich	SamISI, rektori professori, i.f.d.
Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich	SamISI, professor, i.f.d.
Sharipov To'lg'in Saidaxmedovich	SamISI, O'quv ishlari bo'yicha prorektori, dotsent, i.f.n.
Berdimurodov Azizjon Shukrilloevich	SamISI, Ma'naviy ishlar bo'yicha prorektori, i.f.f.d.
Zaynalov Jaxongir Rasulovich	SamISI, professor, i.f.d.
Urazov Komil Baxromovich	SamISI, professor, i.f.d.
Bektemirov Abdumalik	SamISI, professor, i.f.d.
Shavqiyev Erkin	SamISI, professor v.b. i.f.d.
Tashnazarov Samiddin Nizamovich	SamISI, professor, i.f.d.
Gaybullayev Raxim Murodovich	TDIU Samarqand filial professori.i.f.d.
Davronov Shuxrat Zuxurovich	i.f.d. dotsent.
Rustamov Maqsud Suvonqulovich	TDIU professori.i.f.d.
Mamatov Baxodir Safaraliyevich	TDIU professori, i.f.d.
Mattiyeu Ilxom Begmatdo'lobovich	SamISI professor, p.f.d.
Niyozov Zuxur Davronovich	SamISI, dotsent. i.f.n.
Shadiyeva Gulnora Mardiyevna	SamISI "Real iqtisodiyot" kafedrası professori, i.f.d.
Xoliqulov Anvar Nematovich	SamISI professori, i.f.n.
Sayfiddinov Ilxom Fayziddinovich	TDIU dotsent, i.f.n.
Shukurov Izzatillo Xikmatillayevich	SamISI, dotsent. t.f.n.
Xolmamatov Diyor Haqberdiyevich	SamISI, dotsent.,i.f.f.d.
Ibodov Kamoliddin Mamatqulovich	SamISI, dotsent, i.f.f.d.
Abiyev Jahongir Ne'matovich	SamISI, dotsent. i.f.f.d.
Ernazarov Alisher Ergashevich	ISFT instituti Samarqand kampusi dotsent, p.f.f.d.
Artikov Zokir Sayfiddinovich	SamISI, dotsent, i.f.f.d.
Abduxamidov Sarvar Adxamovich	SamISI, dotsent, i.f.f.d.
Shirinov Uchqun Abduxalilovich	SamISI, dotsent, i.f.f.d.
Pashaxodjayeva Dildora Djabborxonovna	SamISI, dotsent, i.f.f.d.
Normurodov Umid Normurod o'g'li	SamISI, dotsenti, i.f.f.d.
Maxmudov Lazizbek Ubaydullo o'g'li	SamISI, dotsenti v.b., i.f.f.d.
Juliboy O'g'li Oybek	SamISI, i.f.f.d.
Tagayev Salim Sobirovich	TDIU Samarqand filiali dotsent. i.f.f.d.
Axrororv Zarif Oripovich	TDIU Samarqand filiali dotsent. i.f.f.d.
Malikova Dilrabo Muminovna	SamISI, i.f.f.d.
Ochilova Xilola Nematovna	SamISI i.f.f.d.
Ruziboyeva Nargiza Xakimovna	SamISI, dotsenti. i.f.f.d.
Kuldashev Sherzod Alimardonovich	SamISI, kata o'qituvchisi. i.f.f.d.
Karjavova Xurshida Abdumalikovna	SamDU, dotsenti. i.f.f.d.
Beknazarov Farxod Abduvaxidovich	SamISI, "Turizm" kafedrası o'qituvchisi, i.f.f.d.
Karimov Anvar Aktamovich	SamISI, "Turizm" kafedrası o'qituvchisi, i.f.f.d.
Rustamov Jamshed Ergashevich	SamISI dotsent v.b., p.f.f.d.
Turayev Alijon Akmal o'g'li	SamISI dotsent v.b., p.f.f.d.

M U N D A R I J A

Холиқулов А.Н	САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДАДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ ЯНАДА РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎЛЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ	5-9
Холиқулов А.Н	МАМЛАКАТИМИЗДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ ЯНАДА РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ПРОГНОЗ КЎРСАТКИЧЛАРИ ТАҲЛИЛИ	10-15
Rafiyeva Z.H.	ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОТОКОВ В ЭКОНОМИКУ УЗБЕКИСТАНА ТЕНДЕНЦИИ, МЕХАНИЗМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	15-20
Bekmurodov A.A.	KICHIK BIZNES SUB'EKTLARINI KREDITLASHDA BANK XIZMATLARINING TA'SIRI	20-24
Талибова А.Ю	СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ	25-33
Qarshiyeva M.S	TEXNOLOGIYALAR SHAKLIDAGI INNOVATSIYALAR VA ULARNING SAMARADORLIGI	33-41
Qarshiyeva M.S	SANOAT KORXONALARIDA ISHLAB CHIQUARISHNING MATERIAL SIG'IMINI KAMAYTIRISH YO'LLARI.	42-57
Ashurova O.Y	O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI SOLIQ TIZIMINING TARAQQIY ETGAN DAVLATLAR SOLIQ TIZIMI BILAN SOLISHTIRMA TAHLILI.	57-66
Талибова А.Ю	ИСТОРИКО КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ УЗБЕКИСТАНА КАК БАЗА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ	66-76
Sharipova N.Dj.	FURTHER IMPROVEMENT OF THE PROVISION OF REMOTE BANKING SERVICES BY COMMERCIAL BANKS	77-81
Sharipova N.Dj.	ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ВОССТРЕБОВАННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ	82-86
Sharipova N.Dj.	ДАЛЬНЕЙШЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ	87-92
Ashurova O.Y	O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI DAVLAT BYUDJETI DAROMADLARI TARKIBIDA SOLIQLARNING TUTGAN ANAMIYATI	93-99
Бекмуродов А.А.	ПЛАТЕЖНЫЙ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ СКОРИНГ: ЗНАЧИМОСТЬ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ	99-108
Uzakova K.B.	МОШЕННИЧЕСТВО СО СТРАХОВКОЙ: ПРИЧИНЫ, СХЕМЫ И МЕРЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ	108-112
Uzakova K.B.	ПРЕТЕНЗИИ ПО РЕГРЕССУ ОТ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ: ПРАВОВАЯ ПРИРОДА, ПРАКТИКА И ВЫЗОВЫ	112-115
Bekmurodov A.A.	RAQAMLI BANK XIZMATLARINING RIVOJLANISHI VA MIJOZLAR XULQ-ATVORI TRANSFORMATSIYASI	116-123
Abduhamidov S.A.	NAVOIY VILOYATIDA TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING TALAB VA TAKLIF OMILLARI	123-132
G.R.Tursunova	YAPONIYA XALQINING MILLIY OSHXONASI VA UNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	132-143
Abduhamidov S.A.	RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA REKLAMA TADBIRLARINI TASHKIL QILISHNING ASOSIY YO'NALISHLARI	143-150

Abdurasulov Sh	TURIZM SOHASINI MILLIY IQTISODIYOTNING DRAYVERI SIFATIDA RIVOJLANTIRISH XUSUSIYATLARI	151-156
Samadov M.F.	TIJORAT BANKLARINING KREDIT RESURSLARI VA ULARDAN SAMARALI FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH	156-169
Habibjonova M	RAQAMLI DEPOZIT XIZMATLARINING TIJORAT BANKLARI SAMARADORLIGIGA TA'SIRI	170-174

Самарқанд вилоятидада хизмат кўрсатиш соҳасини янада ривожлантириш йўллари ва истиқболлари

*Холиқулов Анвар Нematович –
Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институтини “Иқтисодий таҳлил ва
статистика” кафедраси мудири,
профессор, и.ф.н.*

Аннотация: Мақолада Самарқанд вилоятидада хизмат кўрсатиш соҳасини янада ривожлантиришнинг прогноз кўрсаткичлари таҳлили ва дастурда кўрсатилган асосий хизмат турлари бўйича истиқболлар белгилаб берилган.

Калит сўзлар: Хизмат, хизматлар соҳаси, хизмат кўрсатиш, хизмат турлари, прогноз, прогноз кўрсаткичлари, таҳлил.

Аннотация: В статье проанализированы прогнозные показатели дальнейшего развития сферы услуг Самаркандской области и обозначены перспективы основных видов услуг, предоставляемых в программе.

Ключевые слова: Услуга, сфера услуг, услуга, виды услуг, прогноз, прогнозные показатели, анализ.

Abstract: The article analyzes the forecast indicators for further development of the service sector in Samarkand region and outlines the prospects for the main types of services provided in the program.

Key words: Service, field of services, service, types of services, forecast, forecast indicators, analysis.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 11 майдаги “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш чора тадбирлари тўғрисида”ги қарорида яна бир бор таъкидланди. Мазкур қарорда «Хизматлар соҳасининг мамлакатимиз иқтисодиётидаги улушини кўпайтириш, жойларда хизматлар соҳасидаги мавжуд имкониятларни тўлиқ ишга солиш, хизматлар турларини кенгайтириш ва сифатини ошириш бўйича ўз ечимини кутаётган муаммоли масалаларни ҳал қилиш, мазкур йўналишда тадбиркорлик субъектларини янада

қўллаб-қувватлаш, уларнинг ғоя ва ташаббусларини рағбатлантириш»¹ мақсадида бир қанча тадбирларни амалга ошириш лозимлиги кўрсатиб ўтилган.

Мазкур қарорнинг афзаллик жиҳатларидан яна бири шундаки, бу қарорда мамлакатимиз ҳудудлари бўйича хизматлар соҳасини ривожлантириш орқали прогнози алоҳида кўрсатиб ўтилган. Хусусан, бу қарорда Самарқанд вилоятида ҳам жами хизматлар ҳажми 2020 йилга нисбатан 2023 йилда 2,1 баробар ошиши прогноз қилинган. (2-жадвал).

2-жадвал

**2021 — 2023 йилларда Самарқанд вилоятида хизматлар соҳасини
ривожлантиришнинг**

МАҚСАДЛИ ПАРАМЕТРЛАРИ²

Т/р	Хизматлар номи	2020 йил		Прогноз (ўсиш суръати, фоиз)			
		ҳажми, млрд. сўм	ўсиш суръати, фоиз	2021 йил	2022 йил	2023 йил	2023 йилда 2020 йилга нисбатан, баравар
	Жами хизматлар:	14 318,7	102,6	120,6	127,8	134,4	2,1
	<i>шу жумладан асосий турлари бўйича:</i>						
I	Алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари	698,8	108,4	120,1	131,4	136,4	2,2
II	Молиявий хизматлар	2 077,9	121,3	122,8	134,0	139,6	2,3
III	Транспорт хизматлари	3 484,9	99,6	120,2	126,3	131,5	2,0
3.1.	<i>шу жумладан автотранспорт хизмати</i>	3 366,5	105,8	121,3	127,4	132,6	2,0
IV	Яшаш ва овқатланиш хизматлари	458,3	87,8	128,1	135,7	139,4	2,4
V	Савдо хизматлари	4 202,0	103,2	120,0	126,0	133,6	2,0
VI	Кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар	324,4	89,6	120,8	125,3	134,0	2,0
VII	Таълим соҳасидаги хизматлар	736,7	114,3	121,0	129,5	136,2	2,1
VIII	Соғлиқни сақлаш соҳасидаги хизматлар	225,3	108,1	128,0	135,1	141,8	2,5
IX	Ижара хизматлари	414,2	92,8	119,9	125,4	132,1	2,0

¹ “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш чора тадбирлари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПК-5113 сон қарори. 2021 йил 11 май. <https://lex.uz/ru/docs/5421233>

² “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш чора тадбирлари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПК-5113 сон қарорига 1.9-илова. 2021 йил 11 май. <https://lex.uz/ru/docs/5421233>

X	Компьютерлар ва маиший товарларни таъмирлаш бўйича хизматлар	363,9	95,8	116,5	124,8	133,5	1,9
XI	Шахсий хизматлар	552,6	90,7	116,7	124,7	133,0	1,9
XII	Меъморчилик, муҳандислик изланишлари, техник синовлар ва таҳлил соҳасидаги хизматлар	296,9	85,7	118,8	124,1	130,8	1,9
XIII	Бошқа хизматлар	482,7	88,5	117,0	123,3	131,0	1,9

Юқоридаги жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, Самарқанд вилоятида, 2020 йилда айрим хизматлар 2019 йилга қараганда камайиш тенденциясига эга бўлган. Жумладан, Транспорт хизматлари 0,4 фоизга, Яшаш ва овқатланиш хизматлари 12,2 фоизга, Кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар 10,4 фоизга, Ижара хизматлари 7,2 фоизга, Компьютерлар ва маиший товарларни таъмирлаш бўйича хизматлар 4,2 фоизга, Шахсий хизматлар 9,3 фоизга, Меъморчилик, муҳандислик изланишлари, техник синовлар ва таҳлил соҳасидаги хизматлар 14,3 фоизга, Бошқа хизматлар 11,5 фоизга камайганлигини кўришимиз мумкин. Бу камайишга албатта энг таъсир кўрсатувчи омил, карантин чекловлари бўлганлигини қайд этишимиз мумкин. Бундан кўринадики, 13 кўрсатилган хизмат турларидан 8 тасида камайиш ҳолатлари аниқланган. Шунга қарамай Самарқанд вилоятида хизмат кўрсатиш ҳажми 2019 йилга қараганда 2,6 фоизга ошганлигини кўришимиз мумкин. Бунга сабаб, биринчидан, нисбатан улуши юқори бўлган хизматлар ўсиш тенденциясига эга бўлган, иккинчидан энг кам камайиши содир бўлган транспорт хизматларининг улуши юқори бўлган.

Хизмат кўрсатиш соҳасини йилдан йилга ривожлантириб бориш ҳар доимо мамлакатимиз раҳбарларининг эътиборларида бўлган. Жумладан, 2007 йил 21 майда биринчи Президентнинг “Ўзбекистон Республикасида 2010 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид қўшимча чора тадбирлар тўғрисида”ги яна битта қарори эълон қилинди. Мазкур қарорга асосан Ўзбекистон Республикасида 2007 -2010

йилларда хизматлар кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг ҳудудлар бўйича янгиланган асосий параметрлари ҳамда “Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини 2007-2010 йилларда ривожлантириш Дастури”нинг мавжуд эҳтиёжларни ҳисобга олиб аниқлаштирилган ва тўлдирилган асосий йўналишлари ва тадбирлари ишлаб чиқилди. Мазкур дастурда 9 та асосий хизмат турлари бўйича истиқболлар белгилаб берилган. Буларга қуйидагилар киради:

- савдо ва умумий овқатланиш хизматлари;
- транспорт хизмати;
- алоқа ва ахборотлаштириш хизмати;
- банк-молия хизматлари;
- туризм ва сайёҳлик хизматлари;
- меҳмонхона хўжалиги хизмати;
- коммунал-маиший хизматлар;
- автомобил ва бошқа техник воситаларни таъмирлаш хизмати;
- соғломлаштириш ва болалар спортини ривожлантириш хизматлари кабилар.

2021 йил 11 майдаги “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш чора тадбирлари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПҚ-5113 сон қарорида 13 та асосий хизмат турлари бўйича истиқболлар белгилаб берилган. Буларга қуйидагилар киради:

- алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари;
- молиявий хизматлар;
- транспорт хизматлари;
- яшаш ва овқатланиш хизматлари;
- савдо хизматлари;
- қўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар;
- таълим соҳасидаги хизматлар;
- соғлиқни сақлаш соҳасидаги хизматлар;

- ижара хизматлари;
- компьютерлар ва маиший товарларни таъмирлаш бўйича хизматлар;
- шахсий хизматлар;
- меъморчилик, муҳандислик изланишлари, техник синовлар ва таҳлил соҳасидаги хизматлар;
- бошқа хизматлар.

Хизматларнинг юқорида келтирилган турларини таҳлил қиладиган бўлсак, уларнинг ҳаммасида ҳам кескин ўсиш кўзда тутилган. Самарқанд вилоятида ҳозирги пайтда давлат ва нодавлат тузилмалари томонидан минглаб хизматлар кўрсатилмоқда. Уларнинг айрим қисми аҳолига, алоҳида шахсларга, оилаларга, жамоаларга, ҳудудларга, давлатга кўрсатиладиган хизматлар бўлса, айримлари шу субъектларнинг бир-бирига кўрсатадиган хизматларидир.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Холиқулов А.Н., Махмудова Д.П. Иқтисодий стратегик ривожлантириш шароитида кичик бизнесни бошқаришни такомиллаштириш. Монография. Самарқанд, СамДЧТИ нашр-матбаа маркази, 2020 йил – 126 бет
2. Холиқулов А.Н. Иқтисодий таҳлил ва аудит. Ўқув қўлланма Самарқанд.: Фан булоғи нашриёти уйи, 2023, 209 бет
3. Холиқулов А.Н. Туристтик корхоналар фаолияти таҳлили. Ўқув қўлланма Самарқанд.: “STEP-SEL” МЧЖ нашриёти, 2024, 314 бет.
4. Холиқулов А.Н., Ибодов К.Б. Монополияга қарши бошқарув назарияси. Дарслик, Самарқанд.: Фан булоғи нашриёти уйи, 2024, 360 бет
5. Холиқулов А.Н. Хизмат кўрсатиш корхоналари самарадорлигини таҳлил қилишнинг методологиясини такомиллаштириш йўналишлари. Монография. Самарқанд иқтисодий ва сервис институти – Самарқанд.: “ STEP-SEL ” МЧЖ. Нашриёти, 2023 - 276 бет

Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасини янада ривожлантиришнинг прогноз кўрсаткичлари таҳлили

Холикулов Анвар Нематович –
Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институти “Иқтисодий таҳлил ва
статистика” кафедраси мудири,
профессор, и.ф.н.

Аннотация: Мақолада мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасини янада ривожлантиришнинг прогноз кўрсаткичлари таҳлили ва бу соҳанинг бошқа соҳаларга нисбатан самарадорлиги юқори бўлиш томонлари тўлиқ очиб берилган.

Калит сўзлар: Хизмат, хизматлар соҳаси, хизмат кўрсатиш, прогноз, прогноз кўрсаткичлари, таҳлил.

Abstract: The article fully analyzes the forecast indicators of further development of the service sector in the country and the high efficiency of this sector compared to other sectors.

Key words: Service, services sector, service, forecast, forecast indicators, analysis.

Мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотларни янада чуқурлаштириш, аҳоли турмуш даражасини юксалтириш ва аҳолининг бандлик масаласини ҳал қилиш каби муҳим тадбирлардан бири хизмат соҳасини ривожлантиришдир.

Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 11 майдаги “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш чора тадбирлари тўғрисида”ги қарорида яна бир бор таъкидланди. Мазкур қарорда «Хизматлар соҳасининг мамлакатимиз иқтисодиётидаги улушини кўпайтириш, жойларда хизматлар соҳасидаги мавжуд имкониятларни тўлиқ ишга солиш, хизматлар турларини кенгайтириш ва сифатини ошириш бўйича ўз ечимини кутаётган муаммоли масалаларни ҳал қилиш, мазкур йўналишда тадбиркорлик субъектларини янада қўллаб-қувватлаш, уларнинг ғоя ва ташаббусларини

рағбатлантириш»³ мақсадида бир қанча тадбирларни амалга ошириш лозимлиги кўрсатиб ўтилган.

Хизмат кўрсатишга қаратилган эътибор фақат бугун пайдо бўлган эмас. Маълумки, биринчи Президентимизнинг 2006 йил 17 апрел куни «Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “2016 — 2020 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида” қарори эълон қилинган эди. Бу қарорлар олдинги олиб борилган ишларни янада аниқлаштириш ва мамлакатда ислохотларни чуқурлаштиришга қаратилган амалий тадбирлардан бири эди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 11 майдаги “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш чора тадбирлари тўғрисида”ги қарорида олдинги қарорлардан фарқ қилган ҳолда, мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг мақсадли параметрлари ҳар бир хизматлар номи бўйича алоҳида кўрсатиб ўтилган (1-жадвал).

1-жадвал

**2021 — 2023 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизматлар соҳасини
ривожлантиришнинг
МАҚСАДЛИ ПАРАМЕТРЛАРИ⁴**

Т/р	Хизматлар номи	2020 йил		Прогноз (ўсиш суръати, фоиз)			
		ҳажми, млрд. сўм	ўсиш суръати, фоиз	2021 йил	2022 йил	2023 йил	2023 йилда 2020 йилга нисбатан, баравар
	Жами хизматлар	218 853,5	102,3	120,7	128,6	134,7	2,1
	шу жумладан асосий турлари бўйича:						

³ “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш чора тадбирлари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПК-5113 сон қарори. 2021 йил 11 май. <https://lex.uz/ru/docs/5421233>

⁴ “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш чора тадбирлари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПК-5113 сон қарорига 1.1-илова. 2021 йил 11 май. <https://lex.uz/ru/docs/5421233>

I	Алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари, шу жумладан:	12 885,9	115,3	123,1	133,6	138,6	2,3
1.1.	Компьютер дастурлаштириш, маслаҳат бериш хизматлари ва бошқа ёрдамчи хизматлар	891,7	119,1	125,8	136,3	141,4	2,4
1.2.	Ахборот соҳасидаги хизматлар	632,2	157,8	125,7	135,4	140,5	2,4
II	Молиявий хизматлар, шу жумладан:	45 817,2	125,6	122,5	135,2	140,7	2,3
2.1.	Суғурталаш, қайта суғурталаш ва нафақа таъминоти бўйича хизматлар, мажбурий ижтимоий суғурталаш бўйича хизматлардан ташқари	2 333,5	104,7	116,4	129,9	135,4	2,0
III	Транспорт хизматлари, шу жумладан:	53 772,5	91,6	120,4	125,9	130,8	2,0
3.1.	Автотранспорт хизмати	29 196,6	103,5	121,0	126,5	131,4	2,0
3.2.	Қувур йўли транспорти хизматлари	9 167,3	89,0	120,3	125,2	130,9	2,0
3.3.	Темир йўл транспорти хизматлари	7 420,9	111,6	120,5	125,7	130,7	2,0
3.4.	Ҳаво транспорти хизматлари	3 139,2	41,9	120,2	121,8	126,8	1,9
3.5.	Почта ва курьерлик хизматлари	355,4	77,2	121,0	126,2	130,5	2,0
IV	Яшаш ва овқатланиш хизматлари	5 878,5	86,5	128,9	136,3	139,8	2,5
V	Савдо хизматлари	56 553,9	101,7	119,7	125,8	132,9	2,0
VI	Кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар	6 089,7	91,1	119,5	125,4	133,4	2,0
VII	Таълим соҳасидаги хизматлар	9 073,0	107,4	119,2	128,7	134,9	2,1
VIII	Соғлиқни сақлаш соҳасидаги хизматлар	3 209,4	89,9	128,8	136,0	142,0	2,5
IX	Ижара хизматлари	4 172,1	98,9	117,9	125,3	131,5	1,9
X	Компьютерлар ва маиший товарларни таъмирлаш бўйича хизматлар	3 407,4	96,1	116,2	124,5	133,0	1,9
XI	Шахсий хизматлар	4 983,3	92,1	116,6	124,5	132,5	1,9
XII	Меъморчилик, муҳандислик изланишлари, техник	4 925,7	93,7	117,7	123,8	129,8	1,9

	синовлар ва таҳлил соҳасидаги хизматлар						
XIII	Бошқа хизматлар: шу жумладан:	8 084,7	98,3	116,9	123,2	130,2	1,9
13.1.	Ҳуқуқ ва бухгалтерлик ҳисоби соҳасидаги хизматлар	560,7	116,7	116,5	123,0	129,8	1,9
13.2.	Бош компаниялар хизмати; бошқарув масалалари бўйича маслаҳат бериш хизматлари	1 463,6	239,8	116,8	123,3	129,8	1,9
13.3.	Реклама ва бозор конъюнктурасини ўрганиш соҳасидаги хизматлар	564,7	78,5	116,3	122,8	129,3	1,8
13.4.	Туристлик агентликлар, туроператорларнинг хизматлари, бронь қилиш ва у билан боғлиқ бошқа хизматлар	521,4	56,7	117,0	123,3	130,2	1,9
13.5.	Бинология хизмат кўрсатиш ва ландшафтни ободонлаштириш бўйича хизматлар	513,2	85,5	117,6	123,3	130,4	1,9
13.6.	Маданият ва спорт соҳасидаги хизматлар	712,0	89,9	115,9	122,9	129,8	1,8
13.7.	Бошқалар	3 749,1	91,9	117,3	123,4	130,5	1,9

Юқоридаги жадвалда кўриниб турибдики, хизматлар 13 гуруҳга бўлинган, ва барча гуруҳлар бўйича 2023 йилгача бўлган прогноз кўрсаткичлари келтирилган. Бу қарорда кўрсатилишича мамлакатимизда кўрсатиладиган жами хизматлар соҳасидан тушаган тушум 2023 йилга қадар 2,1 баробар оширилиши кўзда тутилган.

Мазкур қарорнинг 2023 йилдаги прогноз кўрсаткичлари бўйича бажарилиши кўрсатадики, энг юқори ўсиш тенденцияси яшаш ва овқатланиш хизматлари ва соғлиқни сақлаш соҳасидаги хизматлари 2,5 баробар ошиши кўзда тутилган. Энг паст ўсиш тенденцияси кузатиладиган хизмат турлари, Ижара хизматлари, компьютерлар ва маиший товарларни таъмирлаш бўйича хизматлар, шахсий хизматлар, меъморчилик, муҳандислик изланишлари, техник синовлар ва таҳлил соҳасидаги хизматлар ва бошқа хизматлар 1,9

баробар ошиши прогноз қилинган.

Хизмат кўрсатиш соҳаси шунчалик кенг қамровлики, ҳозирги кунда, бу соҳа кириб бормаган бирон-бир тармоқ йўқ. Бу соҳанинг бошқа соҳаларга нисбатан самарадорлиги юқори бўлиш томонлари қуйидагилар билан белгиланади:

1. Кам инвестиция ҳисобига янги иш ўринларини тезда яратиш имконияти.
2. Бу соҳада янги ташкил этилган иш ўринларининг аксарияти катта малака ва билим талаб қилмайди.
3. Истеъмолчиларнинг талабига қараб хизмат кўрсатиш турларнинг кўпайтириш имконияти мавжудлиги.
4. Дунёда сервис соҳасининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши ўртча 61 фоизни ташкил этади, бизнинг мамлакатимизда бўлса 36 фоизни ташкил этади⁵. Демак бизда бу соҳани янада ривожлантириш имкониятлари мавжудлиги.
5. Хизматлар соҳаси барча аҳоли қатламларини қамраб олиши, ҳамда жамиятда содир бўлаётган барча ижтимоий иқтисодий жараётларга таъсир кўрсатиши.
6. Хизмат кўрсатиш соҳасини мунтазам равишда доимий мамлакатимиз ҳукумати томонидан қўллаб-қувватлаш турилиши.

Юқоридагиларни инобатга олиб айтишимиз мумкинки, мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳаси энг истиқболли тармоқ турларига киради. Унинг барча ялпи ички маҳсулоидаги ҳиссаси ҳозирги кунда иқтисодий ривожланган мамлакатлар билан солиштирилганда бир мунча кам бўлиши мумкин, аммо унинг ҳиссаси келажакда ошиб бораверади. Бу кейинги йиллардаги статистик ахборотларда ҳам ўз тасдиғини топмоқда. Хизмат кўрсатиш соҳасининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши, 2018 йилда 31,8 фоиз, 2019 йилда 32,2 фоиз, 2020

⁵ <https://review.uz/oz/post/xizmatlar-bozorini-rivojlantirish-iqtisodiyotning-ustuvor-yonalishi>

йилда 34,6 фоизни ташкил қилганлиги ҳам хизмат кўрсатиш соҳаси жадал суръатлар билан ривожланаётганлигидан далолат беради.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Холиқулов А.Н., Махмудова Д.П. Иқтисодиётни стратегик ривожлантириш шароитида кичик бизнесни бошқаришни такомиллаштириш. Монография. Самарқанд, СамДЧТИ нашр-матбаа маркази, 2020 йил – 126 бет
2. Холиқулов А.Н. Иқтисодий таҳлил ва аудит. Ўқув қўлланма Самарқанд.: Фан булоғи нашриёти уйи, 2023, 209 бет
3. Холиқулов А.Н. Туристик корхоналар фаолияти таҳлили. Ўқув қўлланма Самарқанд.: “STEP-SEL” МЧЖ нашриёти, 2024, 314 бет.
4. Холиқулов А.Н., Ибодов К.Б. Монополияга қарши бошқарув назарияси. Дарслик, Самарқанд.: Фан булоғи нашриёти уйи, 2024, 360 бет
5. Холиқулов А.Н. Хизмат кўрсатиш корхоналари самарадорлигини таҳлил қилишнинг методологиясини такомиллаштириш йўналишлари. Монография. Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти – Самарқанд.: “ STEP-SEL ” МЧЖ. Нашриёти, 2023 - 276 бет

**Привлечение инвестиционных потоков в экономику Узбекистана
тенденции, механизмы и перспективы развития**

**Самаркандский Институт Экономики
и Сервиса ассистент кафедры
«Инвестиции и инновации»
Рафиева Зарина Хусановна**

Аннотация

Настоящая статья посвящена анализу современного состояния инвестиционной активности в Узбекистане, а также оценке механизмов и факторов, влияющих на привлечение иностранных и внутренних инвестиций.

Используя статистические данные, нормативные документы и экспертные мнения, автор рассматривает ключевые направления государственной инвестиционной политики и её эффективность. Особое внимание уделяется институциональным реформам, введённым с 2017 года, таким как либерализация валютного рынка, создание свободных экономических зон и цифровизация услуг. Выделены основные барьеры и вызовы, препятствующие дальнейшему росту инвестиционных потоков, и предложены рекомендации по их преодолению. Результаты исследования могут быть использованы для совершенствования государственной инвестиционной стратегии и формирования благоприятной инвестиционной среды.

Ключевые слова

Узбекистан, инвестиции, инвестиционный климат, экономические реформы, прямые иностранные инвестиции (ПИИ), институциональные барьеры, инвестиционная политика, государственно-частное партнёрство, свободные экономические зоны.

Abstract

This article analyzes the current state of investment activity in Uzbekistan, as well as assesses the mechanisms and factors influencing the attraction of foreign and domestic investment. Using statistical data, regulatory documents and expert opinions, the author examines the key areas of state investment policy and its effectiveness. Particular attention is paid to institutional reforms introduced since 2017, such as liberalization of the foreign exchange market, creation of free economic zones and digitalization of services. The main barriers and challenges hindering further growth of investment flows are identified, and recommendations for overcoming them are proposed. The results of the study can be used to improve the state investment strategy and create a favorable investment environment.

Keywords

Uzbekistan, investment, investment climate, economic reforms, foreign direct

investment, institutional barriers, investment policy, public-private partnership, free economic zones.

Введение

Привлечение инвестиций — ключевой элемент устойчивого экономического развития, особенно в условиях глобализации и цифровой трансформации. В последние годы Узбекистан демонстрирует положительную динамику в создании благоприятной инвестиционной среды. С 2016 года страна взяла курс на масштабные экономические реформы, направленные на либерализацию рынка, улучшение бизнес-климата и развитие частного сектора.

Однако, несмотря на позитивные изменения, инвестиционная активность в республике сталкивается с рядом институциональных и системных ограничений. Актуальность темы обусловлена необходимостью детального анализа факторов, способствующих и препятствующих привлечению инвестиций, а также выработки действенных рекомендаций по усилению инвестиционной привлекательности страны.

Целью исследования является комплексный анализ инвестиционного климата Узбекистана, оценка реализуемых механизмов и разработка практических предложений по привлечению и эффективному использованию инвестиционных потоков.

Методология исследования

В процессе исследования были применены следующие методы:

- **Анализ официальной статистики:** данные Госкомстата РУз, Министерства инвестиций, Центрального банка за 2018–2024 гг.;
- **Контент-анализ нормативно-правовой базы,** включая Закон «Об инвестициях и инвестиционной деятельности» (2019), Указы Президента и постановления Кабинета Министров;
- **Сравнительный анализ** инвестиционного климата в странах Центральной Азии (Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан);

- **Качественные методы:** опрос 30 предпринимателей (МСБ) и интервью с 5 экспертами в сфере инвестиций;

- **SWOT-анализ** инвестиционного климата Узбекистана.

Результаты

1. Рост объема инвестиций

- В 2024 году общий объем инвестиций в основной капитал составил более 350 трлн сумов.

- Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) достигли \$4,8 млрд, что на 38% выше по сравнению с 2018 годом.

2. Структура и источники инвестиций

- Преобладают инвестиции из Китая (28%), России (20%), Турции, ОАЭ и Южной Кореи.

- Основные отрасли: энергетика, транспорт и логистика, строительство, телекоммуникации.

3. Институциональные механизмы привлечения инвестиций

- Создан Агентство по привлечению инвестиций и продвижению экспорта;

- Введены цифровые платформы для регистрации бизнеса и подачи заявок;

- Создано более 20 свободных экономических зон (СЭЗ), таких как «Навоий», «Ангрен», «Джизак»;

- Приняты международные соглашения о защите инвестиций (с более чем 50 странами).

4. Основные проблемы

- Слабая правовая защита инвесторов;
- Ограниченный доступ к инфраструктуре в регионах;
- Недостаточный уровень цифровизации госуслуг;
- Коррупционные риски и неустойчивость регулирования.

Обсуждение

Несмотря на достигнутые успехи, Узбекистану ещё предстоит устранить ряд барьеров, мешающих эффективному притоку инвестиций. Международный опыт показывает, что для формирования стабильного инвестиционного климата необходимо:

- Повышать прозрачность процедур, связанных с землепользованием, лицензированием и тендерами;
- Развивать государственно-частное партнёрство (ГЧП), особенно в инфраструктурных проектах;
- Повысить судебную независимость и обеспечить механизм международного арбитража;
- Поддерживать локальный бизнес, способный выступать партнёром иностранных инвесторов;
- Создавать индустриальные парки с готовой инфраструктурой и налоговыми стимулами.

Особое значение имеет человеческий капитал: подготовка квалифицированных специалистов в сфере инвестиций, финансов и международного права.

Заключение

Инвестиционная политика Узбекистана находится в стадии активного формирования. Страна обладает значительным потенциалом для привлечения инвестиций благодаря географическому положению, демографическим ресурсам и проводимым реформам. Однако дальнейшее развитие требует системного подхода, направленного на улучшение институционального окружения, правовой защищённости и инфраструктурного обеспечения. Внедрение предложенных мер позволит создать устойчивую инвестиционную среду и обеспечить долгосрочный экономический рост.

Список использованной литературы

1. Закон Республики Узбекистан «Об инвестициях и инвестиционной деятельности» №ЗРУ-598 от 25.12.2019 г.
2. Государственный комитет по статистике Республики Узбекистан — www.stat.uz
3. Центральный банк Республики Узбекистан — www.cbu.uz
4. Министерство инвестиций, промышленности и торговли Республики Узбекистан — www.invest.gov.uz
5. World Bank. *Doing Business Report 2020–2024*.
6. Asian Development Bank. *Uzbekistan: Country Strategy 2021–2025*.
7. Мухамеджанов Ш.Ш. Инвестиционный климат и его роль в развитии экономики. — Ташкент, 2022.
8. Журнал «Экономика и инновации», №1(45), 2024 г.

KICHIK BIZNES SUB'EKTLARINI KREDITLASHDA BANK XIZMATLARINING O'RNI

Bekmurodov Abbos Amiriddinovich

**SamISI “Investisiya va
innovatsiyalar” kafedrası katta o'qituvchisi.**

Annotatsiya: Maqolada tijorat banklari tomonidan moliyaviy xizmatlar ommabopligini oshirish orqali kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni kreditlash holatiga ta'siri va imkoniyatlari va xulosalar, tavsiya va takliflar borasida fikr yuritiladi

Tayanch iboralar: kichik biznes, tadbirkorlik, investitsiya, biznesni yuritish, bank xizmatlari ommabopligi.

Annotation: The article discusses the situation and problems of lending to small businesses and private enterprises, as well as conclusions, recommendations

and suggestions

Keywords: small business, entrepreneurship, investment, business management, banking services.

Bugungi kunda kichik biznes va tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlash borasida bir qator ishlar amalga oshirilmoqda. Xususan, respublikamiz tijorat banklari tomonidan 2022 yil davomida O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Senatining tegishli qarori hamda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmon va qarorlari talablari doirasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlash borasida salmoqli ishlar amalga oshirildi. Bu borada asosiy e'tibor, kichik biznes sub'ektlariga uzoq muddatli va imtiyozli kreditlar ajratishni kengaytirish orqali aholini, shu jumladan yoshlar va xotin-qizlarni tadbirkorlik faoliyatiga keng jalb qilish borasidagi ishlarni kuchaytirish, bandlikka ko'maklashish va ularning turmush farovonligini oshirishga qaratilgandir.

O'zbekistonda kichik biznes va oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish iqtisodiy siyosatning ustuvor yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Mamlakatda faoliyat yuritayotgan tijorat banklari ushbu sektorni kreditlash orqali aholi bandligini oshirish, tadbirkorlik tashabbuslarini qo'llab-quvvatlash va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlashda muhim rol o'ynamoqda.

Tijorat banklari tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlariga ajratilgan jami

Jami kredit portfeli: 525 887 mlrd so'm

Bu summaning taqsimoti:

- Yuridik shaxslar: taxminan **363 939 mlrd so'm**
- Jismoniy shaxslar: taxminan **161 948 mlrd so'm ni tashkil etadi.**

Imtiyozli kreditlar va dasturlar

2022–2024 yillar davomida quyidagi asosiy davlat dasturlari orqali kichik biznes sub'yektlariga moliyaviy yordamlar ko'rsatildi:

- **“Har bir oila – tadbirkor” dasturi (PQ–3777)** doirasida 2018–2021 yillar oralig‘ida 1 milliondan ortiq oilaga **23,7 trln so‘m** imtiyozli kredit ajratilgan.
- **“Yoshlar – kelajagimiz” (PF–5466)** davlat dasturi doirasida 25 mingga yaqin yosh tadbirkorlar **1,8 trln so‘m** miqdorida imtiyozli kreditlar bilan ta'minlandi.
- 2025 yil fevral holatiga ko‘ra, yoshlar uchun bir loyiha uchun ajratiladigan imtiyozli kredit miqdori **2,5 mlrd so‘mgacha** belgilandi.

Hozirgi kunda Respublikamizdagi barcha tijorat banklari o‘z kredit va mikrokreditlari bilan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’yektlarini tashkil etish va ular faoliyatini yanada kengaytirishga o‘z hissalarini qo‘shib kelmoqdalar.

Bugungi kunda Mikrokreditbankning asosiy yo‘nalishi bu – kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’ektlariga bank xizmatlari ko‘rsatishdir. Bank o‘z maqsadi va vazifasidan kelib chiqib, mijozlari misolida kichik biznesni rivojlanishini quyidagi shakllarda amalga oshiradi.



1-rasm. “Mikrokreditbank” ATBda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda mijozlarga xizmat ko‘rsatish segmentlari

Mazkur yo‘nalishda Bank o‘z maqsadlariga erishish uchun quyidagi vazifalarni amalga oshirishni strategik reja sifatida qo‘yganligi, kichik biznes rivoji uchun katta imkoniyatdir:

- Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka, ayniqsa, qishloq joylarda yangi korxonalar va ish o‘rinlarini yaratish uchun boshlang‘ich kapitalni shakllantirishda ko‘maklashish uchun maqsadli imtiyozli kreditlar ajratishni kengaytirish;
- tadbirkorlik sub’ektlariga o‘z faoliyatini kengaytirish hamda xom ashyo va materiallarni keyinchalik qayta ishlash uchun xarid qilish, tayyor mahsulot ishlab chiqarish va sotish, ichki bozorni respublikamizda ishlab chiqarilgan tovarlar bilan boyitish, shuning hisobiga qo‘shimcha ish o‘rinlari yaratish va aholi daromadlarini oshirish maqsadida o‘z aylanma mablag‘larini to‘ldirish uchun imtiyozli kreditlar ajratishni kengaytirish;
- tadbirkorlik sub’ektlari tomonidan korxonalarni texnik hamda texnologik jihozlash va modernizatsiya qilish uchun zamonaviy uskunalar va mini-texnologiyalarni sotib olishlari uchun mikrolizing xizmatlari ko‘rsatishni kengaytirish;
- tadbirkorlar tomonidan ishlab chiqariladigan raqobatbardosh mahsulotlar ko‘rgazma yarmarkalarini tashkil etishda, reklama kompaniyalarini o‘tkazishda, shuningdek, ularni tashqi va ichki bozorlarga olib chiqishning boshqa shakllarini tashkil qilishda tadbirkorlarga yordam berish;
- bank mijozlariga barcha turdagi bank xizmatlarini ko‘rsatish, yangi bank mahsulotlarini amaliyotga joriy etish, tadbirkorlik sub’ektlari va aholining shahar hamda qishloq joylaridagi bank xizmatlaridan keng ko‘lamda foydalanishlarini ta‘minlaydigan filiallar va mini-banklar tarmog‘ini kengaytirish;

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun mikromoliyaviy xizmatlar ko‘rsatishni kengaytirish bankning asosiy vazifasi bo‘lib qolishi belgilangan.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Банк хизматлари оммабоплигини ошириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги 2018 йил 23 мартдаги PQ 3620 сонли Қарори
2. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2004 йил 17 январдаги “Кичик тадбиркорликни ривожлантиришни рағбатлантириш механизмини такомиллаштириш тўғрисида” 28-сонли [қарори](#) таҳририда ЎР ҚНТ, 2004 й., 3-сон, 31-модда.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 17 ноябрдаги “Хунармандсчиликни янада ривожлантириш ва хунармандларни ҳар томонлама қўллаб-қўвватлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5242-сонли Фармони.
4. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга курашимиз. – Тошкент: “Ўзбекистон” НМИУ, 2017. – 488 б.
5. Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз. Ўзбекистон Республикаси Президенти лавозимида киришиш тантанали маросимида бағишланган Олий мажлис палаталарининг қўшма мажлисидаги нутқ. – Тошкент: “Ўзбекистон” НМИУ, 2016. – 14 б.
6. Гафуров У.В. Кичик бизнесни давлат томонидан тартибга солишнинг иқтисодий механизмларини такомиллаштириш. Док. Дисс. авреф. Тошкент 2017 й.
7. Sobirovich T. S. et al. Banklarda Masofaviy Xizmatlar Va Ularni Rivolantirish //Academic Integrity and Lifelong Learning. – 2023. – С. 54-57.
8. Bekmurodov A. A. Improving The Introduction Of Digital Technologies In Commercial Banks //Galaxy International Interdisciplinary Research Journal. – 2021. – Т. 9. – №. 10. – С. 355-357.
9. Amriddinovich B. A. Features of api services in the implementation of transformational processes in the activities of commercial banks //World Economics and Finance Bulletin. – 2022. – Т. 7. – С. 27-31.

Современные тенденции и перспективы развития экскурсионных услуг в туристской отрасли

Ст. преподаватель

Талибова Азиза Юсуфбековна

Аннотация: Экскурсионные услуги являются важным компонентом туристской индустрии, способствующим удовлетворению познавательных, культурных и образовательных потребностей населения. В условиях цифровизации и изменения потребительских запросов данный сегмент туристического рынка претерпевает значительные преобразования. В статье рассматриваются теоретические аспекты экскурсионной деятельности, анализируется текущее состояние экскурсионных услуг, а также выделяются ключевые перспективы их развития с учетом современных вызовов.

Ключевые слова: туризм, экскурсионные услуги, экскурсия, цифровизация, культурное наследие, туристская индустрия, VR/AR-технологии.

Abstract: Excursion services are an important component of the tourism industry, helping to satisfy the cognitive, cultural, and educational needs of the population. Under the conditions of digitization and changing consumer demands, this segment of the travel market is undergoing significant transformations. The article reviews theoretical aspects of excursion activities, analyzes the current state of excursion services, and highlights key prospects for their development in light of contemporary challenges.

Keywords: tourism, excursion services, excursion, digitization, cultural heritage, tourism industry, VR/AR technologies.

Введение. Туристический сектор Узбекистана, наряду с другими отраслями, переживает период бурного развития и глобального пересмотра направления государственной политики, направленной на обеспечение занятости, повышение общего благосостояния. За короткий период времени был принят комплекс нормативно-правовых документов, в том числе новый Закон «О туризме», создающий прочную

правовую основу для последовательного реформирования туристической сферы, в частности, создания необходимых условий и благоприятной среда для туристической деятельности принята.

