



**Ilmiy amaliy
jurnal
№ 12 (14)
2025**

**YANGI
O'ZBEKISTON
IQTISODIYOTI**

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 12-son 2025 yil

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLY TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI
O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI**

YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI

12

ISBN 978-9943-5256-3-4

Toshkent – 2025

MUNDARIJA

Юлдашев Ш.Г. Редкоземельные металлы в новой геоэкономике: глобальные стратегии и приоритеты развития республики Узбекистан.....	7
Tursunov A.M. Совершенствование экономических механизмов функционирования отрасли.	18
Umurzakova Z.S. Sanoat korxonalarida reklama faoliyati samaradorligini aniqlashning uslubiy jihatlari.....	21
Axunov M.A. Korxonalarda raqobatbardoshlikni baholash uchun tanlangan omillar.....	24
Исраилова Д.К. “Аёллар дафтари” маҳаллабай тизими - аёллар бандлиги ва фаровонлигини таъминлаш омили сифатида.....	28
Шокирова Г.М. Критерии разделения целевой аудитории в сфере цифрового маркетинга.....	33
Vaxtohunova D.N. Bank omonatlari bo‘yicha marketing strategiyalari va ularning real daromadlikka ta’siri.....	36
Xasanova X.F. Investitsilar hisobiga asoslangan xolatda moliyaviy hisobotning xalqaro standartlari tashkil etish tartibi.....	41
Бегимова Д.К. Разработка отраслевых стратегий в Узбекистане.....	45
Mirzayev B.S. CBDC joriy etilishining moliyaviy barqarorlikka ta’siri: imkoniyatlar va xatarlar....	50
Mirzarahimova A.A. Raqamli texnologiyalar asosida sanoat korxonalarida samaradorlikni oshirish yo‘nalishlari.....	53
Азимов О.Т. Ҳалол молиялаштириш инструменти сифатида мурабаха: анъанавий кредит билан қиёсий таҳлил.....	56
Халмирзаев А.А. Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги ихтисослашувини такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари.....	62
Шоабдурахимова М.М. Повышение производственной эффективности на предприятиях электронной промышленности на примере Artel Electronics (Узбекистан).....	68
Xolmuratov O.T. Futbol maktablarimiz rivojlanishida xorij mamlakatlari menejmenti va marketingi tajribasi.....	72
Yarashev M.O., Nabieva S.A. Aksiyadorlik jamiyatlarini asosiy va moliyaviy faoliyati samaradorligini oshirish yo‘llari.....	76
Кабилова К. Тадбиркорлик соҳасида коррупциянинг олдини олиш амалиётининг бугунги ҳолати таҳлили.....	80
Махмудова С. Бюджет соҳасини коррупциядан ҳимоя қилишнинг иқтисодий ва ҳуқуқий чоралари.....	85
Захидова Ш.Ш. Университет барқарорлигини таъминлашда унинг фаолиятини халқаро стандартларга мос келадиган тартибда такомиллаштириш.....	89
Saidaxmedov N.X. Raqamli texnologiyalar asosida engil sanoat korxonalarida mehnat unumdorligini oshirish mexanizmlari.....	97
Усманова С.С. Влияние государственной поддержки и регулирование на развитие инноваций на промышленных предприятиях.....	100
Madrahimov U.A. Iqtisodiy o‘shish va kapitaldan samarali foydalanishni optimallashtirish yo‘nalishlari.....	104
Джалилов Д.А. Капиталнинг ялли ички маҳсулотдаги улушини баҳолаш.....	108
Султанова Л.Ш. Абсорбционная способность как медиатор трансформационного экономического роста: теоретические основы.....	111
Mahmudov Sh.N. Location and development of industrial sectors in the regions.....	115
Ustadjalilov D.R. O‘zbekistonda klasterlarni rivojlantirishning institutsional asoslari transformatsiyasi: direktiv modeldan bozor tamoyillariga.....	119
Гайбуллаев Ф. Олий таълимда коррупцияга ўрин бўлмаслиги керак!.....	125
Abdurazakova F.D., Normurodov X.E. Aholi moliyaviy savodxonligi va moliyaviy madaniyati o‘rtasidagi oshirish imkoniyatlarini baholash.....	129
Muxtarov M.M. Rivojlangan mamlakatlar tajribasi asosida sanoat klasterlarini shakllantirish modellari: O‘zbekiston uchun istiqbollar.....	136
Ro‘zmatov B.Z., Shodiyeva N.H. Turistik infratuzilmani rivojlantirish bo‘yicha xalqaro tajriba va uning taqqoslovchi tahlili.....	140

