



**Ilmiy amaliy
jurnal
№ 6 (8)
2026**

**YANGI
O'ZBEKISTON
IQTISODIYOTI**

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 6-son 2026 yil

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

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

YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI

6

ISBN 978-9943-5256-3-4

Toshkent – 2026

MUNDARIJA

Karabayev R.Z. Raqamli iqtisodiyot: nazariy asoslari va O‘zbekistonda rivojlanish yo‘nalishlari.....	8
Ubaydullayeva N.A. Zamonaviy iqtisodiy sharoitda kichik biznes korxonalarining rivojlanish strategiyalari: nazariy yondashuvlar.....	11
Xatamov A.A. Raqamli transformatsiya asosida ixtisoslashtirilgan savdo majmualarida moliyaviy resurslarni boshqarishni takomillashtirish.....	15
Yokubjonova X.Yo. Co-marketing strategiyasining ekoturizmni brendlashiga integratsiyasi: metodologik yondashuv va amaliy natijalar.....	19
Yusupova M.B., Jamoliddinova (Usmonova) S.S. Ustama xarajatlarni tasniflash va uning mahsulot tannarxini shakllantirishdagi ahamiyati.....	24
Abdug‘ofurova O.M., Yusupova M.B. Ishlab chiqarish korxonalarida tannarxni kalkulyatsiya qilish va uni takomillashtirish yo‘llari.....	27
Xojiboyev M.Sh. Xorijiy tajribalarni O‘zbekiston nodavlat oliy ta’lim muassasalari boshqaruv hisobi tizimiga moslashtirish: nazariy asoslar va amaliy istiqbollari.....	31
Исраилова Д.К. Глобализация в условиях демографического кризиса: социально-экономические риски.....	38
Qurbonova X.I. Bozor iqtisodiyotida davlatning makroiqtisodiy muvozanatni ta’minlash va inqirozga qarshi siyosati.....	43
Asqarov A.H. Oliy o‘quv yurti talabalarida moliyaviy savodxonlikni aniqlash me’zonlari (noiqtisodiy yo‘nalishi talabalar misolida).....	47
Yunusova S.A., Turg‘unboyev A.A. Eko-mehmonxona tushunchasi, turlari va asosiy xususiyatlari.....	51
Barnayev Z.Sh. Xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalari raqobatbardoshligining mazmun-mohiyati va xususiyatlari.....	55
Bobokulov A.A. Erkin iqtisodiy zonalar va kichik sanoat zonalarining hududiy iqtisodiy integratsiyaga ta’siri.....	59
Рахимжонов Б.Б., Рахимжонов Б.Б. Инновационные процессы как фактор развития промышленных предприятий.....	63
Matmusayev M.O. Raqamli iqtisodiyot sharoitida sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish strategiyalari.....	67
Raxmatjonova G.E. Ishlab chiqarish korxonalarining asosiy vositalari buxgalteriya hisobini xalqaro andozalar talablari bo‘yicha takomillashtirish.....	72
Kamoldinova N.A. Ayollar tadbirkorligi faoliyatida raqamli integratsiya darajasini baholash.....	76
Xaitova M.K. Raqamli platformalar orqali biznes modellarini yangilash va kompaniyalar strategik imkoniyatlarini kengaytirish.....	81
Yo‘ldashev M., Sotvoldiyev U. Davlat byudjetini taqchilligi va uni kamaytirish mexanizmlari.....	85
Maribjonov B.I., Arabboyev J.S. Tuman mahalliy byudjetidan moliyalashtiriladigan maktabgacha va maktab ta’limi tashkilotlarining 4-guruh xarajatlarining tahlili.....	88
Ro‘ziyev Sh.Sh. Hududiy iqtisodiy rivojlanishda mahalliy ishlab chiqarishni boshqarishning zamonaviy usullari.....	92
Nematov G‘.G‘., Sotvoldiyev U.K. O‘zbekistonda yashil iqtisodiyotga o‘tishning iqtisodiy asoslari va istiqbollari: deкупpling indeksi tahlili.....	95
Karimov D.M., Mustafayeva H. Xorij tajribasi asosida O‘zbekistonda pensiya tizimini takomillashtirish....	99
Ermatova S.I. Sanoat korxonalarida majburiyatlar tarkibi va moliyaviy barqarorlikning empirik tahlili (Andijon viloyati to‘qimachilik korxonalari misolida).....	104
Ermatov M.S. Sun’iy intellekt va mehnat bozorida raqamli inqilob: tahdidmi yoki kelajak imkoniyatimi?....	107
Azizova H.A. Raqamli transformatsiya sharoitida sanoat korxonalarining investitsion-innovatsion faoliyatini takomillashtirish yo‘llari.....	111
Юсупов А.С., Джангабаева Г.П. Международный рынок акций: содержание, виды и особенности..	114
Xusanova Z.R. Andijon viloyatida ayollar tadbirkorligini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi va uning xususiyatlari.....	119
Abdulazizov A.A. Energetika tarmog‘i korxonalarida ishlab chiqarish resurslaridan samarali foydalanishning nazariy asoslari.....	122
Norov A.E., Fazliddinov Sh.Sh., Erkinov X.X. Liderlik va motivatsiya o‘rtasidagi munosabatga ta’sir etuvchi omillar.....	126
Атаханова Ш.С., Мирхамидова Д.Н. Цифровая трансформация как инструмент достижения ESG-целей в нефтегазовой сфере Республики Узбекистан.....	131
Toxirov J.R. Mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli marketing asosida savdo xizmatlarini modernizatsiya qilish.	136