Можно выделить усилия Президента нашей страны Шавката Мирзиёева по ускоренному развитию туристической сферы нашей республики и приданию ей статуса стратегической отрасли экономики. В 2022-2026 годах перед специалистами отрасли были поставлены серьезные задачи по реализации перспективных проектов, включенных в стратегию развития Нового Узбекистана. Конкретные цели были поставлены по увеличению количества внутренних туристов до 12 миллионов, а количества иностранных туристов – до 9 миллионов.

Литературный обзор. В ходе наших исследований ряд известных зарубежных ученых и исследователей изучали теоретические и методические вопросы, связанные с объектами культурного наследия и сферой туризма. Международный опыт показывает, что в развитых странах (например, Германия, Италия, Япония) система подготовки экскурсоводов строится на основе строгой сертификации, непрерывного повышения квалификации и инновационных подходов (Smith & Robinson, 2006). В исследованиях, проведенных известным ученым К. Купером и его коллегами по теории и практике туризма (Cooper et al., 2008), подчеркивалась роль экскурсовода в создании туристского опыта. По их мнению, экскурсоводы — это не только лицо, передающее историческую информацию, но и культурные посредники, которые могут объяснить иностранным гостям местную культуру и традиции.

В условиях глобализации туризм стал одним из важных социальных, экономических и культурных факторов. Общий доход в этом секторе экономики составляет триллионы долларов, а ежегодно по миру путешествует более одного миллиарда⁶ человек. Туризм проявляется не только как вид торговых услуг, сегодня стабильное развитие туристического рынка дает возможность создавать новые рабочие места и развивать смежные отрасли.

⁶ Выступление Генерального секретаря Всемирной туристской организации ООН Талеба Рифаи на церемонии открытия 99-й сессии Исполнительного совета ЮНВТО // Суть. 3 октября 2014. - № 40.

Экскурсионные услуги занимают важное место в структуре туристической индустрии, являясь неотъемлемой частью туристского продукта. Они способствуют удовлетворению познавательных, культурных и образовательных потребностей туристов, а также играют ключевую роль в формировании имиджа региона или страны. В условиях глобализации и технологических изменений экскурсионные услуги претерпевают значительные трансформации, что требует их научного осмысления и анализа.

Экскурсия определяется как туристская услуга, обеспечивающая удовлетворение духовных, эстетических и информационных потребностей туристов. Она представляет собой процесс наглядного познания окружающего мира, включая особенности природы, исторические события, элементы быта и достопримечательности определенного региона. Экскурсионная деятельность - есть деятельность по организации ознакомления туристов и экскурсантов с экскурсионными объектами в месте временного пребывания без предоставления услуг размещения. Организованная экскурсионная деятельность должна осуществляться квалифицированными работниками, знающими требования, предъявляемые к технологии создания экскурсионных услуг и обслуживания экскурсантов, и затрагивать самые широкие слои населения. Под организованной экскурсионной деятельностью понимается предложение стандартизированной экскурсионной программы или отдельных экскурсий как разновидности туристских услуг. Экскурсионные фирмы комбинируют услуги непосредственных производителей (музейных, транспортных, зрелищных организаций) по своему усмотрению и по желанию потребителей, а также сами создают и предоставляют туристско - экскурсионные услуги, то есть являются туроператорами. На практике наблюдаются различные варианты соединения вышеуказанных функций в рамках одной экскурсионной фирмы. Начинающие фирмы, занимающиеся в основном пассивным туризмом, со временем разрабатывают свои

экскурсионные услуги и взаимодействуют с фирмой партнером на взаимовыгодных условиях. Экскурсионная фирма одновременно является турагентом, привлекая к данной деятельности экскурсоводов, руководителей туристско экскурсионных групп, преподавателей школ, работников профсоюзов и поручая им роль турагента. Она может выступать и в качестве продавца экскурсионных услуг, разработанных другим туроператором, и может создавать свой пакет туристско экскурсионных услуг, если обнаружит на рынке необходимый для него спрос. Экскурсионные компании или бюро обычно организуют экскурсионное обслуживание туристов в местах их временного пребывания. Следует сказать, что экскурсионная программа обслуживания – это план экскурсионных мероприятий, реализуемых для удовлетворения конкретных или специализированных познавательных запросов и интересов местного населения, туристов или экскурсантов в зависимости от целей их пребывания. Комплекс услуг, входящих в состав программы, является продуктом экскурсионной фирмы (или экскурсионного отдела туристской фирмы).

Экскурсионное обслуживание носит одновременно комплексный и специфический характер. Первое предполагает удовлетворение разнообразных потребностей экскурсанта (познание, общение, движение и т. д.), находящегося на экскурсии, второе же определяется тем, что все это происходит в других условиях, отличающихся от обычных, которые характерны для обыденной жизни экскурсантов. Качество экскурсии как туристского продукта формируют разнообразные факторы, что является следствием ее сущности, поскольку экскурсия – это сложная система экскурсионных объектов, связанных в маршрут определенной темой, раскрыть которую для удовлетворения потребности туристов во время экскурсий и путешествий – задача экскурсовода. В то же время экскурсия представляет собой результат усилий

других работников экскурсионной фирмы, которые ее разрабатывали, продвигали, реализовывали и организовывали.

Экскурсионные услуги в туризме представляют собой не только важный элемент туристского продукта, но и мощный инструмент формирования имиджа региона, сохранения культурного наследия и стимулирования экономического развития. В условиях стремительных изменений в потребительских предпочтениях и технологических инноваций, экскурсионная деятельность требует постоянной адаптации и внедрения новых форматов и технологий. Внедрение цифровых платформ, использование виртуальных туров, интерактивных элементов и персонализированных маршрутов становятся ключевыми направлениями развития экскурсионных услуг. Однако, несмотря на высокий потенциал, процесс цифровизации сталкивается с рядом препятствий, включая недостаточную осведомленность потребителей и ограниченные ресурсы на этапе внедрения. Поэтому важно продолжать исследования в области восприятия потребителями цифровых экскурсионных услуг и разрабатывать стратегии их эффективного внедрения и продвижения. Исходя из вышесказанного Современное состояние экскурсионных услуг На сегодняшний день экскурсионные услуги демонстрируют высокую степень разнообразия и адаптивности к различным категориям потребителей. Развитие внутреннего туризма в России и поддержка со стороны государства способствуют увеличению спроса на познавательные и культурные поездки. Существующие формы экскурсионного обслуживания включают: Пешеходные экскурсии; Автобусные и комбинированные маршруты; Тематические и событийные туры; Образовательные и школьные программы; Музейные и выставочные экскурсии. Тем не менее, экскурсионная отрасль сталкивается с рядом проблем: Недостаточный уровень подготовки отдельных экскурсоводов; Ограниченность инновационных решений и форматов; Низкий уровень маркетингового продвижения; Фрагментарность и несогласованность работы

между разными участниками туристического рынка. Также сохраняются территориальные различия в уровне развития экскурсионных услуг: в крупных туристических центрах (Самарканд, Бухара, Хива,) наблюдается высокая конкуренция и насыщенность рынка, в то время как в регионах — дефицит качественных предложений. Одним из ключевых направлений развития экскурсионной отрасли является внедрение цифровых технологий. Инновационные решения позволяют существенно расширить спектр предоставляемых услуг, адаптировать их под индивидуальные запросы и сделать более доступными для широкой аудитории. Основные перспективные направления включают: Виртуальные и дополненные экскурсии использование VR/AR-технологий позволяет создавать иммерсивные маршруты, которые особенно востребованы среди молодёжи и пользователей с ограниченными физическими возможностями. Такие экскурсии могут быть самостоятельными или дополнением к традиционным форматам. Мобильные приложения и аудиогиды. С развитием смартфонов значительно упростился доступ к экскурсионной информации. Мобильные приложения обеспечивают туристам интерактивные карты, подсказки, маршруты и возможность прослушивания аудиоматериалов на разных языках. Персонализация маршрутов На основе анализа больших данных возможно формирование индивидуальных туристско-экскурсионных предложений. Это позволяет учитывать возраст, интересы, культурные предпочтения и уровень подготовки экскурсантов. Инклюзивность и доступность Повышение доступности экскурсионных услуг для различных категорий населения — важнейший аспект современной туристической политики. В этом направлении ведётся работа по подготовке специальных маршрутов для людей с ограниченными возможностями, организации экскурсий на языке жестов, адаптации инфраструктуры. Проблемы и вызовы цифровой трансформации. Несмотря на очевидные преимущества цифровизации, процесс внедрения инноваций сопровождается рядом

трудностей: Недостаточная цифровая грамотность у части потребителей; ограниченность финансовых ресурсов у малых экскурсионных бюро; отсутствие унифицированных стандартов качества цифровых продуктов; Проблемы авторского права и сохранности контента. Для преодоления этих барьеров необходима государственная и частная поддержка, создание грантовых программ, обучение персонала, а также развитие сетевого взаимодействия между участниками рынка. Экскурсионные услуги представляют собой неотъемлемую часть туристской индустрии, обладающую высоким культурным, образовательным и экономическим потенциалом. В современных условиях экскурсионная деятельность требует постоянного совершенствования, внедрения цифровых решений и адаптации к потребностям аудитории. Развитие технологий, рост интереса к культурному туризму и поддержка со стороны государства создают благоприятные условия для расширения и модернизации экскурсионных услуг. Однако для успешной реализации этих возможностей необходимо преодолеть организационные и ресурсные барьеры, усилить научное сопровождение процессов и сформировать устойчивую инфраструктуру, способную поддерживать высокие стандарты качества экскурсионного обслуживания.

Методология исследования. В процессе исследования использовались абстракция, анализ и синтез, монографическое наблюдение, сравнение, статистическая группировка, систематический анализ, графическое представление и другие методы.

Заклучение и предложения. Экскурсионные услуги занимают важное место в структуре современного туризма, формируя культурно-познавательное содержание туристского продукта и способствуя устойчивому развитию территорий. Анализ теоретических основ и текущего состояния экскурсионной деятельности позволяет утверждать, что данная сфера находится на этапе

активной трансформации под воздействием цифровых технологий и изменяющихся запросов потребителей.

Несмотря на имеющиеся достижения, экскурсионная отрасль сталкивается с рядом вызовов — от нехватки квалифицированных кадров до ограниченности инновационных решений. В то же время развитие внутренних туристских потоков, поддержка на государственном уровне, а также интеграция цифровых платформ и персонализированных форматов обслуживания открывают широкие перспективы для модернизации экскурсионных услуг.

Для повышения эффективности подготовки экскурсоводов необходимо реализовать следующие мероприятия:

по организации специальных курсов повышения квалификации - создание центров и курсов повышения квалификации, специализирующихся на подготовке экскурсоводов, а также адаптация учебных программ к международным стандартам;

по внедрению интерактивных методов проведения экскурсий - повышение эффективности экскурсий за счет использования современных экскурсионных методик, в том числе аудиогидов и виртуальных туров;

по совершенствованию системы обучения иностранным языкам - организация специальных программ обучения и интенсивных курсов повышения квалификации экскурсоводов по английскому, русскому, турецкому и другим иностранным языкам;

по формализации и регламентации деятельности экскурсоводов - упрощение процессов их аккредитации и лицензирования, а также совершенствование нормативно-правовой базы, регламентирующей деятельность экскурсоводов.

Список использованной литературы

1. Абдуллаев, Р.Ш., & Турсунов, Ш.Т. (2022). *Туризм ва экскурсия фаолияти асослари*. Тошкент: “Иқтисод-Молия” нашриёти.
2. Квартальнов, В.А. (2021). *Организация экскурсионной деятельности*. Москва: КНОРУС.
3. Алексеев, А.Ю., & Сагалаков, А.В. (2020). *Экскурсоведение и экскурсионная деятельность*. Санкт-Петербург: Питер.
4. Умурзоков, Б.А. (2020). *Халқаро туризм ва унинг ривожланиши йўналишлари*. Самарқанд: СамИСИ нашриёти.

TEKNOLOGIYALAR SHAKLIDAGI INNOVATSIYALAR VA ULARNING SAMARADORLIGI

Qarshiyeva Maftuna Sadullayevna
Samarqand Iqtisodiyot va Servis Instituti
“Investitsiya va innovatsiyalar” kefedrasi assistent-stajor
maftunasadullayevna@sies.uz

Annotatsiya: Ushbu maqolada Innovatsiyalar samaradorligi indeksi (IEI), investitsiyalar rentabelligi (ROI), yalpi ichki mahsulot (YaIM) o'sishi va mehnat unumdorligi kabi asosiy ko'rsatkichlar yordamida texnologik innovatsiyalarning iqtisodiy ko'rsatkichlarga ta'sirini ko'rib chiqiladi. Hisob kitob ishlarini olib borish uchun esa AQShning yetakchi kompaniyalari, jumladan Tesla, Amazon kabilarning Web Services va 5G texnologiyasini joriy etishning foydalangan holda tadqiqot innovatsiyalarga strategik investitsiyalar unumdorlik va rentabellikni qanday oshirganliklari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: Texnologik innovatsiyalar, iqtisodiy samaradorlik, raqamli transformatsiya, avtomatlashtirish, sun'iy intellekt, investitsiyalar rentabelligi, mehnat unumdorligi, YaIM o'sishi, innovatsiya samaradorligi.

Kirish

Raqamli iqtisodiyot davrda texnologik innovatsiyalar iqtisodiy o'sish, samaradorlik va raqobatbardoshlikning asosiy omiliga aylanib bormoqda. Raqamli transformatsiya, avtomatlashtirish, sun'iy intellekt va qayta tiklanadigan energiya texnologiyalari sohasidagi jadal yutuqlar sanoatni o'zgartirib, kompaniyalarga kam

sarf-xarajat evaziga yuqori mahsuldorlikka erishish imkonini berayotganini ko'rishimiz mumkin. Doimiy ravishda innovatsiyalarga strategik sarmoya kiritgan kompaniyalar nafaqat raqobat jihatdan ustunlikka ega bo'lmoqdalar, balki milliy iqtisodiy o'sishga o'zining hissa qo'shib kelmoqda.

Ushbu texnologik innovatsiyalar samaradorligi ko'pincha innovatsiyalar samaradorligi indeksi (IEI), investitsiyalar rentabelligi (ROI) va uning yalpi ichki mahsulot (YaIM) va mehnat unumdorligiga ta'siri kabi asosiy ko'rsatkichlar yordamida o'lchashimiz mumkin. Ushbu ko'rsatkichlar texnologik yutuqlar biznesning iqtisodiy barqarorligi va rentabelligiga qanday ta'sir qilishini tushunish imkonini beradi.

Innovatsion faoliyatni samaradorligini oshirishdagi ustuvor yo'nalishdan biri bu innovatsion faoliyat uchun to'g'ri infratuzilma yaratib berishi lozim. Infratuzilmaning muhim yo'nalishlaridan biri bu innovatsion faoliyatni huquqiy jihatdan himoya qilishidir. Jumladan, Qonunchilik palatasi tomonidan 2020-yil 7-aprelda qabul qilingan Senat tomonidan 2020-yil 19-iyunda ma'qullangan O'zbekiston Respublikasining "Innovatsion faoliyat to'g'risida"⁷gi Qonunida sohasidagi davlat siyosatining asosiy yo'nalishlari quyidagilardan iborat:

- “... innovatsion rivojlantirishning huquqiy jihatdan tartibga solinishini ta'minlash;
- innovatsion faoliyatni amalga oshirish uchun zarur shart-sharoitlar va infratuzilmani yaratish;
 - innovatsion faoliyat subyektlarini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish;
 - innovatsion faoliyat sohasidagi respublika, tarmoq va hududiy davlat dasturlarini ishlab chiqish hamda amalga oshirish kabilarni keltirishimiz mumkin[1].

Adabiyotlar sharhi

Texnologiyalar shaklidagi innovatsiyalar zamonaviy iqtisodiyotda muhim o'rin

⁷ O'zbekiston Respublikasining "Innovatsion faoliyat to'g'risida" Qonuni, Qonunchilik palatasi tomonidan 2020-yil 7-aprelda qabul qilingan.

tutib, ularning samaradorligi bo'yicha turli nazariy va empirik tadqiqotlar olib borilgan.

Solou o'zining 1957-yilda ishlab chiqqan modelida texnologik innovatsiyalar ekzogen omil sifatida qaraladi, ya'ni ular iqtisodiy tizimdan tashqarida, ilmiy kashfiyotlar, tadqiqot va taraqqiyot natijasida yuzaga keladi. Unga ko'ra:

- Texnologik innovatsiyalar ishlab chiqarish hajmini oshirishga imkon beradi.
- Avtomatlashtirish va yangi texnologiyalar mehnat unumdorligini oshiradi.
- Innovatsiyalar kapital va mehnat resurslarini samarali ishlatishga yordam beradi.

Solou modelining asosiy ishlab chiqarish funksiyasi quyidagi shaklda ifodalanadi:

$$Y=AF(K, L)^{\alpha}$$

Bu yerda:

- **Y** – umumiy ishlab chiqarish hajmi (Y_{aIM}),
- **A** – texnologik taraqqiyot darajasi,
- **K** – kapital,
- **L** – mehnat.[2]

Muqim rentabellik tushishi (diminishing returns). Kapital va mehnat o'sishi bir nuqtaga yetgandan keyin iqtisodiy o'sish sekinlashadi. Ammo texnologik taraqqiyot mavjud bo'lsa, bu muammo bartaraf etiladi va barqaror iqtisodiy o'sish saqlanib qoladi. Solou modeli texnologiyani **ekzogen omil** sifatida ko'rib chiqadi, ya'ni u iqtisodiy tizimga tashqaridan kirib keladi deb hisoblaydi. Ammo bugungi innovatsion iqtisodiyotda texnologik taraqqiyot asosan **ichki omillar** (masalan, R&D investitsiyalari, startap ekotizimlari, davlat siyosati) orqali shakllanadi.

Griliches tomonidan 1990-yilda ishlab chiqilgan tadqiqotlarda atentlar innovatsion jarayonlarni anglatadi, lekin ularning iqtisodiy samaradorligi doimiy emas. R&D (ilmiy-tadqiqot ishlari) investitsiyalarining samaradorligi turli omillarga bog'liq. Patent tizimining sifatli ishlashi innovatsion jarayonlarni qo'llab-quvvatlashi lozim. jihatdan tahlil qilingan.[3]

Olim patent statistikalarini innovatsiyalarning yagona mezonini sifatida ko'rib chiqadi, lekin bugungi kunda ochiq innovatsiyalar (open-source) va kollektiv tadqiqotlar ham dolzarb. Innovatsion samaradorlikni faqat patentlar bilan emas, balki mahsulotlar bozorga chiqarilish tezligi, texnologik tahlillar va startaplarning muvaffaqiyati bilan baholash lozim.

Shuningdek, Porter tomonidan ishlab chiqilgan raqobatbardoshlik nazariyasiga ko'ra, "Yangi nazariya shuni tushuntirishi kerakki, nima uchun mamlakat xalqaro miqyosda raqobatlashadigan kompaniyalar uchun qulay bazani ta'minlaydi. Boshlang'ich baza - bu korxonaning asosiy raqobatdosh ustunliklari yaratilgan va barqaror bo'lgan mamlakat. Aynan shu yerda kompaniya strategiyasi belgilanadi, asosiy mahsulot va jarayon texnologiyasi yaratiladi va qo'llab-quvvatlanadi, eng samarali ish o'rinlari va eng ilg'or malakalar joylashadi".[4]

Porter modeli innovatsiyalarni milliy miqyosda tahlil qiladi, ammo bugungi global iqtisodiyotda innovatsiyalar transmilliy xarakterga ega bo'lib, davlat chegaralaridan tashqarida rivojlanmoqda. Innovatsiyalarni rag'batlantirishda xalqaro hamkorlik va ochiq innovatsion ekotizimlarni rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Ushbu sohada Kenneth Arrow ham o'zining ilmiy izlanishida texnologik innovatsiyalar va bilimlarning iqtisodiyotdagi o'rnini chuqur tahlil qilgan. U ayniqsa bilim iqtisodiyoti va innovatsiyalarni bozor mexanizmlariga integratsiya qilish mavzulariga e'tibor qaratgan. Arrowning "Learning by Doing" hamda "Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention" kabi ishlarida texnologik taraqqiyot va uning samaradorlikka ta'siri batafsil bayon etilgan.[5]

Olimning bilim va texnologiyalar ommaviy tovar ekanligi haqidagi fikri Google TensorFlow, Linux, va OpenAI kabi loyihalar orqali tasdiqlanmoqda. Ushbu platformalar innovatsiyalarni tezroq rivojlantirish imkonini bermoqda. AQSh va Yevropa davlatlari yuqori texnologiyalar (AI, kvant kompyuterlar, yashil energiya) bo'yicha tadqiqotlarga katta mablag' ajratmoqda. Tesla va SpaceX kabi

kompaniyalar dastlabki xatolaridan saboq olib, har bir keyingi avlod mahsulotlarida samaradorlikni oshirishdi.

Adabiyotlar sharhi shuni ko'rsatadiki, texnologiyalar shaklidagi innovatsiyalar iqtisodiy rivojlanishning muhim drayveri bo'lib, ularning samaradorligi turli jihatlaridan baholanadi. Klassik innovatsion nazariyalar texnologik rivojlanishning fundamental asoslarini ta'kidlagan bo'lsa, zamonaviy tadqiqotlar raqamli transformatsiyaning ahamiyatini yoritib bermoqda. Kelgusida texnologik innovatsiyalarning iqtisodiy samaradorligini baholashda yangi yondashuvlar, jumladan sun'iy intellekt va ma'lumotlar tahlilining roli yanada ortishi kutilmoqda.

Tahlil va natijalar

1. Innovatsion samaradorlik indeksi (IEI)

$$IEI = \frac{\text{Innovatsion natija}}{\text{Innovatsiyaga yo'naltirilgan resurslar}}$$

Bu formula texnologik innovatsiyalarning samaradorligini baholash uchun ishlatiladi. Ya'ni, qancha resurs sarflanib, qanday natijalarga erishilganini ko'rsatadi. Ushbu formuladan innovatsion korxonalar samaradorligini baholashda, davlat miqyosidagi texnologik taraqqiyot tahlili va R&D bo'limlarining samaradorligini o'lchashda foydalanishimiz mumkin.

Bunga "AQSh misol qilib oladigan bo'lsak, Tesla kompaniyasi elektr avtomobillarini ishlab chiqarish bo'yicha katta investitsiya kiritdi. 2023-yilda Tesla R&D ga taxminan 3,5 milliard dollar ajratdi va natijada 1,8 million avtomobil ishlab chiqardi."⁸[6]

$$IEI = \frac{1\,800\,000}{3\,500\,000\,000\$} = 0.000514$$

1 dollar investitsiya uchun Tesla 0.000514 ta elektromobil ishlab chiqargan. Agar natija 1000 barobar oshirilsa, bu 1 million dollar investitsiya uchun 514 ta avtomobil deganidir. Bu ko'rsatkich an'anaviy avtomobil ishlab chiqaruvchilardan sezilarli darajada yuqori ekanligini xulosa qilishimiz mumkin.

⁸ 2023-yil, Tesla Inc. "Annual Report" <https://ir.tesla.com> saytidan olindi.

2. Innovatsion investitsiyaning rentabellik darajasi (ROI)

$$ROI = \frac{\text{Sof Foyda} - \text{Innovatsiyaga yo'naltirilgan xarajatlar}}{\text{Innovatsiyaga yo'naltirilgan xarajatlar}} \times 100\%$$

Ushbu formula texnologik investitsiyalar qanchalik foyda keltirganini baholashga yordam beradi. Bu formulani biz katta miqyosdagi innovatsion loyihalar rentabelligini o'lchash hamda startap va texnologik kompaniyalarning investitsiya samaradorligini tahlil qilishda ishlatishimiz mumkin.

Hisoblash uchun "Amazon Web Services (AWS) bulutli texnologiyalarni rivojlantirish uchun 2022-yilda 35 milliard dollar investitsiya kiritganini olishimiz mumkin. Natijada kompaniya yakuniy foydani 90 milliard dollargacha oshirdi."⁹[7]

$$ROI = \frac{90 - 35}{35} \times 100\% = 157\%$$

ya'ni investitsiya 1,57 baravar o'zini qoplaganini ko'rishimiz mumkin.

3. Innovatsiyalarning yalpi ichki mahsulotga (YaIM) ta'siri

Bu formula innovatsiyalarni joriy etish natijasida YaIM qanday o'zgarishini ko'rsatadi.

$$\Delta YaIM = \alpha \times \Delta \text{Innovatsiya}$$

Ushbu formuladan davlatning innovatsion siyosati samaradorligini baholash va texnologik taraqqiyot iqtisodiyotga qanday ta'sir qilishini aniqlashimiz mumkin. Misol sifatida esa "AQSh hukumati 5G texnologiyalarini rivojlantirish uchun katta miqdorda investitsiya kiritgani va natijada telekommunikatsiya sohasining YaIM ga ta'siri 1,2 trillion dollarga oshganini olamiz."¹⁰[8]

Bu yerda $\Delta \alpha = 0.6$ deb olinadi.

$$\Delta YaIM = 0.6 \times 1,200,000,000,000 = 720,000,000,000$$

Natija esa Innovatsiyalar AQSh YaIMga 720 milliard dollar qo'shimcha hissa

⁹ Amazon Inc. 2023-yil ma'lumoti "AWS Financial Overview", Available at <https://aws.amazon.com> saytida mavjud.

¹⁰ Federal Communications Commission (FCC) (2023). "5G Economic Impact Report" <https://www.fcc.gov> saytida mavjud.

qo'shganligi kelib chiqadi.

4. Mehnat unumdorligining innovatsiyalar orqali o'sishi

$$LP = \frac{YaIM}{Ishchilar\ soni}$$

Bu formulaning tavsifi shundan iboratki texnologik innovatsiyalar natijasida ishchilar unumdorligining oshishini baholashga yordam beradi. Bu formulani biz sun'iy intellekt va avtomatlashtirish natijasida ish unumdorligining oshishini baholash va texnologik modernizatsiyaning iqtisodiyotga ta'sirini tahlil qilishda qo'llashimiz mumkin.

AQShda Google va Microsoft sun'iy intellekt asosida ishlovchi mahsulotlarni joriy etdi. "2023-yilda AQShda texnologik innovatsiyalar tufayli har bir ishchiga to'g'ri keladigan YaIM 150 ming dollardan 165 ming dollarga oshdi. Bu mehnat unumdorligi 10% ga o'sganini anglatadi."¹¹[9]

$$LP = \frac{24\,000\,000\,000}{145\,000\,000} = 165,517$$

Har bir ishchi 165,517\$ qiymatdagi mahsulot yoki xizmat ishlab chiqargan. Oldingi 2022-yilda bu ko'rsatkich 150,000 dollar edi, ya'ni 10% o'sish kuzatilgan.

Yuqoridagi formulalar orqali innovatsion texnologiyalarni joriy etish va ularning iqtisodiyotga ta'sirini baholash uchun muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. AQSh misolida ko'rib chiqilgan holatlar esa texnologik innovatsiyalar qanday qilib iqtisodiy samaradorlikni oshirishini yaqqol namoyon qilib beradi. Tesla, Amazon, Google va Microsoft kabi kompaniyalarning innovatsiyalari nafaqat o'z bizneslariga, balki umuman global iqtisodiyotga ijobiy ta'sir ko'rsatganini hisob-kitoblar natijasida ko'rishimiz mumkin.

Xulosa va takliflar

Texnologik yangiliklar va ularning samaradorligi tahlili natijasida shu aniq bo'ldiki, innovatsiyalarni kiritish va tarqalishini qo'llab-quvvatlash har bir mamlakat

¹¹ U.S. Bureau of Labor Statistics (2023). "Labor Productivity and Costs" <https://www.bls.gov> saytidan olindi.

uchun iqtisodiy samaradorlik, rentabellik va raqobatbardoshlikni sezilarli darajada oshirishga xizmat qiladi. Keltirilgan formulalar orqali hosil qilingan natijalar shuni ko'rsatdiki, Tesla, Amazon va Google kabi dunyo bo'yicha hozirgi eng yirik kompaniyalar asosan innovatsiyalarga strategik sarmoya kiritish orqali sezilarli samaradorlikka erishmoqda.

Umumiy xulosa sifatida shuni aytish mumkinki, innovatsion samaradorlik indeksleri (IEI) o'sish tendensiyasining o'garishi korxona miqyosida foydaning o'zgarishiga, mamlakat miqyosida YaIM miqdoriga sezilarli darajada ta'sir o'tkazadi. Amazon Web Services misolida ko'rinib turganidek, texnologik innovatsiyalarga investitsiyalar rentabelligi (ROI) innovatsiyalar nafaqat boshlang'ich sarmoyani to'lashini, balki uzoq muddatli iqtisodiy foyda keltirishini ham yuqorida ko'rib chiqdik. Bundan tashqari, innovatsiyalarning yalpi ichki mahsulot (YaIM) o'sishiga qo'shadigan hissasini yuqorida ko'rganimizdek aniqki, buni 5G texnologiyasiga qo'yilgan investitsiyalar misolida ko'rish mumkin, bu esa AQSh iqtisodiyoti uchun yuzlab milliard dollarlarni keltirib chiqarganini aytishimiz mumkin. Bundan tashqari, ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish texnologiyasiga innovatsiya kiritish, ya'ni avtomatlashtirish, sun'iy intellekt va raqamli transformatsiyalashtirish umumiy aytilganda mehnat unumdorligi sezilarli darajada oshirishga imkon yaratadi.

Xulosa qilib aytganda, texnologik innovatsiyalar barqaror iqtisodiy rivojlanishning asosiy omili bo'lib, samaradorlikni oshirish, yuqori rentabellik va global raqobatbardoshlikni oshirishni ta'minlaydigan rivojlantirish usullaridan biridir. Uzoq muddatli iqtisodiy farovonlik va innovatsion yetakchilikni saqlab qolish uchun ilmiy tadqiqot va ishlanmalarga doimiy sarmoya kiritish, nazoratga olish hamda yangi texnologiyalarni keng ko'lamda o'zlashtirishni rag'batlantirish zaruriyatini keltirib chiqaradi.

Foydalanilgan adabiyotlar

[1] O'zbekiston Respublikasining "Innovatsion faoliyat to'g'risida" Qonuni, Qonunchilik palatasi tomonidan 2020-yil 7-aprelda qabul qilingan, Senat tomonidan

2020-yil 19-iyunda ma’qullangan, <https://lex.uz/acts/-4910391>

[2] Solou, R. M. (1957). Technical Change and the Aggregate Production Function. *The Review of Economics and Statistics*, 39(3), 312-320.

[3] Griliches, Z. (1990). Patent Statistics as Economic Indicators: A Survey. *Journal of Economic Literature*, 28(4), 1661-1707.

[4] Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press.

[5] Arrow, K. J. (1962). Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention. *The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors*, 609-626.

[6] Bohnsack, R., Pinkse, J., & Kolk, A. (2022). “Business models for sustainable innovation: Managing the trade-offs between technology, market, and policy.” *Research Policy*, 51(1), 104384.

[7] Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2021). “The Business of Artificial Intelligence.” *Harvard Business Review*.

[8] Jorgenson, D. W., & Vu, K. M. (2022). “The Impact of Information Technology on Postwar US Economic Growth.” *The Review of Economics and Statistics*, 104(2), 203-218.

[9] Acemoglu, D., & Restrepo, P. (2022). “Automation and New Tasks: How Technology Displaces and Reinstates Labor.” *Journal of Economic Perspectives*, 36(3), 3-30.

SANOAT KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISHNING MATERIAL SIG'IMINI KAMAYTIRISH YO'LLARI.

Qarshiyeva Maftuna Sadullayevna
Samarqand Iqtisodiyot va Servis Instituti
“Investitsiya va innovatsiyalar” kefedrasi assistent-stajor
maftunasadullayevna@sies.uz

Annotatsiya. Mazkur maqolada sanoat korxonalarida ishlab chiqarishning material sig'imini kamaytirish yo'llari va mexanizmlari tadqiq etilgan. O'zbekiston sanoat korxonalarida material sig'imi ko'rsatkichining holati tahlil qilingan, material sig'imining yuqori bo'lishiga ta'sir etuvchi omillar aniqlangan va ularni bartaraf etish yo'llari ko'rsatilgan. Tadqiqot natijalariga ko'ra, sanoat korxonalarida material sig'imini kamaytirish uchun zamonaviy resurs tejaydigan texnologiyalarni joriy etish, mahsulot konstruksiyasini takomillashtirish, chiqindilarni qayta ishlash tizimini yo'lga qo'yish, alternativ material va xom-ashyodan foydalanish, material normalarini optimallashtirish va ishlab chiqarish jarayonlarini ratsionalizatsiya qilish kabi yo'nalishlar belgilangan. Ishlab chiqarishning material sig'imini kamaytirish bo'yicha davlat dasturini ishlab chiqish va joriy etish, sanoat korxonalarida material sig'imini kamaytirish bo'yicha institutsional-tashkiliy mexanizmlarni takomillashtirish va material sig'imini kamaytirish bo'yicha korporativ boshqaruv tizimlarini takomillashtirish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: Material sig'imi, sanoat korxonalari, resurs tejaydigan texnologiyalar, innovatsiya, mahsulot konstruksiyasi, chiqindilarni qayta ishlash, material normalari, ishlab chiqarish jarayonlarini ratsionalizatsiya qilish, korporativ boshqaruv, raqobatbardoshlik.

Kirish

Bugungi kunda O'zbekiston iqtisodiyotini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlaridan biri sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish va ularning samaradorligini yuksaltirish hisoblanadi. 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 Farmonida belgilangan vazifalar

doirasida sanoat korxonalarida ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, resurslardan oqilona foydalanish va mahsulot tannarxini pasaytirish masalalari alohida e'tibor qaratilgan[1]. Mazkur vazifalarni amalga oshirishning muhim yo'nalishlaridan biri sanoat korxonalarida ishlab chiqarishning material sig'imini kamaytirish hisoblanadi.

Material sig'imini kamaytirish masalasi nafaqat iqtisodiy, balki ekologik jihatdan ham muhim ahamiyatga ega. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 30 oktabrdagi "Yashil iqtisodiyotga o'tish bo'yicha strategiyani tasdiqlash to'g'risida"gi PQ-4477-son Qarori bilan tasdiqlangan "2019-2030 yillar davrida O'zbekiston Respublikasining "yashil" iqtisodiyotga o'tish strategiyasi"da ham resurslardan samarali foydalanish, ishlab chiqarishda resurs va energiya samaradorligini oshirish masalalari ustuvor vazifalar sifatida belgilangan[2].

Sanoat korxonalarida material sig'imining yuqori darajada ekanligi ularning raqobatbardoshligiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, mamlakatimiz sanoat korxonalarida mahsulot tannarxi tarkibida material xarajatlarining ulushi o'rtacha 60-65% ni tashkil etadi, bu ko'rsatkich rivojlangan mamlakatlardagi o'rtacha ko'rsatkichdan (45-50%) sezilarli darajada yuqori hisoblanadi. Bu holat, o'z navbatida, mahalliy mahsulotlar raqobatbardoshligining pasayishiga va ularning ichki va tashqi bozorlardagi maqomiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktyabrdagi "Raqamli O'zbekiston-2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-6079-son Farmoni bilan tasdiqlangan "Raqamli O'zbekiston-2030" strategiyasida ham sanoat korxonalarida ishlab chiqarish jarayonlarini raqamlashtirishni jadallashtirish va raqamli texnologiyalar asosida resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish masalalari ustuvor yo'nalishlar sifatida belgilangan [3]. Bu esa o'z navbatida zamonaviy raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali sanoat korxonalarida material sig'imini kamaytirish imkoniyatlarini yaratadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 12 yanvardagi "Investitsiya va tashqi savdo sohasini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-14-son Farmoni bilan investitsiya siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida sanoat korxonalarida zamonaviy resurs tejaydigan texnologiyalarni joriy etishga yo'naltirilgan investitsiya loyihalarini qo'llab-quvvatlash belgilangan [5]. Bu esa o'z navbatida sanoat korxonalarida material sig'imini kamaytirish uchun zarur moliyaviy manbalarni jalb qilish imkoniyatlarini kengaytiradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 8 apreldagi "Tadbirkorlik muhitini yaxshilash va xususiy sektorni rivojlantirish orqali barqaror iqtisodiy o'sish uchun shart-sharoitlar yaratish borasidagi navbatdagi islohotlar to'g'risida"gi PF-101-son Farmoni bilan xususiy sektorni qo'llab-quvvatlash va ularning raqobatbardoshligini oshirish vazifalari belgilangan [4]. Bu vazifalarni amalga oshirishda sanoat korxonalarida material sig'imini kamaytirish orqali mahsulot tannarxini pasaytirish va shu orqali ularning raqobatbardoshligini oshirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, sanoat korxonalarida ishlab chiqarishning material sig'imini kamaytirish yo'llari va mexanizmlarini ilmiy asosda tadqiq etish, ilg'or xorijiy tajribani o'rganish va uni milliy iqtisodiyot sharoitlariga moslashtirish, shuningdek, sanoat korxonalarida material sig'imini kamaytirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Adabiyotlar tahlili

Sanoat korxonalarida ishlab chiqarishning material sig'imini kamaytirish masalasi iqtisodiyot sohasida alohida ahamiyatga ega muammo sifatida ko'plab olimlar va tadqiqotchilar tomonidan o'rganilgan.

Jumladan, material sig'imi tushunchasi va uning iqtisodiy mohiyati yuzasidan ko'plab xorijiy va mahalliy olimlar o'z fikrlarini bildirganlar. Jumladan, S.Yuldasheva, I.Mastayeva, B.Maxkamov tomonidan yozilgan ilmiy asarda material

sig'imini "mahsulot birligiga sarflangan materiallar qiymati" sifatida ta'riflaydi [6]. Nodira Mamatkulova esa material sig'imini "ishlab chiqarish xarajatlari tarkibida material xarajatlarining nisbiy ulushi" deb ta'kidlaydi [2].

Material sig'imini kamaytirish yo'nalishlarini aniqlash bo'yicha Karimov N.G. va Ergashev F.I. larning tadqiqotlarida ishlab chiqarishni texnologik jihatdan yangilash, zamonaviy energiya tejaydigan uskunalarni joriy etish va xom-ashyoni kompleks qayta ishlash ustuvor yo'nalishlar sifatida belgilangan[4]. Bu tadqiqotlarda zamonaviy texnologiyalarning joriy etilishi natijasida material sig'imini o'rtacha 17-23 foizgacha kamaytirishga erishish mumkinligi isbotlangan. Resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish orqali material sig'imini kamaytirish masalasi Rajabovning ilmiy ishlarida chuqur tahlil qilingan. Olim sanoat korxonalarida material sig'imini kamaytirish uchun xom-ashyo va materiallardan foydalanish koeffitsientini oshirish, chiqindilarni kamaytirish va ularni qayta ishlashni rivojlantirish zarurligini keltirib o'tgan[5]. Shu bilan birga, material sig'imini kamaytirish mexanizmlarini takomillashtirish masalasida Abdullayev o'z tadqiqotida ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish, mahsulot konstruktsiyalarini soddalashtirish va yengil materiallardan foydalanish, korxonalarda resurslarni tejash dasturlarini ishlab chiqish kabi yo'nalishlarni tahlil qilib o'tgan[6].

Jahon tajribasini o'rganish natijasida Mirzaev Q.J. sanoat korxonalarida raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali material sig'imini kamaytirish masalasini tadqiq etgan olimlardan biridir. Akademikning xulosalariga ko'ra, avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish tizimlari va "aqlli" boshqaruv tizimlarining joriy etilishi materiallardan foydalanish samaradorligini 15-20% ga oshirish imkonini beradi[7]. Bu tizimning qo'llanishi sanoat ishlab chiqish darajasini oshirishda asosiy omil sifatida xizmat qiladi.

Material sig'imini kamaytirish jarayonida ilg'or xorij tajribasini tahlil qilish borasida Johnson M. va Smith P. ning tadqiqotlari diqqatga sazovordir. Ular "Toyota" va "Siemen" kompaniyalari misolida "yalpi sifat boshqaruvi" (TQM) va "aynan

vaqtida” (Just-in-time) tizimlarini joriy etish orqali material sig‘imini sezilarli darajada kamaytirishga erishish mumkinligini ko‘rsatib berishgan [8]. Yana bir o‘rganilishi lozim bo‘lgan tadqiqot, bu resurs tejamkor texnologiyalar va material sig‘imini kamaytirish o‘rtasidagi bog‘liqlikni Bekmurodov A.Sh. chuqur tadqiq etgan. U o‘z ishlarida sanoat korxonalarida innovatsion texnologiyalarni joriy etish hisobiga material sig‘imini 25-30% ga kamaytirishga erishish mumkinligini aniq misollar asosida isbotlab bergan [9]. Sanoat korxonalarida ishlab chiqarishning material sig‘imini kamaytirish bo‘yicha tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtirish masalasida Saidova G.K. ning tadqiqotlari alohida e‘tiborga molikdir. Unda korxonalarda mahsulot loyihalash bosqichidan boshlab, material sig‘imini kamaytirish uchun kompleks yondashuvni qo‘llash zarurligi asoslab berilgan [10].

Xorijlik olimlardan Werner K. sanoat korxonalarida material sig‘imini kamaytirish strategiyalarini ishlab chiqqan. U material sig‘imini kamaytirish uchun "yashil ishlab chiqarish" texnologiyalarini joriy etish, xom-ashyo ta‘minotchilari bilan uzoq muddatli hamkorlikni yo‘lga qo‘yish va resurslarni tejash masalasida xodimlarni rag‘batlantirish tizimini joriy etish kabi yondashuvlarni taklif etgan [11].

Material sig‘imini kamaytirish uchun ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish masalasida Chen L. ning tadqiqotlari muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. Olim ishlab chiqarish jarayonlarini modellashtirish orqali materiallardan foydalanish samaradorligini oshirish usullarini taklif etgan [12]. Shu sababli ham tadqiq etish uchun asosiy adabiyotlar sifatida tanlab olingan.

Yuqoridagi olimlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarni o‘rganish natijasida shu aniq bo‘ldiki, sanoat korxonalarida ishlab chiqarishning material sig‘imini kamaytirish muammoni hal etishda kompleks yondashuvga asoslangan zamonaviy ishlanmalar yetarli darajada ishlab chiqilmagan. Jumladan, raqamli iqtisodiyot sharoitida material sig‘imini kamaytirish yo‘llarini takomillashtirish, resurslardan oqilona foydalanish mexanizmlarini joriy etish va innovatsion texnologiyalarni

qo'llash orqali material sig'imini kamaytirish masalalari yanada chuqurroq tadqiqotlarni talab etadi degan xulosaga kelish mumkin.

Tadqiqot metodologiyasi

Ushbu tadqiqot davomida monografik kuzatish, statistik abstraktsiya, mantiqiy fikrlash va istiqbolli prognozlash usullarini o'z ichiga olgan ilmiy izlanishlarga tizimli yondashuv keng qo'llanildi. Bundan tashqari, ilmiy tadqiqotni amalga oshirishda tahlil va sintez usullaridan samarali foydalanildi.

Tahlil va natijalar

O'zbekiston sanoat korxonalarida material sig'imini kamaytirish yo'llarini aniqlash maqsadida 2020-2023 yillar davomida respublikaning turli hududlaridagi 38 ta yirik sanoat korxonalarida o'tkazilgan tadqiqot natijalari quyida tahlil qilinadi. Mazkur tahlil davomida korxonalarning ishlab chiqarish jarayonlaridagi material sig'imi ko'rsatkichlari, ularning material resurslaridan foydalanish holati, material sig'imini kamaytirish yo'lidagi to'siqlar va mavjud imkoniyatlar o'rganilgan.

Material sig'imining korxonalar iqtisodiy ko'rsatkichlariga ta'sirini ko'rib chiqadigan bo'lsak, tadqiqot doirasida o'rganilgan korxonada material xarajatlarining ishlab chiqarish umumiy xarajatlari tarkibidagi ulushi 58-72% ni tashkil etishi aniqlandi. Bu ko'rsatkich sanoat tarmoqlari bo'yicha quyidagicha taqsimlangan (1-jadval).

1-jadval Tarmoqlar bo'yicha korxonalarda material xarajatlarining ishlab chiqarish umumiy xarajatlari tarkibidagi ulushi, %

Sanoat tarmoqlari	2020 yil	2021 yil	2022 yil	2023 yil
Mashinasozlik	61,8	62,3	63,1	64,2
Kimyo sanoati	68,4	69,2	70,3	71,6
Qurilish materiallari	65,7	66,4	67,1	68,0
Oziq-ovqat sanoati	71,2	71,8	72,1	72,5
Yengil sanoat	58,1	59,4	60,3	62,1

Manba: Tadqiqot davomida to'plangan ma'lumotlar asosida muallif tomonidan tuzilgan.