Rahmatova N.A., Mustafayeva H. O‘zbekistonda pensiya ta‘minoti tizimining muammolari va hal etish yo‘llari.....	147
Ахмедов Х. Тинчлик ва хавфсизлик — барқарорлик, иқтисодий ўсиш ва фаровонлик гарови.	154
Boboyev A.Ch. Qishloq xo‘jaligida ishlab chiqarishni barqaror rivojlantirish yo‘nalishlari.....	159
Исраилов З.А. Яшил иқтисодиёт технологиялари: халқаро тажриба ва қиёсий таҳлил.....	165
Ikromov A.Sh. Mahalliy korxonalarda mahsulot raqobatbardoshligini boshqarish amaliyotining o‘ziga xos xususiyatlari.....	169
Ҳалмирзаев А.А., Қодиров Б.Ш. Ёшлар бандлигини таъминлашнинг хорижий тажрибалари.....	175
Elmurodov Sh.Sh. A framework for integrating fiscal risks into the assessment of regional financial security.....	183
Axmadjonov S.S. Tadbirkorlik va biznesni qo‘llab – quvvatlashni baholash mezonlari.....	188
Sabirova Z.U. Sanoat va sanoat korxonalarining raqamli transformatsiyasi jarayonlarini tahlil qilishga uslubiy yondashuv.....	192
Pardayev T.N., Alimuxamedov Sh.R. Chetdan olib kelinayotgan tovarlarning bojxona qiymatini aniqlashni takomillashtirishning ayrim masalalari.....	197
Кадыров А., Исхаков А.К., Турсунова Н.Х. Реализация механизма стратегического управления акционерного общества «Узавтосаноат» на основе прогнозирования его развития.....	203
Zoxidov T.M. Moliyaviy hisobotni buxgalteriya hisobining milliy standartlaridan (BHMS) moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga (MHXS) o‘tkazishning muammolari va yechimlari.....	211
Nabiyeva N.M. Turizm xizmatlari bozorida hududiy destinatsiyalar samaradorligini o‘rganish.....	216
Sharofiddinov Sh.U. Xo‘jalik yurituvchi sub’ektlarda mhxs asosida tuzilgan moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi hisobotni axborot manbai sifatidagi afzalliklari.....	221
Nurmatov Z.Sh. O‘zbekiston respublikasida moliyaviy hisobotlarning xalqaro standartlarini (MHXS) joriy etishning iqtisodiy ahamiyati va amaliy dolzarbligi.....	225
Содиқов А.М., Зокиров С.С. Саноатни модернизациялаш ва диверсификациялашнинг янги стратегияси.....	230
Narmanov U., Ikromova S. Fond bozorlariga xorijiy investorlarni jalb qilishni rag‘batlantirish yo‘nalishlari.....	238
Qutbiddinov A.B. Samarali faoliyat imkoniyatlarini amalga oshirishda boshqaruv xodimlari qobiliyatlaridan foydalanish darajasi va uni oshirish imkoniyatlari.....	241
Qayumova Sh.S. Mahalliy xomashyo bazasiga ega sanoat korxonalarida investitsiya samaradorligini belgilovchi omillar va ularni oshirishning vertikal integratsiya asosidagi optimallashtirilgan modeli.....	246
Turebekov A.A. Ishlab chiqarish xarajatlarining iqtisodiy sifatining tahlili.....	252
Kurbanova M.N., Azizov A.A. Qadimgi klassik iqtisodiy maktablarning shakllanishi va ularning zamonaviy iqtisodiyot rivojlanishiga ta‘siri.....	255
Samadova G.S. O‘zbekiston iqtisodiyotida tarkibiy o‘zgarishlarning iqtisodiy o‘shishga ta‘siri.....	259
Абдуллаева Р. Инклюзив тадбиркорликнинг моҳияти ва хориж тажрибаси.....	264
To‘uchiyeva B.V. Oziq-ovqat sanoati korxonalarini barqarorligini ta‘minlashda strategik boshqarishning dolzarbligi.....	268
Amnah Saeed J Alhindi The role of financial resources in ensuring corporate financial stability.....	272
Fayziyev O.R. O‘zbekistonda baliqchilik klasterlarini moliyalashtirishning hududiy va tarmoq xususiyatlari.....	276
Алимов Р.А., Султанова Л.Ш. Абсорбционная способность и искусственный интеллект: многоуровневая модель и фигура нового интеллектуала.....	280
Teshayev Z.J., Muxitdnov Sh.X. Logistika xizmat ko‘rsatish korxonalarini resurslaridan foydalanishning hududiy iqtisodiy rivojlanishiga ta‘siri.....	284
Xaydarov X.U., Raxmonov D.R. 1907-yilgi moliyaviy inqiroz: sabablari, kechishi va jahon moliya tizimiga ta‘siri.....	288
Солижонов М.А. Ўзбекистон монетар сиёсатининг савдо балансига таъсирини баҳолаш....	292
Rejapov X.X. Davlat xarajatlarining samaradorligini baholash mexanizmlari.....	297