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 6-son 2026 yil

Sulaymonova F., Ro‘zimov B. Online ta’lim xizmatlari bozorining kengayishi natijasida an’anaviy ta’lim sektorida yuz berayotgan iqtisodiy o‘zgarishlar.....	140
Zayavitdinova N.M. Hududda xizmat ko‘rsatish korxonalari faoliyatini boshqarish strategiyasini takomillashtirish.....	143
Odilova M.A. Kimyo sanoatidagi korxonalar faoliyatida resurslardan samarali foydalanish.....	147
Axmedova D.N. Mintaqaviy raqamli tayyorlik indeksining hududiy iqtisodiy o‘lishga ta’siri.....	151
Sapayeva N.K. O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatida yashil transformatsiya va B2B raqamli marketing asosida barqaror rivojlanish modeli.....	155
Allayarov S. Startup financing mechanisms: a comparative analysis of angel investment, venture capital, bank lending, and state grants.....	158
Махмудов О.Х. Moliya tizimining boshqa iqtisodiy tizimlar bilan aloqadorligi.....	162
Ibragimova M.M. “Yashil iqtisodiyot” va “Yashil tadbirkorlik” tushunchalarining iqtisodiy mazmuni va evolyusion transformatsiyasi.....	167
Olimjonov A. Korxona faoliyatining samaradorligini oshirishda moliyaviy barqarorlik va rentabellik ko‘rsatkichlari o‘zaro bog‘liqligini tahlil qilish.....	171
Rakhimboeva B.D. Analysis of the economic situation of the development of export activities of small businesses in Uzbekistan.....	174
Raxmatova F.Y. To‘qimachilik korxonalarida aylanma iqtisodiyot modelini joriy etishning iqtisodiy mexanizmlari.....	178
Ergasheva A.F. Milliy hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash va bozorda pozitsiyalashning strategik yondashuvlari.....	181
Navruzova G.U. Theoretical models and institutional mechanisms, forms and structures of cooperation between education and manufacture.....	184
Djumayeva S.K. Yashil investitsiya muhitini shakllantirishda raqamli iqtisodiyotning makroiqtisodiy ta’siri (O‘zbekiston hududlari misolida).....	188
Pardayev TN., Muqimov A.R. Boymirzayev K.M. Jismoniy shaxslar tomonidan olib kiriladigan tovarlardan bojxona to‘lovlarini undirishni takomillashtirish.....	193
Ибодуллоева З.С. Экономические стимулы внедрения водосберегающих технологий в аграрном секторе Узбекистана.....	199
Ibragimova G.S. Ta’lim sifatini yaxshilashda innovatsion yondashuvlar va raqamli vositalar.....	203
Raxmatova S.S. Turizmni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning o‘ziga xos xususiyatlari.....	207
Umarova M.M. Foreign brand spillovers and export performance of smes in emerging economies: a panel data analysis.....	212
Karimova F.A. Ekoturizmni barqaror rivojlantirishning xorijiy tajribasi va ularni O‘zbekistonda qo‘llash imkoniyatlari.....	217
Raxmanov B.I. Investitsiya siyosatini amalga oshirish mexanizmini takomillashtirish.....	221
Ashurova G.N. Charm-poyabzal sanoati korxonalarida sifatni boshqarish tizimini takomillashtirish yo‘llari.....	225
Axmadjanov I.I. Shaharlar va shahar aglomeratsiyalari mintaqalar va mamlakatlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining drayveri.....	228
Эгамназарова Г.Ш. Рақамли тенгсизлик: давлатлар ва тармоқлар ўртасидаги технологик узилишларни камайтириш йўллари.....	232
Mamanazarov M.A. Iqtisodiy o‘lishni rag‘batlantirishda milliy iqtisodiyotni modernizatsiya qilishning xorij tajribasi.....	236
Химматов А.Х. Йўл корхоналарини хусусийлаштиришнинг афзалликлари ва оқибатлари.....	241
Kambaraliyeva I.S. Raqamli iqtisodiyot sharoitida mehnat bozorining transformatsiyasi va raqamli ko‘nikmalarning ahamiyati.....	244
Muxiddinov T.Sh. Jizzax viloyatida turizm infratuzilmasini rivojlantirish yo‘nalishlari.....	248
Sayxdodjayeva N.I. Ijtimoiy va ekologik audit: barqaror rivojlanishni ta’minlashda zamonaviy nazorat mexanizmi.....	253
Fayzullayev J.N. Milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishning xorijiy tajribalari.....	257
Tursunova N.X. «Xayot sug‘urtasining iqtisodiy mohiyati va uning aholi moliyaviy xavfsizligini ta’minlashdagi roli».....	261
Abdishukurova G.M., Bozorboyev A.R. Sug‘urta kompaniyasi balansini “Risk tetraedri” modeli asosida baholash.....	266
Abdurasulova M.O. Zamonaviy iqtisodiyot nazariyasi asoschilari.....	270