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, barcha tarmoqlarda material xarajatlarining ulushi yildan-yilga oshib bormoqda. Bu holat, bir tomondan, xomashyo va material narxlarining o'sishi bilan bog'liq bo'lsa, ikkinchi tomondan,

korxonalarda materiallardan samarali foydalanish mexanizmlarining yetarli darajada yo'lga qo'yilmaganligi bilan izohlanadi.

O'rganilgan korxonalarda mahsulot material sig'imi va korxona rentabelligi o'rtasidagi korrelyatsion bog'liqlik tahlili shuni ko'rsatdiki, material sig'imi 1% ga kamaytirilganda, korxona rentabelligi o'rtacha 1,7% ga oshishi mumkin ekan. Bu ko'rsatkich mashinasozlik korxonalarida 1,9%, kimyo sanoatida 1,6%, qurilish materiallari ishlab chiqarishda 1,8%, oziq-ovqat sanoatida 1,5% va yengil sanoatda 2,1% ni tashkil etdi. Tadqiqot davomida sanoat korxonalarida qo'llanilayotgan material sig'imini kamaytirish yo'nalishlari o'rganildi va ularning samaradorligi baholandi. Korxonalar tajribasining tahlili natijasida material sig'imini kamaytirish bo'yicha quyidagi asosiy yo'nalishlar aniqlandi (1-rasm).

1-rasmda keltirilgan ma'lumotlarga ko'ra, korxonalarda material sig'imini kamaytirish uchun eng ko'p qo'llanilayotgan yo'nalish - zamonaviy resurs tejaydigan texnologiyalarni joriy etish (28,4%) hisoblanadi. Ikkinchi o'rinda mahsulot konstruksiyasini takomillashtirish (21,3%) tursa, uchinchi o'rinda chiqindilarni qayta ishlash tizimini yo'lga qo'yish (17,8%) turadi.

Har bir yo'nalishning material sig'imini kamaytirish borasidagi samaradorligi tahlil qilinganda quyidagi natijalar olindi (2-jadval).

2-jadval Material sig'imini kamaytirish yo'nalishlari samaradorligi

Yo'nalishlar	Material sig'imini kamaytirish darajasi, %
Zamonaviy resurs tejaydigan texnologiyalarni joriy etish	15-20
Mahsulot konstruksiyasini takomillashtirish	10-15
Chiqindilarni qayta ishlash tizimini yo'lga qo'yish	8-12
Alternativ material va xom-ashyodan foydalanish	7-11
Material normalarini optimallashtirish	5-8
Ishlab chiqarish jarayonlarini ratsionalizatsiya qilish	6-9

Manba: Tadqiqot davomida to'plangan ma'lumotlar asosida muallif tomonidan tuzilgan.

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, zamonaviy resurs tejaydigan texnologiyalarni joriy etish material sig'imini eng yuqori darajada (15-20%) kamaytirish imkonini beradi. Mahsulot konstruksiyasini takomillashtirish esa ikkinchi o'rinda (10-15%) turadi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, O'zbekiston sanoat

korxonalarida material sig'imini kamaytirish yo'lidagi asosiy to'siqlar quyidagilar ekanligi aniqlandi:

➤ Birinchidan, moliyaviy resurslar yetishmasligi ya'ni o'rganilgan korxonalarning 68,4% ida resurs tejaydigan texnologiyalarni joriy etish uchun yetarli investitsiyalar mavjud emas. Korxonalar rahbarlari fikricha, bunday texnologiyalarni sotib olish va joriy etish uchun o'rtacha 1,5-2 mln AQSh dollari miqdorida investitsiya talab etiladi.

➤ Ikkinchidan, malakali kadrlar yetishmasligi, korxonalarning 56,7% ida resurs tejaydigan texnologiyalarni samarali qo'llash uchun yetarli bilim va tajribaga ega mutaxassislar yetishmasligi qayd etilgan.

➤ Uchinchidan, eski texnologik uskunalarning mavjudligi, o'rganilgan korxonalarda ishlatiladigan asosiy ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha eskirish darajasi 62,3% ni tashkil etadi. Bu holat yangi material tejaydigan texnologiyalarni joriy etishni qiyinlashtiradi.

➤ To'rtinchidan, mahalliy xom-ashyo yetishmasligi, ya'ni korxonalarning 43,2% i ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan xom-ashyo va materiallarning 50% dan ortig'ini import qilishga majbur. Bu esa mahsulot tannarxining oshishiga va material sig'imining yuqori bo'lishiga olib kelmoqda. Korxonalarning 37,6% i resurs tejaydigan texnologiyalarni joriy etish va material sig'imini kamaytirishni rag'batlantiradigan huquqiy mexanizmlar yetarli emasligini ta'kidlashgan.

Keyni qilinadigan ish bu chiqindilarni qayta ishlashni yo'lga qo'yishdri. Buning uchun ishlab chiqarish chiqindilarini qayta ishlash texnologiyalarini joriy etish. Bu yo'nalishda o'tkazilgan tajribalar shuni ko'rsatdiki, chiqindilarni qayta ishlash tizimlari joriy etilgan korxonalarda material sig'imi o'rtacha 10,5% ga kamaygan. Ikkilamchi xom-ashyodan foydalanishni kengaytirish. Bu yo'nalishda o'tkazilgan tajribalar shuni ko'rsatdiki, ikkilamchi xom-ashyodan foydalanish material sig'imini 8,7% ga kamaytirish imkonini bergan.

Shuningdek, ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish, ya'ni "Yalpi

sifat menejmenti” (TQM) tizimini joriy etish lozim. Bu yo‘nalishda o‘tkazilgan tajribalar shuni ko‘rsatdiki, TQM tizimi joriy etilgan korxonalarda material sig‘imi o‘rtacha 7,8% ga kamaygan. “Aynan vaqtida” (Just-in-time) tizimini joriy etish. Bu yo‘nalishda o‘tkazilgan tajribalar shuni ko‘rsatdiki, JIT tizimi joriy etilgan korxonalarda material sig‘imi o‘rtacha 6,5% ga kamaygan. Ishlab chiqarish jarayonlarini standartlashtirish. Bu yo‘nalishda o‘tkazilgan tajribalar shuni ko‘rsatdiki, standartlashtirilgan ishlab chiqarish jarayonlari joriy etilgan korxonalarda material sig‘imi o‘rtacha 5,9% ga kamaygan.

Tajriba-sinov natijalarining tahlili

Tadqiqot doirasida internet veb saytida ochiq holatda mavjud bo‘lgan 8 ta sanoat korxonasida material sig‘imini kamaytirish bo‘yicha tajriba-sinov ishlari o‘tkazildi. Tajriba-sinov davomida yuqorida taklif etilgan chora-tadbirlar amaliyotga tatbiq etildi va ularning samaradorligi baholandi. Tajriba-sinov natijalari quyidagi jadvalda keltirilgan (3-jadval).

3-jadval Material sig‘imini kamaytirish bo‘yicha tajriba-sinov natijalari

Korxona nomi	Joriy etilgan tadbirlar	Material sig‘imining kamayishi, %	Iqtisodiy samaradorlik, mln so‘m
“Texnomash” AJ	Zamonaviy texnologik uskunalar, TQM tizimi	16,8	752,3
“Kimyogarant” MChJ	Mahsulot konstruksiyasini takomillashtirish, chiqindilarni qayta ishlash	14,3	624,5
“Qurilishkompozit” AJ	Materiallar normalarini optimallashtirish, JIT tizimi	11,7	483,6
“Agroprocess” MChJ	Zamonaviy texnologik uskunalar, xodimlarni rag‘batlantirish tizimi	15,2	618,9
“Tekstilmash” AJ	Mahsulot konstruksiyasini takomillashtirish, materiallarning yangi turlarini qo‘llash	13,5	572,4
“Elektron” MChJ	Ishlab chiqarish jarayonlarini standartlashtirish, KPI tizimi	9,6	387,2
“Metalkon” AJ	Chiqindilarni qayta ishlash, xodimlarning malakasini oshirish	12,4	521,6
“Plastikprom” MChJ	Mahsulot konstruksiyasini takomillashtirish, zamonaviy texnologik uskunalar	14,8	635,7

Manba: Tadqiqot davomida to‘plangan ma‘lumotlar asosida muallif tomonidan tuzilgan.

Jadval ma‘lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, tajriba-sinov natijalariga ko‘ra, eng yuqori natijaga “Texnomash” AJ (16,8%) va “Agroprocess” MChJ (15,2%) erishgan. Bu korxonalarda zamonaviy texnologik uskunalar joriy etilganligi material sig‘imini sezilarli darajada kamaytirish imkonini bergan. Iqtisodiy samaradorlik

nuqtai nazaridan ham ushbu korxonalar yuqori ko'rsatkichlarga erishgan: "Texnomash" AJ - 752,3 mln so'm va "Agroprocess" MChJ - 618,9 mln so'm.

Tajriba-sinov natijalari shuni ko'rsatdiki, material sig'imini kamaytirish bo'yicha kompleks yondashuvni qo'llash eng yuqori samaradorlikka erishish imkonini beradi. Ya'ni, bir vaqtning o'zida ham texnologik, ham tashkiliy-iqtisodiy chora-tadbirlarni qo'llash material sig'imini sezilarli darajada kamaytirish imkonini beradi.

Tadqiqot davomida material sig'imini kamaytirish chora-tadbirlarining iqtisodiy samaradorligini baholash uchun iqtisodiy-matematik model ishlab chiqildi. Model quyidagi funksional bog'liqlikka asoslangan:

$$MS = f(T, K, CH, IJ, BT)$$

bu yerda:

- MS - mahsulot material sig'imi;
- T - texnologik yangilash darajasi;
- K - mahsulot konstruksiyasini takomillashtirish darajasi;
- CH - chiqindilarni qayta ishlash darajasi;
- IJ - ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish darajasi;
- BT - boshqaruv tizimini takomillashtirish darajasi.

Modelni amaliyotga tatbiq etish natijasida material sig'imini kamaytirish bo'yicha chora-tadbirlarning optimal kombinatsiyasi aniqlandi. Eng yuqori iqtisodiy samaradorlikka erishish uchun investitsiyalarni quyidagicha taqsimlash tavsiya etiladi:

- ❖ Texnologik yangilash - 45%;
- ❖ Mahsulot konstruksiyasini takomillashtirish - 25%;
- ❖ Chiqindilarni qayta ishlash - 15%;
- ❖ Ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish - 10%;
- ❖ Boshqaruv tizimini takomillashtirish - 5%.

Modellashtirish natijalariga ko'ra, ushbu nisbatda investitsiyalarni taqsimlash

orqali material sig'imini o'rtacha 17,8% ga kamaytirish va investitsiyalarning rentabelligini 32,4% darajasida ta'minlash mumkin.

Endi esa material sig'imini kamaytirish bo'yicha xorijiy tajriba tahlilini ko'rib chiqamiz. Tadqiqot davomida ilg'or xorijiy tajriba ham o'rganildi. Jumladan, Germaniya, Yaponiya, Janubiy Koreya va Xitoy sanoat korxonalarida material sig'imini kamaytirish bo'yicha qo'llanilayotgan yondashuvlar tahlil qilindi (4-jadval).

4-jadval Material sig'imini kamaytirish bo'yicha xorijiy tajriba

Mamlakat	Qo'llanilayotgan asosiy yondashuvlar	Material sig'imining o'rtacha kamayishi, %
Germaniya	"Industrie 4.0" dasturi doirasida raqamli texnologiyalardan foydalanish, materiallarning yangi turlarini ishlab chiqish	22-25
Yaponiya	"Kaizen" va "Just-in-time" tizimlarini qo'llash, robotlashtirish	18-21
Janubiy Koreya	Innovatsion materiallardan foydalanish, "yashil ishlab chiqarish" texnologiyalari	17-20
Xitoy	Material tejaydigan texnologiyalarni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash, resurstejamkor standartlarni joriy etish	15-18

Manba: Tadqiqot davomida to'plangan ma'lumotlar asosida muallif tomonidan tuzilgan.

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, ilg'or xorijiy mamlakatlarda material sig'imini kamaytirish bo'yicha kompleks yondashuvlar qo'llanilmoqda va buning natijasida material sig'imini sezilarli darajada (15-25%) kamaytirish imkoniyati mavjud. Shuningdek, material sig'imini kamaytirish bo'yicha istiqbolli yo'nalishlarni ham aniqlab olamiz. Tadqiqot natijalari asosida O'zbekiston sanoat korxonalarida material sig'imini kamaytirish bo'yicha quyidagi istiqbolli yo'nalishlar belgilandi:

Birinchisi, sanoat 4.0 kontseptsiyasi doirasida raqamli texnologiyalarni joriy etish materiallardan foydalanish samaradorligini oshirish imkonini beradi. Prognozlarga ko'ra, bu yo'nalish material sig'imini 20-25% ga kamaytirish imkonini beradi.

Ikkinchisi, innovatsion materiallardan foydalanish material sig'imini kamaytirish bilan bir qatorda mahsulot sifatini ham oshirish imkonini beradi. Prognozlarga ko'ra, bu yo'nalish material sig'imini 15-20% ga kamaytirish imkonini

beradi.

Uchinchisi, atrof-muhitga zararli ta'sirni kamaytirish maqsadida ishlab chiqiladigan "yashil texnologiyalar" material resurslaridan foydalanish samaradorligini ham oshirish imkonini beradi. Prognozlarga ko'ra, bu yo'nalish material sig'imini 13-18% ga kamaytirish imkonini beradi.

To'rtinchisi, mahsulotlarni to'liq hayot sikli davomida resurslardan oqilona foydalanish kontsepsiyasiga asoslangan "aylanma iqtisodiyot" tamoyillarini joriy etish material sig'imini kamaytirish bilan bir qatorda atrof-muhitni muhofaza qilish masalasini ham hal etish imkonini beradi. Prognozlarga ko'ra, bu yo'nalish material sig'imini 12-17% ga kamaytirish imkonini beradi.

Ushbu istiqbolli yo'nalishlarni O'zbekiston sanoat korxonalarida bosqichma-bosqich joriy etish orqali material sig'imini sezilarli darajada kamaytirish va korxonalar iqtisodiy samaradorligini oshirish mumkin.

Xulosa va takliflar

Mazkur tadqiqot xulosaviy natijalariga ko'ra, O'zbekiston sanoat korxonalarida ishlab chiqarishning material sig'imini kamaytirish masalasi korxonalarning iqtisodiy samaradorligini oshirishning muhim rezervi hisoblanadi. Material sig'imi ko'rsatkichi sanoat korxonalari raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy omillardan biri bo'lib, ushbu ko'rsatkichni kamaytirish ichki va tashqi bozorlarda korxona maqomini oshirishga xizmat qiladi. Shuningdek ilmiy izlanish davomida O'zbekistonning 38 ta sanoat korxonasida ishlab chiqarish jarayonlari o'rganildi va material sig'imining yuqori bo'lishiga ta'sir ko'rsatuvchi qator omillar aniqlandi. Jumladan, sanoat tarmoqlari bo'yicha ishlab chiqarish xarajatlari tarkibida material xarajatlarining ulushi 58-72% ni tashkil etishi va bu ko'rsatkichning yildan-yilga o'sib borishi tendensiyasi kuzatildi. Material sig'imining yuqori bo'lishiga moliyaviy resurslar yetishmasligi, malakali kadrlar taqdisligi, eski texnologik uskunalarning mavjudligi, mahalliy xom-ashyo yetishmasligi va normativ-huquqiy bazaning takomillashmaganligi kabi omillar ta'sir ko'rsatmoqda.

Qo‘shimcha qilganda, sanoat korxonalarida material sig‘imini kamaytirish bo‘yicha zamonaviy resurs tejaydigan texnologiyalarni joriy etish, mahsulot konstruksiyasini takomillashtirish, chiqindilarni qayta ishlash tizimini yo‘lga qo‘yish, alternativ material va xom-ashyodan foydalanish, material normalarini optimallashtirish va ishlab chiqarish jarayonlarini ratsionalizatsiya qilish kabi yo‘nalishlar mavjud. Ushbu yo‘nalishlar samaradorligining tahlili natijasida zamonaviy resurs tejaydigan texnologiyalarni joriy etish (15-20%) va mahsulot konstruksiyasini takomillashtirish (10-15%) eng yuqori natija beradigan yo‘nalishlar ekanligi aniqlandi. Shundan 8 ta sanoat korxonasida o‘tkazilgan tajriba-sinov natijalari shuni ko‘rsatdiki, material sig‘imini kamaytirish bo‘yicha kompleks chora-tadbirlarni joriy etish orqali mahsulot material sig‘imini 9,6-16,8% ga kamaytirish va sezilarli iqtisodiy samaradorlikka erishish (387,2-752,3 mln so‘m) mumkin. Tajriba-sinov natijalari asosida ishlab chiqilgan iqtisodiy-matematik model bo‘yicha texnologik yangilashga - 45%, mahsulot konstruksiyasini takomillashtirishga - 25%, chiqindilarni qayta ishlashga - 15%, ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish va boshqaruv tizimini takomillashtirishga - 15% investitsiyalarni yo‘naltirish maqsadga muvofiq.

Ilg‘or xorijiy tajriba tahlili asosida O‘zbekiston sanoat korxonalarida material sig‘imini kamaytirish bo‘yicha raqamli texnologiyalarni joriy etish, nano va kompozit materiallardan foydalanish, “yashil ishlab chiqarish” texnologiyalarini joriy etish, “aylanma iqtisodiyot” tamoyillarini joriy etish va additiv ishlab chiqarish texnologiyalarini qo‘llash kabi istiqbolli yo‘nalishlar belgilandi.

Takliflar

Tadqiqot natijalari asosida O‘zbekiston sanoat korxonalarida ishlab chiqarishning material sig‘imini kamaytirish uchun quyidagi asosiy takliflar ishlab chiqildi:

Birinchisi, sanoat korxonalarida material sig‘imini kamaytirish bo‘yicha davlat dasturini ishlab chiqish va joriy etish. Mazkur dastur doirasida sanoat

korxonalari material sig'imini kamaytirish uchun zamonaviy texnologik uskunalar xarid qilishda imtiyozli kreditlar berish mexanizmini joriy etish. Buning uchun Taraqqiyot banki va tijorat banklari orqali maxsus kredit liniyalari ochish va kredit foiz stavkalarini Markaziy bank qayta moliyalashtirish stavkasidan 5-7 foiz punktga past darajada belgilash taklif etiladi.

Ikkinchisi, sanoat korxonalarida material sig'imini kamaytirish bo'yicha institutsional-tashkiliy mexanizmlarni takomillashtirish. Bu yo'nalishda sanoat vazirligi huzurida "Resurs tejaydigan texnologiyalar markazi"ni tashkil etish. Mazkur markaz ilmiy-tadqiqot institutlari va sanoat korxonalari o'rtasida samarali hamkorlikni yo'lga qo'yish, ilg'or texnologiyalarni joriy etish va material sig'imini kamaytirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqishga mas'ul bo'ladi.

Uchinchisi, material sig'imini kamaytirish bo'yicha korporativ boshqaruv tizimlarini takomillashtirish. Bu yo'nalishda quyidagi korxonalarda material sig'imini kamaytirish strategiyasini ishlab chiqish va uni korxona umumiy strategiyasiga integratsiya qilish. Bu jarayonda korxonaning har bir bo'g'ini uchun aniq maqsadli ko'rsatkichlarni belgilash va ularning bajarilishini muntazam monitoring qilish mexanizmini joriy etish tavsiya etiladi.

Ushbu takliflarning amalga oshirilishi O'zbekiston sanoat korxonalarida material sig'imini sezilarli darajada kamaytirish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va korxonalarning raqobatbardoshligini ta'minlash imkonini beradi. Natijada, milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga, resurslardan oqilona foydalanishga va atrof-muhitni muhofaza qilishga salmoqli hissa qo'shiladi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

[1] O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi 28.01.2022 yildagi PF-60-sonli Farmoni. <https://lex.uz/docs/-5841063>

[2] O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2019 — 2030-yillar davrida O'zbekiston Respublikasining "yashil" iqtisodiyotga o'tish strategiyasini tasdiqlash

to‘g‘risida’gi 04.10.2019 yildagi PQ-4477-sonli qarori. <https://lex.uz/docs/-4539502>

[3] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida’gi 05.10.2020 yildagi PF-6079-sonli Farmoni. <https://lex.uz/docs/-5030957>.

[4] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Tadbirkorlik muhitini yaxshilash va xususiy sektorni rivojlantirish orqali barqaror iqtisodiy o‘shish uchun shart-sharoitlar yaratish borasidagi navbatdagi islohotlar to‘g‘risida’gi Farmoni. <https://lex.uz/docs/-5947775>.

[5] O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Investitsiya va tashqi savdo sohasida boshqaruv tizimi tubdan takomillashtirilishi munosabati bilan O‘zbekiston Respublikasi Hukumatining ayrim qarorlariga o‘zgartirishlar kiritish, shuningdek, ba’zilarini o‘z kuchini yo‘qotgan deb hisoblash to‘g‘risida’gi qarori. <https://lex.uz/docs/-5475222>.

[6] S.Yuldasheva, I.Mastayeva, B.Maxkamov, “Ishlab chiqarish iqtisodiyoti va uni tashkil etish asoslari chuqurlashtirilgan kursi”, Toshkent: Sharq, 2007. – 256b.

[7] Nodira Mamatkulova, “Sanoat korxonalarining iqtisodiy samaradorligini oshirish”, February 2021 Общество и инновации 2(1/S):1-6.

[3] K. M. Sokolov, "Material sig‘imini kamaytirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish," Iqtisodiy taraqqiyot va innovatsiyalar jurnali, vol. 4, no. 3, pp. 78-89, 2021.

[4] N. G. Karimov and F. I. Ergashev, "Zamonaviy sanoat korxonalarida resurslardan samarali foydalanish yo‘llari," Fan va texnologiyalar jurnali, vol. 12, no. 5, pp. 142-151, 2022.

[5] K. R. Rajabov, "Sanoat korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda material sig‘imini kamaytirish omillari," Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, vol. 8, no. 3, pp. 67-78, 2020.

[6] A. M. Abdullayev, "Sanoat korxonalarida resurslarni tejaydigan

texnologiyalarni joriy etish mexanizmlari," Ilmiy xabarnoma, vol. 5, no. 2, pp. 112-123, 2021.

[7] Q. J. Mirzaev, "Raqamli iqtisodiyot sharoitida sanoat korxonalari samaradorligini oshirish yo'llari," Iqtisodiyot va ta'lim, vol. 9, no. 4, pp. 91-102, 2022.

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI SOLIQ TIZIMINING TARAQQIY ETGAN DAVLATLAR SOLIQ TIZIMI BILAN SOLISHTIRMA TAHLILI.

**Ashurova Oltin Yuldashevna-
Samarqand iqtisodiyot
va servis instituti katta o'qituvchisi.**

Annotatsiya: Ushbu maqolada soliq tizimining o'ziga xos xususiyatlari hamda taraqqiy etgan davlatlar soliq tizimi bilan solishtirma tahlili bo'yicha ma'lumotlar keltirib o'tilgan. Bu davlatning iqtisodiy barqarorligini ta'minlash uchun zarurligi to'g'risida fikrlar keltirilgan.

Kalit so'zlar: Elektron soliq tizimlari, sun'iy intellekt, blockchain texnologiyalari, innovatsion yechimlar, soliq to'lash jarayonlarini prognoz qilish.

Abstract: This article presents information on the specific features of the tax system and a comparative analysis with the tax systems of developed countries. It also discusses its necessity for ensuring the economic stability of the state.

Keywords: Electronic tax systems, artificial intelligence, blockchain technologies, innovative solutions, forecasting tax payment processes.

1. O'zbekiston Respublikasi soliq tizimining umumiy ko'rinishi.

O'zbekiston Respublikasi soliq tizimi mamlakat iqtisodiyotini tartibga soluvchi va davlat byudjetini to'ldirish vositalaridan biri bo'lib, u bir nechta asosiy soliqlar, yig'imlar va boshqa to'lovlarni o'z ichiga oladi.

Avvalo, O'zbekistonda soliq siyosati Davlat soliq qo'mitasi tomonidan boshqariladi. Ushbu qo'mita soliq yig'ish va nazorat qilish funksiyalarini amalga oshiradi.

1. Soliq turlari va ularning ulushi.
2. Soliq yig'ish va nazorat.
3. Iqtisodiy statistika.
4. Hududiy soliq taqsimoti.
5. Soliq yengilliklari va imtiyozlari.
6. Kelajakdagi yo'nalishlar.

Kelgusi yillarda O'zbekiston soliq tizimini yanada soddalashtirish va soliq bazasini kengaytirishga qaratilgan islohotlarni davom ettirishni maqsad qilmoqda. 2030 yilga qadar soliq to'lovini raqamlashtirish va soliq intizomini yanada oshirish ustuvor yo'nalishlardan biri etib belgilangan.

2. Taraqqiy etgan davlatlarning soliq tizimi modellari.

Taraqqiy etgan davlatlarning soliq tizimi modellari turli xil kontseptual yondashuvlarni o'z ichiga oladi. Ushbu tizimlar odatda samaradorlik va adolatlikni ta'minlash maqsadida ishlab chiqilgan. Har bir taraqqiy etgan davlatning o'ziga xos soliq modeli mavjud.

1. **Shvetsiya:** Shvetsiya dunyodagi eng progressiv soliq tizimlaridan biriga ega. Umumiy soliq yuki YaIMning taxminan 44-46% ni tashkil etadi. Yuqori darajadagi daromad solig'i foizi 52% ga yetadi. Shvetsiyada soliqdan tushgan daromadlar asosan ijtimoiy himoya, sog'liqni saqlash va ta'limga yo'naltiriladi.

2. **Germaniya:** Germaniyada soliq yuki YaIMning 39-40% ni tashkil etadi. Daromad solig'i progressiv bo'lib, eng yuqori stavka 45% ga yetishi mumkin. Qo'shimcha qiymat solig'i (QQS) esa 19% ni tashkil etadi. Nemis soliqlari ko'p jihati bilan federativ bo'lib, bu daromadlarni muvozanatlashtirishga imkon beradi.

3. **Fransiya:** Soliq yuki YaIMning 47-48% atrofida. Daromad solig'i stavkalari progressiv va 45% ga yetishi mumkin. QQS esa 20% tashkil etadi. To'g'ridan-to'g'ri va bilvosita soliqlar orqali davlat jamg'armalari keng qamrovli ijtimoiy xizmatlarga sarflanadi.

4. **AQSh:** Amerika Qo'shma Shtatlarida soliq yuki YaIMning taxminan 25-

27% ni tashkil etadi, bu taraqqiy etgan iqtisodiyotlar orasida nisbatan past. Federativ tizim mavjud bo'lib, federal va shtat soliq stavkalari bilan ajralib turadi. Eng yuqori federal daromad solig'i 37% ga yetadi. QQS kabi milliy soliq yo'q, lekin ko'plab shtatlar o'z savdo soliqlarini joriy etadilar.

5. **Yaponiya:** Yaponiyaning soliq yuki YaIMning taxminan 30% ni tashkil etadi. Progressiv daromad solig'i eng yuqori darajada 45% ga yetadi. QQS esa 10% dir. Soliqdan tushgan mablag'lar ko'pincha ijtimoiy himoya va jamiyat infratuzilmasini rivojlantirishga yo'naltiriladi.

6. **Kanada:** Soliq yuki YaIMning 33-34% ni tashkil etadi. Kanadada daromad solig'i progressiv bo'lib, eng yuqori stavka 33% ga yetadi. QQS davlat darajasida 5%ni tashkil etadi, lekin ba'zi viloyatlar o'z solig'larini kiritadilar.

Bu davlatlar soliq tizimlari odamlarni iqtisodiyotga ko'proq jalb qilish, jamiyat farovonligini oshirish, tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va jamoat xizmatlariga mablag' ajratish orqali rivojlanishiga hissa qo'shadi. Ularning modellari iqtisodiy, ijtimoiy va siyosiy sharoitlarga muvofiq moslashtirilgan bo'lib, ko'pincha ijtimoiy ta'minotni qoplash uchun yuqori daromad solig'i va QQS stavkalarini qo'llaydi.

3. Soliq stavkalari va ularning taqqoslanishi.

Soliq stavkalari va ularning taqqoslanishi muammosi ko'pgina davlatlar uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Soliqlar davlat byudjeti uchun asosiy daromad manbai bo'lib, turli darajalarda va turli shakllarda joriy etiladi. Quyida soliq stavkalari va ularning taqqoslanishi bo'yicha ma'lumotlar keltiriladi:

1. Qo'shilgan qiymat solig'i (QQS) stavkalari:

- O'zbekiston: 12%
- Rossiya: 20%
- Qozog'iston: 12%
- Germaniya: 19%
- Buyuk Britaniya: 20%

-
- Yaponiya: 10%

QQS iste'mol solig'i bo'lib, asosan tovarlar va xizmatlarning qo'shilgan qiymati asosida hisoblanadi. QQSning darajasi davlatning iqtisodiy siyosatiga hamda byudjetga bo'lgan talablarga bog'liq bo'ladi.

2. Daromad solig'i stavkalari:

- O'zbekiston: 12%
- Rossiya: 13%
- AQSh: 10% - 37% (progressiv stavkalar)
- Qozog'iston: 10%
- Xitoy: 3% - 45% (progressiv stavkalar)
- Buyuk Britaniya: 20% - 45% (progressiv stavkalar)

Daromad solig'i jismoniy shaxslarning daromadiga nisbatan olinadigan soliq bo'lib, ko'plab davlatlarda progressiv stavkalar qo'llaniladi. Bu shuni anglatadiki, yuqori daromadli shaxslardan ko'proq soliq undiriladi.

3. Foyda solig'i stavkalari:

- O'zbekiston: 15%
- Rossiya: 20%
- AQSh: 21%
- Germaniya: 15%
- Yaponiya: 23.2%
- Xitoy: 25%
- Qozog'iston: 20%

Korporativ daromad solig'i kompaniyalarning daromadlariga nisbatan olinib, ushbu soliq kompaniyalarning ish faoliyatidan olinadigan daromadlar asosida hisoblanadi.

4. Mulk solig'i stavkalari (yillik asosda):

- O'zbekiston: Uy-joy umumiy qiymatining 0.34% dan 0.6% gacha
- Rossiya: Uy-joy umumiy qiymatining 0.1% - 2%

- AQSh: O'rtacha 1%
- Germaniya: 0.35% - 0.5%
- Buyuk Britaniya: O'rtacha 0.7%
- Yaponiya: 1.4%

Mulk solig'i yillik asosda olib boriladi va jismoniy shaxslarning yoki korporatsiyalarning egalik huquqlariga ega bo'lgan mol-mulkka qo'llaniladi. Bu soliq ko'rsatkichlari ko'pincha mulkning joylashuvi va qiymatiga bog'liq.

5. Aksiz solig'i stavkalarii

- O'zbekiston: Turli mahsulotlar uchun turli stavkalar (spirtli ichimliklar, tamaki mahsulotlari, yonilg'i ishlab chiqarish va boshqalar)
- Rossiya: Turli mahsulotlar uchun turli stavkalar
- AQSh: Turli mahsulotlar uchun turli stavkalar
- Germaniya: Benzin uchun 0.65 yevro/litr, sigaret uchun 0.13 yevro/dona
- Buyuk Britaniya: Spirtli ichimliklar uchun 28.74 funt/litr
- Yaponiya: Har bir mahsulot uchun turli stavkalar

Aksiz soliqlari ma'lum turdagi tovarlar, masalan, alkogol, tamaki va yonilg'i uchun olinadi va bu tovarlar va xizmatlardan foydalanishni tartibga solishga qaratilgan. Bu soliq stavkalari odatda davlatning sog'liqni saqlash va ekologiya siyosatiga muvofiq belgilanadi.

Yuqoridagi raqamlar turli davlatlarning soliq tizimlari va stavkalarini solishtirishga yordam beradi. Har bir davlatning soliq siyosati milliy iqtisodiyot, siyosiy va ijtimoiy ehtiyojlarga bog'liq ravishda shakllanadi. Ular iqtisodiy o'sish, ijtimoiy adolat va byudjetni to'ldirish ehtiyojlari o'rtasida muvozanatni ta'minlashga harakat qiladi.

4. Soliq imtiyozlari va ularning roli.

Soliq imtiyozlari va ularning roli iqtisodiyotning rivojlanishiga ta'sir etuvchi muhim omillardan biridir. Soliq imtiyozlari davlat tomonidan qo'llaniladigan iqtisodiy vositalar bo'lib, ular orqali davlat ma'lum iqtisodiy faoliyatni rag'batlantirish

yoki ijtimoiy maqsadlarga erishish uchun soliqlarni kamaytirish yoki butunlay bekor qilish shaklida yengilliklar beradi.

Soliq imtiyozlarining asosiy turlari quyidagilardir:

1. Soliqdan ozod etish (to'liq ozod qilish): Bu imtiyoz turlari muayyan turdagi daromadlar yoki faoliyat turlarini soliqqa tortishdan to'liq ozod etishni nazarda tutadi.

2. Soliq stavkalarini kamaytirish: Ba'zi holatlarda davlat ma'lum faoliyat yoki mahsulotlar uchun soliqlarni kamaytirish orqali imtiyozlar beradi. Misol uchun, kichik va o'rta korxonalarni qo'llab-quvvatlash maqsadida ularga nisbatan daromad solig'i stavkalarida yengillik bo'lishi mumkin.

3. Investitsiya hisobidan soliq imtiyozlari: Ko'pincha, yangi investitsiyalarni jalb qilish maqsadida, davlat investorlarga ma'lum muddatga soliq imtiyozlari taqdim etadi. Bu, masalan, yangi korxonalar ochilganda bir necha yil davomida ularga daromad solig'i stavkasini nolga tenglashtirish yoki kamaytirish tarzida amalga oshirilishi mumkin.

4. Boshqa soliqlar va bojxona to'lovlari bo'yicha imtiyozlar: Bojxona sohasidagi imtiyozlar eksport yoki importni rag'batlantirish uchun soliq imtiyozlari turiga kiradi. Masalan, texnologik uskunalar yoki xom ashyolarni olib kirish uchun bojsiz kiritish imkoniyatlarini berish mumkin.

Soliq imtiyozlarining roliga to'xtaladigan bo'lsak, ular iqtisodiyotni rivojlantirish uchun bir qancha muhim funktsiyalarni bajaradi:

- Investitsiyalarni jalb qilish va ishlab chiqarishni kengaytirish: Soliq imtiyozlari orqali kapital xarajatlarini kamaytirish, yangi texnologiyalar o'rnatish va ishlab chiqarishni kengaytirish uchun investitsiyalarni jalb etish mumkin.

- Ish o'rinlarini yaratish: Soliq imtiyozlari korxonalarni kengaytirishga undashi tufayli yangi ish o'rinlarini yaratishga ko'maklashadi. Bu esa iqtisodiy barqarorlikni oshirib, aholi bandligini ta'minlashga yordam beradi.

- Mahalliy mahsulotlarni rag'batlantirish: Ichki bozorga yo'naltirilgan ishlab chiqarish hajmini rivojlantirish va import o'rnini bosadigan mahsulotlar ishlab

chiqarishni rag'batlantirish uchun soliq imtiyozlari xizmat qiladi.

- Ijtimoiy va ekologik loyihalarni qo'llab-quvvatlanishi: Davlat muayyan ijtimoiy yoki ekologik maqsadlarga erishish uchun, masalan, yashil texnologiyalarni joriy etish yoki qishloq joylarda infratuzilmani yaxshilash uchun soliq imtiyozlari taqdim etishi mumkin.

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, soliq imtiyozlari samarasida korxonalar sonining oshishi, ishlab chiqarish hajmining kengayishi va yangi ish o'rinlarining yaratilishi kuzatilmoqda.

5. Soliq qonunchiligidagi islohotlar.

Soliq qonunchiligidagi islohotlar so'nggi yillarda O'zbekiston Respublikasining iqtisodiy rivojlanishida muhim o'rin tutmoqda. Ushbu islohotlar mamlakat ichki iqtisodiyotni raqobatbardosh qilish, soliq yig'imlarini oshirish va soliq to'lovchilar uchun shaffof va qulay sharoitlar yaratishga qaratilgan. Quyida soliq qonunchiligida amalga oshirilgan asosiy islohotlar va ularning natijalari haqida ba'zi muhim ma'lumot va raqamlar keltirilgan.

Soliq to'lovlarini avtomatlashtirish: So'nggi yillarda onlayn soliq hisobot tizimi joriy qilindi va bu orqali soliq to'lovchilarning soliqlarni onlayn monitoring qilishlari va o'z vaqtida to'lashlari uchun sharoit yaratildi.

Iqtisodiyotdagi norasmiy sektorni legallashtirish: Norasmiy mehnat sektorini legallashtirishga qaratilgan choralar ham ko'rildi. 2024-yilda iqtisodiyotda norasmiy ishlagan 200 ming kishi soliq to'lash tizimiga kiritildi. Bu soliq bazasini kengaytirish bilan bir qatorda, mehnat bozoridagi shaffoflikni oshirishga xizmat qildi.

Hududiy soliq siyosatida o'zgarishlar: Mamlakatning turli hududlarida soliq siyosatini moslashtirish asosiy vazifalardan biri bo'lib kelmoqda. Buning natijasida, 2024-yilda qishloq xo'jaligi va tadbirkorlik sektorida soliq yuki regional sharoitlarga ko'ra farqlangan holda joriy etildi. Masalan, tog'li hududlardagi fermer xo'jaliklari uchun soliq yuki 10% gacha kamaytirildi.

Elektron tijorat solig'i: Elektron tijoratning tez sur'atlar bilan rivojlanishi

sababli, 2024-yilda elektron tijoratdan tushgan daromadlarga soliq undirilishi orqali jami 200 milliard so‘m soliq yig‘ildi.

Iqtisodiyotning ayrim tarmoqlarida soliq yukini oshirish: 2024-yilda neft va gaz qazib olish sanoatidagi soliq stavkalari oshirildi, bu esa byudjet daromadlarini qo‘shimcha 15% ga oshirish imkoniyatini berdi.

Bu raqamlar va islohotlar, soliq qonunchiligida amalga oshirilayotgan muhim o‘zgarishlarni yoritib beradi va O‘zbekiston iqtisodiyotining rivojlanishiga ko‘maklashadi. Islohotlarning davomiyligi va yangi soliq siyosati strategiyasi mamlakat uchun uzoq muddatli ijobiy natijalar berishga umid qilinadi.

6. Elektron soliq tizimlari.

Elektron soliq tizimlari zamonaviy dunyoda soliq yig‘ish jarayonlarini avtomatlashtirish va samaradorligini oshirish maqsadida joriy etilmoqda. Ushbu tizimlar turli mamlakatlarda soliq to‘lovchilar uchun qulayliklar yaratish va soliq idoralari ishini yengillashtirish maqsadida ishlatiladi. Quyida elektron soliq tizimlariga oid ba’zi muhim ma’lumotlar va raqamlar keltirilgan.

1. Jahon tajribasi: Jahonda ko‘plab davlatlar elektron soliq tizimlaridan foydalanmoqda. Masalan, Estoniya elektron hukumat jihatidan oldinda bo‘lib, 2000-yillardan boshlab elektron soliq deklaratsiyalarini joriy etgan. Bugungi kunda Estoniyada barcha soliq deklaratsiyalarining 95 foizi elektron shaklda topshiriladi.

2. AQSh: AQShda Ichki Daromad Xizmati (IRS) soliq to‘lovchilarga elektron shaklda soliq deklaratsiyalarini topshirish imkoniyatini taklif qiladi. 2024-yildagi soliq mavsumida IRS 150 milliondan ortiq elektron deklaratsiyalarni qabul qilgan.

3. Xitoy: Xitoyda elektron soliq tizimlari RFID (Radiofrequency identification) va big data texnologiyalari yordamida, maxsus dasturiy ta’minot orqali noqonuniy soliq bo‘yicha hisob-kitobni osonlashtirmoqda.

4. O‘zbekiston: O‘zbekiston Respublikasi ham elektron soliq tizimlarini rivojlantirishga katta e’tibor qaratmoqda. Yaqinda O‘zbekiston Davlat Soliq Qo‘mitasi tomonidan “Soliq hamkori” deb nomlangan yangi elektron xizmat joriy

etilgan. Ushbu tizim orqali soliq to'lovchilar o'z deklaratsiyalarini onlayn tarzda to'ldirish va yuborish imkoniyatiga ega.

5. Evropa Ittifoqi: Evropa Ittifoqida e-soliq xizmatlari keng qamrovli bo'lib, ko'pgina davlatlarda soliq to'lovchi kompaniyalar soliqlarini onlayn shaklda to'laydi. Ittifoq davlatlarida elektron soliq to'lovlarining umumiy ulushi 80 foizdan ko'proqni tashkil etadi.

Samaradorligi: Elektron soliq tizimlari davlat byudjetini to'ldirishda katta rol o'ynaydi. Masalan, Singapurda elektron soliq tizimi joriy etilgandan keyin soliqlar yig'ilishining samaradorligi 20 foizga oshgan.

Xavfsizlik: Elektron soliq tizimlarida xavfsizlik juda muhim masala hisoblanadi. Elektron ma'lumotlarni hujumlardan himoya qilish uchun ko'plab davlatlar shifrlash texnologiyalari va autentifikatsiya tizimlaridan foydalanmoqda. Masalan, AQSh va Yevropa davlatlari ikki faktorli autentifikatsiya tizimlarini joriy qilgan.

Statistik ma'lumotlar: Dunyo bo'ylab soliq to'lovchilar soni ortib bormoqda. Avvalroq, YUNKTAD hisobotiga ko'ra, 2024-yilda global miqyosda 5 milliarddan ortiq soliq to'lovchi mavjudligi qayd etilgan. Bu raqamlarning kattaligi elektron tizimlar orqali soliq yig'ishning qanchalik muhimligini tushuntiradi.

Kelajakdagi rivojlanish: Elektron soliq tizimlarining kelajakdagi rivojlanishi sun'iy intellekt, blockchain texnologiyalari va boshqa innovatsion yechimlar yordamida yanada takomillashtirilishi kutilmoqda. Sun'iy intellekt asosidagi tizimlar soliq to'lash jarayonlarini prognoz qilish va soliq to'lashdan qochish holatlarini aniqlashda foydali bo'lishi mumkin.

Foydalanuvchi soni: Ko'plab davlatlarda elektron soliq tizimlaridan foydalanuvchi soliq to'lovchilarining soni har yili sezilarli ravishda oshmoqda. Masalan, Rossiyada 2024-yilda elektron deklaratsiyalar bo'yicha foydalanuvchi soliq to'lovchilarining soni 30 foizga oshgan.

Yuqorida keltirilgan ma'lumotlar elektron soliq tizimlarining qanday ishlashi,

ularning xizmat ko'rsatuvchi davlatlarning soliq yig'imida qanday rol o'ynashi va bu tizimlarning rivojlanish dinamikasi haqida tushuncha berishga xizmat qiladi. Elektron soliq tizimlari haqida chuqur tushunchaga ega bo'lish va ularning amaliyotda qanday qo'llanilishini bilish davlatlar uchun juda muhimdir, chunki bu tizimlar yaratiladigan iqtisodiy imkoniyatlarni yanada oshirishi mumkin.

Hozirgi holatga ko'ra, ko'pgina davlatlarda xalqaro soliqlarni yanada shaffof va adolatli qilish yo'llari izlanmoqda, bu esa transchegaraviy savdo va investitsiyalarni rag'batlantiradi. Shu bilan birga, davlatlar xalqaro soliq bitimlarini tuzish va BEPSga qarshi kurashishda ko'proq hamkorlik qilmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Yahyoev Q. «Soliqqa tortish nazariyasi va amaliyoti». T-2023 y.
2. M.Alimardonov, N.Qoziyeva “Soliqlar va soliqqa tortish” o'quv-uslubiy qo'llanma Toshkent “Iqtisod- Moliya” 2019 y.
3. Allayarov, S. R. (2024). Mahalliy byudjetar moliyaviy barqarorligini ta'minlashning dolzarb masalalari. Science and Education, 3(3), 1150-1155.
4. www.soliq.uz - O'zbekiston Respublikasi Davlat soliq qo'mitasi [rasmiy veb-sayti](#)

**ИСТОРИКО КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ УЗБЕКИСТАНА КАК БАЗА
ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ**

Ст. преподаватель кафедры Туризм

Талибова Азиза Юсуфбековна

Аннотация: В данной работе рассматривается историко-культурное наследие Узбекистана как основа для развития экскурсионных услуг. Узбекистан обладает богатым историческим и культурным потенциалом, включающим памятники архитектуры, музеи, этнографические объекты и традиции, которые представляют ценность как для внутреннего, так и

международного туризма. Проанализированы теоретические аспекты историко-культурного туризма, его значение в формировании национального имиджа и развитии туристической инфраструктуры. Особое внимание уделено экскурсионной деятельности как важному инструменту популяризации культурного наследия и повышения туристической привлекательности страны.