**TURIZM XIZMATLARI BOZORIDA HUDUDIY DESTINATSIYALAR
SAMARADORLIGINI O‘RGANISH**

**ИЗУЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ
НА РЫНКЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ**

**STUDYING THE EFFICIENCY OF REGIONAL TOURIST DESTINATIONS IN THE
TOURISM SERVICES MARKET**

Nabiyeva Nilufar Murodovna Qo‘qon universiteti “Xalqaro turizm va iqtisodiyot”
kafedrası dotsenti Iqtisodiyot fanlari falsafa doktori (PhD)

Annotatsiya

Maqolada turizm xizmatlari bozorida turistik destinatsiyalar faoliyati tahlil qilinadi. Zamonaviy turizm bozori dinamik rivojlanib borayotgan sharoitda, turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligini ta‘minlash muhim ahamiyat kasb etadi. Tadqiqot davomida turistik destinatsiyalarning shakllanishi, ularning iqtisodiy samaradorligi, marketing strategiyalari va mijozlar talabiga moslashish jarayonlari o‘rganiladi. Shuningdek, turizm infratuzilmasining rivojlanishi, turistik xizmatlarning diversifikatsiyasi va innovatsion texnologiyalarning joriy etilishi tahlil qilinadi. Maqola natijalari turizm sohasida samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilishda va turistik destinatsiyalarni rivojlantirishda ilmiy va amaliy asos bo‘lib xizmat qiladi.

Kalit so‘zlar: turizm bozori, turistik destinatsiya, raqobatbardoshlik, infratuzilma, innovatsiya, marketing strategiyasi.

В статье анализируется деятельность туристических дестинаций на рынке туристических услуг. В условиях динамичного развития современного туристического рынка обеспечение конкурентоспособности туристических дестинаций имеет важное значение. В ходе исследования рассматриваются формирование туристических дестинаций, их экономическая эффективность, маркетинговые стратегии и адаптация к требованиям клиентов. Также анализируется развитие туристической инфраструктуры, диверсификация туристических услуг и внедрение инновационных технологий. Результаты статьи служат научной и практической основой для принятия эффективных управленческих решений в сфере туризма и развития туристических дестинаций.

Ключевые слова: туристический рынок, туристическая дестинация, конкурентоспособность, инфраструктура, инновации, маркетинговая стратегия.

The article analyzes the activities of tourist destinations in the tourism services market. In the context of the dynamic development of the modern tourism market, ensuring the competitiveness of tourist destinations is of great importance. The study examines the formation of tourist destinations, their economic efficiency, marketing strategies, and adaptation to customer demands. Additionally, the development of tourism infrastructure, the diversification of tourism services, and the implementation of innovative technologies are analyzed. The findings of the article serve as a scientific and practical basis for making effective management decisions in the tourism sector and developing tourist destinations.

Keywords: tourism market, tourist destination, competitiveness, infrastructure, innovation, marketing strategy.

Jahon mamlakatlarida yuz berayotgan ijtimoiy-iqtisodiy o‘zgarishlar tendensiyalari dunyo mamlakatlari, jumladan O‘zbekiston Respublikasining asosiy makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar hamda yalpi ichki mahsulot tarkibidagi tarmoqlarning ulushida o‘z aksini topmoqda. Oxirgi 10 yillikda

iqtisodiy jarayonlarning servislashuvi kengayishi bilan bog‘liq tendensiyalar mamlakatimiz iqtisodiyoti tarkibida ishlab chiqarish tarmoqlari ustuvorligining o‘rniga xizmatlar sohasining almashinuviga olib kelishi mumkinligini ko‘rsatmoqda.