Vaxidov A. Buxgalteriya hisobining tarkibiy tuzilishi - moliyaviy va boshqaruv hisobi.....	273
Turg‘unova T., Muftaydinov Q. Iqtisodiy zonalarda ekologik tadbirkorlikni investitsion va innovatsion qo‘llab-quvvatlashning xorijiy tajribalari.....	277
Kurbanov F.U. Raqamli iqtisodiyotning moliyaviy xizmatlar bozoriga ta’siri.....	283
Umarov T.S. Qurilish sanoati korxonalari iqtisodiy barqarorligini statistik baholashning nazariy-uslubiy asoslarini takomillashtirish.....	287
Rahimova N.A. Kichik biznes subyektlarida inson resurslarini boshqarish tizimidagi muammolari va ularni bartaraf etishda zamonaviy yondashuvlar.....	291
Yangiboyev U.A. Raqamli iqtisodiyot sharoitida iqtisodiy menejment tizimini takomillashtirishning nazariy-uslubiy asoslari va amaliy yo‘nalishlari.....	295
Махкамова Н.С. Роль зеленых облигации в финансировании проектов устойчивого развития.....	299
To‘xtarova F.Y. Analysis of tourism insurance practices and their economic efficiency.....	304
Anvarov Sh.D. O‘zbekiston qimmatli qog‘ozlar bozorida investitsion muhitni rivojlantirishning institutsional va infratuzilmaviy omillari.....	308
Xalmirzayev O.A. Ko‘p obyektli savdolarida Vickrey-Clark-Groves mexanizmining samaradorligi tahlili....	313
Zaidov I.I. Qishloq xo‘jaligi mahsulotlari bozorida raqobat munosabatlarini boshqarish mexanizmlari.....	318
Rahimova N.A. Inson kapitalini boshqarishning tashkilot raqobatbardoshligiga ta’siri.....	321
Gulimboyev S.I., Rejapov X.X. O‘zbekiston oliy ta’lim tizimida ta’lim kreditlarining iqtisodiy ahamiyati....	324
Bardiyev S.U. Mintaqada raqamli iqtisodiyotning iqtisodiy samaradorligini baholash: Xorazm viloyati misolida.....	328
Qulmatova S.S. Mahalla tizimida oziq-ovqat ta’minoti zanjirini IoT va sun’iy intellekt texnologiyalari asosida intellektual boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish.....	332
Aminov S.S. Mintaqada qurilish sohasidagi innovatsion rivojlanishga ta’sir etuvchi omillar.....	336
Дадабоева М.М. Кичик бизнеснинг иқтисодий тармоқлари бўйича ривожланиш тенденциялари.....	340
Numonjonova N.A. Kichik biznesni rivojlantirishda investitsiyalardan foydalanish samaradorligini oshirish	344
Абдулазизов А.А. Гидроэнергетика саноати ва унда ресурс тежаш жараёнларининг хорижий тажрибалари.....	348
Muradov O.U. Sanoat korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni oshirish bo‘yicha xorijiy tajribalar va ulardan foydalanish imkoniyatlari.....	352
Saidova M.J. Xorijiy mamlakatlarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish tajribasi va uni O‘zbekistonda qo‘llash yo‘nalishlari.....	356
Umirova G.Sh. Qurilish materiallari ishlab chiqarish korxonalarida rentabellik ko‘rsatkichlari asosida iqtisodiy samaradorlikni baholash metodikasini takomillashtirish.....	360
Narmanov U.A., Nazarov J.B., Tursunaxmadov X.Sh. Moliyaviy risklarning iqtisodiy ahamiyati va uni boshqarishning zarurligi: risk tushunchasi va uning turlari.....	365
Nosirov S.N. Barqaror moliyalashtirish global bozorlari: zamonaviy tendensiyalar va rivojlanish muammolari.....	369
Farmanov J.Z., Sanetullaev A.E. Modeling of economic basis and forecast indicators of innovation transformation processes in agricultural entrepreneurship.....	373
Mirzataev S.M. Integration of digital and smart technologies in increasing the ecological resilience of the agricultural system.....	376
Kidirniyazov A.Sh. Development of artificial intelligence-based service monitoring systems for construction quality control.....	379
Абдуллаева Ш.Э. Халқаро индекслар асосида ижтимоий ҳимоя тизимини молиялаштириш.....	382
Mirjalolova M.M. Sun’iy intellekt texnologiyalarining O‘zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik samaradorligini oshirishdagi o‘rni.....	389
Baytanov O‘.M. Sanoat korxonalarida mahsulot sifatini boshqarishning tarmoq xususiyatlari.....	394
Умаров А.Т. Особенности развития социальной сферы в Узбекистане.....	400