Ключевые слова: Узбекистан, культурное наследие, историко-культурный туризм, экскурсионные услуги, устойчивый туризм, архитектурные памятники, этнография, национальная идентичность, экскурсоводы, цифровые технологии.

Abstract: This paper examines the historical and cultural heritage of Uzbekistan as a basis for the development of excursion services. Uzbekistan has a rich historical and cultural potential, including architectural monuments, museums, ethnographic sites and traditions that are valuable for both domestic and international tourism. The theoretical aspects of historical and cultural tourism, its importance in forming a national image and developing tourism infrastructure are analyzed. Particular attention is paid to excursion activities as an important tool for popularizing cultural heritage and increasing the country's tourist attractiveness.

Key words: Uzbekistan, cultural heritage, historical and cultural tourism, excursion services, sustainable tourism, architectural monuments, ethnography, national identity, tour guides, digital technologies.

Введение. Историко-культурное наследие является важнейшим элементом, определяющим уникальность и самобытность каждой страны, отражающим её историческое развитие, культурные традиции и национальные ценности. Узбекистан, обладая богатым историческим и культурным наследием, представляет собой уникальную территорию, на которой сосредоточены памятники древней архитектуры, произведения искусства, культурные традиции, ставшие неотъемлемой частью мирового культурного достояния. Историко-культурные памятники Узбекистана, такие как Самарканд, Бухара, Хива,

Ташкент и Шахрисабз, привлекают внимание не только отечественных, но и международных туристов, играя важную роль в развитии туристической отрасли страны.

Развитие историко-культурного туризма представляет собой стратегическую задачу для Узбекистана, поскольку этот вид туризма способствует не только сохранению и популяризации культурного наследия, но и созданию устойчивого экономического роста, улучшению инфраструктуры и развитию международных связей. В современных условиях историко-культурный туризм становится неотъемлемой частью системы национального туризма, а также важным инструментом для улучшения имиджа страны на международной арене.

Литературный обзор. Тема историко-культурного туризма в контексте использования культурного наследия Узбекистана получила значительное внимание как в отечественной, так и в зарубежной научной литературе. В работах И.С. Тухлиева, Р. Хаитбаева, Р.С.Амриддиновой подчеркивается, что развитие туризма в Узбекистане невозможно без активного вовлечения историко-культурных объектов, поскольку именно они формируют уникальный имидж страны на международной туристской арене. Авторы подчеркивают необходимость научно обоснованного планирования туризма на базе культурного наследия.

Исследования Б.Тураев, М.Ф. Абдукаримова и Ш.Ш. Курбонова раскрывают особенности функционирования туристического сектора в Узбекистане, акцентируя внимание на исторических памятниках как ключевых ресурсах для туризма. Эти работы закладывают теоретико-методологическую базу для формирования современного подхода к развитию культурного туризма в регионе.

Зарубежные исследователи, такие как D.J. Timothy и G.P. Nyaupane рассматривают культурное наследие в развивающихся странах как основу устойчивого туризма, подчеркивая его роль в формировании национальной идентичности и экономическом развитии. D.J. Timothy и G.P. Nyaupane

отмечают, что культурное наследие служит основой для укрепления национальной идентичности, особенно в контексте постколониальных обществ, где сохранение традиций и обычаев становится важным элементом самовыражения и гордости.

Историко-культурный туризм представляет собой одну из наиболее значимых и распространённых форм познавательного туризма, направленную на изучение исторического и культурного наследия различных народов и регионов. Данная форма туризма включает путешествия, цель которых — ознакомление с культурными объектами, такими как архитектурные памятники, музеи, театры, художественные галереи, а также с традициями, образом жизни и повседневной деятельностью местных сообществ.

Программы историко-культурного туризма формируются на основе интереса к многообразию природного, исторического и культурного наследия человечества, предоставляя туристам культурные впечатления, удовлетворяющие их познавательные потребности и стремление к расширению кругозора.

К числу разновидностей историко-культурного туризма относятся этнический и этнографический туризм, ориентированные на сохранение и исследование традиционной культуры и быта различных этнических групп. Эти направления близки по своим целям к экологическому туризму и способствуют укреплению межкультурного диалога, взаимопонимания, а также играют значительную роль в охране и возрождении культурного наследия.

Культура народов и стран является одним из ключевых факторов, формирующих туристский интерес. Любознательность путешественников к различным городам, регионам и этническим группам выступает мощным мотиватором для осуществления путешествий. В этом смысле туризм становится эффективным инструментом знакомства с историей, культурой,

бытом и произведениями искусства других народов, что способствует духовному обогащению личности.

Путешествия по собственной стране, как правило, сопровождаются посещением достопримечательных мест, музеев, выставок, памятников архитектуры и искусства, а также образовательных учреждений. Такие объекты играют важную роль в формировании культурного опыта туристов и расширении их интеллектуального и духовного потенциала. Интерес к культурному самовыражению народов и природная любознательность туристов являются одними из сильнейших побудительных факторов в развитии историко-культурного туризма.

Туризм выступает важным средством установления культурных связей и международного сотрудничества. Развитие культурных ресурсов региона способствует расширению возможностей для привлечения туристских потоков. Во многих странах историко-культурный туризм интегрируется в государственную политику культурных отношений, где уровень культурного развития региона используется для создания положительного имиджа на туристском рынке. Элементы культуры служат каналами передачи информации о туристическом потенциале местности. Успешное развитие туризма зависит не только от материально-технической базы, соответствующей современным стандартам, но и от уникальности национального культурного наследия.

Среди многообразия объектов историко-культурного наследия выделяются следующие категории:

- **Археологические памятники** — древние поселения, укрепления, захоронения и другие объекты, связанные с историей человечества и дающие представление о развитии ранних цивилизаций.

- **Культовая и гражданская архитектура** — храмы, крепости, дворцы, жилые здания, отражающие архитектурные традиции и культурное наследие различных народов и эпох.

- **Памятники ландшафтной архитектуры** — поместья, усадьбы, замки, виллы, являющиеся примерами садово-паркового искусства и ландшафтного дизайна, демонстрирующие эстетику и культурные приоритеты своего времени.
- **Исторические города-крепости** — малые и крупные города, обладающие значительной исторической и культурной ценностью, зачастую сохранившие архитектуру укреплений и планировку, свидетельствующие о стратегическом значении данных населённых пунктов.
- **Сельские поселения** — деревни, хутора и другие населённые пункты, сохраняющие традиционный уклад жизни, фольклор и архитектурные особенности, отражающие образ жизни и культуру сельского населения.
- **Музеи, театры, выставочные залы и художественные галереи**, представляющие объекты культурного наследия в экспозициях, посвящённых истории, искусству и народным традициям.
- **Этнографические объекты** — традиционные костюмы, предметы быта, народные промыслы и ремёсла, изделия прикладного искусства, отражающие материальную культуру и художественное творчество народов.
- **Объекты образования** — университеты, библиотеки и другие учреждения, играющие важную роль в сохранении, изучении и распространении культурных знаний.
- **Технические комплексы и сооружения** — мосты, вокзалы, причалы, маяки, порты, аэродромы, телевизионные вышки и другие инженерные объекты, имеющие историческую и культурную значимость.

Культура народов — это сложное и многогранное явление, включающее как материальные, так и нематериальные компоненты. Материальное культурное наследие охватывает произведения архитектуры, искусства, литературы и науки, созданные представителями различных народов. Нематериальное наследие включает фольклор, традиционные обряды,

праздники, ремёсла, устные традиции и другие элементы культуры, передаваемые из поколения в поколение.

Историко-культурное наследие является неотъемлемой частью национальной идентичности и играет ключевую роль в формировании самосознания народа. Оно отражает уникальный путь исторического и социального развития общества, его духовные ценности, верования и традиции. Сохранение и передача культурного наследия обеспечивает преемственность поколений, способствует укреплению социальной сплочённости и национального единства.

В контексте туристической деятельности историко-культурное наследие выступает важным ресурсом для привлечения путешественников. Ярко выраженные и аутентичные черты национальной культуры делают туристский продукт более привлекательным для туристов, заинтересованных в глубоком и осмысленном познании других культур. Успешное развитие туризма зависит не только от современного уровня материально-технической базы и инфраструктуры, но и от уникальности, сохранности и доступности национального культурного наследия.

Культурный туризм, как самостоятельная форма туризма, направлен на знакомство с культурой и культурной средой посещаемого региона. В его содержание входят изучение ландшафтов, традиций, образа жизни, художественной культуры и искусства, а также различных форм досуга местного населения. Такой туризм способствует расширению кругозора путешественников, воспитанию уважения к культуре других народов и укреплению международных культурных связей.

При посещении новых мест туристы воспринимают историко-культурную среду в контексте природной основы региона, где природные пейзажи часто находят отражение в народном творчестве и традициях. Историко-культурный

познавательный туризм охватывает все аспекты путешествия, через которые человек познаёт жизнь, культуру, обычаи и нравы различных народов.

Историко-культурный туризм представляет собой вид туристической деятельности, включающий поездки с целью изучения и ознакомления с историческим и культурным наследием разных этносов и народов. Данное направление охватывает посещение исторических памятников, музеев, архитектурных комплексов, участие в культурных мероприятиях, а также знакомство с традициями и бытом местного населения. Основной целью историко-культурного туризма является получение новых знаний, впечатлений и удовлетворение культурных и познавательных потребностей туристов.

Историко-культурный туризм, основанный на личных впечатлениях от знакомства с национальной или зарубежной культурой, является одним из ключевых и автономных видов туризма. Он не только предлагает туристам глубокие и аутентичные впечатления, но и способствует развитию межкультурного диалога и укреплению взаимопонимания между народами.

Природные пейзажи играют значительную роль в восприятии историко-культурной среды. Гармония между природой и культурными объектами создает уникальную атмосферу, усиливая впечатления от посещения исторических мест. Многие культурные памятники тесно связаны с природной средой, и их сохранение требует учета экологических факторов. Таким образом, успешное развитие историко-культурного туризма невозможно без комплексного подхода, учитывающего как культурные, так и природные аспекты.

Историко-культурный туризм способствует налаживанию межкультурных контактов и взаимопонимания между народами.

Экскурсионная деятельность выполняет важную просветительскую и гуманитарную функцию — через личное восприятие объектов культурного значения формируется уважение к истории, традициям и культурным

особенностям народов. Кроме того, экскурсионные маршруты способствуют возрождению и популяризации нематериального наследия — фольклора, обычаев, национальных праздников и ремесел.

Программы, основанные на этнографических и историко-культурных объектах, становятся востребованными не только среди иностранных туристов, но и среди местного населения, особенно в рамках внутреннего туризма. Сельские поселения, музеи под открытым небом, культурные фестивали — всё это способствует активному взаимодействию туристов с традиционной культурой и бытом, придавая экскурсионной услуге дополнительную ценность. С учётом богатства историко-культурного наследия Узбекистана, экскурсионные услуги имеют огромный потенциал для дальнейшего развития. Необходимо совершенствовать подготовку экскурсоводов, внедрять мультимедийные и цифровые технологии, разрабатывать новые маршруты и форматы взаимодействия с аудиторией. Также важно интегрировать экскурсионную деятельность в общую стратегию устойчивого туризма, делая акцент на сохранении уникальности объектов и вовлечении местных сообществ в туристическую сферу.

Историко-культурное наследие Узбекистана служит не только фундаментом национальной идентичности, но и мощным ресурсом для развития экскурсионных услуг. Грамотно организованная экскурсионная деятельность способствует формированию положительного имиджа страны, повышает туристическую привлекательность регионов и играет важную роль в сохранении и передаче культурных ценностей. Таким образом, экскурсионные услуги становятся неотъемлемой частью современного туристического продукта, в полной мере раскрывающего богатство истории и культуры Узбекистана. Историко-культурное наследие Узбекистана представляет собой уникальный ресурс, который обладает высоким туристическим потенциалом и может быть эффективно использован как основа для развития экскурсионных

услуг. Узбекистан обладает широким спектром культурных и архитектурных объектов: от древних городов (Самарканд, Бухара, Хива) до этнографических центров и ремесленных мастерских, которые активно привлекают как иностранных, так и внутренних туристов. Экскурсионные услуги выполняют не только просветительскую, но и экономическую функцию, способствуя сохранению культурного наследия, формированию положительного имиджа страны и повышению туристической привлекательности региона. Развитие экскурсионных услуг напрямую зависит от профессионализма экскурсоводов, уровня инфраструктуры, сохранности объектов культурного наследия и эффективного маркетинга. Разработать новые тематические экскурсионные маршруты, которые позволят туристам глубже познакомиться с различными аспектами культурного наследия — архитектурой, фольклором, кухней, ремёслами и традициями разных регионов Узбекистана. Повысить качество подготовки экскурсоводов, в том числе через сертификацию, курсы повышения квалификации и изучение иностранных языков, что особенно важно для приёма иностранных туристов. Внедрять современные технологии в экскурсионные услуги: аудиогиды, мобильные приложения, AR/VR-программы, что сделает экскурсии более доступными, удобными и интересными для разных категорий туристов. Создать систему устойчивого туризма, включающую охрану объектов наследия, ограничение потока туристов в особо уязвимые зоны, а также активное участие местных жителей в туристической деятельности. Разработать новые тематические экскурсионные маршруты, которые позволят туристам глубже познакомиться с различными аспектами культурного наследия — архитектурой, фольклором, кухней, ремёслами и традициями разных регионов Узбекистана, повысить качество подготовки экскурсоводов, в том числе через сертификацию, курсы повышения квалификации и изучение иностранных языков, что особенно важно для приёма иностранных туристов, Современные технологии в экскурсионные услуги: аудиогиды, мобильные

приложения, AR/VR-программы, что делает экскурсии более доступными, удобными и интересными для разных категорий туристов. Создать систему устойчивого туризма, включающую охрану объектов наследия, ограничение потока туристов в особо уязвимые зоны, а также активное участие местных жителей в туристической деятельности. Развивать внутренний культурно-познавательный туризм, особенно среди школьников, студентов и семей, через создание специальных льготных или образовательных программ, направленных на изучение родной истории и культуры. Активизировать международное сотрудничество в сфере культурного туризма — участие в международных выставках, форумах, обмен опытом с другими странами, продвижение культурных маршрутов Узбекистана за рубежом.

Список использованных источников

1. Закон Республики Узбекистан № ЗРУ-549, «О туризме» 18 июля 2019 г.
2. Постановление Президента №ПП-4095 от 5 января 2019 года **«Стратегия развития туризма в Республике Узбекистан на 2019–2025 годы».**
3. Тухлиев И.С. Туризм: теория и практика: Учебник / Самаркандский институт экономики и сервиса - Самарканд.: Издательство ООО «STAP-SEL», 2024 – 332 стр.
4. Тухлиев И.С., Амридинова Р.С. Организация экскурсионного обслуживания. Уч.пос. Самарканд. 2018.
5. Хайитбоев Р., Амридинова Р.С. «Туризмнинг махсус турлари». С.2017.
6. .Хайдаров Ш. Б. Ўзбекистонда этнографик туризмнинг ривожланиш истикболлари // Turizm va madaniy meros. – 2022. – №1. – Б. 33–41.
- 7.Хаитбоев. Культурные наследие и ценности в туризме.УМК.С.2024

FURTHER IMPROVEMENT OF THE PROVISION OF REMOTE BANKING SERVICES BY COMMERCIAL BANKS

SHARIPOVA NIGINA DJURAKULOVNA

Assistant of the Department of "Banking"

Samarkand Institute of Economics and services, Uzbekistan

E-mail: nigina2442n@gmail.com

Phone number: +99893 036 24 42

Annotation. The article lists internal and external factors that affect the development of remote banking services. The article covers problems in the development of remote banking services and presents author's approaches to their elimination.

Base words: remote banking services, internet site, risk, banking technologies, internet speed, financial services.

Introduction. Although the provision of remote banking services in commercial banks of the Republic of Uzbekistan is developing from year to year, it cannot be said that there are no problems in the further development of these services. It is possible to achieve an increase in the number of customers by eliminating the problems that have arisen in remote banking services and creating facilities in the program.

In addition to problems, the development of remote banking services in commercial banks is influenced by several factors. Nevertheless, a number of regulatory legal acts have been developed and intensive work is being carried out on the development of remote banking services in the banking system of our country. Today, banks are trying to increase their income as well, as a result of increasing the number of their customers, attracting a large number of customers and increasing the quality of services provided to them. From the experience of developed countries in particular, it can be seen that the quality of remote banking services in the financial services market today determines the success of the competitive struggle in customer service.

Relevance of the topic. In the decree of the president of the Republic of Uzbekistan dated January 9, 2018 "on measures to radically improve the activities of the Central Bank of the Republic of Uzbekistan" PF-5296, the creation of an effective information exchange system of commercial banks with the provision of remote banking services, which allows for the further development of the payment system, including the rapid management of This is evidenced by the relevance of the topic of research on the need to improve the quality composition of remote services provided by commercial banks and the introduction of new modern services.

The imposition of the problem. Recently, the rapid development of digital technologies around the world has been accelerating the processes of revolution in the information sector and globalization of the economy. In particular, the insufficient development of digital technologies and remote banking services in the banking system of Uzbekistan requires the study of problems in this regard.

Research objective. Scientific and practical proposals were developed by the author on the basis of decrees and decisions of the president of the Republic of Uzbekistan on the elimination of problems in the development of remote banking services in commercial banks, experience of developed countries and scientific research of foreign economists.

Research techniques. In the process of preparing a scientific article, methods of comparative analysis of data on the basis of tables, data grouping, analysis of influencing factors and statistical grouping based on systematic analysis, as well as expert assessment were also used most efficiently.

Key results. The provision of remote banking services to customers of banks is considered one of the most promising areas of development of the modern banking system, and its development is influenced by a number of factors. In the development of remote banking services, it is necessary to take into account the factors affecting these services. These influencing factors can be divided into two, namely internal and external. Table 1 divides the factors affecting remote banking services into external

and internal factors. It is important for the bank to study the impact of existing factors on the provision of remote banking services and maintain its correct system.

Internal factors affecting the development of remote banking services include:

First of all, we can get factors related to the organization of remote banking services to internal factors. That is, in the implementation of each remote banking service, some new technologies are implemented by introducing the capabilities of the banking system or using its capabilities in the bank. Therefore, banks in the first place should be fully equipped with banking technologies for the organization of an electronic payment system and automation of banking activities. Then the system implemented with these technologies should be simple for users, that is, it should be created to the extent that even a population with a high financial culture and less technological knowledge can use it. In addition, the security of their personal data must be fully ensured by the system creators in order for users to have confidence in this system.

Secondly, in order to popularize remote banking services, it is required to conduct the marketing policy of the bank wisely. According to him, it is important to make a positive impression on those who are interested in these services by conducting seminar trainings to lead the range of remote banking services and their capabilities to bank customers and the population. Advertising these services will also have great effect by posting videos about crowded places, internet sites, social networks, television and remote banking services in the front offices and halls of the bank that work with customers.

In addition to the factors affecting the development of the above remote banking services, it is necessary to eliminate several more problematic cases.

First, locals prefer direct communication with more bank employees when performing their operas in banks, and are used to receiving supporting documents on each of the operations performed. This situation requires the population to carry out

explanatory work on the imko intentions and safety of remote banking services in order to change the mentality of the population.

Secondly, many people are hovering in the first use of new modern technology and system due to the scarcity of their understanding of new remote banking services, since each new software technology presents some difficulties in its initial use. Also, banks are constantly improving the types of services in their software systems. During the improvement, banks should also try to simplify programs a little for users, otherwise it will be a challenge for the part of customers who lack technological skills. Therefore, the creation of easy-to-use and multifunctional systems by at-Specialists of each bank will have provided their customers with effective services in a competitive environment.

Thirdly, the frequent blackout of electricity in remote districts of our Republic and, as a result, it is impossible to provide customers with timely communication service and other financial services. The fact that the speed of the internet in such places is very low causes all sorts of misunderstandings when using remote banking services. In these areas, bank customers still carry out their banking practice in full bank. Then. banks should also focus on the introduction of remote banking services in these regions.

Fourth, for the purchase and installation of modern technologies and software for commercial banks at a slightly higher cost, the fact that banks introduce their own special applications based on smartphones and computers allows you to create new opportunities in remote banking services, saving costs. It places great responsibility on the information technology professionals and programmers of banks or requires the support of other local professionals.

Fifth, while communication and the internet work 24 hours a day to bring remote banking services to the modern level, through remote banking services, customers can use the transfer of payments until the closing of the Transaction Day. If customers are customers of different banks, payments can be made only on the

current day up to 1700 hours. That is, remote banking services, like traditional services, are used by the central bank's Main Center for Informatization until the specified time.

Conclusions and suggestions. In conclusion, to create a mechanism to promote the widespread introduction of modern Information Communication Technologies in the relationship between the bank and the client, including the introduction of financial services based on electronic digital technologies with relatively low costs, the opening of 24/7-mode smartofis in all bank branches throughout the Republic, as well as bank cards and equipment serving them (payment terminal, by dramatically increasing the number of infokiosk and ATMs), the offer of convenient services for bank customers and residents of our country is considered an urgent issue today.

REFERENCES LIST

1. Hogan J.E., Lemon K.N., Libai B., 2004. Quantifying the ripple: word of mouth and adverting effectiveness. J. Advert. Res. 44 (3), 271–280.
2. Nodirovna M. S. Management of Service Processes in Service Enterprises in the Republic of Uzbekistan //Formation and Development of Pedagogical Creativity: International Scientific-Practical Conference (Belgium). – 2023. – T. 2. – C. 32-41.
3. Sharipova Nigina Djurakulovna. (2025). ANALYSIS OF THE OBLIGATIONS OF A COMMERCIAL BANK. Ethiopian International Journal of Multidisciplinary Research, 12(03), 220–222.
4. Sharipova Nigina Jo`rakulovna. (2025). ANALYSIS OF ASSETS AND LIABILITIES OF A COMMERCIAL BANK. Ethiopian International Multidisciplinary Research Conferences, 155–156.
5. Шарипова Н.Д. ВАЛЮТНАЯ ПОЛИТИКА ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН. (2025). Journal of Uzbekistan's Development and Research, 248-251

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ВОСТРЕБОВАННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

ШАРИПОВА НИГИНА ДЖУРАКУЛОВНА

Ассистент кафедры “Банковское дело”

Самаркандского Института экономики и сервиса, Узбекистан

E-mail: nigina2442n@gmail.com

Номер телефона: +99893 036 24 42

Аннотация В данной статье анализируются вопросы повышения популярности деятельности коммерческих банков в период цифровой трансформации. Изучаются механизмы повышения доверия и интереса населения к банковской системе за счет цифровизации банковских услуг, новых подходов к клиентам, внедрения инновационных технологий. Также представлены решения по развитию цифрового банкинга и существующие проблемы в условиях Узбекистана.

Ключевые слова: цифровая трансформация, коммерческие банки, банковская система, востребованность, популяризация банковских услуг, финансовые технологии (финтех), мобильный банкинг, цифровые сервисы, конкурентоспособность банков, цифровой клиентский опыт.

Введение. В последние годы в нашем обществе стремительно развиваются цифровые технологии. Интернет, смартфоны, мобильные приложения стали частью жизни обычных граждан. Банки также не остались в стороне от этих изменений. Сегодня нет необходимости идти в банк и стоять в очереди — такие услуги, как получение кредита, открытие счета, перевод денег, можно осуществлять, не выходя из дома.

Глобальные цифровые изменения в мире серьезно влияют на банковский сектор, а также на все отрасли экономики. Информационно-коммуникационные технологии упрощают банковские услуги, позволяя клиентам предоставлять более удобное и быстрое обслуживание.

Но нумерация - это не просто технический аспект. Это требует от банков по-новому взглянуть на свою деятельность, на свое отношение к клиентам. Поэтому цифровая трансформация имеет стратегическое значение для коммерческих банков. В статье будут приведены способы и практические рекомендации по повышению популярности деятельности коммерческих банков.

Актуальность темы: В условиях стремительного развития цифровых технологий и глобальной цифровизации все сферы экономики, включая банковскую систему, переживают масштабные преобразования. Цифровая трансформация становится неотъемлемым элементом стратегического развития коммерческих банков, определяя новые формы взаимодействия с клиентами, характер предоставляемых услуг и уровень их доступности.

На фоне растущей конкуренции со стороны финтех-компаний, повышения требований со стороны клиентов к качеству и скорости обслуживания, а также усиления роли дистанционных сервисов, становится особенно важным вопрос повышения востребованности деятельности коммерческих банков. Современный потребитель отдает предпочтение не просто финансовым учреждениям, а тем из них, которые обеспечивают удобный, безопасный и персонализированный цифровой сервис.

В этой связи актуальность исследования путей повышения популярности и конкурентоспособности коммерческих банков в условиях цифровой трансформации обусловлена необходимостью адаптации традиционной банковской модели к новым реалиям цифровой экономики. Научное осмысление организационно-экономических механизмов цифровизации банковской деятельности, а также выработка практических рекомендаций по повышению её привлекательности для населения представляют собой значимый вклад в развитие финансовой системы страны.

Цифровая трансформация - это процесс изменения всего способа

работы организации, а не только технологий. Коммерческие банки переводят в цифровую форму свою деятельность в следующих областях, чтобы лучше удовлетворять потребности клиентов и обеспечивать конкурентоспособность:

- Внедряют платформы мобильного банкинга и интернет-банкинга
- Автоматизированные системы кредитования
- Открытие счета онлайн и упрощение пользовательских интерфейсов
- Сотрудничество с компаниями Fintech

Эти изменения позволяют гражданам экономить время и физические усилия, получать услуги дистанционным способом, обеспечивая популярность банковской деятельности.

Постановка проблемы. Несмотря на то, что цифровые услуги в Узбекистане расширяются, остаются некоторые препятствия: низкая цифровая грамотность в определенной части общества, недостаточное развитие интернет-инфраструктуры в зависимости от региона, проблемы небезопасности и кибербезопасности, нехватка цифровых продуктов местного производства. Решение этих проблем имеет решающее значение для обеспечения популярности цифровых банковских услуг.

Цель исследования. Разработка и обоснование организационно-экономических подходов и механизмов, направленных на повышение востребованности и конкурентоспособности деятельности коммерческих банков в условиях цифровой трансформации, с учетом современных тенденций цифровизации финансовых услуг, изменений в поведении потребителей и развития инновационных технологий на основе указов и постановлений Президента Республики Узбекистан, опыта развитых стран и научных исследований зарубежных ученых-экономистов по преодолению проблем в развитии популяризации деятельности коммерческих банков.

Методы исследования. В процессе подготовки научной статьи были

также эффективно использованы методы сравнительного анализа данных на основе таблиц, группировки данных, анализа влияющих факторов и статистической группировки на основе систематического анализа, а также экспертных оценок.

Основные результаты. В результате проведённой работы удалось прийти к ряду важных выводов:

Во-первых, востребованность банков напрямую зависит от удобства цифровых услуг. Люди выбирают те банки, где легко и быстро можно воспользоваться нужной услугой — через телефон, компьютер или банкомат. Особенно важны простые мобильные приложения, круглосуточный доступ и минимальные визиты в отделения.

Во-вторых, цифровая трансформация помогает банкам стать ближе к клиентам. Там, где банки внедряют современные технологии — онлайн-кредитование, цифровую идентификацию, чат-ботов и электронные кошельки — интерес со стороны клиентов значительно выше.

В-третьих, есть проблемы, мешающие полной цифровизации. Это недостаточный уровень цифровой грамотности у части населения, слабый интернет в некоторых регионах, а также низкое доверие к онлайн-сервисам. Эти барьеры необходимо устранять через просвещение, улучшение инфраструктуры и повышение безопасности цифровых продуктов.

В-четвертых, Для повышения популярности банков важно думать не только о технологиях, но и о клиентах. Необходимы персонализированные предложения, удобные интерфейсы, понятный язык общения, а также быстрое решение возникающих вопросов.

В-пятых, Наконец, банки не должны работать в одиночку. Им стоит больше сотрудничать с ИТ-компаниями, учебными заведениями, государственными структурами и финтех-стартапами. Только совместными усилиями можно создать комфортную и безопасную цифровую экосистему,

которой будут пользоваться миллионы.

Выводы и предложения. В последние годы в Узбекистане стремительно развивается цифровой банкинг. Такие сервисы, как Payme, Click, Orange, пользуются широкой популярностью. Новые банки, такие как TBC Uzbekistan или grape Bank, начали работать в цифровом формате, что придало новое дыхание этому рынку.

Ряд реформ также реализуется государством в рамках программы "Цифровой Узбекистан – 2030". В этом процессе банки проявляют себя не только как субъект экономики, но и как институт социальной значимости.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бобоходжаев С. *Трансформация роли и места коммерческих банков в развитии цифровой экономики*. Архив научных исследований. Анализ развития роли коммерческих банков в цифровой экономике, с акцентом на Узбекистан

2 Бобоходжаев С. *Пути трансформации роли и места банков в цифровой экономике*. Архив научных исследований. Предложения по совершенствованию банковской деятельности Узбекистана

3. Жиянова Н., Азимжонова, М. *Повышение роли цифровой трансформации банков в современной экономике*. Журнал “Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot”. Освещение международного опыта и факторов цифровизации банковского сектора

4. Sharipova Nigina Djurakulovna. (2025). ANALYSIS OF THE OBLIGATIONS OF A COMMERCIAL BANK. Ethiopian International Journal of Multidisciplinary Research, 12(03), 220–222.

5. Sharipova Nigina Jo`rakulovna. (2025). ANALYSIS OF ASSETS AND LIABILITIES OF A COMMERCIAL BANK. Ethiopian International Multidisciplinary Research Conferences, 155–156.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ

ШАРИПОВА НИГИНА ДЖУРАКУЛОВНА

Ассистент кафедры “Банковское дело”

Самаркандского Института экономики и сервиса, Узбекистан

E-mail: nigina2442n@gmail.com

Номер телефона: +99893 036 24 42

Аннотация. В статье представлены внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие дистанционных банковских услуг. В статье освещаются проблемы развития дистанционных банковских услуг и представлены авторские подходы к их преодолению.

Ключевые слова: удаленные банковские услуги, интернет-сайт, риск, банковские технологии, скорость интернета, финансовые услуги.

Введение. Хотя предоставление дистанционных банковских услуг в коммерческих банках Республики Узбекистан развивается из года в год, нельзя сказать, что нет проблем в том, чтобы эти услуги стали более прогрессивными. Увеличение числа клиентов может быть достигнуто за счет устранения проблем с удаленными банковскими услугами и создания удобств в приложении.

Помимо проблем, на развитие удаленных банковских услуг в коммерческих банках влияет несколько факторов. Тем не менее, в банковской системе нашей страны также разработан ряд нормативно-правовых актов и ведется интенсивная работа по развитию дистанционных банковских услуг. Сегодня банки стремятся увеличить и свои доходы в результате увеличения числа своих клиентов, привлечения большего числа клиентов и повышения качества предоставляемых им услуг. В частности, из опыта развитых стран видно, что сегодня качество дистанционных банковских услуг на рынке финансовых услуг определяет успех конкурентной борьбы в обслуживании клиентов.

Актуальность темы. Указ Президента Республики Узбекистан от 9 января 2018 года № ПФ-5296 «о мерах по коренному совершенствованию

деятельности Центрального банка Республики Узбекистан»предусматривает дальнейшее развитие платежной системы, в том числе создание эффективной системы обмена информацией коммерческих банков с предоставлением дистанционных банковских услуг, позволяющих оперативно управлять счетами и проводить банковские операции в режиме реального времени. создание было определено как одно из приоритетных направлений деятельности Центрального банка. Это свидетельствует о необходимости улучшения качественного содержания дистанционных услуг, предоставляемых коммерческими банками, и внедрения новых современных услуг.

Постановка проблемы. В последнее время бурное развитие цифровых технологий во всем мире ускорило революцию в информационной сфере и процессы глобализации экономики. В частности, недостаточное развитие цифровых технологий и дистанционных банковских услуг в банковской системе Узбекистана требует изучения проблем в этом направлении.

Цель исследования. На основе указов и постановлений Президента Республики Узбекистан, опыта развитых стран и научных исследований зарубежных ученых-экономистов по преодолению проблем в развитии дистанционных банковских услуг в коммерческих банках автором разработаны научные и практические предложения.

Методы исследования. В процессе подготовки научной статьи были также эффективно использованы методы сравнительного анализа данных на основе таблиц, группировки данных, анализа влияющих факторов и статистической группировки на основе систематического анализа, а также экспертных оценок.

Основные результаты. Предоставление банками дистанционных банковских услуг своим клиентам является одним из наиболее перспективных направлений развития современной банковской системы, и на его развитие влияет ряд факторов. При разработке дистанционных банковских услуг

необходимо учитывать факторы, влияющие на эти услуги. Эти влияющие факторы можно разделить на два типа: внутренние и внешние. В таблице 1 факторы, влияющие на услуги удаленного банковского обслуживания, разделены на внешние и внутренние факторы. Для банка важно изучить влияние существующих факторов на оказание дистанционных банковских услуг и поддерживать правильную его систему.

К внешним факторам, влияющим на развитие дистанционных банковских услуг, относятся:

Во-первых, негативное влияние на использование удаленных банковских услуг оказывают негативные ситуации, связанные с операционной системой при совершении финансовых операций на удаленных банковских услугах, и возникновение операционного риска в результате неправильно проведенной пользователем операции, финансовые потери в проблемных ситуациях на системах удаленных банковских услуг, возникновение финансового риска в результате неосторожных ошибок пользователей и финансовых потерь в других ситуациях. Кроме того, риск безопасности финансовой информации, проходящей по электронным каналам связи не секрет, что доверие граждан к банкам неадекватно, то есть до сих пор подавляющее большинство граждан хранят свои сбережения не в банках, а «под подушкой» в виде недвижимости или валюты.

Во-вторых, осведомленность людей об услугах удаленного банковского обслуживания, то есть об услугах удаленного банковского обслуживания, достигается через рекламу, сайты банков, услышанные от близких или знакомых. В частности, было признано, что слова об удаленных банковских услугах или их предоставлении близкими в свободном общении в виртуальной среде посредством устной речи более эффективны, чем влияние рекламы на потребителей. Например, J.E.Хоган, К.Н.Лимон и Б.Согласно исследованию libail, проведенному в 2004 году, было обнаружено, что эффективность устной

речи в три раза превышает эффективность рекламы. Это исследование показало, что миграция сообщений о дистанционных банковских услугах из уст в уста положительно влияет на популярность этих услуг и повышение чувства доверия у пользователей.

Помимо вышеперечисленных факторов, влияющих на развитие дистанционных банковских услуг, необходимо устранить еще ряд проблемных ситуаций.

Во-первых, местные жители, проводя свои операции в банках, чаще предпочитают прямой контакт с сотрудниками банка и привыкли получать подтверждающие документы по каждой совершенной операции. Такая ситуация требует проведения разъяснительной работы с населением относительно возможностей и безопасности удаленных банковских услуг для изменения менталитета населения.

Во-вторых, многие люди боятся впервые попробовать новую современную технологию и систему из-за недостаточного понимания новых удаленных банковских услуг, поскольку каждая новая программная технология поначалу создает некоторые трудности в использовании. Также банки постоянно совершенствуют виды услуг в своих программных системах. В ходе совершенствования банкам также следует попытаться немного упростить приложения для пользователей, что в противном случае создаст проблемы для части клиентов, которым не хватает технологических навыков. Поэтому создание ИТ-специалистами каждого банка простых в использовании и многофункциональных систем обеспечит их клиентов эффективными услугами в условиях конкуренции.

В-третьих, частые отключения электроэнергии в отдаленных районах нашей республики, вследствие чего невозможно своевременно оказывать клиентам услуги связи и другие финансовые услуги. Тот факт, что скорость интернета в таких местах очень низкая, порождает всевозможные

недоразумения при использовании удаленных банковских услуг. В этих регионах клиенты банка до сих пор полностью осуществляют свою банковскую практику в банке. Так что, банки также должны сосредоточиться на внедрении удаленных банковских услуг в этих регионах.

В-четвертых, при небольшой стоимости приобретения и установки современных технологий и программного обеспечения для коммерческих банков внедрение банками собственного специального программного обеспечения на базе смартфонов и компьютеров позволит создать новые возможности в удаленных банковских услугах, сэкономить средства. Это возлагает большую ответственность на специалистов по информационным технологиям и программистов банков или требует поддержки других местных специалистов.

В-пятых, чтобы вывести услуги удаленного банковского обслуживания на современный уровень, хотя связь и интернет работают 24 часа в сутки, клиенты могут использовать услуги удаленного банковского обслуживания для перевода платежей до закрытия операционного дня. Если клиенты являются клиентами разных банков, они могут производить платежи только до 1700 часов в текущий день. То есть удаленные банковские услуги, как и традиционные услуги, используются главным центром информатизации Центрального банка в течение определенного периода времени.

Поэтому с учетом того, что связь и интернет работают 24 часа в сутки, необходимо создать в банках отдельную платформу и рассмотреть возможность автоматического осуществления платежных операций на удаленных банковских услугах даже в отсутствие операционного дня. Это одна из важных задач, которую необходимо выполнять, особенно в то время, когда экономика оцифровывается, платежная система ускоряется из года в год, а количество клиентов банка увеличивается.

Выводы и предложения. Таким образом, в отношениях между банком

и клиентом необходимо широкое внедрение современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе создание механизма стимулирования внедрения относительно недорогих финансовых услуг на основе электронных цифровых технологий, открытие смарт-офисов в режиме 24/7 во всех филиалах банка по всей республике, а также банковских карт и обслуживающего оборудования (платежный терминал)., сегодня актуальным вопросом является предоставление удобных услуг клиентам банка и жителям нашей страны за счет резкого увеличения количества банкоматов и банкоматов.

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Постановление Президента Республики Узбекистан от 23 марта 2018 года № ПП-3620 "о дополнительных мерах по повышению популярности банковских услуг".

2. Отраслевая программа министерства развития информационных технологий и коммуникаций по реализации стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы в «год диалога с народом и интересов человека».Hogan J.E., Lemon K.N., Libai B., 2004. Quantifying the ripple: word of mouth and adverting effectiveness. J. Advert. Res. 44 (3), 271–280.

3. Nodirovna M. S. Management of Service Processes in Service Enterprises in the Republic of Uzbekistan //Formation and Development of Pedagogical Creativity: International Scientific-Practical Conference (Belgium). – 2023. – Т. 2. – С. 32-41.

4. Мирзаева Ш. Н. НОВЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ И ИЗМЕНЕНИЕ ПРОФЕССИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА РЫНКЕ ТРУДА УЗБЕКИСТАНА //Gospodarka i Innowacje. – 2023. – Т. 36. – С. 668-679.

5. Sharipova Nigina Djurakulovna. (2025). ANALYSIS OF THE OBLIGATIONS OF A COMMERCIAL BANK. Ethiopian International Journal of Multidisciplinary Research, 12(03), 220–222.

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI DAVLAT BYUDJETI DAROMADLARI TARKIBIDA SOLIQLARNING TUTGAN AHAMIYATI

Ashurova Oltin Yuldashevna

SamISI, "Investitsiya va innovatsiyalar"

kafedrasi katta o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada Davlat byudjeti daromadlari tarkibida soliqlarning o'ziga xos xususiyatlari, soliq turlari va to'lash tartiblari keltirib o'tilgan. Ular mamlakat iqtisodiy tizimining muhim tarkibiy qismi hisoblanishi, soliqlarni undirish orqali davlat byudjetining xarjatlarini amalga oshirish va bu davlatning iqtisodiy barqarorligini ta'minlash uchun zarurligi to'g'risida fikrlar keltirilgan.

Kalit so'zlar: davlat byudjeti tuzilmasi, soliq solish tizimi, daromad solig'i, qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz solig'i, mol-mulk solig'i, ijtimoiy soliqlar, tashqi iqtisodiy faoliyatdan olingan bojlar, jismoniy va yuridik shaxslardan undiriladigan yig'imlar.

Аннотация: В статье рассматриваются особенности налогов, виды налогов и порядок их уплаты в составе доходов государственного бюджета. Рассматривается значение налогов как важной составляющей экономической системы страны, необходимость осуществления расходов государственного бюджета за счет взимания налогов, а также необходимость обеспечения экономической стабильности государства.

Abstract: This article presents the specific features of taxes, types of taxes and payment procedures as part of the state budget revenues. It also discusses the importance of taxes as an important component of the country's economic system, the need to implement state budget expenditures through tax collection, and the need to ensure the economic stability of the state.

Keywords: state budget structure, taxation system, income tax, value added tax, excise tax, property tax, social taxes, duties on foreign economic activity, fees levied on individuals and legal entities.

1. O'zbekiston respublikasi davlat byudjeti tuzilmasi

O'zbekiston Respublikasi davlat byudjeti davlat organlari hamda barcha davlat muassasalari, tashkilotlari xarajatlarini moliyalashtirish uchun daromadlar yig'indisidan tashkil topgan hujjat hisoblanadi. Davlat byudjeti daromadlari va xarajatlari davlatning ijtimoiy, iqtisodiy, ma'muriy va boshqa funksiyalarini bajarish imkoniyatini yaratadi.

Davlat byudjeti daromadlari

1. Soliq tushumlari - eng muhim daromad manbai hisoblanib, davlat byudjeti daromadlarining asosiy qismini ta'minlaydi. Soliq turlari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- Qo'shilgan qiymat solig'i (QQS) — tovarlar va xizmatlar qiymatidan undiriladigan soliq.

- Daromad solig'i — yuridik va jismoniy shaxslar daromadlaridan undiriladi.

- Aksiz solig'i — alohida tovarlar va xizmatlarga qo'llaniladi.

- Mulkiy soliq — yuridik va jismoniy shaxslarning mol-mulki uchun undiriladi.

2. Davlat bojlari va yig'implari:

- Tashqi iqtisodiy faoliyatdan olingan bojlar.

- Jismoniy va yuridik shaxslardan undiriladigan yig'implar.

3. Davlat mulkidan tushumlar:

- Davlat korxonalari va mulk obyektlaridan olinadigan foyda.

- Davlatga tegishli aktivlar ijarasi yoki savdosidan tushgan mablag'lar.

4. Boshqa daromadlar:

- Davlat organlari tomonidan ko'rsatilgan xizmatlar uchun to'lanadigan to'lovlar.

- Xalqaro tashkilotlardan yoki boshqa davlatlardan olinadigan subsidiya va yordamlar.

Davlat byudjeti xarajatlari

1. Ijtimoiy soha xarajatlari:

- Ta'lim, sog'liqni saqlash va ijtimoiy himoya tizimlariga ajratmalardan iborat.

- Ta'lim — maktablar, litsejlar va universitetlarning moliyalashtirilishi.

- Sogʻliqni saqlash — poliklinika va kasalxonalar xarajatlari.

- Ijtimoiy himoya — pensiyalar, nafaqalar va boshqa ijtimoiy toʻlovlar

2. Ijro hokimiyati organlari xarajatlari:

- Hukumat, vazirliklar, davlat idoralarining faoliyatiga qilinadigan xarajatlar.

3. Mudofaa va xavfsizlik:

- Harbiy xarajatlar, chegara qoʻriqlanishi va ichki xavfsizlikni taʼminlash uchun ajratmalar.

4. Transport va infratuzilma:

- Yoʻllar, koʻpriklar, kommunal tizim va boshqa infratuzilmalarni rivojlantirish va taʼmirlashga sarflanadigan mablagʻlar.

5. Ekologiya va tabiiy resurslar:

- Ekologik muammolarni hal qilish, tabiiy resurslardan oqilona foydalanishni taʼminlash uchun sarflanadigan xarajatlar.

Byudjet taqchilligi va undagi balanslash Oʻzbekiston Respublikasi davlat byudjeti baʼzan taqchillik (defitsit) yoki ortiqcha (profitsit) bilan yakunlanishi mumkin. Taqchillik byudjet daromadlari xarajatlardan kam boʻlsa yuzaga keladi. Bunga qarshi kurashish uchun davlat qimmatli qogʻozlarini chiqarishi, ijtimoiy va iqtisodiy sohalarda yana ham raqamlashtirish va optimallashtirish tadbirlarini oʻtkazishi mumkin.