Mamlakatimiz turizm xizmatlari bozorining rivojlanishi uning tarkibidagi tuzilmalar faoliyati hamda turistik resurslar joylashgan destinatsiyalarni ham rivojlantirishga sezilarli darajada turtki bo‘lmoqda. Shu bilan birga turizm va uning tarkibiy tuzilmalarining rivojlanishi hamda turistik faoliyat bilan bog‘liq bo‘lgan resurslar tarmoq tarkibidagi statistik ko‘rsatkichlarni hajmini ortib borishida ham soha faoliyatini yildan-yilga rivoj topayotganligini ko‘rish mumkin.

Turizm xizmatlari bozori va turistik destinatsiyalar faoliyatiga oid ilmiy manbalar va tadqiqotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, ushbu soha global va mintaqaviy iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Zamonaviy ilmiy adabiyotlarda turistik destinatsiyalarni rivojlantirish, ularning raqobatbardoshligini oshirish va turizm xizmatlari sifatini yaxshilash masalalari keng yoritilgan.

Dastlab, turistik destinatsiyalarni shakllantirish va ularning boshqaruv tizimiga oid nazariy tadqiqotlar G. Richards, J. Tribe, P. Murphy kabi olimlarning ishlarida keng tahlil qilingan. Ular turizm infratuzilmasini rivojlantirish, madaniy meros ob‘ektlarini turizmga jalb qilish va destinatsiyalarning brendini shakllantirish muhimligini ta’kidlaydilar.

Iqtisodiy jihatdan, turizm sohasining yalpi ichki mahsulot (YIM) tarkibidagi o‘rni va uning iqtisodiy o‘rishga ta’siri A. Smith, D. Pearce kabi iqtisodchilar tomonidan tadqiq etilgan. Ushbu tadqiqotlarda turistik destinatsiyalarning samaradorligi bevosita investitsiyalar hajmi, infratuzilma darajasi va xizmatlar sifatiga bog‘liq ekani qayd etilgan.

Mazkur tadqiqotda turizm xizmatlari bozorida turistik destinatsiyalar faoliyatini tahlil qilish uchun kompleks yondashuv qo‘llanildi. Tadqiqot metodologiyasi quyidagi asosiy usullarni o‘z ichiga oladi:

Birinchidan, nazariy tahlil usuli orqali turistik destinatsiyalarning rivojlanishiga oid ilmiy adabiyotlar, huquqiy-me’yoriy hujjatlar va xalqaro tajribalar o‘rganildi. Bu yondashuv turizm bozorining hozirgi holatini tushunish va mavjud muammolarni aniqlash imkonini berdi.

Ikkinchidan, statistik tahlil usuli yordamida turistik destinatsiyalarning iqtisodiy samaradorligi va turizm xizmatlari bozorining rivojlanish dinamikasi baholandi. Bunda turizm sohasiga oid rasmiy statistik ma’lumotlar, xalqaro reytinglar va so‘nggi yillarda turistik oqimlardagi o‘zgarishlar o‘rganildi.

Ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlar va ularda ishtirok etuvchi iqtisodiy resurslarning holati hamda samaradorligining o‘zgarish tendensiyalari umumiy holda 3 turdagi modellar asosida baholanadi:

1. Additiv modellar. Ushbu turdagi bog‘lanishlar bir jinsli alohida statistik ko‘rsatkichlarning yig‘indisi yoki ayirmasi ko‘rinishida shakllanib, jarayon yoki o‘zgarishlarning sodda ko‘rinishidagi bog‘lanishi hisoblanadi. Bunda o‘rganilayotgan jarayon yoki o‘zgarishlarning natijasini ifodalovchi o‘zgaruvchi uning shakllanishiga ta’sir etuvchi o‘zgaruvchilar qiymatlarining yig‘indisi yoki farqi sifatida aniqlanadi.

Additiv modellar, yuqorida aytib o‘tilganidek, natija bilan omillar o‘rtasidagi bog‘liqlik qo‘shuv bilan ifodalanganda qo‘llaniladi. Masalan, u natija bir qancha omillar (x_1, x_2, \dots, x_n) yig‘indisidan iborat deb faraz qilamiz. U holda additiv modelning ko‘rinishi quyidagicha bo‘ladi:

$$Y = \sum_{i=1}^{\Pi} x_i = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n$$

Bu yerda: \sum – yig‘indi belgisi;

i – omillarning tartib soni ($i=1, n$);

Π – omillarning umumiy soni;

x_i – omillar nomi.