**KO‘P OBYEKTLI SAVDOLARDA VICKREY-CLARK-GROVES MEKANIZMINING
SAMARADORLIGI TAHLILI**

**АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕХАНИЗМА ВИКРИ-КЛАРКА-ГРОВСА В
МНОГООБЪЕКТНОЙ ТОРГОВЛЕ**

**ANALYSIS OF THE EFFICIENCY OF THE VICKREY-CLARK-GROVES MECHANISM
IN MULTI-OBJECT TRADES**

Xalmirzayev Ozodbek Abdurasulovich
ADU mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya

Mazkur maqolada muxirlangan ikkinchi narx, yoki Vickrey auksion mexanizmi orqali ko‘p obyektli sotuvlarni rag‘batlantirish xar doim ham yaxshi samara beravermasligi, auksion g‘olibi ba‘zan noto‘g‘ri aniqlanishi hisobiga sotuvchi yoki obyekt egasiga iqtisodiy naf keltirish o‘rniga ziyon keltirishi mumkinligini misollar keltirish va tahlil qilish yo‘llari orqali holatga aniqlik kiritilgan. Shuningdek, agar garov, zakalat puli miqdori past miqdorda belgilangan holatda savdo tashkil etilib obyekt sotiladigan bo‘lsa, katta ehtimol bilan yuqori bahoga auksion g‘olibi bo‘lgan ishtirokchi pul to‘lovini amalga oshirmay ketib qolishi mumkinligi. Natijada sotuvchi va savdo tashkilotchisining zarar ko‘rish ehtimoli ortishi, shu sababli zakalatning % miqdori kattaroq belgilanishi maqsadga muvofiq ekanligi yoritilgan.

Kalit so‘zlar: Muxirlangan ikkinchi narx auksioni, Vickrey auksioni, Vickrey-Clark-Groves mexanizmi, VCG, Zakalat.