Davlat byudjeti strukturasidagi har bir moddaning rolini yaxshiroq tushunish, davlat moliyaviy boshqaruvi samaradorligini oshirishga va iqtisodiy barqarorlikni taʼminlashga yordam beradi.

2. Davlat byudjeti daromadlari manbalari

Davlat byudjeti daromadlari manbalari turli moliyaviy manbalardan iborat boʻlib, davlatning faoliyatini moliyalashtirishga xizmat qiladi. Biz ushbu malumotlarni statistik, normativ va analitik nuqtai nazardan koʻrib chiqamiz.

1. Soliqlar: Soliqlar davlat byudjeti daromadlarining asosiy manbai hisoblanadi.

O'zbekistonda soliqlar bir nechta turlarga bo'linadi:

- Qo'shilgan qiymat solig'i (QQS): Asosiy iste'mol mollari va xizmatlardan tushumning katta qismini tashkil etadi.
- Yuridik shaxslar uchun foyda solig'i: Korxonalar faoliyatidan olingan daromaddan olinadigan soliq.
- Aholining daromad solig'i: Bu soliq jismoniy shaxslarning daromadlaridan undiriladi.
- Aksiz soliqlari: Aniq tovarlar va xizmatlar, masalan, tamaki mahsulotlari, spirtli ichimliklar va neft mahsulotlari uchun olinadi.

2. Bojxona to'lovlari: Import va eksport amaliyotlaridan davlat byudjetiga tushadigan tushumlar. Bu to'lovlar mamlakat iqtisodiyotiga muhim ta'sir ko'rsatadi va valyuta zaxiralarini shakllantirishga yordam beradi.

3. Davlat mulkidan tushum: Davlat korxonalari va aktivlaridan olingan foyda, sotuvlar va xizmatlar ko'rsatish orqali davlat g'aznasiga tushadigan mablag'lar.

4. Tabiiy resurslardan olinadigan daromadlar: O'zbekiston tabiiy resurslarga, xususan, neft va gazga boy hududlardan biridir. Ushbu sektordan katta hajmda daromadlar olinadi, masalan, oldindan va valyutaviy bitimlar natijasida.

5. Tashqi va ichki qarzlar: Davlat tomonidan moliyalashtiriladigan loyihalar va infratuzilmani rivojlantirish uchun olinadigan qarzlar.

6. Lisenziya to'lovlari: Turli yo'nalishlar bo'yicha faoliyat yuritish huquqini beruvchi litsenziyalardan tushumlar.

7. Jarimalar va yig'imlar: Qonunbuzarliklar va davlat xizmatlari bilan bog'liq yig'imlardan olingan daromad.

8. Davlat korporatsiyalarining dividendlari: Davlatga tegishli yoki davlat ishtirokiga ega yirik korporatsiyalar (masalan, energetika, transport) muayyan darajada dividendlar to'laydi.

O'zbekiston iqtisodiyoti va byudjeti davlat tomonidan qabul qilinadigan soliq siyosatiga qarab shakllantiriladi. Masalan, 2024 yil byudjetida jami davlat

daromadlari 375,0 trillion so'm atrofida shakllangan. Soliqlar tushumi yillar davomida ijtimoiy ta'minot, sog'liqni saqlash va ta'lim sohalarini moliyalashtirishda muhim rol o'ynaydi.

2024 yilning yanvar-mart oylari ma'lumotlariga ko'ra, davlat byudjeti daromadlari 25% dan ortiq iqtisodiy o'sishni ko'rsatgan. Bu ko'rsatkichlar real ishlab chiqarish sektoridagi faoliyat va eksport hajmining oshishi bilan bog'liq. Yuqoridagi ma'lumotlarga ko'ra, davlat byudjeti daromadlarining manbalari keng ko'lamli va diversifikatsiyalangan bo'lib, har bir daromad turi mamlakat iqtisodiyotiga turli yo'nalishlarda ta'sir etadi. Ushbu tizimning samarali ishlashi orqali davlat o'z oldidagi ijtimoiy, iqtisodiy va siyosiy maqsadlarni amalga oshirishda moliyaviy mustaqillikka ega bo'ladi.

3. Soliqlar va davlat moliyaviy siyosati

Soliqlar va davlat moliyaviy siyosati davlatning iqtisodiy hayotini boshqarish uchun muhim vositalardan biridir. Soliqlar davlatga daromad olish imkoniyatini beradi va davlatning turli xil ijtimoiy, iqtisodiy va infratuzilmalarga oid dasturlarni moliyalashtirishiga imkon yaratadi. Soliqlar turli toifadagi soliq to'lovchilar, masalan, jismoniy shaxslar va yuridik shaxslar uchun turli xil shakllarda mavjud bo'lib, milliy darajada turlicha talqin qilinishi mumkin.

O'zbekistonda soliq siyosati so'nggi yillarda o'zgargan va modernizatsiya qilingan. Mamlakatda soliq darajalari pasaytirilib, soliq tizimi soddalashtirildi. 2020-yilda O'zbekiston Soliq kodeksi yangilandi, bunda asosiy yo'nalishlardan biri soliq yukini pasaytirish va soliq qonunchiligini xalqaro me'yorlarga moslashtirish edi.

Umuman olganda, O'zbekistonda soliqlar quyidagi asosiy turlariga bo'linadi:

1. Qo'shilgan qiymat solig'i (QQS) – O'zbekiston Respublikasida hozirda QQS stavkasi 12 foizni tashkil etadi. Bu soliq tovarlar va xizmatlarning iste'mol qiymatiga solinadi.

2. Jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i – Bu soliq fuqarolarning daromadiga solinadi, 2020-yildan boshlab, stavka bir xil bo'lib, 12 foiz miqdorida

belgilangan.

3. Foyda solig'i – Yuridik shaxslar uchun salmoqli soliq turlaridan biri. Ushbu soliq stavkasi 15% atrofida belgilangan.

4. Ijtimoiy soliq – Mehnatga oid daromadlarga solinadigan soliq bo'lib, bir nechta stavkani tashkil etadi.

5. Aksiz soliqlari – Spirtli ichimliklar, tamaki mahsulotlari va energiya resurslariga nisbatan tatbiq etiladi.

Davlat moliyaviy siyosati O'zbekistonning iqtisodiy rivojlanish strategiyasida muhim rol o'ynaydi. Yaqin o'tmishda strategiya to'lovlarni soddalashtirish va aholining soliq yukini kamaytirishga qaratilgan edi. 2024-yilda O'zbekiston Davlat budjeti daromadlari 375,0 trillion so'mni tashkil etdi, bu 2023-yilgiga nisbatan sezilarli o'sishni anglatadi.

Davlat moliyaviy siyosatining asosiy maqsadlaridan biri bu iqtisodiy o'sishni qo'llab-quvvatlash va barqarorligini ta'minlashdir. Soliqlar to'plash orqali davlat istalgan iqtisodiy yo'nalishlar, shu jumladan, ijtimoiy dasturlar, ta'lim va sog'liqni saqlashni moliyalashtirishi mumkin.

Davlat daromadlarining asosiy manbalari soliq tushumlari va davlat mulkidan olinadigan daromadlardir. 2024-yilga kelib, davlat byudjeti xarajatlarining katta qismi ijtimoiy sohalarga qaratilgan. Bu sog'liqni saqlashga, ta'limga va ijtimoiy qo'llab-quvvatlash tizimlariga sarflangan mablag'larning sezilarli qismidir.

Davlatning moliyaviy siyosati xalqaro moliya institutlari bilan hamkorlikda olib borilmoqda. Jahon banki va Xalqaro valyuta jamg'armasi kabi xalqaro tashkilotlar O'zbekistonga iqtisodiy islohotlarni amalga oshirishda yordam bermoqda. Ushbu tashkilotlar ishlab chiqadigan hisobotlar va tavsiyalar O'zbekistonda moliya va soliq siyosatiga bog'liq islohotlarning asosini tashkil qiladi.

Umuman aytganda, soliqlar va davlat moliyaviy siyosati O'zbekistonning iqtisodiy rivojlanishidagi muhim element bo'lib, mamlakatning barqaror o'sishini va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlashda markaziy o'rin tutadi. O'zgaruvchan global

iqtisodiyot sharoitida ushbu sohadagi islohotlar davom etmoqda, soliqchilar va tadbirkorlik dastaklari yaratilib, davlat daromad bazasini kengaytirishga qaratilgan choralar qo'llanilmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Mehmonaliev, A. G. U., Khidirov, N. G. (2022). Social-economic significance, essence and theoreticalmethodical basis of medium-term budget practice. Science and Education, 3(12), 991-996.
2. Mehmonaliev, A. G. U., Khidirov, N. G. (2022). Public finance management its modern problems. Science and Education, 3(11), 1075-1080.
3. Allayarov, S. R. (2024). Mahalliy byudjetar moliyaviy barqarorligini ta'minlashning dolzarb masalalari. Science and Education, 3(3), 1150-1155.
4. Шермухамедова, Ш. А. (2023). Финансирование социальной сферы и социальной защиты населения как главное направление расходов Государственного бюджета Республики Узбекистан. Современные гуманитарные исследования, (3), 37-38.
5. Qarshiyeva, M. A. Q., Xidirov, N. G. I. (2023). O'zbekiston "Yashil" iqtisodiyot sari. Science and Education, 3(12), 984-990.

ПЛАТЕЖНЫЙ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ СКОРИНГ: ЗНАЧИМОСТЬ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ

Бекмуродов Аббос Амриддинович,

самостоятельный соискатель,

Самаркандский институт экономики и сервиса

Аннотация. Контокоррентный счет является универсальным инструментом, который служит для управления текущими расчетами и кредитными операциями клиента в банке. Платежный скоринг и поведенческий скоринг – это методы оценки кредитоспособности клиентов, которые активно обсуждаются и анализируются зарубежными учеными. В данной статье представлены сущность платежного скоринга, поведенческого скоринга,

преимущества открытия контокоррентных счетов для клиентов, а также значимость платежного и поведенческого скоринга в оценке платежеспособности клиентов на практике коммерческих банков.

Ключевые слова: платежеспособность, коммерческий банк, банковское обслуживание, контокоррентный счет, платежный скоринг, поведенческий скоринг, ликвидность.

Abstract. A current account is a universal tool that serves to manage current settlements and credit transactions of a client in a bank. Payment scoring and behavioral scoring are methods of assessing the creditworthiness of clients, which are actively discussed and analyzed by foreign scientists. This article presents the essence of payment scoring, behavioral scoring, the advantages of opening current accounts for clients, as well as the importance of payment and behavioral scoring in assessing the solvency of clients in the practice of commercial banks.

Keywords: solvency, commercial bank, banking services, current account, payment scoring, behavioral scoring, liquidity.

ВВЕДЕНИЕ. В условиях цифровизации и развития технологий клиенты ожидают более удобного, быстрого и персонализированного сервиса. Трансформация банковских услуг позволяет адаптироваться к этим ожиданиям, предлагая новые продукты и услуги, улучшая пользовательский опыт и обеспечивая доступ к банковским операциям в режиме реального времени через цифровые каналы.

Высокое качество обслуживания является одним из главных факторов, влияющих на лояльность клиентов. Банки, которые инвестируют в улучшение клиентского опыта, повышают доверие и удержание клиентов, что, в свою очередь, способствует увеличению доли рынка и доходности.

В Стратегии реформирования банковской системы Республики Узбекистан на 2020-2025 годы определено “международная интеграция финансового сектора на принципах внедрения передовых международных

стандартов ведения банковского дела, в том числе в области корпоративного управления и качества обслуживания клиентов” [1].

В условиях высокой конкуренции на банковском рынке трансформация услуг становится необходимостью для выживания и развития. Банки, которые оперативно внедряют инновации и адаптируют свои услуги под современные реалии, получают конкурентные преимущества, что позволяет им привлекать новых клиентов и удерживать существующих.

Использование современных технологий в банковских операциях не только улучшает обслуживание клиентов, но и оптимизирует внутренние процессы.

Поведенческий скоринг и платежный скоринг позволяют банкам более точно оценивать кредитоспособность клиентов на основе их финансового поведения и историй платежей. Это позволяет банкам минимизировать кредитные риски и принимать более обоснованные решения при предоставлении кредитов и других финансовых услуг.

Открытие контокоррентных счетов предоставляет банкам гибкость в управлении оборотными средствами клиентов. Это вид счета, на котором остаток может быть как положительным, так и отрицательным, что позволяет банку эффективно управлять ликвидностью и обеспечивать мгновенное финансирование клиента при необходимости.

Контокоррентные счета позволяют банкам быстрее реагировать на изменения в финансовом состоянии клиента и предоставлять им доступ к средствам, когда это необходимо, что способствует укреплению доверия и лояльности клиентов.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР. Для компаний с сезонными колебаниями доходов или нерегулярными поступлениями контокоррентный счет является важным инструментом, который позволяет поддерживать ликвидность и избегать кассовых разрывов.

Контокоррентный счет – это специальный банковский счет, который позволяет клиенту (как правило, юридическому лицу) вести многократные взаиморасчеты с банком. Данный счет объединяет функции текущего счета и кредитного лимита, предоставляя клиенту возможность одновременно управлять поступающими средствами и использовать кредит в рамках установленного лимита.

По мнению Фрэнк Х. Кларка контокоррентный счет описывается как текущий банковский счет, позволяющий его владельцу как вносить депозиты, так и брать ссуды в пределах установленного кредитного лимита. Характерной чертой является возможность овердрафта, когда остаток на счете становится отрицательным, что представляет собой заимствование средств у банка.

В научных трудах О.Оладжиде контокоррентный счет – это банковский инструмент, который обеспечивает гибкость в управлении денежными средствами и позволяет клиентам банка использовать средства сверх их депозита, с последующим покрытием задолженности в установленный срок. Этот вид счета может использоваться как для личных, так и для коммерческих целей [2].

М.Шарон Эн описывает контокоррентный счет как договорной инструмент, который объединяет все финансовые операции между банком и клиентом в один счет. Все суммы зачислений и списаний аккумулируются на одном счете, а баланс может быть как положительным, так и отрицательным в зависимости от финансового состояния клиента [3].

Согласно Л.С.Тарасовой, контокоррентный счет является формой расчетного счета, который одновременно служит для осуществления расчетов и кредитования [4].

По мнению А.Ткачева, контокоррентный счет предназначен для ведения всех расчетов клиента банка. Это подразумевает, что на счете отражаются все поступления и списания денежных средств, и счет может иметь положительный

или отрицательный остаток в зависимости от финансового состояния клиента и его потребностей в кредитных ресурсах [5].

В трудах В.В.Витрянского контокоррентный счет определяется как договорной инструмент, который позволяет объединять взаимные обязательства сторон и управлять ими через единый счет, где происходит зачет требований и обязательств, что значительно упрощает расчетные операции между банком и клиентом.

Силван Беноит описывает платежный скоринг как метод статистической оценки кредитоспособности заемщика, основанный на его кредитной истории и финансовом поведении. Этот метод позволяет банкам предсказать вероятность возврата кредита на основе исторических данных о платежах [6].

Л.В.Панкова в своих исследованиях подчеркивает, что платежный скоринг является ключевым элементом в управлении кредитными рисками, поскольку он дает банкам возможность принимать более информированные решения о выдаче кредитов [7].

Джонатан Кроуфорд рассматривает поведенческий скоринг как расширение традиционного кредитного скоринга, которое включает анализ покупательских привычек, поведения в социальных сетях и других некредитных данных для более точного определения риска. Этот подход особенно важен в условиях цифровизации, где стандартные методы оценки могут быть недостаточно эффективными.

Ж.М.Ордабаева в своих работах подчеркивает значимость поведенческого скоринга для адаптации к современным требованиям финансового сектора, особенно в контексте анализа рисков и поведения клиентов в реальном времени [8].

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ. Данная статья посвящена внедрению и совершенствованию платежного скоринга, поведенческого скорингового анализа в практику коммерческих банков для кредитования

клиентов. В работе в обобщенном виде изучены контокоррентный счет и его значение, платежный скоринг и поведенческий скоринг.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Банковская трансформация способствует социальной инклюзии, обеспечивая доступ к финансовым услугам для всех слоев населения, включая те группы, которые ранее были недостаточно обслуживаемы традиционными банковскими структурами.

Контокоррентный счет позволяет избегать частых запросов на кредиты или овердрафт, что может сократить финансовые затраты, связанные с обслуживанием этих услуг. Проценты начисляются только на использованную часть кредитного лимита, что делает эту услугу более экономически выгодной.

Объединение операций по текущему счету и кредитным средствам в одном счете упрощает бухгалтерский учет и контроль над финансовыми потоками. Это снижает административную нагрузку и упрощает отчетность.

Использование контокоррентного счета позволяет ускорить проведение платежей и расчетов, поскольку средства сразу доступны на счету, что особенно важно для компаний с высокими объемами ежедневных операций.

Контокоррентный счет необходим компаниям, стремящимся к более эффективному управлению оборотными средствами, обеспечивая баланс между дебиторской и кредиторской задолженностью.

Для предприятий, которым периодически требуется доступ к краткосрочному кредитованию для финансирования текущих операций, контокоррентный счет предоставляет необходимую гибкость и скорость в получении средств.

Необходимо отметить, что скоринговая система не стоит на месте. Так, например, оценить кредитоспособность и порядочность клиента можно не только по уровню его дохода, но и информации о налоговой задолженности, ограничения на выезд в другие страны и т.д. Также может быть принята во

внимание информация использования сотовой связи и из аккаунтов в социальных сетях.

Скоринг позволяет автоматизировать процесс оценки кредитоспособности заёмщика. Банки используют системы, которые быстро рассчитывают скоринговый балл на основе алгоритмов и статистических данных, и принимают решение о выдаче кредита. Это сокращает время ожидания для заёмщика и увеличивает эффективность работы банка.

Если до повсеместного внедрения системы скоринга сотрудники банка тратили на рассмотрение анкет часы или даже дни, то сейчас узнать решение по заявке на кредит чаще всего можно всего за несколько минут.

Поведенческий скоринг клиентов – это метод оценки кредитоспособности клиентов на основе анализа их поведения и взаимодействия с банком, включая транзакции, использование продуктов, соблюдение сроков платежей и даже активность в социальных сетях или интернет-пространстве. Этот подход позволяет банкам более точно прогнозировать кредитные риски и предлагать клиентам наиболее подходящие продукты и услуги.

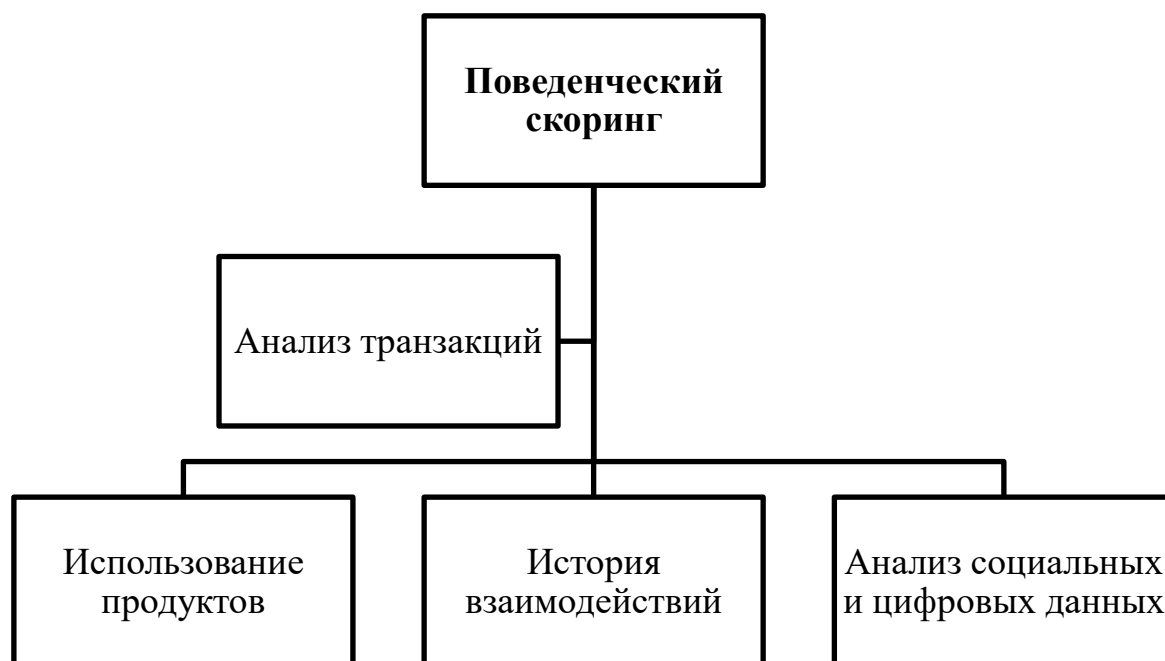


Рис.1. Основные компоненты поведенческого скоринга

Банки анализируют повседневные финансовые операции клиентов, такие как частота и объемы покупок, платежи по кредитам, переводы, регулярность доходов и другие аспекты финансового поведения.

Оценивается, насколько активно клиент использует различные банковские продукты, такие как кредитные карты, депозиты, ипотека и т.д.

В некоторых случаях в скоринг включают данные о цифровом поведении клиента, например, активность в социальных сетях, частота использования интернет-банкинга, отзывы о банке и другие онлайн-следы.

Поведенческий скоринг позволяет более точно оценивать кредитные риски, учитывая не только традиционные финансовые показатели, но и реальные поведенческие паттерны клиентов. Это снижает вероятность дефолтов и повышает надежность кредитного портфеля.

Благодаря глубокому пониманию потребностей и поведения клиентов, банки могут предлагать персонализированные финансовые продукты, соответствующие их текущим потребностям и ожиданиям. Это повышает удовлетворенность клиентов и их лояльность.

В условиях жесткой конкуренции на финансовом рынке использование поведенческого скоринга позволяет банкам более точно таргетировать клиентов, улучшать клиентский опыт и повышать свою конкурентоспособность.

В ряде западных банков поведенческий скоринг уже стал неотъемлемой частью системы оценки клиентов. Например, анализ использования мобильного банкинга и платежных систем позволяет выявлять клиентов с низким уровнем риска и предлагать им более выгодные условия кредитования.

Некоторые банки начали интеграцию данных из социальных сетей в свои системы скоринга, что позволяет учитывать дополнительные параметры, влияющие на платежеспособность клиента.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе цифровой трансформации банки могут использовать данные скоринга для создания новых, более персонализированных продуктов и услуг, что способствует укреплению их позиций на рынке и достижению устойчивого роста.

Инновационные решения также позволяют банкам оперативно адаптироваться к изменениям в предпочтениях и потребностях клиентов, что особенно важно в условиях быстро меняющегося экономического ландшафта.

Внедрение поведенческого скоринга в деятельность банка становится необходимым шагом для повышения точности оценки клиентов, улучшения качества обслуживания и снижения рисков.

Инновационные технологии скоринга дают возможность банкам учитывать широкий спектр данных, таких как частота и объем транзакций, соблюдение сроков платежей, использование банковских продуктов и даже анализ цифровых следов клиента в интернете. Это позволяет создавать более точные и персонализированные предложения для каждого клиента.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О стратегии реформирования банковской системы Республики Узбекистан на 2020-2025 годы», №УП-5992, от 12.05.2020 г.
2. Oyadeyi, Olajide and Akinbobola, Temidayo, (2022), Financial Development and the Current Account in Nigeria, MPRA Paper, University Library of Munich, Germany.
3. Murphy, Sharon Ann, (2023), Banking on Slavery, 1 ed., University of Chicago Press,
4. Тарасова Л.С. Инновационные цифровые финансовые инструменты. ЭКОНОМИКА НОВОГО МИРА: науч. журн. 2020 г. Том 5. № 4 (Вып. 19). С. 32-43.

5. Ткачев, А. Системы кредитного скоринга. Матричный подход / А. Ткачев, А. Шипунов // Банковский вестник. – 2019. – № 10(675). – С. 37-46. – EDN KFBQQZ.
6. Benoit, Sylvain, (2024), Smart systemic-risk scores, Journal of International Money and Finance, 140, issue C, number S0261560623001699.
7. Панкова, Л. В. Скоринг как инструмент управления кредитным риском / Л. В. Панкова, В. В. Полищук // Неделя науки СПбПУ : Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. В 3-х частях, Санкт-Петербург, 18–23 ноября 2019 года. Том Часть 2. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2019. – С. 385-387. – EDN LAZIKZ.
8. Ордабаева Ж.М., Молдагулова А.Н. ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ КРЕДИТНОГО СКОРИНГА НА ОСНОВЕ ТИПА ЦЕЛЕВОЙ ПЕРЕМЕННОЙ. Вестник Университета Шакарима. Серия технические науки. 2023;(1(9)):51-57.

МОШЕННИЧЕСТВО СО СТРАХОВКОЙ: ПРИЧИНЫ, СХЕМЫ И МЕРЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ

Uzakova Kamola Bekhzodovna

Assistant of the Department of Finance
Samarkand Institute of Economics and Service

Аннотация: В статье рассматривается проблема страхового мошенничества как одного из ключевых факторов, влияющих на стабильность и репутацию страхового сектора. Представлены основные схемы мошенничества, проанализированы их последствия для страховых компаний и

экономики в целом. Освещены современные методы борьбы со страховым мошенничеством, включая цифровые технологии и законодательные меры.

Ключевые слова: страхование, мошенничество, страховые выплаты, страховые аферы, предотвращение мошенничества, цифровизация, контроль.

Современный страховой рынок, несмотря на активное развитие, сталкивается с серьезной проблемой — мошенничеством. Страховое мошенничество наносит ущерб не только отдельным компаниям, но и всей экономике, снижая доверие к системе страхования. Эта проблема характерна как для развивающихся стран, так и для развитых экономик. Потребность в эффективных инструментах и стратегиях борьбы с этим явлением актуализируется с каждым годом. Мошенничество не только наносит экономический урон, но и искажает статистику, затрудняя принятие решений регуляторами и самими участниками рынка.

Страховое мошенничество — это преднамеренные действия физических или юридических лиц, направленные на получение страховых выплат путем обмана, сокрытия информации, искажения фактов или подачи ложных документов. Оно может осуществляться как со стороны страхователей, так и самих сотрудников страховых компаний. Законодательство большинства стран включает это деяние в состав преступлений, связанных с мошенничеством. Так, в Уголовном кодексе Республики Узбекистан (статья 168) предусмотрена ответственность за обман, в том числе в сфере страхования.

Страховое мошенничество может принимать самые разнообразные формы, которые различаются в зависимости от типа страхования:

Автострахование:

- Подставные ДТП с участием нескольких машин, участников и свидетелей.
- Завышенные счета за ремонт от аффилированных СТО.
- Заявления о повреждениях, возникших до заключения договора.
- Множественные страхования одного и того же автомобиля в разных

компаниях.

Медицинское страхование:

- Подделка документов о госпитализации, лечении и диагнозах.
- Сговор с медицинскими учреждениями для фиктивных услуг.
- Использование чужих полисов для получения реальных медицинских услуг.

Имущественное страхование:

- Умышленные поджоги и разрушения с целью получения компенсации.
- Подделка документов о краже или повреждении имущества.
- Завышение стоимости имущества при составлении страхового акта.

Страхование жизни:

- Подделка свидетельств о смерти или сокрытие факта жизни застрахованного лица.
- Использование инсценировок для получения компенсаций.
- Сговор с участием врачей и государственных органов.

Среди факторов, способствующих страховому мошенничеству, можно выделить:

- Недостаточный уровень финансовой и правовой грамотности.
- Отсутствие автоматизированных систем контроля и анализа данных.
- Низкая мотивация сотрудников страховых компаний к выявлению мошенников.
- Недостаточное наказание за совершенные преступления.
- Распространение коррупционных схем в смежных отраслях (медицина, автоэкспертиза и т.п.).

Мошенничество оказывает разрушительное воздействие на всю систему страхования. В краткосрочной перспективе оно ведет к финансовым потерям компаний, в долгосрочной — к снижению доверия клиентов, повышению тарифов, оттоку инвесторов и рискам репутации. Компании вынуждены

включать потенциальные убытки в расчеты тарифов, что делает страхование менее доступным. Также страдают честные страхователи, поскольку страховая система становится менее справедливой и надежной.

Для эффективной борьбы со страховым мошенничеством необходим комплексный подход, включающий:

Законодательные меры: усиление уголовной ответственности за страховое мошенничество, введение специальных норм в страховое законодательство, создание специализированных подразделений при МВД.

Технологические решения: внедрение систем искусственного интеллекта и машинного обучения, использование блокчейн для учета операций, создание общедоступных баз данных страховых случаев и клиентов.

Повышение квалификации сотрудников: регулярное обучение агентов и экспертов, создание системы внутреннего аудита и отчетности.

Сотрудничество с государством и международными организациями: обмен информацией между компаниями и ведомствами, присоединение к международным системам мониторинга (например, EIOPA, IFB).

Заключение

Проблема страхового мошенничества требует системного и межведомственного подхода. Нельзя рассматривать это явление исключительно как проблему страховых компаний. Это общеэкономическая проблема, затрагивающая интересы государства, бизнеса и общества. В условиях цифровизации и развития технологий появляется уникальный шанс сократить масштабы мошенничества, повысить прозрачность и доверие к страховой системе. Только объединенными усилиями возможно создать эффективную, безопасную и справедливую страховую отрасль.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Белов В.А. **Страховое право.** — М.: Норма, 2021.

-
2. Можаяева О.А. **Экономическая безопасность страховой деятельности.** — М.: Юрайт, 2020.
 3. Журавлёв С.Е., Грачёв С.В. **Мошенничество в страховании: проблемы и пути решения.** — СПб.: Питер, 2019.
 4. Колесников В.И. **Финансовое мошенничество и способы его предотвращения.** — М.: Инфра-М, 2021.
 5. **Karimov A.A.** “O‘zbekistonda sug‘urta firibgarligining oldini olish yo‘llari” // *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar jurnali*, 2023, №2.
 6. **Isroilova D.M.** “Sug‘urta sohasida ishonchlilik va firibgarlik tahdidlari” // *Moliyaviy tahlil va nazorat ilmiy jurnali*, 2022, №3.
 7. **Qodirov I.N.** “Sug‘urta sohasida xavfli sxemalar va ularni aniqlash uslublari” // *Yosh olim to‘plami*, 2024.
 8. **Tashkent Financial Institute** tahlillari: "Sug‘urta kompaniyalarida firibgarlik holatlarining iqtisodiy oqibatlari" (ilmiy konferensiya materiallari).

ПРЕТЕНЗИИ ПО РЕГРЕССУ ОТ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ: ПРАВОВАЯ ПРИРОДА, ПРАКТИКА И ВЫЗОВЫ

Uzakova Kamola Bekhzodovna

Assistant of the Department of Finance

Samarkand Institute of Economics and Service

Аннотация: В статье рассматриваются регрессные претензии страховых компаний как правовой инструмент возмещения убытков, выплаченных по договорам страхования. Описана правовая природа регрессных требований, раскрываются основания их предъявления, распространённые проблемы правоприменительной практики, а также предлагаются возможные пути совершенствования процедуры взыскания в регрессном порядке.

Ключевые слова: регресс, страховая компания, страхование, гражданская ответственность, суброгация, взыскание убытков, право

требования

Одним из ключевых механизмов защиты имущественных интересов страховых организаций является институт регресса. Регрессное требование позволяет страховщику вернуть часть понесённых расходов за счёт лица, ответственного за наступление страхового случая. Данный механизм особенно актуален в сферах автострахования, страхования ответственности и имущественного страхования. Однако на практике возникают многочисленные сложности, связанные с реализацией права регресса — как юридического, так и процессуального характера.

Регресс — это самостоятельное право требования, возникающее у лица, возместившего ущерб, к лицу, ответственному за причинённый вред. В страховании регресс, как правило, возникает у страховой компании после выплаты страхового возмещения. Это право может быть основано либо на законе (например, по Гражданскому кодексу), либо на договоре. Важно отличать регресс от суброгации — в последнем случае право требования переходит от потерпевшего к страховщику, тогда как регресс реализуется как личное право страховщика к виновному лицу.

Наиболее распространёнными основаниями для предъявления регрессных претензий являются:

- нарушение условий договора страхования (управление в нетрезвом виде, отсутствие прав и т.п.);
- умышленное причинение вреда третьим лицам;
- грубая неосторожность застрахованного лица;
- нарушение правил дорожного движения при автостраховании;
- действия третьих лиц, чья вина доказана в рамках судебного разбирательства.

Также регресс может быть реализован в случаях, когда страховая компания возместила ущерб не по вине клиента, а в результате действий

стороннего нарушителя.

Несмотря на формальную урегулированность, на практике процесс реализации регрессных претензий сопряжён с рядом проблем:

- необходимость доказывания вины конкретного лица;
- несогласие страхователя с суммой и основанием выплаты;
- длительность судебных процессов;
- недобросовестные действия страховых агентов, искажающих обстоятельства дела;
- слабое информирование граждан о последствиях нарушения условий страхования.

В судебной практике нередко встречаются случаи, когда регрессные иски отклоняются по формальным причинам — неполнота доказательственной базы, пропущенные сроки, отсутствие прямой связи между действиями ответчика и убытком.

Регресс часто путают с суброгацией, однако это разные юридические конструкции. При суброгации право требования переходит от страхователя (потерпевшего) к страховщику и может быть реализовано против виновного. При регрессе само страховое лицо (например, водитель, нарушивший условия полиса) становится объектом иска со стороны страховой компании. Суброгация осуществляется в интересах восстановленного права, а регресс — как санкционная мера за нарушение условий договора или закона.

Для повышения эффективности регрессных процедур необходимо:

- автоматизация расчётов убытков и интеграция с базами МВД, судов и других ведомств;
- повышение правовой грамотности страхователей;
- создание единого регламента взаимодействия страховых компаний с органами дознания и судами;
- установление единых сроков на предъявление требований и их рассмотрение;

- введение прецедентной практики для типовых случаев.

Также перспективным направлением может стать применение цифровых следов и телематических данных, которые помогут ускорить расследование страховых случаев и повысить обоснованность претензий.

Регрессные претензии играют важную роль в защите финансовых интересов страховых компаний. При правильной реализации они позволяют не только компенсировать убытки, но и дисциплинировать страхователей. Однако для устойчивой и справедливой практики необходимо развитие нормативной базы, внедрение технологий и активная правоприменительная работа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. **Xo‘jayev M.M.** *Sug‘urta huquqi asoslari*. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2020.
2. **Jo‘rayev A.N.** *Fuqarolik huquqi: umumiy qism*. — Toshkent: TDYuU, 2021.
3. **Solihova G.A.** *Sug‘urta faoliyatida fuqarolik-huquqiy mas’uliyat*. — Samarqand: SamISI, 2022.
4. **Isroilova D.M.** “Sug‘urta kompaniyalarining regress da’volarini amalga oshirishdagi huquqiy muammolar” // *Iqtisodiyot va innovatsiyalar*, 2023, №4.
5. **Tursunov B.O.** “Zarar qoplangandan keyin uchinchi shaxsga nisbatan da’vo: sug‘urta regressi mexanizmlari” // *Yuridik fanlar axborotnomasi*, 2022, №3.
6. **Karimov S.** “Sug‘urta huquqida subrogatsiya va regress: amaliy farqlari” // *Huquq va jamiyat*, 2024, №1.
7. **Raxmonov A.** “Sug‘urtalovchilarning sud amaliyotida uchinchi shaxslarga nisbatan regress da’volari” // *Adliya ilmiy jurnali*, 2023.

**RAQAMLI BANK XIZMATLARINING RIVOJLANISHI VA
MIJOZLAR XULQ-ATVORI TRANSFORMATSIYASI**

Bekmurodov Abbos Amiriddinovich
SamISI “Investisiya va innovasiyalar”
kafedrası katta o’qituvchisi.

Annotatsiya: Maqolada O‘zbekiston bank tizimida raqamli va an’anaviy banklar o‘rtasidagi raqobat muhiti, raqamli transformatsiya jarayonlari va ularning iqtisodiy, texnologik hamda institutsional jihatlarini tahlil qilingan. Muallif global va milliy tendensiyalarni qiyoslab, raqamli banklarning afzalliklari, kiberxavfsizlik, mijozlar xulq-atvori, huquqiy-infratuzilmaviy muammolar va malakali kadrlar yetishmovchiligi kabi dolzarb masalalarni ko‘rsatib bergan. Shuningdek, O‘zbekistonda "Raqamli bank" konsepsiyasining amaliy yo‘nalishlari, xalqaro hamkorlikning ahamiyati va bank xizmatlarining diversifikatsiyasi yuzasidan tahlillar keltirilgan. Tadqiqot natijalari asosida O‘zbekiston bank tizimining kelajakdagi barqaror rivojlanishida raqamli transformatsiyaning o‘rni asoslab berilgan.

Kalit so‘zlar: Raqamli transformatsiya, bank tizimi, raqamli bank, an’anaviy bank, raqobat muhiti, fintech, kiberxavfsizlik, mijozlar xulq-atvori, bank xizmatlari, O‘zbekiston, moliyaviy texnologiyalar.

Annotation: The article analyzes the competitive environment between digital and traditional banks within Uzbekistan’s banking system, focusing on the processes of digital transformation and their economic, technological, and institutional dimensions. The author compares global and national trends, highlighting key issues such as the advantages of digital banks, cybersecurity, customer behavior, regulatory and infrastructural challenges, and the shortage of qualified personnel. The study also examines the practical directions of the “Digital Bank” concept in Uzbekistan, the importance of international cooperation, and the diversification of banking services. Based on the research findings, the article substantiates the essential role of digital transformation in ensuring the sustainable development of Uzbekistan's banking sector in the future.

Keywords: Digital transformation, banking system, digital bank, traditional bank, competitive environment, fintech, cybersecurity, customer behavior, banking services, Uzbekistan, financial technologies.

Kirish. Bugungi kunda global bank tizimi shiddat bilan o'zgarmoqda. Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi an'anaviy bank xizmatlarini tubdan qayta ko'rib chiqishga olib keldi. Bank sohasidagi bunday innovatsion o'zgarishlar O'zbekiston bank tizimiga ham bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. So'nggi yillarda mamlakatimizda raqamli banklar soni ortib bormoqda, bu esa bank xizmatlarining sifati va tezligini oshirishga xizmat qilmoqda. An'anaviy banklar esa o'z navbatida raqamli transformatsiya jarayonlarini jadallashtirishga majbur bo'lmoqda. Ushbu o'zgarishlar bank tizimida yangicha raqobat muhitini shakllantirmoqda. Bank mijozlari uchun qulay, tezkor va arzon xizmatlarni taklif etish banklarning asosiy vazifasiga aylanmoqda. Mazkur tadqiqotning dolzarbligi O'zbekiston bank tizimida raqamli va an'anaviy banklar o'rtasidagi raqobat muhitini chuqur tahlil qilish, bank tizimining kelajakdagi rivojlanish istiqbollarini belgilashga qaratilgan. Tadqiqotning maqsadi- O'zbekiston bank tizimida raqamli va an'anaviy banklar o'rtasidagi raqobat muhitini o'rganish, raqamli transformatsiya jarayonlarini tahlil qilish va bank tizimining kelajakdagi rivojlanish yo'nalishlarini aniqlashdan iborat.

Metodologiya va adabiyotlart tahlili. Tadqiqot metodologiyasi sifatida tizimli va qiyosiy tahlil usullaridan foydalanildi. O'zbek, rus va xorijiy mualliflarning ilmiy ishlari, bank sohasiga oid me'yoriy-huquqiy hujjatlar, statistic ma'lumotlar hamda ekspert baholari tahlil qilindi. Abdullayev (2023) o'z tadqiqotida O'zbekistonda raqamli banklarning rivojlanish tendensiyalarini o'rganib, ularning afzalliklarini ko'rsatib bergan. Petrov Rossiya tajribasini tahlil qilib, raqamli banklarning an'anaviy banklar bilan raqobatbardoshlik omillarini aniqlagan. Johnson xalqaro tajribani o'rganib, raqamli banklarning rivojlanish istiqbollarini bashorat qilgan.

Natijalar va Muhokama. Bank tizimining raqamli transformatsiyasi global tendensiya sifatida barcha mamlakatlarda kuzatilmoqda. O'zbekistonda ham bu

jarayon jadal sur'atlarda rivojlanib bormoqda. O'tkazilgan adabiyotlar tahlili natijasida raqamli banklarning bir qator muhim afzalliklari aniqlandi.

Birinchidan, raqamli banklar an'anaviy banklarga nisbatan xizmat ko'rsatish tezligi va qulayligini ta'minlayoladi.

Ikkinchidan, ularning operatsion xarajatlari sezilarli darajada past.

Uchinchidan, raqamli banklar innovatsion yechimlarni tezkor joriy eta olish imkoniyatiga ega. Va nihoyat, ular mijozlar ehtiyojlariga tez moslasha oladi va yangi xizmatlarni taklif eta oladi. Biroq an'anaviy banklar ham o'ziga xos ustunliklarga ega ekanligi aniqlandi. Ko'p yillik tajriba va ishonchli reputatsiya, keng filiallar tarmog'i, katta mijozlar bazasi hamda moliyaviy barqarorlik va kuchli resurs bazasi shular jumlasidandir. Bu afzalliklar an'anaviy banklarga raqobatda o'z o'rnini saqlab qolish imkonini bermoqda. Xalqaro tajriba tahlili natijasida bank tizimining kelajakdagi rivojlanishida bir necha muhim tendensiyalar aniqlanadi. An'anaviy banklarning raqamli transformatsiyasi jadallashib boradi. Bank xizmatlari tobora ko'proq personallashtirishga yo'naltiriladi. Ochiq banking tizimlarining rivojlanishi kuzatiladi. Blockchain, sun'iy intellekt va boshqa yangi moliyaviy texnologiyalar keng joriy etila boshlaydi. O'zbekiston bank tizimining rivojlanishida ham yuqoridagi tendensiyalar kuzatilmoqda. An'anaviy banklar o'z xizmatlarini raqamlashtirishga, mobil ilovalarni takomillashtirishga va yangi raqamli mahsulotlarni joriy etishga katta e'tibor qaratmoqda.

Shu bilan birga, yangi raqamli banklar paydo bo'lmoqda va ular bozorda o'z o'rnini topishga harakat qilmoqda. Biroq O'zbekistonda bank tizimining raqamli transformatsiyasi jarayonida bir qator muammolar ham mavjud. Huquqiy bazaning mukammal emasligi, ayniqsa raqamli banklar faoliyatini tartibga soluvchi me'yoriy hujjatlarning yetarli emasligi kuzatilmoqda. Raqamli infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi, ayniqsa hududlarda internet tezligi va sifatining pastligi muammo tug'dirmoqda. Raqamli bank texnologiyalari bo'yicha malakali kadrlar yetishmovchiligi ham sezilarli darajada. Bundan tashqari, kiberxavfsizlik masalalari

ham dolzarb bo'lib qolmoqda.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, kelajakda O'zbekiston bank tizimida raqamli va an'anaviy banklar parallel ravishda rivojlanadi. An'anaviy banklar o'z ustunliklarini saqlab qolgan holda, raqamli transformatsiyani amalga oshiradi. Raqamli banklar esa o'z afzalliklaridan foydalangan holda, bozorda o'z ulushini oshirib boradi. Bu raqobat bank xizmatlari sifatining oshishiga va mijozlar uchun yangi imkoniyatlarning paydo bo'lishiga olib keladi.

Bank tizimining raqamli transformatsiyasi jarayonida mijozlar xulq-atvorining o'zgarishi muhim ahamiyat kasb etmoqda. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonda bank mijozlarining 65% raqamli bank xizmatlaridan foydalanishni afzal ko'rmoqda. Ayniqsa, yosh mijozlar (18–35 yosh) orasida bu ko'rsatkich 85% ni tashkil etadi .

Bank xizmatlarining raqamli transformatsiyasi bank xarajatlarining optimallashtirishiga olib kelmoqda. An'anaviy bank filiallarini saqlash xarajatlari yuqori bo'lib, bir filial uchun o'rtacha yillik xarajat 500–700 million so'mni tashkil etadi. Raqamli banklar esa bunday xarajatlardan ozod bo'lib, bu mablag'larni texnologik rivojlanishga yo'naltirish imkoniyatiga ega.