2. Multiplikativ modellar. Ushbu turdagi modellar amaliyotda keng qo‘llanilib, bu model natija bilan omilning o‘rtasidagi bog‘liqlik ko‘paytirish bilan ifodalanganda qo‘llaniladi. Masalan, U natija bir qancha omillar (x_1, x_2, \dots, x_n) ko‘paytmasidan iborat deb faraz qilamiz. U holda multiplikativ modelning ko‘rinishi quyidagicha bo‘ladi:

$$Y = \prod_{i=1}^{\Pi} x_i = x_1 \cdot x_2 \cdot x_3 \cdot \dots \cdot x_n \quad i=1, n$$

Bu yerda: n - omillarning umumiy soni;

i – omillarning tartib soni ($i=1, n$);

Π – ko‘paytirish belgisi;

x_i – omillar nomi.

Multiplikativ omillarning eng keng tarqalgan shakli ishlab chiqarish funksiyalari ko‘rinishidagi modellar bo‘lib, ishlab chiqarish (xizmat ko‘rsatish) jarayonlarida foydalaniluvchi resurslar (tabiiy, iqtisodiy va inson resurslari)ning o‘zgaro bog‘liqligi asosida ishlab chiqarish natijalari yoki xarajatlarini aniqlashda foydalaniladi.

3. Aralash modellar. Ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlardagi natijaviy ko‘rsatkichlarni ta’sir etuvchi o‘zgaruvchilar bilan bog‘langan holdagi modellarning additiv yoki multiplikativ shakllari ko‘p hollarda qonuniyatni aniqlash uchun yetarli bo‘lmaganligi sababli amaliy modellarning aksariyati aralash modellar shaklida ishlab chiqiladi. Aralash modellar bir vaqtning o‘zida turli omillar qiymatlarini qo‘shish (ayirish) va ko‘paytirish (nisbat) orqali natijaviy omil ko‘rsatkichlarini aniqroq bog‘lash imkonini beradi.

Har uchala turdagi modellar tarkibiga kiritilayotgan ta’sir etuvchi omillarning tuzilishini o‘rganish ushbu omillar umumiy tendensiyani ifodalovchi, o‘zgarishlarning mavsumiylik xususiyatini ifodalovchi hamda tasodifiy o‘zgarishlarni ifodalovchi komponentlardan tashkil topadi.

Umumiy holatda modellar tarkibini quyidagicha ko‘rib chiqish maqsadga muvofiq:

1. Additiv modellar:

$$Y_t = u_t + \gamma_t + e_t$$

2. Multiplikativ modellar:

$$Y_t = u_t \cdot \gamma_t \cdot e_t$$

Bog‘lanishlardagi ifodalar quyidagilarni ifodalaydi:

u_t – qatorning umumiy tendensiyasini xarakterlovchi doimiy (asosiy) komponent;

γ_t – mavsumiy komponent (yil ichidagi tebranishlar) umumiy ko‘rinishda – siklik tashkil etuvchi;

e_t – tasodifiy komponent (tasodifiy chetlanish).

Turizm sohasidagi jarayonlar hamda resurs komponentlarini miqdor va sifat jihatidan statistik tadqiq etishda statistik ko‘rsatkich bilan ifodalanuvchi ma’lumotlarni shakllantirishda trendlarning yuqorida ko‘rsatib o‘tilgan ko‘rinishlarini hisobga olish zarur.

Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqqan holda, mamlakatimizda turizm sohasi rivojlanishidagi o‘zgarishlar hamda ushbu rivojlanishdagi asosiy resurs bazasi hisoblangan turistik destinatsiyalar holati va ulardan foydalanish darajasini ifodalovchi asosiy ko‘rsatkichlarning o‘zgarish holati asosida sohadagi o‘zgarish tendensiyalari baholandi.