В данной статье разъясняется тот факт, что проведение аукционов по продаже нескольких объектов с использованием механизма закрытого аукциона второй цены или аукциона Виккри не всегда дает хорошие результаты и может иногда наносить экономический ущерб продавцу или владельцу объекта из-за неправильного определения победителя аукциона. Также, если аукцион организован и объект продается с небольшим залогом, участник, выигравший аукцион по высокой цене, скорее всего, уйдет, не произведя оплату. В результате возрастает вероятность убытков для продавца и организатора аукциона, поэтому целесообразно установить более высокий процент залога.

Ключевые слова: Закрытый аукцион второй цены, аукцион Виккри, механизм Виккри-Кларк-Гроувс, VCG, залог.

This article clarifies the fact that the promotion of multiple-object sales through the sealed second price or Vickrey auction mechanism does not always give good results, and that it can sometimes cause economic harm to the seller or the owner of the object due to incorrect determination of the auction winner. Also, if a sale is organized and the object is sold with a low amount of collateral, the participant who won the auction at a high price is likely to leave without making the payment. As a result, the probability of losses for the seller and the organizer of the sale increases, and therefore it is advisable to set a higher percentage of collateral.

Keywords: Sealed second price auction, Vickrey auction, Vickrey-Clark-Groves mechanism, VCG, Collateral.

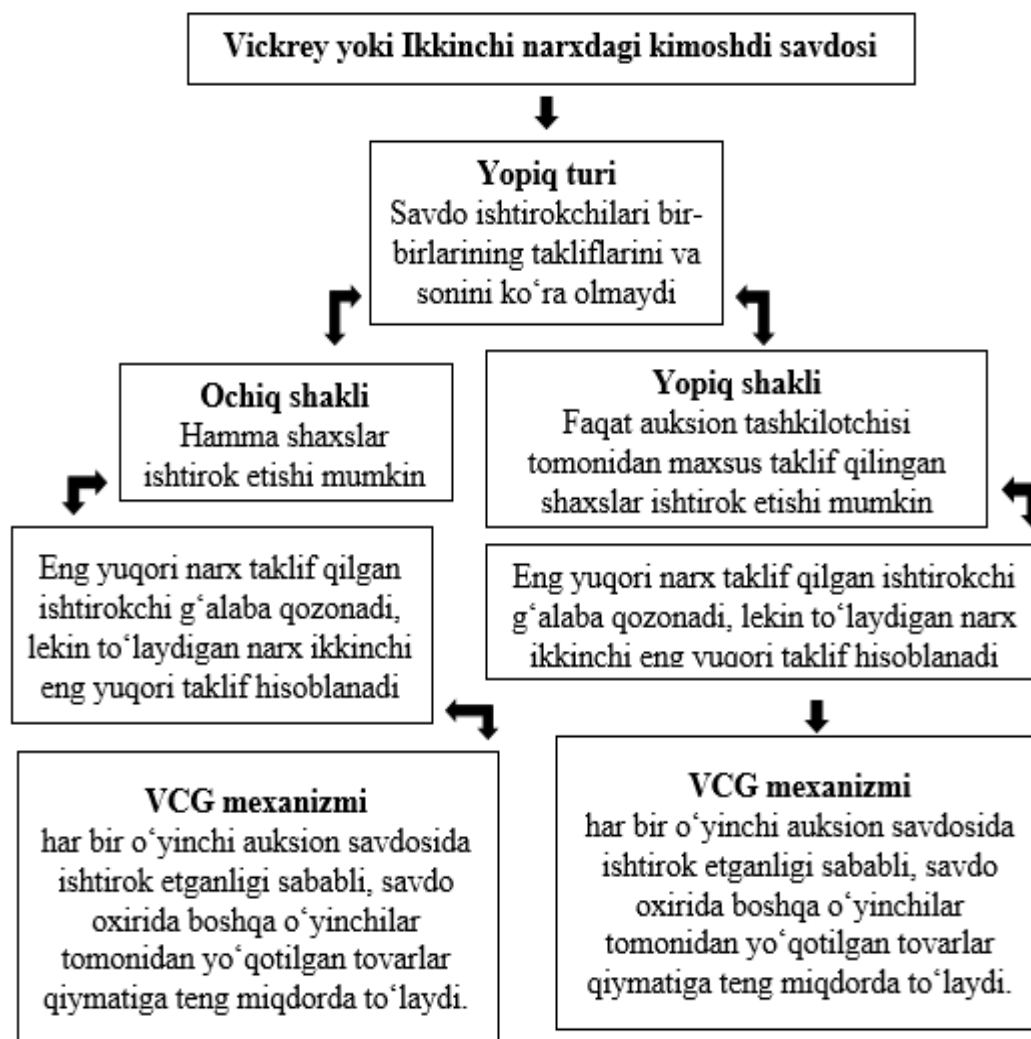
Vickrey auksion formati — yoki muhrlangan ikkinchi narxdagi kimoshdi savdosi (SBSPA) muhrlangan kimoshdi savdosining bir turidir. Savdo ishtirokchilari kimoshdi savdosidagi boshqa shaxslarning taklifini bilmasdan yozma takliflarni taqdim etadilar. Eng yuqori narx taklif qilgan ishtirokchi g‘alaba qozonadi, lekin to‘lanadigan narx ikkinchi eng yuqori taklif hisoblanadi. Ushbu