Raqamli transformatsiya jarayonida bank xodimlarining roli ham o'zgarmoqda. An'anaviy bank xodimlari yangi kompetensiyalarni egallashga majbur bo'lmoqda. Malakali IT-mutaxassislarga bo'lgan talab oshib bormoqda. Bank sohasida yangi kasblar — raqamli mahsulotlar menejeri, ma'lumotlar tahlilchisi, raqamli marketing mutaxassisi kabi lavozimlar paydo bo'lmoqda.

Kiberxavfsizlik masalalari tobora dolzarb bo'lib bormoqda. 2023 yilda O'zbekiston bank tizimida 1200 dan ortiq kiberxavfsizlikka oid hodisalar qayd etilgan. Bu banklardan qo'shimcha xavfsizlik choralari ko'rishni talab etmoqda. Xususan, biometrik identifikatsiya tizimlari, ko'p bosqichli autentifikatsiya va kriptografik himoya vositalarini joriy etish zarur.

Bank tizimining raqamli transformatsiyasi jarayonida davlatning roli ham

muhim ahamiyat kasb etadi. Bugungi kunda O'zbekistonda "Raqamli bank" konsepsiyasi ishlab chiqilmoqda. Ushbu konsepsiya doirasida quyidagi yo'nalishlar belgilangan:

- Bank faoliyatini raqamlashtirish standartlarini ishlab chiqish
- Raqamli bank infratuzilmasini rivojlantirish
- Bank xodimlarining raqamli kompetensiyalarini oshirish
- Kiberxavfsizlik tizimini takomillashtirish
- Raqamli bank mahsulotlarini rivojlantirish

Bank tizimining raqamli transformatsiyasi jarayonida xalqaro hamkorlik ham muhim ahamiyat kasb etadi. Xorijiy banklar va fintech-kompaniyalar bilan hamkorlik, tajriba almashish va qo'shma loyihalarni amalga oshirish zarur. Bu O'zbekiston bank tizimining jahon moliya bozoriga integratsiyalashuviga yordam beradi.

Yuqoridagi tahlillar asosida quyidagi xulosalarga kelish mumkin:

1. Bank tizimining raqamli transformatsiyasi muqarrar jarayon bo'lib, bu jarayonni to'g'ri boshqarish zarur.
2. An'anaviy va raqamli banklar o'rtasidagi raqobat bank xizmatlari sifatining oshishiga xizmat qiladi.
3. Bank xodimlarining raqamli kompetensiyalarini oshirish strategik vazifa hisoblanadi.
4. Kiberxavfsizlik masalalariga alohida e'tibor qaratish lozim.
5. Xalqaro hamkorlikni kengaytirish bank tizimining rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Bank tizimining raqamli transformatsiyasi jarayonida e'tiborga olinishi lozim bo'lgan yana bir muhim jihat — bu banklar tomonidan taklif etiladigan mahsulot va xizmatlarning diversifikatsiyasi hisoblanadi. Zamonaviy bank tizimida an'anaviy kredit va depozit operatsiyalari bilan bir qatorda, raqamli investitsion platformalar, elektron hamyonlar, raqamli aktivlar bilan ishlash xizmatlari, kripto-aktivlar

almashinuvi va boshqa innovatsion xizmatlar ham taklif etilmoqda.

O‘zbekiston bank tizimida raqamli transformatsiya jarayonining yana bir muhim jihati — bu bank xizmatlarining inklyuzivligi oshishidan namoyon bo‘lmoqda. Raqamli banklar uzoq hududlarda yashovchi aholiga ham zamonaviy bank xizmatlaridan foydalanish imkoniyatini yaratmoqda. Bu esa moliyaviy inklyuzivlikni oshirish va aholi moliyaviy savodxonligini yuksaltirishga xizmat qilmoqda.

Raqamli transformatsiyaning yana bir muhim jihati — bu bank xizmatlarining personallashuvi hisoblanadi. Zamonaviy raqamli texnologiyalar har bir mijozning individual ehtiyojlarini hisobga olgan holda bank mahsulotlarini shakllantirishga imkon bermoqda. Sun’iy intellekt va katta ma’lumotlar tahlili asosida mijozlarning xulq-atvori va moliyaviy odatlarini o‘rganib, ularga moslashtirilgan takliflar shakllantirilmoqda.

Bank tizimining raqamli transformatsiyasi jarayonida ochiq banking (Open Banking) konsepsiyasining rivojlanishi ham muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bu konsepsiya banklar va fintech-kompaniyalar o‘rtasida ma’lumotlar almashinuvini ta’minlaydi va yangi innovatsion mahsulotlar yaratilishiga imkon beradi. O‘zbekistonda ham ochiq banking tizimini joriy etish bo‘yicha dastlabki qadamlar qo‘yilmoqda.

Raqamli transformatsiya jarayonida banklarning ijtimoiy roli ham o‘zgarib bormoqda. Zamonaviy banklar nafaqat moliyaviy operatsiyalarni amalga oshiruvchi, balki ijtimoiy masalalarda ham faol ishtirok etuvchi institutlarga aylanmoqda. Masalan, ekologik loyihalarni moliyalashtirish, ijtimoiy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash, moliyaviy savodxonlikni oshirish kabi yo‘nalishlarda faoliyat olib bormoqda.

Bank tizimining raqamli transformatsiyasi jarayonida mijozlar ma’lumotlarini himoya qilish masalasi ham dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish, ma’lumotlar xavfsizligini ta’minlash va bank sirini saqlash bo‘yicha yangi standartlar va talablar ishlab chiqilmoqda. Bu esa banklardan qo‘shimcha

investitsiyalar va texnologik yechimlarni talab etmoqda.

Raqamli transformatsiya jarayonida bank xodimlarining roli va funksiyalari ham o'zgarib bormoqda. An'anaviy bank operatsiyalari avtomatlashtirilishi natijasida xodimlar ko'proq analitik va strategik vazifalarga jalb etilmoqda. Bank xodimlaridan doimiy ravishda yangi bilim va ko'nikmalarni egallash, raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish talab etilmoqda.

Xulosa:

O'tkazilgan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston bank tizimining kelajagi bevosita raqamli transformatsiya jarayonlari bilan bog'liq. An'anaviy banklar va raqamli banklar o'rtasidagi raqobat bank xizmatlari sifatining oshishiga, yangi innovatsion yechimlarning joriy etilishiga hamda mijozlar uchun qulay va arzon bank xizmatlarining paydo bo'lishiga olib keladi.

Biroq bu jarayonda mavjud muammolarni, xususan, huquqiy bazani takomillashtirish, raqamli infratuzilmani rivojlantirish, malakali kadrlar tayyorlash va kiberxavfsizlik masalalarini hal etish zarur. Bank tizimining barqaror rivojlanishi uchun an'anaviy va raqamli banklarning o'zaro hamkorligi, tajriba almashishi va innovatsion yechimlarni birgalikda ishlab chiqishi muhim ahamiyat kasb etadi.

Kelajakda bank tizimining yanada rivojlanishi uchun davlat tomonidan zaruriy me'yoriy-huquqiy baza yaratilishi, raqamli infratuzilma takomillashtirilishi va malakali kadrlar tayyorlash tizimi yo'lga qo'yilishi lozim. Bank tizimidagi raqamli transformatsiya jarayonlarining muvaffaqiyatli amalga oshirilishi mamlakatimiz iqtisodiyotining barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Абдуллаев Ш.Ц. Цифровая трансформация банковского сектора Узбекистана: проблемы и перспективы // Финансы и банк. – 2023. – №2. – С. 34–42.

2. Петров И.А. Цифровые банки: конкурентоспособность и развитие в условиях цифровой экономики. – М.: Финансы, 2022. – 148 с.
3. Johnson R. Digital Banking in the Global Economy: Challenges and Future. – London: Fintech Press, 2021. – 213 p.
4. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki. Raqamli transformatsiya bo‘yicha strategik yo‘nalishlar. – Toshkent, 2023. – 36 b.
5. "Raqamli bank" konsepsiyasi loyihasi. O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi rasmiy portali. – 2024. – www.mf.uz
6. Worldly Journals. Raqamli bank xizmatlarining istiqbollari // Worldly Knowledge nashriyoti. – 2024. – №9 (dekabr). – B. 366–368.
7. G‘ulomov S., Rahimova M. Bank tizimida innovatsion texnologiyalar va ularning samaradorligi // Iqtisodiyot va ta’lim. – 2023. – №1. – B. 45–52.
8. Karimov A. O‘zbekiston bank tizimida raqamli texnologiyalarni joriy etish: muammolar va yechimlar // Bank ishi amaliyoti. – 2022. – №3. – B. 20–28.

NAVOIY VILOYATIDA TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING TALAB VA TAKLIF OMILLARI

Sarvar Adxamovich Abduxamidov –
SamISI Turizm kafedrasi mudiri, i.f.f.d.,
dotsent

Annotatsiya: The article examines the demand and supply factors in the development of the tourism sector in Navoi region, as well as the opportunities for ensuring the balance between demand and supply. It highlights the specific characteristics of tourism demand and supply, and provides recommendations based on the research findings.

Kalit so‘zlar: turizm, talab, taklif, sayohat, turistik mahsulot, infratuzilma, madaniy an‘analar, madaniy ob‘ektlar, ijtimoiy omillar, iqtisodiy omillar, tabiiy

resurslar.

Abstract: The article explores the factors of demand and supply in the development of the tourism sector, as well as the possibilities of ensuring a balance between them. It highlights the specific features of tourist demand and supply, and presents recommendations based on the results of the research.

Keywords: tourism, demand, supply, travel, tourist product, infrastructure, cultural traditions, cultural sites, social factors, economic factors, natural resources.

Kirish. Bugungi kunda turizm iqtisodiyotning muhim va jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri sifatida ahamiyat kasb etmoqda. Ayniqsa, Navoiy viloyati kabi tabiiy, madaniy va tarixiy resurslarga boy hududlarda turizmni rivojlantirish orqali hududiy iqtisodiyotni faollashtirish, yangi ish o'rinlari yaratish va aholi daromadlarini oshirish imkoniyatlari kengaymoqda.

Shu nuqtai nazardan, turizm sohasidagi talab va taklifni o'rganish ushbu sohaning samarali va barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega. Turizm bozoridagi talab va taklifning mohiyati, shakllanish mexanizmi, ularning o'ziga xos xususiyatlari hamda ta'sir etuvchi omillarni chuqur tahlil qilish orqali sohaga oid yangi qarorlar qabul qilish, raqobatbardosh turistik mahsulotlar yaratish va mavjud infratuzilmani takomillashtirish mumkin.

Ayniqsa, global va mintaqaviy o'zgarishlar sharoitida turizmda talab va taklif muvozanatini ta'minlash, bozor mexanizmlarini to'g'ri yo'lga qo'yish dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi. Shu bois ushbu masalaga ilmiy yondashuv orqali yechim topish bugungi kun talabiga to'liq javob beradi.

Asosiy qism. Turizm sohasida talab va taklifning o'zaro munosabati bozorning asosiy elementlaridan biri hisoblanadi. Turistik talab — bu iste'molchilarning sayohat qilish, turizm xizmatlaridan foydalanish, madaniy va tarixiy ob'ektlarni ko'rish, hamda dam olish ehtiyojlaridan kelib chiqadigan harakatlar majmuasidir. Turistlar ushbu ehtiyojlarni qondirish maqsadida sayohat rejalarini tuzadilar,

marshrut tanlaydilar va tegishli xizmatlardan foydalanadilar.

Navoiy viloyati misolida turistik talab hududning o'ziga xos resurslari va mavjud infratuzilmasi bilan shakllanadi. Viloyatdagi tarixiy-madaniy resurslar, tabiati alohida muhofaza qilinadigan hududlar, ziyorat maskanlari, rekreatsion hududlari, o'ziga xos milliy etnografiyasi kabilar talab manbalari sifatida xizmat qiladi. Ayniqsa, Navoiy viloyatida ziyorat turizmi va ekoturizm so'ngi yillarda talabning asosiy turlaridan biriga aylanib bormoqda.

Turistik talabning asosiy xususiyati — uning o'zgaruvchanligidir. Navoiy viloyatida talab mavsumiy xususiyatga ega: bahor va kuz fasllarida, ya'ni ob-havo qulay bo'lgan vaqtlarda ichki va tashqi turistlar soni ko'payadi. Yoz oylarida esa iqlimning issiqligi tufayli talab qisman pasayadi. Bundan tashqari, talab iqtisodiy, ijtimoiy va siyosiy omillarga ham bog'liq. Masalan, aholi daromadlarining o'sishi viloyatda ichki turizmga bo'lgan qiziqishni oshiradi.

Navoiy viloyatida turistik talab geografik jihatdan ham o'zgaruvchan bo'lib, ko'proq turistlar Navoiy shahri, Nurota, Xatirchi, Qiziltepa, Konimex tumanlaridagi ziyorat va dam olish maskanlariga tashrif buyurmoqdalar. Madaniy jihatdan esa talab ziyorat, tabiat va tarixiy meros ob'ektlariga yo'naltirilgan. Turistlarning shaxsiy afzalliklari — masalan, tinchlik, tabiatda dam olish, tarixi boy joylarni ko'rish — talab shakllanishida asosiy ahamiyatga ega.

Turizm bozorida talab va taklif o'zaro bog'liq hamda o'zaro ta'sir qiluvchi ikki asosiy tarkibiy qism sifatida namoyon bo'ladi. "Turistik talab – bu shaxslar yoki ijtimoiy guruhlarining ma'lum bir vaqt mobaynida turizm xizmatlaridan foydalanishga bo'lgan ehtiyojlari va tayyorgarlik darajasini ifodalovchi iqtisodiy kategoriyadir. U sayohatga bo'lgan qiziqish, dam olish, madaniy va tabiiy ob'ektlarni ko'rish, ruhiy ehtiyojlarni qondirish kabi omillar ta'sirida shakllanadi"¹².

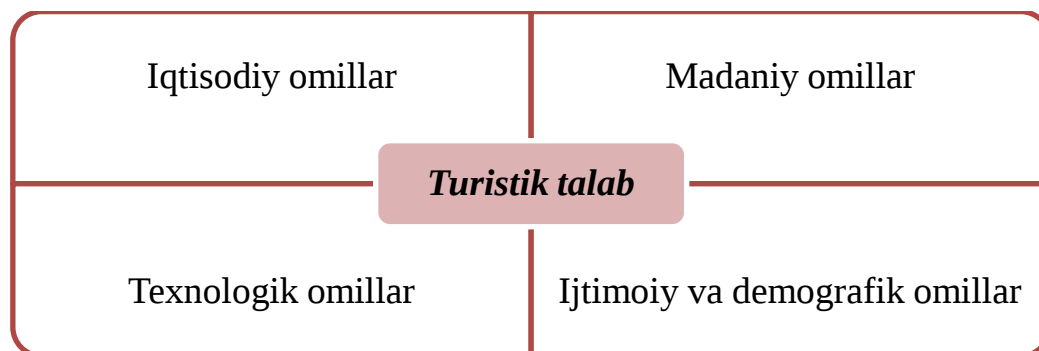
Turistik talabning asosiy xususiyatlaridan biri uning o'zgaruvchanligidir. Bu o'zgaruvchanlikga turli ichki va tashqi omillar ta'sir ko'rsatadi. Xususan, "iqtisodiy

¹² Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education.

barqarorlik darajasi, aholining real daromadlari, ishlab chiqarish samaradorligi, transport va aloqa infratuzilmasi, siyosiy vaziyat hamda xavfsizlik bilan bog‘liq holatlar turistik talabga jiddiy ta’sir ko‘rsatadi”¹³. Masalan, iqtisodiy tanazzul davrida aholi daromadlarining pasayishi ortidan sayohatlarga bo‘lgan ehtiyoj va harajatlar kamayadi. Shuningdek, “global pandemiyalar yoki tabiiy ofatlar talabni keskin pasaytirishi mumkin, bu esa turizm salohiyatiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi”¹⁴.

Bundan tashqari, “turistik talab mavsumiy (yilning ma’lum fasllariga bog‘liq), geografik (turistik manzillarning joylashuviga qarab) va madaniy (aholining urf-odatlari va qiziqishlari bilan bog‘liq) jihatlardan ham o‘zgaruvchan xususiyatga egadir”¹⁵. Masalan, bahor va yoz oylarida plyaj turizmiga bo‘lgan talab ortadi, qishda esa tog‘-chang‘i turizmiga qiziqish ko‘proq kuzatiladi.

Shu bilan birga, turistik talabning shakllanishida shaxsiy afzalliklar, vaqtining mavjudligi, moliyaviy imkoniyatlar va demografik omillar ham muhim o‘rin tutadi. Shuning uchun ham turizm sohasida samarali boshqaruv qarorlari qabul qilishda talabning tuzilishi va dinamikasi, turistik talabni shakllantiruvchi omillarni (1-rasm) chuqur tahlil qilinishi lozim.



1-rasm. Turistik talabni shakllantiruvchi omillar

Turizm bozorida talabning shakllanishiga turli xil omillar ta’sir ko‘rsatadi, ularni iqtisodiy, madaniy, texnologik hamda ijtimoiy-demografik guruhlariga ajratish

¹³ Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*. Butterworth-Heinemann.

¹⁴ Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). *Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19*. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20.

¹⁵ Page, S. J., & Connell, J. (2012). *Tourism: A Modern Synthesis*. Cengage Learning.

mumkin. Bu omillarni chuqur o'rganish turizm siyosati va marketing strategiyasini samarali shakllantirishda muhim ahamiyatga ega.

Iqtisodiy omillar turistik talabning eng muhim va hal qiluvchi tarkibiy qismi hisoblanadi. Aholining real daromadlari darajasi, ishsizlik ko'rsatkichlari, inflyatsiya va yalpi ichki mahsulot (YAIM) o'sishi sayohat qilishga bo'lgan istak va imkoniyatlarga bevosita ta'sir qiladi. Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, "turizmga bo'lgan talab aholining iste'mol harajatlariga to'g'ridan-to'g'ri bog'liq bo'lib, daromadlar oshgan sari sayohatlarga sarflanadigan mablag' miqdori ham ko'payadi"¹⁶.

Madaniy muhit va an'analar, jamiyatning urf-odatlar, diniy qarashlari ham turistik harakatni shakllantiruvchi muhim omillardandir. Masalan, ziyorat turizmi, etnografik yoki madaniy meros ob'ektlariga bo'lgan qiziqish ayrim jamiyatlarda kuchliroq namoyon bo'ladi. Richards ta'kidlashicha, "madaniy turizm global turistik bozorning eng tez o'suvchi segmentlaridan biri bo'lib, sayohatchilarning shaxsiy qadriyatlar va hurmatli tarixga bo'lgan qiziqishidan oziqlanadi"¹⁷.

Raqamli texnologiyalarning ommalashuvi, ayniqsa internet va mobil platformalar turistik talabni kengaytirishda katta rol o'ynamoqda. Bugungi kunda turistlar sayohat rejalarini onlayn tarzda tuzish, bron qilish va ma'lumot olish imkoniyatiga egadirlar. Buhalis va Law ta'kidlashicha, "texnologiyalarning rivojlanishi turizm sohasida "e-Tourism" fenomenini yaratib, global talabni faollashtirdi"¹⁸.

Aholining yosh tarkibi, ta'lim darajasi, shaharlashish sur'ati, oilaviy holati va ijtimoiy maqomi kabi demografik ko'rsatkichlar turistik mahsulotlarga bo'lgan talabning xilma-xilligini belgilaydi. Masberg va Silverman tadqiqotlarida ta'kidlanishicha, "yoshlar ekstremal va maishiy turizm turlariga ko'proq qiziqish

¹⁶ UNWTO (2023). *World Tourism Barometer*. Madrid: World Tourism Organization.

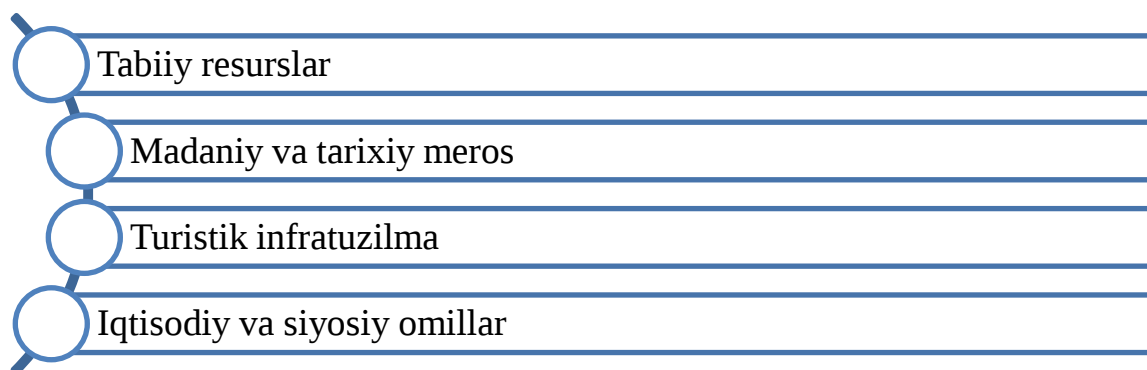
¹⁷ Richards, G. (2018). *Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends*. Journal of Hospitality and Tourism Management, 36, 12–21.

¹⁸ Buhalis, D., & Law, R. (2008). *Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years after the Internet—The State of eTourism Research*. Tourism Management, 29(4), 609–623.

bildirsa, katta yoshlilar madaniy, ekoturizm va shifobaxsh yoʻnalishlarni afzal koʻradilar”¹⁹.

Turistik taklif — bu turizm industriyasi tomonidan sayohat va dam olish maqsadida taklif etilayotgan xizmatlar, infratuzilma hamda mahsulotlar majmuasidir. Unda turistlarga koʻrsatiladigan madaniy, tabiiy va iqtisodiy resurslar ham oʻz aksini topadi.

Turistik taklif turli xil omillar, jumladan, turistik mahsulotlarning sifati, infratuzilmaning rivojlanganligi, turizm xizmatlari koʻrsatishdagi innovatsiyalarga bogʻliq. Shu bilan birga, turistik taklif hududning tabiiy resurslari, madaniy yodgorliklari va turistik infratuzilmasiga bogʻliq.



2-rasm. Turistik taklifni shakllantiruvchi omillar

Turistik taklif – bu muayyan hududda mavjud boʻlgan turistik resurslar, xizmatlar va ularni taʼminlovchi infratuzilmalar majmuasidir. Unga taʼsir qiluvchi omillar turli guruhlariga boʻlinib, ular hududning jozibadorligi, turistik mahsulotlar turi va sifati hamda bozordagi raqobatbardoshlik darajasini belgilab beradi.

“Tabiiy landshaftlar, iqlim sharoiti, suv manbalari, biologik xilma-xillik va geografik joylashuv turistik taklifning tabiiy asosini tashkil etadi”²⁰. Bunday resurslar jozibali muhit yaratish orqali turizm rivojini ragʻbatlantiradi. Masalan, togʻlar, koʻllar, choʻllar va dengiz sohillari ekstremal, ekoturizm va dam olish turizmi uchun asosiy omillardan biri hisoblanadi.

¹⁹ Masberg, B. A., & Silverman, L. H. (2013). *Visitor Demographics and Their Influence on Museum Experiences*. Curator: The Museum Journal, 56(1), 47–59.

²⁰ Holden, A. (2016). *Environment and Tourism* (3rd ed.). Routledge.

Madaniy resurslar — ya'ni tarixiy yodgorliklar, arxitektura obidalari, mahalliy an'analar va din bilan bog'liq ob'ektlar — turistik taklifning muhim tarkibiy qismlaridan biridir. UNESCO meros ro'yxatiga kiritilgan ob'ektlar, tarixiy shaharlar va madaniy festivallar turistik mahsulotlarning jozibadorligini oshiradi. Buxoro, Samarqand va Xiva kabi shaharlar O'zbekistonda madaniy turizm taklifining markaziy nuqtalari hisoblanadi.

“Mehmonxonalar, restoranlar, transport, aloqa va turistik axborot markazlari kabi infratuzilma elementlari turistik taklifning samaradorligiga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatadi”²¹. Infratuzilmaning rivojlanganligi turistlarning qoniqishi va qayta tashrif buyurish ehtimolini oshiradi. Professional xizmat ko'rsatish, xavfsizlik va qulay logistika — muvaffaqiyatli turistik taklif uchun zaruriy shartlar hisoblanadi.

“Mamlakat yoki hududdagi iqtisodiy barqarorlik, valyuta kursi, inflyatsiya darajasi va siyosiy vaziyat turistik taklifga ta'sir ko'rsatadi”²². Masalan, siyosiy notinchlik, xavfsizlik muammolari yoki ijtimoiy inqirozlar turistik mahsulotlarga bo'lgan qiziqishni pasaytiradi. Shu bilan birga, davlat tomonidan turizmni qo'llab-quvvatlovchi siyosat, imtiyozlar va marketing dasturlari taklifni rag'batlantiradi.

Navoiy viloyatida turizm infratuzilmasi hali to'liq rivojlanmagan bo'lsa-da, so'nggi yillarda mehmonxonalar, restoranlar va transport xizmati sektorida sezilarli o'sish kuzatilmoqda. Ayni paytda talab qilingan eng asosiy turizm mahsulotlari ekoturizm, madaniy turizm va kreativ turizm kabi yo'nalishlarga bo'lgan qiziqishni qondirishga qaratilgan takliflarni shakllantirish dolzarb vazifalar sirasiga kirmoqda.

Yuqoridagilardan kelib chiqib aytish mumkinki, turizmda talab va taklifning muvozanati bozorning barqarorligi uchun muhim ahamiyatga ega. Bu muvozanatni ta'minlashda hukumatning iqtisodiy islohotlari, turistik xizmatlarning samarali boshqarilishi va hududlarning infratuzilmasi katta ahamiyatga ega. Turizmda talab va taklif muvozanatini ta'minlash turizm bozoridagi muhim elementlardan biri

²¹ Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold.

²² Hall, C. M. (2005). *Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility*. Pearson Education.

hisoblanadi. Navoiy viloyatida bu muvozanatni saqlash viloyatning tabiiy va madaniy resurslaridan oqilona foydalanish, hamda turizm infratuzilmasini barqaror rivojlantirish orqali amalga oshirilishi mumkin.

Turistik bozorda talab va taklif o'rtasidagi muvozanat – bu turizm bozorini samarali rivojlantirish uchun zarur shartdir. Talab va taklif o'rtasidagi muvozanat buzilganda, turistik xizmatlar sifatining yomonlashishi, narxlarning ortishi yoki kamayishi kabi salbiy oqibatlar yuzaga keladi. Turistik mahsulot va xizmatlarning barqaror rivojlanishi uchun ushbu muvozanatni saqlash muhim ahamiyatga ega.

Turistik bozorda talab va taklif doimiy o'zgaruvchan bo'lib, iqtisodiy, ijtimoiy va siyosiy o'zgarishlar bu jarayonga katta ta'sir ko'rsatadi. Mavsumiylik va ekologik omillar ham talab va taklifni o'zgartiruvchi asosiy omillardan biri hisoblanadi.

Turistik talab va taklifning o'ziga xos xususiyatlaridan biri bu mavsumiylikdir. Turizm mavsumiylik tabiiy va iqtisodiy omillar bilan bog'liq bo'lib, ma'lum bir vaqt oralig'ida talab yoki taklifning keskin ortishi yoki pasayishi kuzatiladi. Masalan, yozgi dam olish mavsumida dengiz bo'ylarida talab va taklif oshadi, qishki sport turizmida esa qish mavsumida turistlarning oqimi ko'proq bo'ladi. Mavsumiylik turistik ob'ektlar va mehmonxonalarning samaradorligini oshirish yoki kamaytirishga ta'sir qiladi. Shuning uchun mavsumiylikni hisobga olgan holda ishlash va xizmatlarning mavsumiy talabga moslashuvchanligini ta'minlash kerak.

Xulosa. Turizm talab va taklif o'rtasidagi munosabatlar samarali turistik bozorning asosi bo'lib, ularni muvaffaqiyatli boshqarish turizm sohasining barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun muhimdir. Shu tufayli, turistik talab va taklif muvozanatini ta'minlashda quyidagilarga e'tibor berish zarur:

- talab va taklif o'rtasidagi muvozanatni ta'minlash uchun hukumat va turizm tashkilotlari tomonidan aniq rejalar va chora-tadbirlar ishlab chiqish. Shuningdek, infratuzilma rivojlantirilishi va turistlarni jalb qiluvchi tadbirlarning o'tkazilishi, talabni rag'batlantirish va taklifni kengaytirishga xizmat qiladi;

- Navoiy viloyatida turizm sohasidagi talab asosan ichki va xalqaro turistlar tomonidan shakllantiriladi. Viloyatga tashrif buyuruvchi turistlar turli yoʻnalishlardagi xizmatlarga talab bildirishadi (tarixiy joylarga sayohatlar, koʻngilochar tadbirlar va ekoturizm). Turistik mahsulotlarning diversifikatsiya qilinishini taʼminlash uchun, viloyatning turizm resurslari koʻlamini kengaytirish va har bir turistlar guruhi uchun mos keluvchi xizmatlarni rivojlantirish muhim;

- turizmning barqaror rivojlanishida innovatsion texnologiyalarni joriy etish muhim ahamiyatga ega. Masalan, raqamli platformalar orqali turizm xizmatlarini internet orqali bron qilish, mobil dasturlar yordamida turistik yoʻnalishlar boʻyicha yoʻriqnomalarni yaratish va virtual turizm xizmatlarini taklif qilish orqali viloyatga koʻproq turistlarni jalb qilish mumkin;

- viloyatning mehmonxona infratuzilmasini rivojlantirish, yangi mehmonxonalar, dam olish zonalari va transport xizmatlarini yaratish talab va taklif muvozanatini taʼminlashda asosiy rol oʻynaydi. Hozirgi kunda mavjud mehmonxonalarning sifatini oshirish, yangi xizmat turlarini jalb qilish, hamda mahalliy va xalqaro turistlar uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish muhim ahamiyatga ega.

Umuman olganda, Navoiy viloyatida turizm sohasini barqaror rivojlantirishda talab va taklif muvozanatini taʼminlash uchun qator chora-tadbirlarni amalga oshirish kerak. Bunda asosiy urgʻuni viloyatning madaniy va tabiiy resurslarini oqilona boshqarishga, ekologik barqarorlikni taʼminlashga va turizm infratuzilmasini rivojlantirishga qaratish zarur. Shu bilan birga, turizm sohasidagi talab va taklif oʻrtasidagi muvozanatni saqlash, innovatsion yondashuvlar orqali koʻproq turistlarni jalb qilishga yordam beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Karimov, A. R. Navoiy viloyatida turizm salohiyati va uni rivojlantirish yoʻllari // Iqtisodiyot va innovatsiyalar. – 2023. – №2. – B. 74–81.

2. Xasanova, Z. Sh. Turizm sohasining hududiy rivojlanish xususiyatlari (Navoiy viloyati misolida) // Geoiqtisodiy tadqiqotlar. – 2022. – №3. – B. 45–52.
3. O‘zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi. Navoiy viloyatining turistik salohiyati: statistika, istiqbollar va strategiyalar. – Toshkent, 2024. – 56 b.
4. Rajabova, M. T. Turizmda taklif va talabni muvozanatlashtirish omillari // Innovatsion rivojlanish yo‘nalishlari. – 2022. – №1. – B. 88–93.
5. Xalilov, B. M. Ziyorat turizmini rivojlantirishda Navoiy viloyatining imkoniyatlari // Hozirgi zamon iqtisodiyoti. – 2023. – №4. – B. 37–43.
6. UNWTO. Tourism Demand and Supply Trends in Central Asia. – Madrid: UNWTO Publications, 2021. – 84 p.
7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022–2026 yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha strategiya” PQ–60-sonli qarori.
8. World Bank. Uzbekistan’s Tourism Sector Diagnostic and Development Path. – Washington, 2021. – 72 p.
9. Yusupova, S. A. Hududiy turizmni rivojlantirishda infratuzilmaning roli // Samarqand iqtisodiyot va servis instituti ilmiy jurnali. – 2022. – №3. – B. 21–27.
10. Navoiy viloyati hokimligi. Hududiy ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish dasturi, 2024–2026 yillar. – Navoiy, 2024. – 38 b.

YAPONIYA XALQINING MILLIY OSHXONASI VA UNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

SamISI, “Turizm” kafedrasi dotsenti G.R.Tursunova

Annotatsiya: Ushbu maqolada *Yaponiya haqidagi qiziqarli ma’lumotlar, xalqining milliy oshxonasi, taomlari va uning o‘ziga xos xususiyatlari, taomlari bilan bog‘liq madaniyati, qolaversa gastronomik turizm va yapon pazandachiligi* haqida bayon etilgan.

Kalit soʻzlar: milliy oshxona, Yaponiya milliy taomlari, urf-odatlar, madaniyat, pazandachilik.

Abstract: This article presents fascinating information about Japan, its national cuisine, dishes and their unique characteristics, food-related culture, as well as gastronomic tourism and Japanese culinary arts.

Keywords: national cuisine, Japanese national dishes, customs, culture, culinary arts.

Yaponiya mamlakati dunyoning sharqiy chekkasidagi oʻziga xos davlat hisoblanadi. Bu yerda hamma narsa gʻayrioddiy: janubda palma daraxtlari oʻsadigan issiq iqlim, shimolda juda sovuq ob-havo, yiliga toʻrt oy qor yogʻishi mumkin va bu mamlakat tarixi haqiqatdan koʻra koʻproq sirli afsonaga oʻxshaydi. Yaponiya barchani tabiatining goʻzalligi va koʻngilochar joylarning koʻpligi bilan xursand qiladi, ularning aksariyati dunyoning biron bir mamlakatida uchramaydi.

Mamlakatning geografik joylashuvi uning iqtisodiy rivojlanishiga, ushbu mamlakat xalqlarining tarixi, madaniyati va mentalitetiga taʼsir qiluvchi muhim omillardan biridir. Oʻz-oʻzidan Yaponiyaning geografik joylashuvi oʻziga xos xususiyatga ega boʻlib, bu uning madaniyatida oʻziga xoslikni taʼminlagan.

Tinch okeanining shimoli-gʻarbiy qismida, Yevrosiyaning sharqiy qismida joylashgan Yaponiya arxipelagi (jami 6852) orollarida joylashgan Yaponiya qitʼadan dengizlar bilan ajralib turadi. Eng yaqin dengiz chegarasi Rossiya bilan chegaradosh²³.

Kyusyu va Sikoku orollari orasidagi dengiz Yaponiyaning ichki dengizi deb ham ataladi (yoki Seto-Nay-kay) va u juda koʻp miqdordagi kichik orollarga ega. Agar dengiz oqimlari haqida gapiradigan boʻlsak, unda Yapon orollarining janubiy tomondan Kuroshioning issiq oqimi, Yaponiya dengizining oqimi va shimoldan Oyashioning sovuq oqimi oʻtadi.

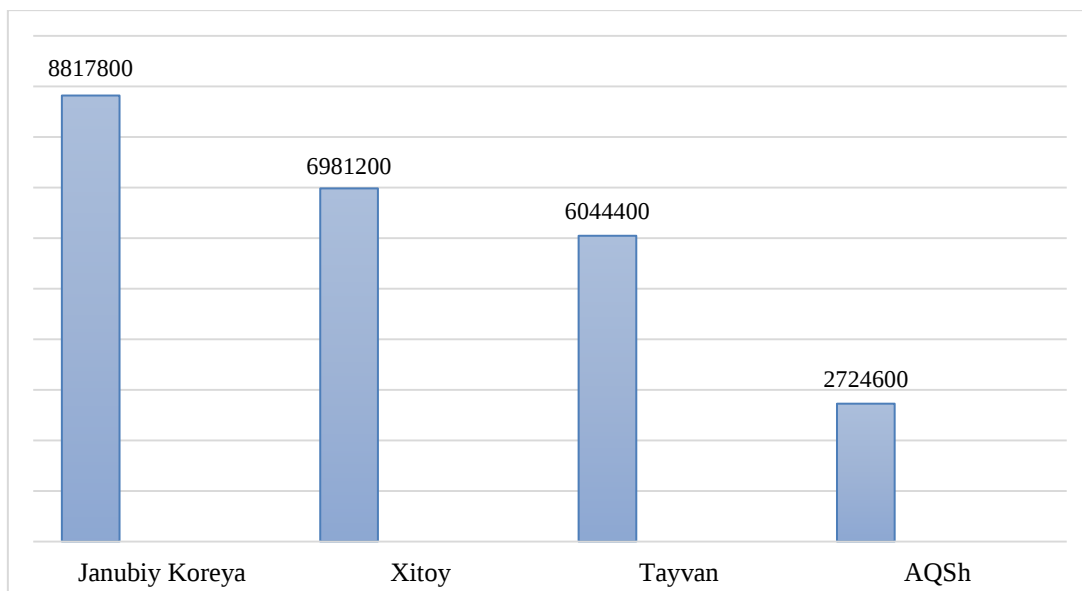
Yaponiyaga sayohatlar, avvalambor, mamlakatning milliy tarixi, madaniyati,

²³ <http://www.arworld.ru/yaponiya/yaponiya.html>

urf-odati, milliy oshxonasi va arxitekturasi bilan tanishishni istaganlar tomonidan tanlanadi. Shuning uchun yiliga millionlab turistlarni kutib oladi.

Yaponiya milliy sayyohlik tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda Yaponiyaga tashrif buyurgan chet ellik mehmonlar soni 36869900 nafarga yetib, o'tgan yilga nisbatan 47,1 foiz ko'paygan. Bu koronavirus pandemiyasidan oldingi 2019-yildagi ko'rsatkichdan (taxminan 31,88 million kishi) 5 millionga ortiq bo'lib, yangi rekord o'rnatildi. Ayniqsa, sakura gullashi, yozgi maktab ta'tillari va kuzgi barglar mavsumida dunyoning turli mintaqalaridan ko'plab sayyohlar tashrif buyurishdi.

Yaponiyaga tashrif buyurish uchun kuchli rag'bat iyena kursining pastligi bo'ldi. 2019-yilda, koronavirus pandemiyasidan oldin, dollar 110 yen atrofida bo'lgan bo'lsa, 2024-yilda u 140-150 yen oralig'ida bo'ldi. Shu sababli, Yaponiyada mazali taomlar va sifatli xizmat ko'rsatish pandemiyadan oldingiga qaraganda arzonroqqa tushdi.



1-rasm. 2024-yilda Yaponiyaga eng ko'p tashrif buyurgan davlatlar

Mamlakatlar va mintaqalar orasida eng ko'p tashrif buyuruvchilar Janubiy Koreyadan bo'lib, 8817800 nafarni (26,7 foizga o'sish) tashkil etdi. Keyingi o'rinlarda Xitoy 6981200 (o'sish 187,9%) nafar, Tayvan 6044400 (o'sish 43,8%)

nafar va AQSH 2724600 (o'sish 33,2%) nafardan iborat. Chegara choralarining yumshatilishi tufayli Xitoydan tashrif buyuruvchilar soni 2023-yilga nisbatan sezilarli darajada oshgan bo'lsa-da, u 2019-yildagi 9,59 million kishilik cho'qqining 70 foizidan sal ko'prog'ini tashkil etmoqda.

Hukumat 2030-yilga borib chet ellik sayyohlarning yillik oqimini 60 million kishiga yetkazishni va ular Yaponiyada 15 trillion yen sarflashini maqsad qilib qo'ydi.

2024-yilda mamlakatdan tashqariga chiqqan yaponlar soni 13007300 nafarga yetdi. Bu ko'rsatkich 2023-yilga nisbatan 35,2 foizga ko'p. Chiqish turizmi oqimining pasayishiga iyena kursining tushishi ta'sir ko'rsatdi²⁴.

Yaponiyaga sayohatlar mehmonlarga ko'pgina unutilmas taassurotlarni bera oladi. U yerda ajablanarli darajada, qorli tog' cho'qqilari, sharsharalar, osmono'par binolar bilan qoplangan shaharlar, Buddist ibodatxonalari bo'lgan O'rta asr qal'alarini uchratish mumkin.

Ayniqsa, ekzotika ishqibozlari o'zlarini yapon oshxonasi taomlari bilan xursand qilishlari mumkin. "Yaratma, balki top va kashf et" bu-umumiy qoidaga barcha yapon pazandalari amal qilishadi. Yapon oshxonasi bu-idishda natyurmortlar yaratish, taomni bezash va taqdim etish san'ati hisoblanadi. Yapon taomlari juda sodda va oshpaz taomning asl xususiyatlarini saqlab qolishga intiladi. Masalan, xom baliqni tayyorlash ko'pincha uni mohirlik bilan to'g'rash va chiroyli tarzda idishga joylashtirishdan iborat.

Yaponiya milliy taomlarini, mubolag'asiz, "sog'lom ovqatlanish standarti" deb aytish mumkin. Yapon milliy taomlarini tayyorlashda ishlatiladigan mahsulotlarni shartli ravishda asosiy va qo'shimchalarga bo'lish mumkin. Qo'shimcha mahsulotlar asosiy mahsulotlar va tayyor taomlarning ta'mini, hidini kuchaytirish yoki o'zgartirish maqsadlarida qo'shiladi. Ularga soya, rediska, marinadlangan sarimsoqpiyoz, yer qalampiri, shakar pudrasi, turp, sholg'om, tuzlangan bodring va

²⁴ https://www.nippon.com/ru/japan-data/h02262/?cx_recs_click=true

o'tkir hidli va ta'mli ko'katlar kiradi.

Dengiz va okeanlar bilan o'ralgan mamlakatning geografik xususiyatlari tufayli baliq va dengiz mahsulotlari yapon oshxonasida katta o'rin egallaydi. Yaponlar turli xil baliqlarni: qaynatilgan, qovurilgan, ayniqsa, xom holatda sevib iste'mol qilishadi. Dengiz mahsulotlaridan: dengiz karami, kalmarlar, karakatitsalar, akula lablari (ulardan pashtetlar tayyorlanadi), mollyuskali chig'anoqlar, krablar, trepanglar, dengiz bodringlari va boshqalar ishlatiladi.

Yapon pazandachiligining asosini o'simlik mahsulotlari (guruch, sabzavot va mevalar), baliq va dengiz in'om etadigan dengiz mahsulotlari tashkil etadi.

Milliy taomlarni tayyorlashda yaponlar kartoshka va sabzavotlardan keng foydalanishadi. Ulardan karam, dengiz karami, bodring, rediska, sholg'om, baqlajon, kartoshka, soya, turp va mahalliy loviya turlari keng tarqalgan. Loviya ma'lum bir darajagacha o'stiriladi va keyin taomlar tayyorlash uchun ishlatiladi.

Sabzavotlar ichida ham iste'mol qilinishi bo'yicha birinchi o'rinni rediska egallaydi. U mayda qilib kesilgan, qirg'ichdan o'tkazilgan, qaynatilgan, dimlab pishirilgan va boshqa xil texnologik ishlov berib iste'mol qilinadi. Bundan tashqari rediska yaponlar sevimli souslarining asosini tashkil qiladi.

Yapon oshxonasida souslar va yog'lar kam qo'llaniladi. Lekin shunga qaramay, souslar xilma-xilligi ziravorlarnikidan ham ko'proq. Souslar asosan soya va shakar kukunidan tayyorlanadi. O'tkir-shirin sous ko'plab milliy taomlarni tayyorlashda ishlatiladi.

Yaponiyada dukkakli don mahsulotlari (tofu va miso) ham yaponlarning ovqatlanishida katta ahamiyatga ega va mashhur. Tofu-soya oqsilidan tashkil topgan va ko'rinishidan tvorogni eslatuvchi dukkakli pishloq hisoblanadi. Yaponlar uni nonushtaga iste'mol qilishni afzal ko'rishadi. Miso quyuq massa bo'lib, soya dukkaklaridan tayyorlanadi. Buning uchun ular dastlab maydalanadi, qaynatiladi va achitish uchun hamirturush qo'shiladi. Miso turli xil sho'rvalar uchun asos hisoblanadi.

Bundan tashqari yaponlar go'sht mahsulotlarini (mol, qo'y, cho'chqa, parranda go'shtlaridan ham taomlar tayyorlanadi) ham iste'mol qilishadi. Masalan, pishirilgan tovuq bu-Yangi yilning asosiy taomidir. Shuningdek, Yaponiyada kabob tovuq go'shtidan tayyorlanadi. Yaponiyada tuxumdan tayyorlangan taomlar keng tarqalgan.

Yaponlarning ovqatlanishiga xos xususiyatlari haqida gapirganimizda eng avvalo, ular semirishning oldini olish maqsadida tuzsiz ovqat yeyishadi yoki ta'bga ko'ra tuz qo'shishadi. Bundan tashqari taomlarni tayyorlashda o'simlik va baliq yog'idan foydalanishadi.