Har qanday mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasini mamlakat yalpi ichki mahsuloti hajmining real o‘shish darajasi hamda milliy iqtisodiyot tarmoq va sohalarining yalpi ichki mahsulotdagi ulushining o‘zgarishi hamda aholi jon boshiga to‘g‘ri keluvchi asosiy ko‘rsatkichlarning miqdori o‘zida aks ettiradi. Tadqiqot jarayonida ayrim asosiy makroiqtisodiy ko‘rsatkichlarning vaqtli qatorini ifodalovchi sonli to‘plamlar asosida xizmatlar sohasi, xususan, uning alohida yo‘nalishi bo‘lgan turizm xizmatlari hajmining o‘zgarishi tahlil qilindi (1-jadval).

2014-2022-yillar davomida mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibida xizmatlar sohasining ulushi ma’lum bir tebranish asosida o‘zgarib borgan, ya’ni 2014-yilda ushbu ko‘rsatkich 36,4 %ni tashkil etib, 2017-yilgacha barqaror o‘shib borib, 37,4 %ga yetgan. 2019-yildan boshlab dunyo miqyosida yuzaga kelgan koronavirus pandemiyasi ta’siri makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar dinamikasini ham tebratmasdan qolmadi, ya’ni aynan shu davrda yalpi ichki mahsulot tarkibidagi xizmatlar hajmi ko‘rsatkichi 35,5 %ga pasaygan va 2020-yil yakuniga kelib 36,8 %ga o‘zgargan. 2021-yildan boshlab pandemiya ta’sirining yumshashi hisobiga 2022-yilda bu o‘zgarish 38,6 %ga o‘shish tendensiyasiga erishgan.

Asosiy makroiqtisodiy ko‘rsatkichlardan hisoblangan asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar hajmi esa, tahlil qilinayotgan oxirgi 9 yil davomida barqaror o‘shish tendensiyasiga ega bo‘lgan. Xizmatlar sohasi tomonidan yaratilgan xizmatlar hajmining aholi jon boshiga to‘g‘ri keluvchi hajmi

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 12-son 2025 yil

hamda turistik destinatsiyalarda tadbirkorlik subyektlari tomonidan yaratilgan xizmatlar hajmi yillar davomida tez sur’atlarda ortib borgan.

1-jadval

Turizm sohasi rivojlanishini ifodalovchi ayrim iqtisodiy ko‘rsatkichlarining o‘zgarishi [1]

Ko‘rsatkichlar	Yillar								
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Yalpi ichki mahsulot, mlrd. so‘m	186829,5	221350,9	255421,9	317476,4	426641,0	532712,5	605514,9	738425,2	888341,7
Xizmatlar hajmi, mlrd. so‘m	68032,1	78530,4	97050,0	118811,0	151512,2	192929,1	223049,8	272109,1	343374,3
Xizmatlar hajmi-ning YAIMdagi ulushi, %	36,4	35,5	37,9	37,4	35,5	36,2	36,8	36,8	38,6
Asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar hajmi, mlrd. so‘m	37646,2	44810,4	51232,0	72155,2	124231,3	195927,3	210195,1	239552,6	278083,6
Aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan xizmatlar hajmi, ming so‘m	2211,9	2509,0	3047,3	3668,3	4578,5	5 768,2	6426,1	8145,1	10030,1

Milliy statistika tizimidagi 2014-2022-yillar oralig‘idagi turizm sohasining rivojlanish ko‘rsatkichlari tahlili 2020-yilgacha bo‘lgan (pandemiyagacha bo‘lgan) davrda sohaning jadal sur’atlar bilan rivojlanib borganligini ko‘rsatadi (2-jadval).

2014-2022-yillarda mamlakat ichidagi turizm iste‘moli darajasi aholi sonining ortishi hamda turmush farovonligining ko‘tarilishi hisobiga barqaror ortib borgan. Agar 2014-yilda mamlakat ichidagi turizm iste‘moli hajmi 13576,2 mlrd. so‘mni tashkil etgan bo‘lsa, 2019-yilga kelib bu ko‘rsatkich 2-barobardan ortiqroq o‘tib, 30314,8 mlrd so‘mga yetgan. Biroq, 2020-yilda pandemiya sharoitida aholining turizm xizmatlariga bo‘lgan talabining mavjud shart-sharoitlarga bog‘liq holda pasayishi natijasida bu ko‘rsatkich 2014-yildagi ko‘rsatkichdan 2,3-barobar kamaygan.

Turizm sohasi tomonidan taklif etilgan xizmatlar hajmi o‘tgan 9 yil davomida barqaror ortib borgan. Bu esa, turizm sohasida band bo‘lgan mehnat resurslari sonining o‘zgarishida aniqroq o‘z ifodasini topadi. Jumladan, 2014-2022-yillar davomida sohada band bo‘lgan mehnat resurslari soni 185,0 ming kishidan 214,6 ming kishigacha ortib borgan.