formatdagi auksion strategik jihatdan ingliz formatidagi auksionga o‘xshaydi va ishtirokchilarga obyektning haqiqiy qiymatini taklif qilish uchun rag‘bat beradi, bu formatdagi auksion savdosining faqat yopiq turi mavjud bo‘lib. Savdo turiga ko‘ra (1-rasm) yopiq tur bu, auksion savdosi ishtirokchilari savdo vaqtida va savdogacha konvertlar orqali berilgan bir birlarining takliflarini va qatnashayotgan ishtirokchilarning sonini ko‘ra olmasligi tushuniladi.

Bundan tashqari (1-rasm) yuqoridagi turlarning ochiq va yopiq shakllari ham mavjud bo‘lib, Ishtirokchilar tarkibiga ko‘ra:

Ochiq shakli bu — hamma taklif berishi mumkin bo‘lgan savdo mexanizmi.

Yopiq shakli bu — faqat auksion tashkilotchisi tomonidan maxsus taklif qilingan shaxslar taklif berishi mumkin bo‘lgan savdo mexanizmi.

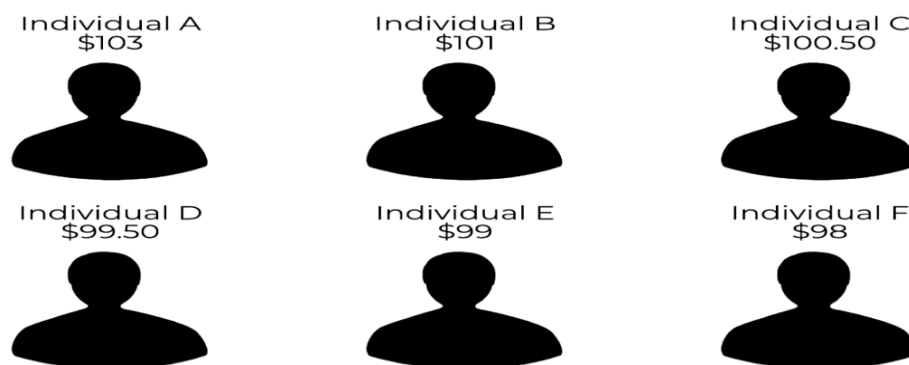


1-rasm. Vickrey yoki muhrlangan ikkinchi narxdagi kimoshdi savdosi formati.

Vickrey yoki muhrlangan ikkinchi narxdagi kimoshdi savdosi formati mexanizmi — Vickrey auksionida ishtirokchilar boshqa shaxslarning takliflaridan bexabar holatda. Taklif g‘olibi, g‘olib bo‘lgan taklif narxini to‘lamaydi — ular ikkinchi eng yuqori narxni to‘laydi.

Masalan: Vickrey auksionida obyekt uchun olti nafar shaxs ishtirok etmoqda. Har bir shaxs quyida ko‘rsatilganidek, obyekt uchun to‘lashga maksimal darajada tayyorligini bildiradi. Vickrey kimoshdi savdosida kim g‘olib chiqadi va obyekt uchun to‘lanadigan narx qanday bo‘ladi?

Jismoniy shaxs A o‘zining eng yuqori taklifi 103 dollar bo‘lganligi sababli kimoshdi savdosida g‘olib chiqadi. Biroq, A shaxs eng yuqori taklif narxini to‘lamaydi – u ikkinchi eng yuqori narxni to‘laydi. Bizning misolimizda u faqat 101 dollar to‘lashi kerak bo‘ladi. Shu sababli, A shaxsining to‘lashga maksimal tayyorligi 103 dollarni tashkil qiladi va u obyekt uchun faqat 101 dollar to‘laydi. Taklif narxi 2 dollar ortiqcha.