Albatta, Yapon oshxonasining asosini guruch tashkil etadi va yaponlarning eng sevimli oziq-ovqat mahsuloti sifatida qadimdan hozirgacha guruchdan foydalanishadi. Yaponlar iste'mol qiladigan guruch kam suvda qopqog'i yopiladigan idishda tuzsiz qaynatiladi. Shuning uchun unga o'tkir tuzlangan yoki o'tkir-shirin ziravorlar qo'shib beriladi. Qaynatilgan guruch yaponchasiga "chokan" deyiladi. Chokansiz yaponlar nonushtasining biron-turini ham tasavvur qilib bo'lmaydi. Chokan ertalab, tushlikda va kechqurun ham iste'mol qilinadi.

Nemis jurnalisti Gerta Klassen yaponlarning eng sevimli taomi qaynatilgan guruch va boshqa taomlari to'g'risida o'z fikrlarni yozib qoldirgan: "Guruch berishadi. Bunday sachroqi va namsiz guruchni hech qachon yemaganman. Shuningdek, oq va qizil xom baliqlarni berishadi. Kunlardan bir kuni baliq va sabzavotlar bilan bezatilgan pirojniy berishdi. Pirojniy baliq terisiga o'ralgan bo'lib, tuzli bo'ladi. Yana shunday bir tansiq taomi borki, uni faqat boy kishilargina yeyishadi. Baliqni mayin, yupqa kesishadi va uni oshpaz "xrizantema guli" ko'rinishiga o'xshagan qilib aylana patnis ustida bezatadi, chunki yaponlar nafaqat og'zi bilan, balki ko'zi bilan ham yeyishadi". Shu sababli ham yaponlar uchun taomlarni tayyorlash qanday zarur bo'lsa, bezatish tayyorlashdan ham muhimroq hisoblanadi.

Yapon pazandachiligida baliq va baliq mahsulotlaridan tayyorlanadigan taomlar ulushi juda katta. Yaponlar baliq, dengiz mahsulotlari va sabzavotlarni

nafaqat xom iste'mol qilishadi, balki pishirishadi, bug'lashadi va tovada qovurishadi. Sabzavotlar va dengiz mahsulotlari faqat qaynatiladi. Ular baliqni ba'zan qaynatilgan holda, asosan yuqori olovda qovurilgan holda iste'mol qilishadi. Shunda tashqi tomondan qobiq hosil bo'lib, ta'm va xushbo'y hidni saqlanib qoladi. Butun baliqni qovurayotganda uning shaklini saqlab qolish juda muhimdir. Taomlar tayyorlash uchun quritilgan baliqlardan ham keng foydalaniladi.

Dunyodagi eng mashhur taomlardan biri yapon taomi "sushi"-nori (quritilgan dengiz o'tlari), guruch va turli xil masalliqlardan tayyorlangan kichik o'ramalardan iborat. Guruchli pirojkalar (moti) va norimaki (guruch hamiridan tayyorlangan, xom baliq bo'laklari solingan va quritilgan suv o'tlariga o'ralgan pirojkalar) ham juda mashhur.

Yaponlar "Syuseku" tushunchasi bilan birlashgan bug'doy va grechixa unlari hamiridan tayyorlanadigan ugralarni va shularga o'xshagan boshqa kraxmalli taomlarni ham sevib iste'mol qilishadi. Grechixa uni hamiridan tayyorlangan ugra yaponchasiga "soba" deyiladi.

Bundan tashqari guruch uni hamiridan ichiga quritilgan dengiz o'tiga o'ralgan va baliq solingan "norimaki" (pirojka) ham ishlab chiqariladi. Norimaki Yaponiyada motidan ham mashhur.

Yaponiyada ertalabdan to'yib ovqatlanish odat tusiga kirgan. Oddiy yapon xalqining ertalabki nonushtasi tarkibiga chokandan tashqari loviyali suyuq taom va marinadlangan bodring kiradi. Bundan tashqari, turli usullarda tayyorlangan tuxum va baliq iste'mol qilinadi.

Tushlikda yana chokan, u bilan birga qaynatilgan sabzavotlar, qaynatilgan yasmiq va quritilgan baliqdan tuxum qo'shib tayyorlangan taom iste'mol qilishadi.

Kechki ovqatga yana chokan va u bilan birga sho'rva, xom baliq, sudak yoki karp filesi tortiladi. Buning uchun muzlatkichda muzlatilgan terisiz va suyaklari olingan karp yoki sudak balig'i filesi, xuddi mol go'shtidek, kichik bo'lakchalarga bo'linadi. Keyin baliq bo'lakchalarining ustidan maydalangan ko'katlar qo'shilgan

xren sharbatidan tayyorlangan o'tkir sous bilan birga beriladi.

Yevropaliklardan farqli o'laroq, yaponlar kuniga uch marta kichik porsiyalarda (250 g) iste'mol qilinadigan birinchi taomlarni yaxshi ko'rishadi-borsh va shchi, shuningdek, turli xil garnirlar bilan bulyonlar, baliq sho'rva. Yaponlar tuzlangan karamdan tayyorlangan sho'rva va solyankalarni iste'mol qilmaydilar. Ko'pincha ziravorlar (qalampir, tuz) va sariyog' bilan birga alohida dasturxonga tortiladigan o'tkir souslar iste'mol qilishadi.

Faqat oq non yeyishadi, ertalab esa undan tost tayyorlashadi. Sariyog' nonushta, tushlik va kechki ovqatga beriladi.

Yapon milliy pazandachiligining eng asosiy xususiyatlaridan biri shundan iboratki, ularning ratsionida baliqdan tashqari dengiz mahsulotlaridan tayyorlanadigan taomlarning ulushi ham bor. Yaponlar dengiz in'om etadigan mahsulotlarning (malyuskalar, karakatitsalar, trepanglar-dengiz bodringi, kalmarlar, osminoglar, krablar, krevetkalar, dengiz o'simligi-zetan, akula suzgichlari va boshqalar) hammasidan ham taomlar tayyorlash uchun foydalanadi. Masalan, akula suzgichlaridan pashtet tayyorlashadi.

Yaponlar ovqatlanishiga xos xususiyatlardan yana biri shundan iboratki, ular suyuq taomlarni juda ham yaxshi ko'rishadi va iste'mol qilishadi. Suyuq taomlarining asosini uncha kuchli bo'lmagan tinitilgan bulon tashkil qiladi. Suyuq taomlarni tayyorlashda ishlatiladigan mahsulotlar (asosan sabzavotlar, malyuskalar, dukkakli don mahsulotlar, baliqlar, qo'ziqorinlar) yarim tayyor bo'lguncha alohida qaynatiladi, keyin esa bulonga solinib, tayyor bo'lguncha pishiriladi.

Yaponlar ikkinchi taomlarni tayyorlash uchun turli ko'rinishdagi baliqlardan shuningdek, makaronlardan foydalanadilar (xom, to'g'ralgan, qovurilgan, dimlangan va qaynatilgan).

Shuni ta'kidlash kerakki, yapon xalqi mevalarni ham juda ko'p iste'mol qilishadi.

Eng sevimli issiq ichimligi ko'k choy bo'lib, u faqat ovqatlanish vaqtida ichiladi. Yapon choyi yevropacha va osiyocha choydan farq qiladi. Yaponlar avval choy daraxtining bargini quritishadi va kukun darajasigacha ezishadi. Bunday choy kukunidan olingan damlama ko'kimtir tusga, o'ziga xos ta'mga va hidga ega bo'ladi. Yana shuni aytish mumkinki, yaponlarda choy damlash texnologiyasi san'at darajasida rivojlangan. Ular ham choyni, xuddi Markaziy Osiyo xalqlaridek, shirinliksiz ichishadi.

Yana shuni ta'kidlash kerakki, yapon yoshlari o'rtasida qora qahva ichish ham bugungi kunda an'anaga aylanib bormoqda. Yapon yoshlari orasida Kavkaz oshxonasi juda mashhur.

Yaponlar mehmondo'stligiga xos xususiyatlar haqida gapirganimizda, eng asosiysi ular hamma mehmonlarni bir stol atrofida o'tqizishmaydi, har bir mehmon uchun alohida stolga joy tayyorlashi mumkin. Stol ustiga birdaniga hamma taom turlarini qo'yishadi. Mehmonlar ovqatni "siu-mono"dan, ya'ni suyuq taomdan boshlashi kerak. Lekin suyuq taom uchun qoshiq berilmaydi. Taom ho'plab ichiladi. Qolgan taomlar uchun sanchqi ham berilmaydi. Ular maxsus yasalgan cho'plar (xashe) yordamida iste'mol qilinadi. Ba'zi mehmonlarga yaponlar alohida stol tayyorlashadi, u yerda sho'rvadan tortib shirinlikkacha bo'lgan barcha tushlik taomlari bir vaqtning o'zida qo'yiladi.

Stollarda muz solingan ko'zalarda suv yoki meva suvi bo'lishi kerak. Yaponlar mineral suvni kamdan-kam iste'mol qilishadi, yozda ko'proq pivo ichishadi.

Yaponiya milliy taomlari o'ziga xos an'ana va xususiyatlarga ega:

✓ tayyorlash-mahsulotlarni qovirish bilan tayyorlashdan ko'p foydalanilmaydi. Masalan, baliq bug'lanadi yoki ozgina qovuriladi, lekin ko'pincha xom iste'mol qilinadi.

✓ ovqatlanish madaniyati (Yaponiyada ular ovqatlanish jarayoniga katta ahamiyat berishadi. Asosan xashidan foydalaniladi. Bu yerda qoshiq juda kam ishlatiladi va an'anaviy yapon restoranida sanchqi va pichoq so'rash mamlakatning

urf-odatlariga hurmatsizlikni anglatadi);

✓ xizmat ko'rsatish (ushbu mamlakatda idishning o'zi va dasturxon tuzilishiga ham katta e'tibor beriladi. Yapon oshxonasining har qanday taomini chiroyli natyurmort bilan solishtirish mumkin. Barcha an'anaviy taomlar juda chiroyli yorqin, boy va xilma-xil ranglar bilan bezatiladi)²⁵.

Quyidagi xususiyatlar yapon oshxonasiga xosdir:

- yangi mahsulotlar ishlatish: faqat istisnolar guruch va sous;
- ovqatlanishning mavsumiyligi;
- dengiz mahsulotlarining ulkan to'plami;
- kichik bo'laklar oziq-ovqat miqdori porsiyalar hajmiga emas, balki xilma-xilligi tufayli olinadi;
- Yevropa va Xitoy oshxonalaridan tashqari, tashqi ko'rinishning estetikasiga urg'u beradigan idishlar va stollar dizayni tamoyillari;
- cho'plardan, ba'zida ovqatlanish uchun qoshiqlardan foydalaniladi, ba'zi taomlar qo'l bilan yeyiladi;
- Yaponlar go'shtli taomlarni sous bilan emas, limon sharbati va tuxum sarig'i bilan iste'mol qilishadi;
- Eng yangi mahsulotlardan foydalanish va ularning tabiiy ko'rinishi va ta'mini saqlab qolish istagi Yaponiyaning tabiatga va umuman hayotga bo'lgan munosabatining bir qismidir.

An'anaviy yapon oshxonasining xususiyatlari tilga olinganda, uning mavsumiyligini alohida ta'kidlash kerak. Mavsumiylikni kuzatish deganda yilning shu davridagi mahsulotlardan foydalanish juda muhim bo'lib, ular ayniqsa, mazali va fasllarning go'zalligini anglatadi. Qish, bahor, yoz va kuzdan tashqari, yaponlar yilni 24 ta kichik fasllarga bo'lishgan. Fasllarning har biri o'z nomi, maxsus belgilari, o'ziga xos rang tuzilmasiga ega. Shuning uchun, yozda sizga yangi oq perilla barglari

²⁵ <http://povarennysh.ru/kuhni-mira/yaponskayah>

bilan o'ralgan taomlar, isitilgan sovuq nonlar beriladi, kuzda ular mavsumiy lotus ildizini qarag'ay ignalari va zarang barglari bilan kesilgan sabzi bilan bezashadi.

Yapon oshxonasida qish bu-tuzlangan vaqt, mahalliy dikon turp, xitoy karami, sabzi, olma, mandarinsiz tasavvur etish qiyin. Va yilning shu davridagi Yaponiya stolidagi eng muhim mahsulot, albatta, baliq va dengiz mahsulotlaridir. Yaponlarning fikriga ko'ra yozda baliq qishda bo'lgani kabi mazali emas. Shakar, soya sousi va guruch sharobida qovurilgan piyoz filetosi yozning eng issiq davrida iste'mol qilinadi.

Yapon xalqi juda e'tiborli va eng mayda detallargacha ahamiyat berishi bilan birga dam olish, sayohat qilish, o'zga joylarni kashf qilishga juda qiziqishsa-da, o'zligini yo'qotmaslikka harakat qilishadi. Shuning uchun yapon turistlari biror mamlakatga borish-sa, albatta, o'zlarining ovqatlanish ratsionidan chimagan holda ovqatlanish tartib-qoidolari bo'yicha amal qilishga harakat qilishadi. Yaponiyalik turistlar uchun quyidagi taomlarni tavsiya etish mumkin.

Sovuq gazaklardan: mayonez qo'shilgan yangi sabzavotli salatlar, marinadlangan turp, qo'ziqorinlar, qaynatilgan kolbasalar, garnirli seld, sabzavot garnirli qaynatilgan baliq, marinadlangan baliq, salat bilan qaynatilgan yoki qovurilgan tovuq go'shti, sabzavotli rostbif, no'xatli til.

Birinchi taomlardan: frikadelkali, chuchvarali, sabzavotli, tuxumli, omletli, pirojkili bulyonlar, gulkaram, ko'k no'xat, pomidor, tovuq, qisqichbaqa yoki qisqichbaqalardan tayyorlangan pyure-sho'rvalar, yangi karam sho'rva, dehqoncha sho'rva, borshch, tovuqli ugra sho'rva, qo'ziqorinli ugra sho'rva.

Ikkinchi taomlardan: yangi sabzavotlar garniri bilan qaynatilgan va qovurilgan baliq, mol go'shtidan tayyorlangan tabiiy taomlar: bifshteks, antrekot, rostbif, file, sabzavot garniri bilan langet, sabzavot yoki guruch bilan qovurilgan qo'y va cho'chqa go'shti, turli xil parranda taomlari, sabzavotli ragu, sariyog'li gulkaram, sariyog'li yashil no'xat, chuchvara, quymoqlar.

Desertga: yangi mevalar, kompotlar, muzqaymoq iste'mol qilishadi, tushlikdan keyin esa choy yoki qahva beriladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022-2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida" 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-sonli Farmoni
2. Tuxliyev I.S., Abduxamidov S.A. Turizm: nazariya va amaliyot. Darslik.- T.: "Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi", 2021. 424 bet.
3. Tursunova G.R. Mehmonxonalarda ovqatlanishni tashkil etish. Darslik. - S.:STAP-SEL MCHJ nashriyoti. 2024y. -503b.
4. <http://www.arworld.ru/yaponiya/yaponiya.html>
5. https://www.nippon.com/ru/japan-data/h02262/?cx_recs_click=true
6. <http://povarenysh.ru/kuhni-mira/yaponskayah>

**RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA REKLAMA TADBIRLARINI
TASHKIL QILISHNING ASOSIY YO'NALISHLARI**

S.A.Abduhamidov – SamISI, Turizm
kafedrası mudiri, i.f.f.d., dotsent

Annotatsiya: Maqolada, Navoiy viloyati misolida raqamli texnologiyalar asosida reklama tadbirlarini tashkil qilishning asosiy yo'nalishlari, xususan, raqamli texnologiyalar asosida reklama boshqaruvini transformatsiya qilish yo'nalishlari keltirilgan.

Kalit so'zlari: turizm, reklama, raqamli texnologiyalar, innovatsion yondashuvlar, ijtimoiy tarmoqlar, internet-platformalar, internet, Instagram, Facebook, Telegram, TikTok, YouTube,

Abstract: This article outlines the main directions of organizing advertising activities based on digital technologies in the context of the Navoiy region. In particular, it presents approaches to transforming advertising management through the use of digital tools.

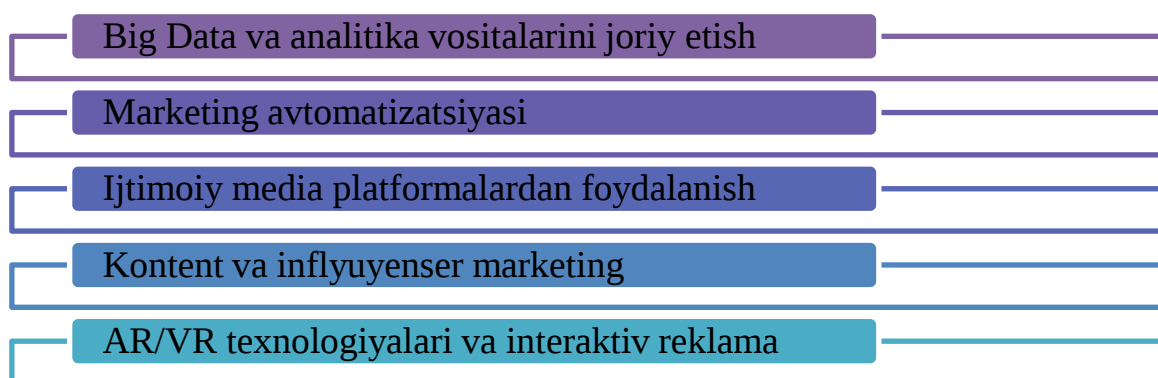
Keywords: tourism, advertising, digital technologies, innovative approaches,

social networks, internet platforms, internet, Instagram, Facebook, Telegram, TikTok, YouTube.

Kirish. Bugungi raqamlashtirilgan iqtisodiyot sharoitida reklama faoliyatini samarali boshqarishda raqamli texnologiyalarni joriy etish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Traditsion reklama vositalari (gazeta, televideniye, radio) o'z mavqeini raqamli platformalarga (ijtimoiy tarmoqlar, internet-platformalar) boy bermoqda. Shu sababli, reklama boshqaruvida innovatsion yondashuvlarni ishlab chiqish va joriy etish zarurati paydo bo'lmoqda.

Asosiy qisim. 2022 yilda Nielsen tadqiqot agentligi tomonidan o'tkazilgan so'rov natijalariga ko'ra, iste'molchilarning 67% internet orqali reklamaga nisbatan yuqori ishonch bildirgan va ijtimoiy tarmoqlardagi reklama ma'lumotlarini mahsulot tanlashda asosiy manba sifatida qabul qilgan. Bu raqamli kanallarning ta'sirchanligi va ahamiyatini namoyon etadi.

Raqamli texnologiyalar asosida reklama boshqaruvini transformatsiya qilishning asosiy yo'nalishlari quyidagilardan iborat (1-rasm):



1-rasm. Raqamli texnologiyalar asosida reklama boshqaruvini transformatsiya qilish yo'nalishlari

Raqamli marketingni samarali tashkil etishda katta hajmdagi ma'lumotlar (Big Data) va ularni tahlil qilish texnologiyalarining ahamiyati ortib bormoqda. Ushbu ma'lumotlar asosida mijozlarning yoshi, jinsi, geografik joylashuvi, qiziqishlari, harid qilish tendensiyalari, veb-saytda qanday harakat qilgani (qaysi sahifalarni ko'rgani, qancha vaqt o'tkazgani, qaysi mahsulot yoki xizmatga qiziqqani) kabi

ko'rsatkichlar to'planadi. Masalan, **Airbnb** kabi xalqaro turizm platformalari har bir foydalanuvchi uchun individual takliflar ishlab chiqadi – agar foydalanuvchi biror shahar yoki mijoz turini ko'proq izlasa, unga aynan shu yo'nalishdagi reklamalar ko'rsatiladi. Bu shaxsiylashtirilgan (personalizatsiyalangan) reklama usuli foydalanuvchining ehtiyojlariga mos kelib, u bilan emotsional bog'lanishni kuchaytiradi.

Navoiy viloyati misolida bunday vositalarni joriy etish imkoniyatlari ham mavjud. Viloyatdagi sayyohlik ob'ektlari (Navoiy viloyati va shahri hududlaridagi madaniy meros ob'ektlari, eko va geoturistik hududlari va b.) bo'yicha axborot taqdim etayotgan veb-saytlar va mobil ilovalarga Google Analytics va Yandeks Metrika kabi vositalarni o'rnatish orqali sayyohlarning qiziqishlari haqida to'liq tasavvur hosil qilish mumkin. Masalan, sayyohlar qaysi ob'ektlar haqida ko'proq ma'lumot izlayapti? Qaysi tildagi sahifalar ko'proq ochilyapti (bu orqali xorijiy va mahalliy turistlar ulushini aniqlash mumkin)? Qaysi yo'nalishdagi xizmatlar (masalan, ekoturizm, ziyorat turizmi, gastro-turlar) ko'proq talabda? va b.lar bo'yicha dastlabi tasavvurlar shakllanadi.

Bu ma'lumotlar asosida **reklama tadbirlarini segmentlash**, ya'ni har xil auditoriya guruhlariga moslashtirilgan kontentni yaratish mumkin. Masalan, yoshlar uchun Instagram va TikTok orqali video-kontent, yoshi katta auditoriya uchun esa Facebook yoki Google tarmoqlarida maqsadli bannerlar joylashtirish mumkin bo'ladi.

Shuningdek, mahalliy mehmonxonalar, xususiy turoperatorlar va turistik axborot markazlari o'z veb-saytlariga CRM tizimlarini integratsiya qilish orqali mijozlar bazasini shakllantirishi, ularning qiziqishlari asosida elektron pochta marketingi (email marketing) yoki SMS-xabarlar orqali individual takliflar yuborishi mumkin.

Bugungi kunda, raqamli reklama boshqaruvidagi muhim yo'nalishlardan biri bo'lib, mijozlar bilan aloqa jarayonlarini avtomatlashtirish orqali marketing faoliyati

samaradorligini oshirishga qaratilgan. Bu jarayonda bir qancha avtomatlashtirish platformalari keng qo'llaniladi. Ushbu vositalar orqali mijozlarni ma'lum parametrlar (yosh, jins, qiziqishlar, harid tarixi, lokatsiya) asosida guruhlariga (segmentlarga) ajratish va ularga ixtisoslashtirilgan kontent, ya'ni personalizatsiyalangan xabarlar, takliflar yoki reklama maktublari yuborish imkoni yaratiladi.

Mailchimp platformasida veb-saytga kirgan foydalanuvchi ma'lum xizmatlar bilan qiziqqan bo'lsa, u avtomatik ravishda shu xizmatga doir maxsus takliflarni qamrab olgan elektron maktublar ro'yxatiga qo'shiladi.

Navoiy viloyatidagi sayyohlik sub'ektlari (mehmonxonalar, gidlik xizmati ko'rsatuvchilar, turistik agentliklar) o'z veb-saytlari va ijtimoiy tarmoqlarini Mailchimp yoki SendPulse kabi tizimlarga integratsiya qilish orqali mahalliy va xorijiy turistlar haqidagi ma'lumotlar bazasini tuzish, turli auditoriyalarga moslashtirilgan takliflarni avtomatik ravishda yuborish, qayta taklif (re-engagement) strategiyalari orqali takroriy mijozlar ulushini oshirish, faol va nafaol mijozlar bo'yicha alohida kampaniyalar ishlab chiqish, turli mavsumlar uchun avtomatik "aksiya va chegirma" kampaniyalarini joriy etishlari mumkin bo'ladi.

Navoiy shahridagi mehmonxona va dam olish markazlari yangi yil, navro'z yoki tashriflar mavsumi oldidan hududiy va milliy segmentlar uchun ixtisoslashtirilgan takliflar yuborish orqali foydalanuvchi e'tiborini tortishi va bronlar sonini ko'paytirishi mumkin.

Marketing avtomatizatsiyasi vositalarining joriy etilishi Navoiy viloyatida xizmat ko'rsatish sohasida raqamli transformatsiyani tezlashtiradi, mijozlar bilan doimiy va sifatli aloqani ta'minlaydi hamda reklama jarayonini inson omiliga bog'liqliksiz, avtomatik ravishda boshqarish imkonini yaratadi.

Bugungi raqamli marketing strategiyalarida eng samarali va maqsadli usullardan biri hisoblanadi. Ijtimoiy tarmoqlar – Instagram, Facebook, Telegram, TikTok va YouTube kabi platformalar – reklama tadbirlarini olib borishda auditoriya bilan to'g'ridan-to'g'ri va interaktiv muloqot qilish imkonini yaratadi. O'zbekistondagi

turizm kompaniyalari orasida “Silk Road Destination” agentligi bu sohada ilg‘or tajribaga ega bo‘lib, Instagram va Telegram orqali yuqori sifatli vizual kontent, video-bloglar, real-time stories va foydalanuvchi fikrlarini aks ettirgan postlar yordamida o‘z xizmatlarini keng targ‘ib etmoqda. Ular foydalanuvchi qiziqishlariga moslashtirilgan (targetlangan) kontent orqali yuqori aloqa koeffitsiyentiga erishmoqda.

Ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama yuritishda vizual va emotsional ta’sir katta ahamiyatga ega. Masalan, Instagramda joylashtirilgan tabiat manzaralari, tarixiy obidalar, mahalliy taomlar va sayyohlar taassurotlari aks etgan postlar orqali foydalanuvchida tajribaga asoslangan qiziqish uyg‘otiladi. YouTube va TikTok platformalari esa qisqa va ta’sirli videoroliklar orqali turistik marshrutlarni tezkor namoyon qilishga xizmat qiladi. Telegram esa aniq axborot, aksiyalar, yo‘nalishlar haqida tezkor ma’lumot berish, bron qilish tizimlari bilan bog‘lash imkoniyatini taqdim etadi.

Navoiy viloyatining turizm salohiyati – Qizilqum cho‘li, Nurota tog‘lari, tog‘ va tog‘oldi qishloqlari, ziyorat turizmi ob’ektlar ko‘p bo‘lgan hududlardan biri hisoblanadi. Ammo ushbu ob’ektlar haqidagi ma’lumotlarni keng auditoriyaga yetkazishda ijtimoiy tarmoqlardan to‘liq foydalanilmayapti.

Navoiy viloyatida ijtimoiy media platformalardan maqsadli va tizimli foydalanish orqali turizm brendini shakllantirish, ichki va tashqi turistlar oqimini oshirish hamda hududiy raqobatbardoshlikni mustahkamlash mumkin bo‘ladi.

Raqamli marketingning muhim tarmoqlaridan biri sifatida kontent marketing va inflyuenser marketing foydalanuvchida emotsional aloqa va ishonch uyg‘otish vositasi sifatida alohida o‘rin tutadi. Kontent marketing-bu mijozlar uchun qiziqarli va foydali ma’lumotlarni o‘z ichiga olgan maqola, foto, video, infografika va real tajribaga asoslangan kontentni tayyorlash va tarqatish orqali mahsulot yoki xizmatga qiziqish uyg‘otish jarayonidir. Inflyuenser marketing esa — ma’lum sohada ishonch

qozongan va ommaviy ta'sirga ega shaxslar orqali brend yoki turistik xizmatni keng ommaga targ'ib etish usulidir.

O'zbekistonda bu yo'nalishda "Uzbekistan.travel" platformasi katta natijalarga erishmoqda. Ushbu platforma mahalliy va xalqaro bloggerlar, YouTube bloggerlari, Instagram inflyuyensarlari bilan hamkorlikda turli video-bloglar, sayohat taassurotlari, milliy taomlar, hunarmandchilik va madaniy meros ob'ektlari haqidagi kontentlar tayyorlab, mamlakatning turizm salohiyatini ommabop va ta'sirchan tarzda namoyon etmoqda.

Navoiy viloyatida kontent va inflyuyenser marketingni joriy etish orqali hududning turistik salohiyatini keng yoritish va brendingni shakllantirish imkoni bor. Viloyatdagi asosiy turistik ob'ektlar vizual va taassurotga boy kontent yaratish uchun juda qulay.

Navoiy viloyatida kontent va inflyuyenser marketing vositalarini maqsadli yo'nalishlarda joriy etish, hududning turistik jozibadorligini oshirish, foydalanuvchi ishonchini mustahkamlash va ichki-tashqi bozorlarda raqobatbardoshlikni ta'minlashda muhim qadam bo'ladi.

Zamonaviy raqamli marketingda AR (Augmented Reality – qo'shimcha reallik) va VR (Virtual Reality – virtual reallik) texnologiyalari orqali interaktiv reklama vositalari foydalanuvchi e'tiborini jalb etishda va tajribaga asoslangan sayohat hissiyotini yaratishda samarali vosita hisoblanadi. Turkiya, Birlashgan Arab Amirliklari, Singapur va Janubiy Koreya kabi turizm rivojlangan davlatlarda mehmonxonalar, muzeylar va madaniy markazlar 360° virtual sayohatlar, AR-kataloglar va interaktiv turlar orqali sayyohlar uchun masofaviy targ'ibot imkoniyatlarini kengaytirgan.

Masalan, Istanbuldagi "Topkapi Palace" AR mobil ilovasi orqali sayohatchilar tarixiy binolarning qayta tiklangan ko'rinishini ko'rishi, eksponatlar haqida jonli ma'lumot olishi mumkin. Dubaydagi mehmonxonalar esa o'z veb-saytlarida 360°

ponaramali ko‘rinishlar orqali xonalar, basseynlar va konferens-zallarni virtual tarzda namoyon etadi.

O‘zbekistonda ham AR/VR texnologiyalarini tadbiq etishga oid sa’y-harakatlar boshlangan. Xususan, Buxoro va Samarqanddagi ayrim muzeylar (masalan, Buxoro arxeologiya muzeyi)da AR planshetlar yordamida eksponatlar haqida 3D formatda ma’lumot olish, tarixiy obrazlarni real vaqtda namoyon qilish amaliyoti yo‘lga qo‘yilmoqda. Bu tashabbuslar raqamli turizmni rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

AR/VR va interaktiv reklama vositalarini Navoiy viloyatida joriy etish viloyat turizm tarmog‘ini raqamli innovatsiyalar asosida rivojlantirishga, turizm mahsulotiga qiziqishni oshirishga va sayohatdan avvalgi bosqichda foydalanuvchida musbat taassurot uyg‘otishga xizmat qiladi.

Xulosa. Navoiy viloyatida turizm sektorida Big Data va analitika vositalarini joriy etish nafaqat raqamli reklama samaradorligini oshiradi, balki marketing strategiyalarini ilmiy asosda rejalashtirish, maqsadli auditoriyani aniqlash va resurslardan oqilona foydalanish imkonini ham beradi.

Navoiy viloyatidagi turizm sub’ektlari Instagram va Telegram orqali quyidagi imkoniyatlardan samarali foydalanishi mumkin:

- turistik marshrutlar, tabiat go‘zalliklari va tarixiy obidalar haqida kreativ va qiziqarli vizual kontent tayyorlash, mahalliy inflyuenserlar va bloggerlar bilan hamkorlikda kontent marketing yuritish (masalan, sayohat taassurotlari, mahalliy taom tayyorlash jarayonini namoyish qilish);

- telegram orqali aksiyalar, maxsus takliflar, elektron gid xizmatlari (botlar, bron qilish shakllari)ni joriy etish, Facebook orqali yoshi katta auditoriya uchun ta’limiy va ma’rifiy kontent tarqatish, TikTok platformasida yoshlar auditoriyasiga mo‘ljallangan qisqa videoroliklar orqali qiziqish uyg‘otish samarali natijalarga olib keladi.

Navoiy viloyatidagi turizm ob'ektlari AR/VR texnologiyalari joriy qilish uchun katta salohiyatga ega. Bunda quyidagilarga e'tibor qaratish lozim:

sayyohlar uchun hududiy veb-sayt yoki mobil ilovalarda asosiy turistik joylar (tog' marshruti, ziyorat yo'llari, mehmonxona xonalari)ni virtual sayohat formatida taqdim etish. Bu masofada bo'lgan xorijiy sayyohlarga viloyat salohiyatini namoyon etishga xizmat qiladi;

muzeylar, yodgorliklar va tabiiy ob'ektlarda maxsus AR-qo'llanmalar orqali foydalanuvchilarning mobil qurilmalari orqali jonli ma'lumot olishi. Masalan, Sarmishsoy petrogliflari yonida joylashtiriladigan QR-kodni skanerlash orqali tarixiy sahna tasvirini ekranda ko'rish;

viloyatdagi aeroport, vokzal va turistik markazlarda sensor ekranlar o'rnatilib, sayyohlar uchun AR-navigator, video gid va bron qilish imkoniyatlari bilan ta'minlash va b..

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. To'xtayev A., Mavlonov O. – *Marketing va raqamli reklama asoslari*. – Toshkent: "Iqtisod-Moliya", 2021.
2. Zokirova D.X. – *Raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing strategiyalarining takomillashuvi*. – Toshkent: TDIU nashriyoti, 2022.
3. G'ofurov U. – *Internet-reklamaning zamonaviy yo'nalishlari*. – "Innovatsion rivojlanish" jurnali, 2023, №2.
4. Axmedov A.M. – *Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va raqamli marketing integratsiyasi*. – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti ilmiy maqolalar to'plami, 2022.
5. Khamidova D.A. – *Reklama kommunikatsiyalarida raqamli texnologiyalardan foydalanish: imkoniyatlar va muammolar*. – "Marketing va bozor" jurnali, 2023, №1.

**TURIZM SOHASINI MILLIY IQTISODIYOTNING DRAYVERI
SIFATIDA RIVOJLANTIRISH XUSUSIYATLARI**

*Abdurasulov Shovqiddin
Sam ISI, "Turizm" kafedrası katta-o'qituvchisi*

Annotatsiya: Ushbu maqola turizm milliy iqtisodiyotini rivojlanishida muhim tarmoq sifatida namoyon bo'lmogda, turistik bozor esa jahon, mintaqaviy va milliy iqtisodiyotlarning o'ziga xos tuzilma, xulq-atvor va samaradorlikka ega bo'lgan muhim sohaviy jihatlari yoritildi.

Kalit so'zlar: drayver, turizm, milliy iqtisodiyot, investitsiya, kommunikatsiya, mehmonxona, turistik resurs, biznes, sivilizatsiya.

Annotation: This article highlights tourism as a key sector in the development of the national economy, covering the structural, behavioral, and efficiency aspects of the tourism market as an important regional and global economic component.

Keywords: driver, tourism, national economy, investment, communication, hotel, tourism resources, business, civilization.

Turizm zamonaviy sharoitda dunyo mamlakatlarining iqtisodiy o'sishida muhim rol o'ynayotgan sohalardan biriga aylandi. U faqatgina yalpi ichki mahsulotning o'sishiga hissa qo'shmay, aholining balki bandlik darajasini oshirish, kichik va o'rta biznesni rivojlantirish, investitsiyalar oqimini kuchaytirish va mamlakatning xalqaro imijini yaxshilash kabi omillar orqali milliy iqtisodiyot uchun qo'shimcha qiymat yaratadi.

Bugungi globallashuv va raqobat muhitida turizm sohaci jahon iqtisodiyotining eng tez sur'atlarda rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri sifatida tan olinmogda. Xususan, ko'plab mamlakatlar turizmni milliy iqtisodiyotning asosiy drayveri sifatida belgilab (**"Drayver"** (inglizcha *driver* — "dvigatel", "harakatga keltiruvchi mexanizm") — bu jarayonlar, subyektlar va ularning holatlarini rivojlantirish va

o'zgartirishga ko'maklashuvchi harakatga keltiruvchi kuch hisoblanadi"²⁶) uning salohiyatini kengaytirishga alohida e'tibor qaratishmoqda.

Iqtisodiyotning drayver sohasi deb iqtisodiy o'sishni ta'minlaydigan, innovatsion taraqqiyot jarayonlarini rag'batlantiradigan hamda sohalar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik va hamkorlikni kuchaytiruvchi yetakchi tarmoq tushuniladi. Bunday tarmoqlar barqaror rivojlanish va yangi qiymat yaratish jarayonlarini tezlashtirish orqali umumiy iqtisodiy faollikni oshirishda hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Shu nuqtayi nazardan turizm sohasi nafaqat iqtisodiy o'sishni ta'minlovchi asosiy omillardan biri, balki ijtimoiy barqarorlikni mustahkamlash, madaniy almashinuv va sivilizatsiyalar o'rtasidagi muloqotni rag'batlantirish orqali jamiyat taraqqiyotiga ijobiy ta'sir ko'rsatuvchi strategik yo'nalish sifatida ham namoyon bo'lmoqda.

Iqtisodiy o'sish drayverlari — bu potensial bozor talabini aniqlaydigan va rivojlanish nuqtalaridan kelib chiqadigan impulslarni ushlab, turli aktivlarni jalb qilgan holda mamlakat iqtisodiyotini o'zgartiruvchi kuchli oqimga aylantiradigan turli murakkab mexanizmlar majmuasidir²⁷. Bundan tashqari, boshqa ta'rif ham mavjud: iqtisodiy o'sish manbai bilan iqtisodiy tizim o'rtasida bog'lanishni ta'minlovchi mexanizmlar²⁸.

Drayverlar turli tabiatga ega bo'lishi mumkin, ammo ularning asosiy vazifasi — milliy iqtisodiy tizim doirasida vertikal va gorizontaal aloqalarni shakllantirish hamda rivojlanish nuqtalarida paydo bo'ladigan impulslarni ushlab qolish va tarqatish orqali yagona integratsiyalashgan tizimni vujudga keltirishdan iboratdir.

Iqtisodiy o'sish drayverlarini quyidagi besh guruhga ajratish mumkin²⁹:

– **Infratuzilmaviy drayverlar** — samarali infratuzilmaviy yechimlarni joriy

²⁶ Zaychenko I.M., Kozlov A.V., Shitova Ye.S. DRAYVERЫ SIFROVOY TRANSFORMATSII BIZNESA: PONYATIE, VIDЫ, KLYUCHEVЫE STEYKXOLDERЫ. Nauchno-texnicheskiye vedomosti SPbGPU. Ekonomicheskkiye nauki. Tom 13, № 5, 2020

²⁷ Ivanova L. N. Tochki rosta i drayvery rosta: k voprosu o soderzhanii ponyatiy / L. N. Ivanova // Journal of Institutional Studies (Jurnal institutsionalnykh issledovaniy). – 2015. – № 2. – S. 120-133.

²⁸ Drayver rosta ekonomiki primenitelno k promyshlennosti [Elektronnyy resurs]. – Rejim dostupa: <https://popecon.ru/otrivki/863-draiver-rosta-ekonomiki-primenitelno-k-promyshlennosti.html> (Data obraщeniya 21.04.2019)

²⁹ Jukovskaya I.F., Kuchina A.O. Drayvery ekonomicheskogo rosta: regionalnyy aspekt. <http://edrf.ru/article/18-05-2019>

etish orqali iqtisodiyot rivojlanishini rag'batlantiradigan omillar;

– **Resurs drayverlari** — kerakli sifat va hajmdagi resurslarni jalb qilish orqali iqtisodiy o'sishni ta'minlaydigan omillar;

– **Sohalar o'rtasidagi (mejotraslevye) omillar** — ta'siri iqtisodiyotning turli sohalarida namoyon bo'ladigan drayverlar;

– **Sohaviy omillar** — muayyan iqtisodiy tarmoqlar doirasida faoliyat yurituvchi drayverlar;

– **Siyosiy omillar** — davlat siyosati doirasida boshqaruv qarorlarini qabul qilish orqali amalga oshiriladigan drayverlar.

Hozirgi kunda turizm jamiyatning iqtisodiy va ijtimoiy taraqqiyotida muhim tarmoq sifatida namoyon bo'lmoqda, turistik bozor esa jahon, mintaqaviy va milliy iqtisodiyotlarning o'ziga xos tuzilma, xulq-atvor va samaradorlikka ega bo'lgan muhim sohaviy bozori sifatida faoliyat yuritmoqda. Xalqaro turizm rivojlangan sanoat sohasi bo'lib, u davlat va davlatlararo darajada maxsus tartibga solish tizimi va institutlari, hamda ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish va boshqarishning o'ziga xos usullari bilan ajralib turadi.

Turizm sohasi doimiy takomillashib borayotgan mahsulot yaratilishi, ishlab chiqarish siklining muntazam yangilanishi bilan xarakterlanadi. Turizm jahon yalpi milliy mahsulotining o'n foizini ta'minlab, turli to'siqlar (tabiiy ofatlar, texnogen falokatlar, terroristik hujumlar va boshqalar) yuzaga kelishiga qaramasdan, iqtisodiyotning eng yirik, yuqori daromadli va jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri sifatida to'liq e'tirof etilgan.

Bugungi kunda turizm dunyo mamlakatlarining, jumladan O'zbekistonning ham ijtimoiy, madaniy va ekologik muhitiga ta'sir ko'rsatayotgan eng muhim sohalardan biriga aylanmoqda. Ushbu tadqiqotning dolzarbligi shundaki, globallashuv jarayonlari shiddat bilan kechayotgan sharoitda jahon turizm industriyasi O'zbekiston uchun ham ustuvor strategik ahamiyat kasb etmoqda va mamlakat uchun ulkan imkoniyatlar va istiqbollarni ochib bermoqda. Xalqaro turizmni rivojlantirish uchun

katta salohiyat mavjud bo'lishiga qaramasdan, O'zbekiston xalqaro turistik bozorda hali yetarli darajada o'z o'rnini mustahkamlagan emas. Mamlakatning xalqaro turistik tizimga to'liq integratsiya bo'lishiga esa qator ichki va tashqi ijtimoiy-iqtisodiy, siyosiy hamda tashkiliy-institutsional to'siqlar mavjud bo'lib, ularni bartaraf etish turizm sohasini rivojlantirishda muhim vazifa hisoblanadi.

Bugungi global iqtisodiyot sharoitida turizm soha sifatida nafaqat madaniy aloqalarni mustahkamlash, balki iqtisodiy barqarorlik va o'sishni ta'minlashda ham muhim ahamiyat kasb etmoqda. Turizmning rivojlanishi orqali mamlakatlar o'z iqtisodiyotini diversifikatsiya qilish, yangi ish o'rinlari yaratish, investitsiya oqimini oshirish va innovatsion rivojlanishni tezlashtirish imkoniyatiga ega bo'lmoqda.

Avvalo, iqtisodiy diversifikatsiyani ta'minlash masalasiga to'xtaladigan bo'lsak, turizm an'anaviy tarmoqlar — sanoat va qishloq xo'jaligidan farqli ravishda xizmat ko'rsatish sohasini faol ravishda rivojlantirish orqali iqtisodiyot tarkibini muvozanatlashtirish imkonini yaratadi. Turizmning kengayishi iqtisodiyotning turli segmentlariga yangi impuls berib, umumiy barqarorlik va rivojlanishni ta'minlaydi. Bu jarayon kichik va o'rta biznes subyektlarining faolligini oshirib, mahalliy iqtisodiyotda raqobat muhitini kuchaytiradi.

Shu bilan birga, turizm sohasi bandlik darajasini oshirishda ham muhim rol o'ynaydi. Turizm mehnat talabchan soha bo'lib, turli kasb va malakaga ega bo'lgan odamlar uchun ish o'rinlari yaratadi. Ayniqsa, yoshlar, ayollar va qishloq aholisi uchun yangi imkoniyatlar ochiladi. Mehmonxona xizmati, ekskursiya tashkil qilish, milliy hunarmandchilik va ovqatlanish sohalarida ish o'rinlari ko'payib, aholi daromadlari oshadi, ijtimoiy barqarorlik ta'minlanadi.

Turizmning yana bir muhim jihat — to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita investitsiyalarni jalb qilish qobiliyatidir. Turizm infratuzilmasini rivojlantirish (mehmonxonalar qurilishi, yo'l va transport tarmoqlarini yaxshilash, axborot-kommunikatsiya xizmatlarini kengaytirish) orqali mahalliy va xalqaro sarmoyadorlar uchun jozibador muhit yaratiladi. Natijada, nafaqat turizm sohasi, balki bankchilik,

savdo, qurilish va xizmat ko'rsatish sohalari ham investitsiya oqimidan foydalanadi.

Bundan tashqari, turizm xalqaro iqtisodiy muloqot va integratsiya jarayonlarini faollashtirishda katta o'rin tutadi. Turizm orqali mamlakatlar o'rtasida savdo-iqtisodiy va madaniy aloqalar mustahkamlanadi, milliy mahsulot va xizmatlar tashqi bozorlarga chiqadi. Turistik brendlar va milliy qadriyatlarni targ'ib qilish orqali mamlakatning xalqaro imiji yaxshilanadi va tashqi bozorda raqobatbardoshligi oshadi.