2-jadval

O‘zbekistonda turizm sohasining asosiy ko‘rsatkichlari dinamikasi [2]

№	Ko‘rsatkichlar	Yillar								
		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	Mamlakat ichidagi turizm iste‘moli, mlrd. so‘m	13576,2	14010,7	13772,5	16568,3	20561,3	30314,8	6683,4	9568,6	20107,4
2	Turizm sohasi tomonidan taklif etilgan xizmatlar hajmi, mlrd. so‘m	6651,7	7203,8	7809,0	8261,9	8658,4	9333,8	8540,4	12607,8	21349,1
3	Turizm sohasida band bo‘lgan aholi soni, ming kishi	185,0	188,4	170,9	187,6	201,0	231,4	190,8	208,3	214,6
4	Turizm sohasi bilan bog‘liq xizmat ko‘rsatish sohalari faoliyat natijalari									
	Yashash va ovqatlanish	729,1	890,6	3038,7	3649,6	4673,3	5933,6	5431,7	8375,4	11322,8

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 12-son 2025 yil

xizmatlari, mlrd. so‘m										
Shaxsiy xizmatlar, mlrd. so‘m	2036,4	2366,5	2915,5	3134,4	3700,6	4575,6	5032,2	6799,8	8713,9	
Sog‘liqni saqlash sohasidagi xizmatlar, mlrd. so‘m	869,9	1100,4	1416,3	1701,5	2220,0	3104,3	3386,7	5105,9	6384,2	
Savdo xizmatlari, mlrd. so‘m	18979,2	21366,9	27368,2	32006,9	39743,4	48748,2	57572,7	72483,2	88847,9	

Turizm sohasining rivojlanishi bir vaqtning o‘zida faoliyat yo‘nalishlari kesishuvchi tarmoq va sohalarning rivojlanishiga ham o‘z multiplikativ ta‘sirini ko‘rsatadi. Xususan, turizm sohasining rivojlanishi xizmatlar sohasining asosiy bo‘g‘inlari hisoblangan yashash va ovqatlanish xizmatlari, shaxsiy xizmatlar, sog‘liqni saqlash sohasidagi xizmatlar, savdo sohalarning rivojlanishiga o‘z ta‘sirini ko‘rsatadi. Jadval ma‘lumotlari yuqorida sanab o‘tilgan xizmat ko‘rsatish sohalarda faoliyat natijalarining tahlil qilinayotgan vaqt oralig‘idagi o‘zgarishlarini aks ettirgan. Ushbu ko‘rsatkichlar tahlili ham asosiy turizm sohasi bilan bog‘liq bo‘lgan xizmat ko‘rsatish sohalarning rivojlanish darajasi parallel ravishda o‘zgarish tendensiyalarini ko‘rsatmoqda. Bu esa, yuqoridagi fikrlarni yana bir bor tasdiqlaydi.

Mamlakatimizda turizm sohasi rivojlanishini ifodalovchi asosiy statistik ko‘rsatkichlar tahlili makro darajada turizm sohasining rivojlanishi 2020-yilgacha bo‘lgan davrda barqaror va jadal sur‘atlarda rivojlanish tendensiyasiga ega bo‘lganligini ko‘rsatadi. Pandemiya davrida soha yetarli darajada resurs salohiyati mavjud bo‘lishiga qaramasdan, kirish turizmiga asoslanganligi sababli keskin pasaygan va 2021-yildan bugungi kungacha bo‘lgan davrda tebranish keskinligi barqarorlashib borayotganligi isbotlandi.

Turistik destinatsiyalarning resurs salohiyati asosida hududlarni guruhlash mavjud salohiyat asosida kiritilayotgan moliyaviy resurslarni manzilli yo‘naltirish hamda ulardan olinayotgan samarani maksimallashtirish imkonini beradi. Ushbu yondashuvni hisobga olgan holda Buxoro viloyati hududlarini salohiyat bo‘yicha destinatsiyalar miqdori va ularning resurs komponentlari sifatidan kelib chiqib guruhlashga harakat qilindi. Statistik guruhlash uslubiyotidan foydalangan holda Buxoro viloyatidagi ma‘muriy-hududiy birliklar 6 ta asosiy parametrdan ifodalanuvchi resurs komponentlari asosida 3 ta guruhga ajratilib, bu guruhlar o‘z ichiga yuqori, o‘rta va past resurs salohiyatiga ega hududlarga ajratildi.