Nihoyat, zamonaviy turizm sohasi innovatsion g'oya va texnologiyalarni joriy qilish uchun ham katta maydon hisoblanadi. Yangi xizmat turlari, raqamli platformalar, onlayn bronlash tizimlari va "aqlli turizm" texnologiyalari joriy etilishi sohaning raqobatbardoshligini oshiradi. Shu bilan birga, bu jarayon milliy iqtisodiyotda ham innovatsion yondashuvlarni keng joriy etishga, startaplar va texnologik bizneslarning rivojlanishiga turtki beradi.

Xulosa qilib aytganda, turizm sohasining rivojlanishi nafaqat iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, bandlik darajasini oshirish va investitsiya jalb qilish imkoniyatlarini yaratadi, balki milliy iqtisodiyotning zamonaviy texnologiyalarga integratsiyalashuvini ham tezlashtiradi. Shuning uchun ham turizmni strategik darajada rivojlantirish mamlakat iqtisodiy taraqqiyoti va barqarorligini ta'minlashda ustuvor yo'nalishlardan biri bo'lib qolmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 26 apreldagi qarori. – Toshkent : "O'zbekiston" qonun hujjatlari milliy bazasi, 2023. – 12 b.
2. Bo'riyev, A. Turizm infrastrukturasi rivojlantirish: mehmonxona biznesi va logistika [Matn] / A. Bo'riyev, S. Aslonov. – Samarqand : SamIqSiT nashriyoti, 2022. – 245 b.
3. To'xliyev, I. Yangi O'zbekiston iqtisodiyotida turizmning roli [Matn] / I. To'xliyev. – Toshkent : O'zbekiston nashriyoti, 2021. – 180 b.
4. Turizm – milliy iqtisodiyotning asosiy drayveri [Matn] // Iqtisodiyot va

statistika. – 2023. – №5. – B. 45-52.

5. Turizm resurslarini boshqarish va ularning iqtisodiy samaradorligi [Matn] // Samarqand Iqtisodiyot va Servis Instituti axborotnomasi. – 2022. – №3. – B. 78-85.

6. Turizmni rivojlantirishda innovatsion yondashuvlar [Matn]: Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari (Toshkent, 2023 yil 15-16 may) / K. Rahimov tahriri ostida. – Toshkent : O‘zTDI nashriyoti, 2023. – 320 b.

7. Turizmning iqtisodiy o‘shisdagi roli [Elektron resurs] / BMT Turizm Tashkiloti (UNWTO). – 2022. – URL: <https://www.unwto.org> (murojaat qilish sanasi: 10.06.2024).

8. O‘zbekistonning xalqaro turizm bozoridagi o‘rni [Elektron resurs] / O‘zbekiston Turizm va madaniy meros vazirligi. – 2023. – URL: <https://uzbektourism.uz> (murojaat qilish sanasi: 10.06.2024).

9. O‘zbekistonda turizm: statistik qo‘llanma [Matn] / O‘zbekiston Respublikasi Statistik qo‘mitasi. – Toshkent : 2023. – 95 b.

10. Mahalliy rivojlanishda barqaror turizmning roli [Matn] / Jahon banki guruhi. – Vashington, 2021. – 210 b.

TIJORAT BANKLARINING KREDIT RESURSLARI VA ULARDAN SAMARALI FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH

Samadov Mirkomil Farxodovich

E-mail: mirkomilsamadov@gmail.com

ORCID: 0000000233295971

Annotatsiya. Ushbu maqolada tijorat banklarining kredit resurslarini shakllantirish manbalari, ularning iqtisodiyotdagi roli va ushbu resurslardan samarali foydalanish masalalari tahlil qilingan. Kredit resurslari tarkibi bo‘yicha statistik ma’lumotlar asosida jadvallar tuzilib, kredit portfeli dinamikasining asosiy yo‘nalishlari ko‘rsatib berilgan. Shuningdek, mavjud muammolar – xususan kredit sifati, risklarni boshqarish, depozit bazasining beqarorligi va resurslar taqsimotidagi nomutanosibliklar – aniqlab berilgan. Maqolada zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, monitoring tizimini kuchaytirish va resurslarni diversifikatsiyalash kabi

takliflar asosida samaradorlikni oshirish yo‘llari taklif etilgan. Tadqiqot xulosalari tijorat banklarining kredit siyosatini takomillashtirishda amaliy ahamiyat kasb etadi.

Kalit so‘zlar: Tijorat banklari, kredit resurslari, depozitlar, kredit portfeli, moliyaviy barqarorlik, risklarni boshqarish, kreditlash samaradorligi, bank resurslari diversifikatsiyasi, kredit siyosati, raqamli texnologiyalar.

Abstract. This article analyzes the sources of credit resources formation of commercial banks, their role in the economy and the issues of effective use of these resources. Based on statistical data on the composition of credit resources, tables are compiled, indicating the main directions of credit portfolio dynamics. Also, existing problems are identified - in particular, credit quality, risk management, instability of the deposit base and imbalances in the distribution of resources. The article proposes ways to increase efficiency based on proposals such as the introduction of modern technologies, strengthening the monitoring system and diversification of resources.

The conclusions of the study are of practical importance in improving the credit policy of commercial banks.

Key words: Commercial banks, credit resources, deposits, credit portfolio, financial stability, risk management, lending efficiency, diversification of bank resources, credit policy, digital technologies.

Kirish. Hozirgi davrda bank-moliya tizimi mamlakat iqtisodiyotining barqaror va izchil rivojlanishida asosiy o‘rinlardan birini egallamoqda. Ayniqsa, tijorat banklari faoliyati orqali iqtisodiyotning real sektorini kreditlash, investitsiyalarni moliyalashtirish va moliyaviy xizmatlarni kengaytirish orqali yirik ijtimoiy-iqtisodiy natijalarga erishilmoqda. Shunday sharoitda tijorat banklarining kredit resurslarini shakllantirish, ularni to‘g‘ri boshqarish hamda samarali foydalanish masalalari dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Tijorat banklarining kredit resurslari – bu banklar tomonidan kreditlash faoliyatini yuritish, daromad olish va mijozlar ehtiyojini qondirish uchun jalb etilgan moliyaviy mablag‘lardir. Kredit resurslarining manbalari va ularning tarkibi bankning

moliyaviy barqarorligi, kredit portfeli sifati va xizmat ko'rsatish samaradorligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Ayniqsa, so'nggi yillarda bank tizimining raqobatbardoshligini oshirish, xizmatlar ko'lamini kengaytirish va innovatsion yechimlar asosida kreditlash mexanizmlarini rivojlantirish zarurati kuchaymoqda.

Mazkur maqolada tijorat banklarining kredit resurslarini shakllantirish manbalari, ularning tuzilmasi, iqtisodiyotdagi o'рни va ulardan foydalanishning samaradorlik darajasi tahlil qilinadi. Shuningdek, mavjud muammolar aniqlanib, ularni hal etish bo'yicha taklif va tavsiyalar ilgari suriladi. Maqola yakunida kredit resurslaridan oqilona foydalanish orqali banklar faoliyatini takomillashtirish va mamlakat iqtisodiy salohiyatini oshirish bo'yicha xulosalar keltiriladi.

Bugungi kunda O'zbekistonda iqtisodiy, siyosiy va ijtimoiy sohalarni yanada rivojlantirish jarayoni borayapti, qonun xujjatlarini isloh etish borasida keng ko'lamli ishlar amalga oshirilmoqda, makroiqtisodiy muhit barqarorlashganligi kayd etildi. Bu holat iqtisodiyotdagi, shu jumladan ishlab chiqarish sektoridagi umumiy o'sishda, chakana tovar aylanishi hamda aholining real daromadlari o'sganligida ko'rinadi. Bularning barchasi chakana moliya xizmatlari bozori rivojlanishi uchun mustahkam zamin hozirlaydi. Aholining iste'mol sohasidagi faolligi oshgani hamda jamgarmalarga harajatlar ulushi kamayganligi natijasida jismoniy shaxslarning chakana bank mahsulotlariga bo'lgan talabi ancha oshdi. Bank sektori esa, Hozirgi vaqtda bu ehtiyojlarni qondirishga kodir.

Aholi uchun xizmatlar doirasini yanada kengaytirish siyosatini kat'iy yuritayotgan Milliy bank respublikada diversifikatsiyalangan xizmatlarning keng doirasini takdim etuvchi eng yirik chakana bank hisoblanadi. Mijozlar soni ancha ko'payganligi bo'limlar va filiallar orqali ko'rsatiluvchi elektron xizmatlar kengayganligi, aholining ishonchi ortgani, omonatlar shartlarini maqbullashtirish, yangi depozitlarni ishlab chiqish va joriy etish, ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini yaxshilash borasida aniq maqsadli ishlar olib borilishi natijasidir.

Jamiyatda Internet-madaniyatni rivojlantirishga doir quyidagi takliflarni keltirish

mumkin:

- Oilada farzand tarbiyasiga katta mas'uliyat bilan yondashish;
- Ota-onalar yoki ularning o'rnini bosuvchi shaxslarga kompyuter savodxonligi va Internetdan foydalanish madaniyatini o'rgatilishi va ular orqali yoshlarning Internetdan to'g'ri va samarali foydalanishlarini ta'minlash;
- Internet xavfsizligi sohasidagi qonunchilikni takomillashtirish;
- Yoshlar ongida Internet-madaniyat va axborot xavfsizligi ko'nikmalarini oshirishga qaratilgan qo'llanmaning ishlab chiqilishi va o'quv yurtlariga bepul tarqatilishi;
- Tegishli tashkilotlar tomonidan o'quv muassasalari va davlat korxonalarida Internet tarmog'idan foydalanishda Internet-madaniyatga, jumladan, odob-axloq me'yorlariga rioya qilinishi hamda fuqarolarni turli ma'naviy tahdidlardan saqlash, ularning ongida mafkuraviy immunitetni kuchaytirishga qaratilgan o'quv seminarlari va tadbirlarning tashkil etilishi;
- Ommaviy axborot vositalarida Internet-madaniyatga doir materiallarning e'lon qilib borilishi;
- Ta'lim muassasalaridagi AKTga doir darsliklarga Internet-madaniyat va uning ahamiyatiga qaratilgan mavzularning kiritilishi;
- Respublikada faoliyat yuritayotgan psixologlarni yoshlarning Internetga qaramligiga qarshi kurash yo'nalishi bo'yicha qayta tayyorlash;
- Kompyuterga nojo'ya axborotlarni qabul qilishga qarshi maxsus taqiqlov dasturlari o'rnatilishi. Xorijda bunday tajriba keng yo'lga qo'yilgan (bu yo'nalishdagi eng mashhur dasturlar: Kiberpatrul yoki Kidskontrol);
- Ommabop xorijiy ijtimoiy tarmoqlarning milliy foydalanuvchilarga ma'qul kelayotgan imkoniyatlari to'liq o'rganilib, milliy ijtimoiy tarmoqlarga tatbiq etilishi;
- Ta'lim muassasalarida tahsil olayotgan o'quvchi va talabalar o'rtasida Internet-madaniyatga oid turli ko'rinishdagi tanlovlarning tashkil etilishi;
- Internetdan foydalanish madaniyati targ'ib etilgan tashqi reklamalarning

tashkil etilishi (ya'ni ko'chalardagi billboardlarda bu yo'nalishdagi targ'ibot matnlari va suratlarning joylashtirilishi);

- Respublikada "Xavfsiz Internet oyligi"ni yo'lga qo'yish.

Xulosa qilib aytganda, korxonalar, ta'lim muassasalari va oilalardagi axborot tizimlarida kiberxavfsizlikning ishonchli ta'minlanganligi va Internet foydaluvchilari ongida esa Internetdan foydalanish madaniyati ko'nikmasini oshirish kibertahdidlarning oldini olishi uchun muhim ahamiyat kasb etadi.

Mamlakat iqtisodiyotida bozor mexanizmining asosiy qismi bo'ladigan tijorat banklarining yuqori tashkiliy tizimini O'zbekistonda yaratish uchun rivojlangan mamlakatlarning ijobiy tajribasini o'rganish va undan foydalanish asosida bank xizmatlarining keng tarmog'inishakllantirish va rivojlantirish lozimdir.

Ma'lumki, bank sohasidagi marketing, kredit - resurslari bozorini o'rganish, mijozlarning moliyaviy holatini taxlil qilish va kilingan hulosalar zaminida bankka omonatlarni jalb qilish imkoniyatlarini, hamda bank faoliyatidagi mumkin bo'lgan o'zgarishlarni oldindan taxmin qilishga qaratiladi.

Hozirgi kunda korxona va tashkilotlarga o'zlari xohlagan banklarida hisobrakam ochishga ruxsat berilgan bir paytda bank ishi bo'yicha raqobat kengaymoqda. Banklarning mijozlarga ko'rsatadigan keng qamrovli xizmatlarrshing shakllanishi va rivojlanishi bir qator tamoyillarga asoslanadi; bank strategiyasining shakllanishi, tasirchanligini aniqlash, xizmatlarni sotish, bozorni tadqiq etish, qadrlar siyosati va boshqalar.

Bank boshqaruvi va uning barcha jihatlari faoliyatining maqsad mijozlarni jalb etish, o'z xizmatlarni sotish sohasini kengaytirish, bozorni egallash, olinayotgan foydani oshirishdan iborat. Shundan so'ngi yillarda mazmuni va maqsadi, moliya bozoridagi raqobat bank va mijozlar o'rtasidagi munosabatlar o'zgarishi tufayli o'zgarib borayotgan bankning marketing xizmati katta ahamiyat kasb etmoqda.

Hozirda har bir bank rahbari va mutaxassisi markenting bo'yicha mutaxassis bo'lmog'i lozim. Raqobatda yutish uchun banklar bank xizmatlarining eng keng

qamrovli yig'indisini taklif etishlari lozim. Endi ular bozor faoliyati asosi sifatida o'z e'tiborlarini mijozlar ehtiyojlarini qondirishga qaratishadi.

Ma'lumki bank faoliyati takrorlanuvchi operatsiyalarga moslanadi. Shu sababli u mijozlarni saqlab qolish va kengaytirishga, uzoq muddatga mijozlarga moliyaviy xizmatlar ko'rsatish markaziga aylanishga intiladi. Bank mijozlarining real ehtiyojlaridan kelib chiqib, unga haqiqatdan kerak narsani bera olmog'i lozim. Raqobat iqtisodiyot sharoitida mijozlarni maqsadlarining biri - yangi mijozlar to'xtovsiz jalb etishdir. Industrial rivojlaningan mamlakatlardan aholining bank operatsiyalari jalb etilishi juda yuqori: uy xo'jaliklarining 80% ga yaqini bank mijozlari, joriy va jamg'arma hisob varaqlariga ega, kredit kartochkalari bor. Bundan tashqari banklar mavjud mijozlarga yangi turdagi xizmatlar taklif etishni kengaytirmoqda.

Bank faoliyatining tijorat shakli marketingni keng qo'llashni talab etadi. Bank sohasidan marketingni xususiyatlarini nafaqat u pul resurslarini foydali ishlatish va bank ishini tijoratlashtirishga ko'maklashuvi sababli, balki bank faoliyatining ob'ekti bo'lishi pul oborotining xususiyatlarini ham kelib chiqaradi. Shundan bank marketingi birinchi navbatda xo'jaliklardan naqd pulsiz hisoblarni mukammallashtirish va tezlashtirish hisobiga pul oborotining to'la ishlashga qaratilgan bo'lmog'i lozim. Marketing bank mijozlarining (tashkilotlar, korxonalar, kooperativlar, orqali) ehtiyojlarni tahlil etish va qondirish, xomashyo etkazib beruvchilar tayyor mahsulot harid qiluvchilar moliyaviy va bank tizimi xizmatlari va hokazolar bilan hisoblarni tez va aniq o'tkazishga qaratilmog'i kerak. Bank marketingi bank mijozlari jumladan faoliyatini hisobga oluvchi, ularni sheriklarini joylashishining xususiyatlarini, ularning moliyaviy holati va bank pul aborotiga ta'sir etuvchi omillarni hisobga olib hisob-kitoblarni yangi shakllari bilan bog'lanadi.

Bank sohasidan masalan, kredit resurslarini o'rganish. Mijozlarni moliyaviy holati tahlili va shu asosda omonatlarni jalb etish imkoniyatlari, bank faoliyatida o'zgarishlarni kiritishga qaratilmog'i lozim, hozirdan korxona va tashkilotlarni

xohlagan bankdan hisob varaqa ochish imkoniyatiga ega bo'lgan sharoitida bank ishida raqobat kuchayadi. Marketing yangi mijozlarni jalb etishi uchun sharoitlarni ta'minlash, mijozlarni shu bankdan hisob varaqa ochishga jalb etish uchun yangi xizmat turlarini tashkil etishga yo'naltiriladi. U bank sohasida integratsiyalash markazi rivojlanmoqda, nafaqat omonatchilar sonini oshirishga, shu bilan birga ularga ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini oshirishga qaratilgandir. Bank sohasida marketingni xususiyati shundan iboratki tijorat banklari nafaqat omonatchilarni jalb etishdan, balki jalb etilgan mablag'larni turli birlashmalar, tashkilotlar, korxonalar va aholini kreditlash orqali ishlatishdan manfaatdordir. Bu marketingning tijorat banklari va omonatchilari o'rtasiga munosabatlari bilan bir qatorda tashkilotlar: korxonalar aholiga ssuda shaklida beriladigan kreditlar sohasida ham kompleks rivojlanishini taqozo etadi. Bu ikki sohada marketingning maqsadi turlicha: birinchisida mijozlar omonatchilar sifatida bankka jalb etish bo'lsa, ikkinchisida - bankning kredit resurslarini shunday yo'naltirish kerakki, ularni ishlatuvchilarning bankka ham o'zlariga ham va umuman ho'jalikka eng katta naf tegsin.

Umuman olganda bank marketingni yagona maqsadni amalga oshirishga qaratiladi: daromadlar va ho'jalikdagi vaqtincha bo'sh pul mablag'laridan ratsional foydalanish,

Tijorat banklari raqobati sharoitida omonatchilarni jalb etish uchun tashkilot korxona va aholi mablag'larini ancha uzoq muddatga jalb etishga qaratilgan foiz siyosatidan foydalaniladi. Tijorat banklari foiz siyosatining ishlatilishi, xususan foiz stavkalarini belgilash va nazorat qilish, bir vaqtning o'zida tashkilot va korxonalarni kreditdan foydalanish foiz stavkalari nazorati bilan birgalikda olib boriladi. Bu sharoitda marketingning vazifasi kreditga talabni o'rganishdan iborat, bu esa o'z navbatida har bir mijozning moliyaviy ahvolini o'rganish. Mijozlarga xizmat ko'rsatishni takomillashtirish va ssuda mablag'larini eng foydali ishlatish sohalarini aniqlashni talab etadi.

Kredit-moliya tashkilotlari tomonidan raqobat kuchaydi turli sug'urta moliya

investitsiya kompaniyalari, pensiya fondlari jamg'arma kassalari bunga misoldir. Bu tashkilotlar hozirdayoq katta mablag'larga ega bo'lib, ularni kredit resurslari bozorida taklif qilmoqda. Bular aholi resurslari jalb qilishda ham bular uchun kuchli raqobatchidir. Ayrim odamlar pullarni bankka qo'ygandan ko'ra pensiya fondi qo'shimcha ajratmalar qiladi.

Kredit resurslari tarkibi (%) – 2022–2024

1-jadval

Manba nomi	2022-yil	2023-yil	2024-yil*
Mijozlar depozitlari	68%	70%	72%
Qarz mablag'lari	12%	10%	9%
Emissiya mablag'lari	5%	6%	7%
Bankning o'z mablag'lari	10%	9%	8%
Xalqaro moliyaviy institutlar	5%	5%	4%

2022–2024-yillar oralig'ida tijorat banklarining kredit resurslari tarkibida sezilarli o'zgarishlar kuzatilmoqda. Jumladan, mijozlar depozitlari kredit resurslarining eng yirik manbasi bo'lib qolmoqda va bu ko'rsatkich 2022-yildagi 68 foizdan 2024-yilda 72 foizga oshgan. Bu holat aholining bank tizimiga bo'lgan ishonchi ortib borayotganligini, shuningdek, omonatlarni jalb qilish bo'yicha olib borilayotgan siyosatning natijadorligini ko'rsatadi.

Qarz mablag'lari, ya'ni Markaziy bank va boshqa tijorat banklaridan olinadigan mablag'lar ulushi kamayib bormoqda — 2022-yildagi 12 foizdan 2024-yilda 9 foizga tushgan. Bu esa tijorat banklarining tashqi moliyaviy qaramlikdan asta-sekin voz kechib, ichki manbalarga tayanayotganligini anglatadi.

Shu bilan birga, emissiya yo'li bilan jalb qilingan mablag'lar (ya'ni obligatsiyalar chiqarish orqali) ulushi 5 foizdan 7 foizgacha oshgan. Bu moliyaviy instrumentlar diversifikatsiyasi yo'nalishida ijobiy qadam bo'lib, bozor mexanizmlarining rivojlanayotganini bildiradi.

Bankning o'z mablag'lari ulushining pasayishi (10% → 8%) esa ehtiyotkorlik bilan baholanishi kerak. Bu ba'zi banklarda dividend siyosatining agressivligi yoki aktivlarning haddan ziyod o'sib borayotgani fonida kapital yetarliligining pasayganidan dalolat berishi mumkin.

Shuningdek, xalqaro moliyaviy institutlardan jalb etilgan mablag'lar ulushi nisbatan barqaror bo'lib, 5 foizdan 4 foizgacha kamaygan. Bu ko'rsatkich xalqaro moliyaviy resurslardan foydalanishda ehtiyotkorlik bilan yondashilayotganini ko'rsatadi, lekin global integratsiya darajasining sustlashganligini ham ifodalashi mumkin.

Umuman olganda, ushbu davrda tijorat banklari o'z kredit resurslar bazasini ko'proq ichki manbalar, xususan, aholining depozit mablag'lari hisobiga kengaytirishga intilmoqda. Bunday tendensiya barqaror moliyaviy tizimni shakllantirishda muhim ahamiyatga ega bo'lib, resurslardan samarali foydalanishni ta'minlash imkonini beradi.

Kredit portfeli tarkibi (mlrd so'mda) – 2022–2024

2-jadval

Kredit yo'nalishi	2022-yil	2023-yil	2024-yil*	O'sish (2023–2024)
Iste'mol reditlari	18 000	22 000	25 500	15.9%
Biznes kreditlari	35 000	45 000	52 000	15.6%
Investitsion reditlar	12 000	13 500	15 000	11.1%
Ipoteka kreditlari	8 000	9 200	10 800	17.4%
Tashqi savdo kreditlari	5 000	6 000	6 800	13.3%

2022–2024-yillar davomida tijorat banklarining kredit portfeli tarkibida sezilarli o'sish kuzatilmoqda. Bu, bir tomondan, iqtisodiy faollikning oshgani va moliyaviy xizmatlarga talab ortganidan darak bersa, ikkinchi tomondan, banklar tomonidan kreditlash mexanizmlarining takomillashib borayotganini ko'rsatadi.

Iste'mol kreditlari hajmi 2022-yildagi 18 trillion so'mdan 2024-yilda 25,5

trillion soʻmga yetgan. Bu 15,9 foizlik oʻsish bilan izohlanadi va aholining bank kreditlariga boʻlgan talabining ortib borayotganini, shuningdek, kredit olish shartlarining qulaylashganini bildiradi. Bu turdagi kreditlar asosan kundalik ehtiyojlar, texnika, taʼlim yoki tibbiyot xizmatlari uchun ajratiladi.

Biznes kreditlari eng yirik ulushni egallab, 2023-yilga nisbatan 15,6 foizga oshib, 52 trillion soʻmga yetgan. Bunday oʻsish kichik va oʻrta biznes subyektlariga berilayotgan eʼtibor, davlat tomonidan qoʻllab-quvvatlash mexanizmlari (imtiyozli kreditlar, kafilliklar) hamda moliyaviy inklyuziya siyosatining natijasidir. Bu yoʻnalishning faollashuvi iqtisodiyotdagi ish oʻrinlari koʻpayishi va ishlab chiqarish salohiyatining kengayishiga xizmat qiladi.

Investitsion kreditlar hajmi ham bosqichma-bosqich oʻsib bormoqda — 2024-yilda 15 trillion soʻmga yetib, 2023-yilga nisbatan 11,1 foizga oshgan. Ushbu kreditlar asosan infratuzilma loyihalari, texnologik yangilanish va ishlab chiqarish quvvatlarini modernizatsiyalashga yoʻnaltiriladi. Bu tarmoqning barqaror oʻsishi uzoq muddatli iqtisodiy samaradorlik uchun muhim asos boʻladi.

Ipoteka kreditlari boʻyicha ham barqaror oʻsish kuzatilgan: 2022-yilda 8 trillion soʻmni tashkil etgan boʻlsa, 2024-yilda bu koʻrsatkich 10,8 trillion soʻmga yetgan. 17,4 foizlik oʻsish aholi uy-joy sharoitlarini yaxshilash istagi, yangi uy-joy qurilishlari va davlat tomonidan subsidiya ajratilishi bilan bogʻliq.

Tashqi savdo kreditlari 2024-yilda 6,8 trillion soʻmni tashkil qilgan boʻlib, 2023-yilga nisbatan 13,3 foizga oshgan. Bu oʻsish eksport-import operatsiyalarini moliyalashtirishda banklarning faol ishtirokini va tashqi iqtisodiy aloqalarning kengayishini aks ettiradi.

Umuman olganda, 2022–2024-yillar mobaynida kredit portfeli tarkibida barcha yoʻnalishlar boʻyicha ijobiy oʻsish tendensiyasi kuzatilmoqda. Bu esa banklarning resurs bazasini toʻgʻri yoʻnaltirayotgani, kredit siyosatining nisbatan samarali amalga oshirilayotganini anglatadi. Biroq oʻsish bilan birga, kredit sifati, toʻlovga layoqat monitoringi va xavflarni boshqarish tizimlarini kuchaytirish ham dolzarb boʻlib

qolmoqda.

Hozirgi vaqtda Jahonda tezkorlik bilan rivojlanib kelatyogan, muammoli va istiqbolli yangi bank xizmati - internet-banking (internet-banking) hisoblanadi. Internet-banking rivojlanishi hozir yetarli darajada istiqbollidir. Aksariyat ilg'or tijorat banklari, xususan, Ipak yo'li bank, (ipak yo'li -Online), TIF Milliy bank (R-bank), Turon bank, Sanoatqurilishbank, Hamkorbank, Asia Allance bank, Hi-Tech bank (i-bank), Invest Finance bank va boshqalar internet orqali mijozlar bilan hamkorlik qilmoqdalar. Mutaxassislarning fikricha kelajkd bank mijozlarning qariyb yarmi internetning global Jahon tarmog'idan banklar bilan hamkorlik qilish uchun foydalaniladilar. Takidlash joizki, mijozning talabi bo'yicha uning bank mutaxassisi bilan bevosita muloqatasiz bank mahsulotlari va xizmatlarini berishni ham masofadan bank xizmati ko'rsatish deb atash mumkin.

Albatta tabiiy savol tug'ilishi mumkin zamonaviy talabalarga hozirda mavjud texnologiyalardan qaysi biri javob berishi mumkin va mobil banking modellarining qaysi biri afzaldir? Fikrimizcha, bu mijozlar maksimal qulaylikni ta'minlovchi WAP-banking modelidir. Ushbu platformada mobil-banking tizimlarini rivojlantirish istiqbolligini WAP-bankingning quyidagi ustuvor tomonlari isbotlaydi.

Umuman olganda, ekspertlarning baholashiga ko'ra, internet-banking bozorining rivojlanishiga bir qancha omillar tasir ko'rsatadi.

Internet-banking rivojlanishini taxlil qilar ekanmiz, mijozlar uchun zarur bo'lgan internet-banking tizimining uchta muhim xususiyatini ajratamiz:

1. Funksional imkoniyatlar (mijozlarga mumkin bo'lgan operatsiya);
2. Tizimdan foydalanishining qulayligi (qo'llanish interfeysi).
3. Molimyaviy ma'lumotlarni berish va ularni saqlash xafsizligini ta'minlash.

Taraqqiyotning zamonaviy darajasida banklar ishining daromadligini ilg'or texnologik xizmatlar belgilashiga shubxa qilmasa ham bo'ladi. Shu bilan birga, yuqorida ko'rsatilgan xizmatlardan daromadlarini kredit yoki depozit xizmatlaridan daromadlar bilan taqoslaganda kam ahamiyatlidir, lekin mijozlarga ushbu bank

xizmatlarini ko'rsatish – bankning nufo'zi jozibadorligi hamda raqobatbardoshligini oshirishning muhim mezonidir.

Hulosa qilib aytish mumkinki, bugungi kunda bank xizmatlari bozoriga inovatsion texnologiyalarning kirib kelishi raqobatni kuchaytirib yubordi. Shuni e'tiborga olgan holda, banklar marketing rejasida raqobatbardosh shartlarda xizmat ko'rsatishni asosiy yo'nalishi belgilashi lozim.

Respublika moliya bozorida banklararo raqobat iqtisodiyotning o'tish jarayonida ko'rsatilayotgan bank xizmatlarining aynan o'xshashligi bilan karakterlanib mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatiga qat'iy talablar qo'yadi. Ushbu sharoitda banklar oldida mijozlarni saqlab qolish va kengaytirish uchun adekvat choralar ko'rish bo'yicha vazifalar turibdi.

Shuningdek, mijozlar tomonidan banklarning tanlab olishda asosiy omillar; bank xizmatlari xilma-xilligi, xizmatlar narxi (tariflar, vosita haqi) va kredit resurslari uchun foiz stavkalari e'tiborga olinadi. Ko'rsatilayotgan xizmatlar uchun komissiyalar va foiz stavkalari miqdori o'zgarishida daromadlarning birdan kamayishi xatarini pasaytirish maqsadida banklar moliya bozorida holatini doimo taxlil qilib borishi va ko'rsatilayotgan xizmatlar tarif stavkalarini adekvat o'zgartirish bo'yicha choralar ko'rishi kerak. Lekin, ushbu yo'nalishdagi banklarning asosiy harakati yuqori texnologiya mujassamlashtirish holda bank xizmatlari diversifikatsiyasidarajasini va bank xizmatlarining sifatini oshirish bo'yicha faoliyat hisoblanadi. Bu faoliyat tijorat banklarini istiqbolda barqarorligini kuchaytiradi, bankrotlik holatlaridan asraydi va ularning bozor munosabatlariga mos modelini yaratishda asos bshchilib xizmat qiladi.

O'zbekiston tijorat banklarida internet-banking xizmatlarini yanada rivojlantirish va shu orqali mijozlarga qulaylik yaratish uchun quydagi taklif va tavsiyalar asosida mavjud tizimni takomillashtirish maqsadga muvofiqdir:

Birinchidan, tijorat banki mahsulot maqsadini aniqlab olishi kerak: bu uning uchun daromadli instrumenti yoki nufuzli xizmatmi? Ikkinchidan, byudjetni

aniqlashtirish lozim. Shundan keyingina internet-bankingni joriy qilishning uch yoʻlidan birini tanlashi mumkin: bankning oʻzi hammasini bajarishi va mustaqil keyinchalik rivojlantirish yoki tayyor echimni ishlab chiqaruvchidan sotib olish yoki mavjud boʻlgan internet-banking toʻlov tizimining bir qismi sifatida aʼzo boʻlish.

Xulosa. Tijorat banklarining kredit resurslari zamonaviy moliya tizimining asosiy elementlaridan biri hisoblanadi. Tahlillar shuni koʻrsatadiki, 2022–2024-yillar davomida banklar tomonidan kredit resurslarini shakllantirishda ichki manbalarga – xususan, mijoz depozitlariga tayanish kuchaygan. Bu esa banklarning moliyaviy mustaqilligini va barqarorligini oshirgan boʻlsa-da, resurs bazasining diversifikatsiyasi hali ham dolzarb vazifa boʻlib qolmoqda.

Kredit portfeli tarkibida esa barcha yoʻnalishlar boʻyicha ijobiy oʻsish kuzatildi. Ayniqsa, isteʼmol va biznes kreditlari hajmining ortib borayotgani banklarning iqtisodiyotdagi faolligini va mijozlar ehtiyojiga moslashuvchanligini koʻrsatadi. Shu bilan birga, kredit sifati, xavf darajasi, monitoring tizimlarining samaradorligi kabi muammolar hali ham mavjud.

Yuqoridagi tahlillar asosida quyidagi xulosalar va takliflar ilgari suriladi:

- kredit resurslari manbalarini diversifikatsiyalash va tashqi moliyaviy institutlar bilan hamkorlikni kengaytirish zarur.
- kreditlash mexanizmlarida risklarni baholash va monitoring qilish tizimlarini kuchaytirish lozim.
- innovatsion va raqamli texnologiyalar asosida kreditlarni tahlil qilish va ajratish tizimlari joriy etilishi kerak.
- kredit siyosatini iqtisodiyotning ustuvor tarmoqlariga yoʻnaltirish orqali yuqori iqtisodiy samaradorlikka erishish mumkin.
- kredit olish tartiblarini soddalashtirish va shaffoflikni taʼminlash bank-mijoz munosabatlarini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Mazkur xulosa tijorat banklarining kredit resurslaridan foydalanish samaradorligini oshirish hamda moliyaviy barqarorlikni taʼminlashga qaratilgan

ilmiy-amaliy tavsiyalarni o‘z ichiga oladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YHATI

1. O‘zbekiston Respublikasining “O‘zbekiston Respublikasining Markaziy Banki to‘g‘risida”gi Qonuni. O‘RQ-580-son. 5.11.2019 y.
2. O‘zbekiston Respublikasining “Banklar va bank faoliyati to‘g‘risidagi” Qonuni. O‘RQ-582-son. 11.11.2019 y.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 23-martdagi “Bank xizmatlari ommabopligini oshirish bo‘yicha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-3620-sonli Qarori.
4. Abdullaeva Sh.Z. Xalqaro valyuta-kredit munosabatlari. – Toshkent: “IQTISOD-MOLIYA”, 2005. – 588 b.;
5. Uniform Customs and Practice for Documentary Credits. ICC. Publication № 600. – Paris – 1 July 2017. – 56 p.
6. Qodirov A.A. Tijorat banklari amaliyoti. – Toshkent: “Moliyachi”, 2020. – 412 b.
7. Soliyev A., Isroilov S. Bank ishi asoslari. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2019. – 356 b.
8. Karimov M. Bank tizimi va moliyaviy muassasalar. – Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2021. – 298 b.
9. Central Bank of Uzbekistan. Annual Report – 2023. – Tashkent, 2024.
10. IMF. Uzbekistan Financial Sector Assessment. – Washington: IMF Publications, 2022. – 74 p.

**RAQAMLI DEPOZIT XIZMATLARINING TIJORAT BANKLARI
SAMARADORLIGIGA TA'SIRI**

Habibjonova Madinabonu

Bank-moliya akademiyasi 2-bosqich magistranti

Annotatsiya. Ushbu maqolada raqamli texnologiyalar asosida taqdim etilayotgan depozit xizmatlarining tijorat banklari samaradorligiga ta'siri yoritilgan. Raqamli omonat xizmatlari orqali mijozlarga bank filialiga bormasdan, hisob ochish, mablag' qo'yish, shartnomani rasmiylashtirish va boshqa operatsiyalarni masofadan amalga oshirish imkoniyati yaratilgani ko'rib chiqilgan. Maqolada O'zbekiston Respublikasi va xalqaro tajriba misolida bank-moliya tizimidagi raqamli transformatsiyaning asosiy yo'nalishlari, samaradorlik ko'rsatkichlariga ta'siri, xavfsizlik choralari va kelajak istiqbollari tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: raqamli bank xizmatlari, depozit, tijorat banklari, samaradorlik, innovatsiyalar, axborot texnologiyalari, sun'iy intellekt.

Abstract. This article explores the impact of deposit services provided through digital technologies on the efficiency of commercial banks. It examines how digital deposit services enable customers to open accounts, place funds, sign agreements, and carry out other operations remotely, without visiting a bank branch. The study analyzes the main directions of digital transformation in the banking and financial system, using the examples of the Republic of Uzbekistan and international practices, and assesses its effect on efficiency indicators, security measures, and future prospects.

Keywords: digital banking services, deposit, commercial banks, efficiency, innovations, information technologies, artificial intelligence.

Bugungi kunda bank-moliya tizimida raqamli texnologiyalarni joriy etish global tendensiyaga aylangan. Ayniqsa, pandemiyadan so'ng onlayn xizmatlarga talab keskin ortib, tijorat banklari o'z mijozlariga raqamli depozit xizmatlarini taklif qila boshladilar. Raqamli depozit xizmatlari orqali mijozlar bank filialiga bormasdan, o'z uyidan turib hisob ochish, mablag' qo'yish, shartnomani rasmiylashtirish va

boshqa xizmatlardan foydalanish imkoniyatiga ega bo'ldilar. Bu esa banklar samaradorligini oshirishda muhim omil sifatida e'tirof etilmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 15-apreldagi 5992-sonli "2020-2025 yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasi bank tizimini isloh qilish strategiyasi to'g'risida»gi farmoni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 31-oktabrdagi "Bank-moliya sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorlaridan ma'lumki aholiga ayniqsa bank sohasini rivojlantirishga qaratilayotgan yuksak e'tibordan dalolat beradi.

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan keng miqyosli institutsional islohotlar doirasida moliya sektorining barqarorligini, uning global moliya tizimiga integratsiyalashuvini ta'minlash, bank xizmatlarining sifatini va ulardan foydalanish imkoniyatlarini, birinchi navbatda xususiy biznes va aholi uchun oshirish choralari ko'rildi. Davlat ulushiga ega bo'lgan tijorat banklarida zamonaviy korporativ boshqaruv tamoyillari, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish, faoliyat samaradorligi va investitsiyaviy jozibadorligini oshirish orqali ularning shaklini o'zgartirish borasidagi ishlar izchillik bilan amalga oshirilmoqda. Shu bilan birga, bank sektorini isloh qilish borasida amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar ilg'or xalqaro amaliyotni inobatga olgan holda bank sohasidagi kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlashning zamonaviy usullarini joriy etish asosida tijorat banklari xodimlarining bilimi va malakasini oshirishni taqozo etmoqda.

Zamonaviy bank tizimi axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi ta'sirida tubdan o'zgarib tekshirish, foyda olish uchun yuz berayotgan innovatsiyalar bank-mijoz munosabatlariga yangicha hosilni shakllantirmoqda hamda depozit xizmatlari moliyalari uchun qulay va tezkor xizmat ko'rsatish yaratmoqda. Shu orqali aholi va tadbirkorlik subyektlari an'anaviy bank ofislariga bormasdan, smartfon yoki kompyuter orqali omonat hisobvaraqlarini ochish, boshqarish va monitoring qilish orqali ega bo'lmoqda.

Hozirgi kunda tijorat banklari tomonidan taklif etilayotgan raqamli depozit xizmatlari keng ko'lamni qamrab oladi. Mobil ilovalar orqali depozit hisob raqamlarini ochish xizmati mijozlarga smartfon yoki planshet orqali bir necha daqiqada yangi depozit hisob raqamini ochish imkonini beradi. Bu jarayonda mijoz shaxsini tasdiqlash zamonaviy biometrik texnologiyalar yordamida amalga oshiriladi. Internet-banking tizimi orqali depozitlarni boshqarish xizmati esa mijozlarga o'z depozitlarining holatini nazorat qilish, mablag'larni bir hisob raqamidan boshqasiga o'tkazish, depozit shartlarini o'zgartirish kabi imkoniyatlarni taqdim etadi.

Raqamli depozit operatsiyalarining hisobini yuritishda alohida e'tibor tranzaksiyalarning xavfsizligini ta'minlashga qaratiladi. Har bir operatsiya bir necha bosqichli tekshiruvdan o'tadi va maxsus shifrlash algoritmlari yordamida himoyalanaadi. Bank axborot tizimida depozit operatsiyalari bo'yicha avtomatik nazorat tizimi mavjud bo'lib, u shubhali operatsiyalarni aniqlash va oldini olish imkonini beradi.

Raqamli depozit xizmatlarini rivojlantirishning kelajagi sun'iy intellekt texnologiyalari bilan chambarchas bog'liq. Sun'iy intellekt mijozlarning xatti-harakatlarini tahlil qilib, ularga maqbul depozit mahsulotlarini taklif qilish, risklarni baholash va firibgarlik holatlarini aniqlash imkonini beradi. Blokcheyn texnologiyalari esa depozit operatsiyalarining shaffofligini va xavfsizligini yanada oshirish imkonini beradi.

Mijozlarning raqamli identifikatsiyasi tizimini takomillashtirish ham muhim yo'nalish hisoblanadi. Zamonaviy biometrik texnologiyalar, jumladan yuz skanerlash, barmoq izi va ovozni tanish tizimlari mijozlarni identifikatsiya qilish jarayonini yanada xavfsiz va qulay qilish imkonini beradi. Bundan tashqari, raqamli depozit mahsulotlari turlarini kengaytirish, jumladan smart-depozitlar, kripto valyuta depozitlari kabi yangi mahsulotlarni joriy etish istiqbolli yo'nalishlar hisoblanadi.

Raqamli depozit xizmatlarining bank samaradorligiga ta'siri

	Ijobiy ta'sirlar	Salbiy ta'sirlar	
	<i>Xarajatlarni kamaytiradi</i> - banklar filial ochmasdan ko'proq mijozlarga xizmat ko'rsata oladi; <i>Mijozlar bazasini kengaytiradi</i> - yoshlarda raqamli texnologiyaga moyillik yuqori; <i>Depozit hajmi ortadi</i> - onlayn qulayliklar mijozni ko'proq omonatga jalb etadi; <i>Analitik imkoniyatlar oshadi</i> - ma'lumotlar asosida individual takliflar beriladi.	Raqamli savodxonlikning yetarli emasligi; Internet infratuzilmasining chekka hududlarda zaifligi; Kiberxavfsizlik xavfi.	

Raqamli depozit xizmatlarining xavfsizligini ta'minlash bank faoliyatining eng muhim jihatlaridan biri hisoblanadi. Zamonaviy autentifikatsiya usullarini qo'llash, jumladan ko'p bosqichli autentifikatsiya, biometrik ma'lumotlardan foydalanish orqali mijozlar mablag'larining xavfsizligini ta'minlash mumkin. Tranzaksiyalarni monitoring qilish tizimi shubhali operatsiyalarni aniqlash va ularni oldini olish imkonini beradi.

Tijorat banklari samaradorligi bank faoliyatining foyda keltirish darajasi, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifati, harajatlar va tushumlar nisbati, aktivlar rentabelligi kabi ko'rsatkichlar bilan aniqlanadi.

O'zbekiston tijorat banklari so'nggi yillarda raqamli xizmatlarga faol o'tmoqda. Misol uchun: **Asakabank** mobil ilova orqali "Smart Omonat" xizmatini ishga tushirdi; **Ipoteka Bank** "Onlayn omonat" xizmatida elektron raqamli imzo orqali shartnoma tuzishni yo'lga qo'ydi; **Xalq Banki** esa elektron platformalarda turli

muddatli depozit mahsulotlarini taklif etmoqda. Statistika ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda O'zbekistonda raqamli omonatlar hajmi 30% ga oshgan.

Xulosa. Raqamli depozit xizmatlari tijorat banklarining moliyaviy samaradorligini oshirishda muhim vosita bo'lib xizmat qilmoqda. Raqobatbardosh xizmatlarni taqdim etish orqali mijozlar bazasi kengaymoqda, O'zbekiston banklari bu borada muayyan yutuqlarga erishmoqda, ammo raqamli savodxonlik, xavfsizlik va texnik infratuzilma kabi muammolar hali dolzarbdir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasining "Bank tizimini isloh qilish strategiyasi to'g'risida"gi (2020-2025 yillarga mo'ljallangan) farmoni. PF-5992, 2020-yil 15-aprel.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Bank-moliya sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori. 2019-yil 31-oktabr.
3. Abdullayev A. "O'zbekiston bank tizimini raqamlashtirish: imkoniyatlar va istiqbollar". Bank axborotnomasi, 2023, 5(2), 15-22.
4. Raximov M. (2023) "Bank xizmatlarini raqamlashtirish: muammolar va yechimlar". Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, 3(4), 45-52.
5. International Monetary Fund (IMF) Digital Banking Reports, 2021–2023.
6. World Bank. "Global Financial Development Report: Banking on Digital Financial Services". – World Bank Group, 2023.