Turistik destinatsiyalarda yaratilayotgan xizmatlar uchun to‘lovga layoqatli talabning shakllanishiga xususiyatlari va ta‘sir darajasi bilan bir-biridan farqlanuvchi turli omillar ta‘sir ko‘rsatadi. Bu omillar turistik destinatsiyalarda yaratilayotgan xizmatlarga real talab va taklifning shakllanishi orqali muvozanatlashgan xizmatlar miqdorining yuzaga keltiradi. Turistik destinatsiyalarning raqobat ustunligining shakllanishiga ta‘sir etuvchi omillarni nazariy tahlil qilishda destinatsiya hududida xizmatlarni yaratishdan tortib, iste‘molchiga yetkazib berishgacha bo‘lgan faoliyatdagi munosabatlarini yuzaga keltiruvchi talab va taklifning shakllanishiga ta‘sir ko‘rsatuvchi omillar o‘rganildi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5326-sonli Farmoni.
2. Boltabayev M.R., Tuxliyev I.S. Turizm: nazariya va amaliyot. – T.: «Fan va texnologiya», 2018, - 400 b.

3. Davidson R., Maitland R. Tourism destinations / R. Davidson, R.Maitland. – London: Hodder & Stoughton, 1997. – P.4.
4. Drucker P. (1977). People and Performance: The Best of Peter Drucker on Management. New York: Harper & Row. 317 pp.
5. Hudson S. Tourism and hospitality marketing: a global perspective / S. Hudson. – London: Sage, 2008. – P 392.
6. Laws E. Tourist destination management – issues, analysis and policies / E. Laws. – London: Routledge, 1995. –208 p.
7. Leiper N. Tourism management / N. Leiper. – 3rd edn. – Sidney: Pearson Education Australia, 2004. – 326 p.
8. Martini, Umberto. Management dei sistemi territoriali: Gestione e marketing delle destinazioni Turistiche. Vol. 27. G Giappichelli Editore, 2015.
9. Medlik S. Dictionary of travel, tourism and hospitality / S. Medlik. – 2nd edn. – Oxford: Butterworth-Heinwmann, 1993. – 148 p.

UDK: 336.648

XO‘JALIK YURITUVCHI SUB‘EKTlarda MHXS ASOSIDA TUZILGAN MOLiyAVIY NATIJALAR TO‘G‘RISIDAGI HISOBOTNI AXBOROT MANBAI SIFATIDAGI AFZALLIKLARI

ПРЕИМУЩЕСТВА ОТЧЕТА О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ, ПОДГОТОВЛЕННОГО В СООТВЕТСТВИИ С МСФО, КАК ИСТОЧНИКА ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

ADVANTAGES OF THE REPORT ON FINANCIAL RESULTS PREPARED IN ACCORDANCE WITH IFRS AND IAS AS A SOURCE OF INFORMATION FOR BUSINESS ENTITIES

Sharofiddinov Shohrux Ulug‘bek o‘g‘li

Alfraganus university Buxgalteriya hisobi va soliq kafedrasi o‘qituvchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada BHMS va MHXS asosida tuzilgan moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi hisobot shaklini asosiy farqlari bayon qilingan shuningdek moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi hisobotni MHXS asosida yuritishning afzalliklari ko‘pligi tog‘risida xulosalar qilingan.

Kalit so‘zlar: Moliyaviy hisobot, daromad, foyda, zarar, moliyaviy natija, boshqa umumlashgan daromad moliyaviy hisobotning xalqaro standarti.

В данной диссертации описываются основные различия между финансовой отчетностью, подготовленной по общепринятым принципам бухгалтерского учета (НСБУ) и МСФО, а также делаются выводы о многочисленных преимуществах подготовки финансовой отчетности по МСФО.

Ключевые слова: Финансовая отчетность, доход, прибыль, убыток, финансовый результат, прочий совокупный доход, международный стандарт финансовой отчетности.

This thesis describes the main differences between the financial statements prepared under NAS and IFRS, and also draws conclusions about the many advantages of preparing financial statements based on IFRS.

Keywords: Financial statements, income, profit, loss, financial result, other comprehensive income, international financial reporting standard.