2-rasm. Kimoshdi savdosida kim g‘olib chiqadi [1]

Jismoniy shaxslar o‘zlarining to‘lashga tayyorligidan yuqoriroq taklif qilishlarini tushunish uchun yuqoridagi misolni kengaytirishimiz mumkin. Eslatib o‘tamiz, Vickrey kimoshdi savdosida ishtirokchining maksimal to‘lashga tayyorligidan yuqori yoki past narxni taklif qilish uchun hech qanday rag‘bat yo‘q.

Taklif maksimal to‘lashga tayyorlikdan yuqorimi?

Agar B individualining to‘lashga maksimal tayyorligi \$101 bo‘lsa va u \$105 taklif qilsa, u to‘lashga tayyor bo‘lganidan ko‘ra yuqoriroq narxni to‘lash xavfi ostida bo‘ladi (bu xavf, chunki birinchi o‘rinni egallagan shaxsning taklifi shaxsning to‘lashga maksimal tayyorligidan yuqori bo‘lgan taqdirdagina yuzaga keladi).

Bunday holda, birinchi o‘rinni egallagan shaxs A individuali bo‘ladi, uning narxi \$103 bo‘ladi — B individualining to‘lashga maksimal tayyorligidan \$2 kamomad.

Taklifi maksimal to‘lashga tayyorlikdan pastmi?

Agar A shaxsining to‘lashga maksimal tayyorligi \$103 bo‘lsa va \$100 miqdorida past narx taklif qilsa, u to‘lashga tayyor bo‘lgan narx bo‘yicha taklifni yo‘qotish xavfi ostida qoladi. (Bu xavf hisoblanadi, chunki u faqat boshqa ishtirokchi past ball taklifidan yuqoriroq taklifni joylashtirgan taqdirdagina yuzaga keladi).

Bunday holda, B shaxsi kimoshdi savdosida 101 AQSh dollari miqdorida g‘alaba qozonadi va faqat C individualining narxi 100,50 dollarni to‘lashi kerak. Agar A shaxsi taklifni rad etsa, u taklifni yo‘qotadi va g‘olib faqat \$100,50 to‘lashi kerak – bu A shaxsi to‘lashga tayyor bo‘lganidan kamroq.

Vickrey auksionida ishtirokchilar boshqa shaxslarning takliflaridan bexabar. Taklif g‘olibi, g‘olib bo‘lgan taklif narxini to‘lamaydi – ular ikkinchi eng yuqori narxni to‘laydi.

Bunday kimoshdi savdosida jismoniy shaxslar o‘zlarining maksimal to‘lovga tayyorligini taklif qilishlari tavsiya etiladi. Kelishuv bo‘lmagan taqdirda, jismoniy shaxsning to‘lashga maksimal tayyorligidan yuqori yoki pastroq taklif qilish uchun hech qanday rag‘bat yo‘q [2].

Vickrey-Clark-Groves mexanizmi, ko‘p obyektli sotuvlarga to‘g‘ri kelishini rag‘batlantiradigan umumlashtirish mexanizmi sifatida tanilgan. Auksionining g‘oyasi shundaki, har bir ishtirokchi uning ishtiroki boshqa ishtirokchilarga qanday ta’sir qilishiga qarab narx to‘laydi. Ya’ni, har bir o‘yinchi auksion savdosida ishtirok etganligi sababli, savdo oxirida boshqa o‘yinchilar tomonidan yo‘qotilgan tovarlar qiymatiga teng miqdorda to‘laydi.

Misol uchun, biz ikkita olmani uchta ishtirokchi bilan auksion savdosiga qo‘ymoqchimiz, deylik.

Ishtirokchi A bitta olma istaydi va 5 dollar taklif qiladi.

Ishtirokchi B ham bitta olma istaydi va 2 dollar to‘lashga tayyor.

Ishtirokchi C esa ikkita olma da’vo qiladi va ikkalasi uchun 6 dollar to‘lamoqchi, lekin bitta olmani ikkinchisiz sotib olishni istamaydi.

VCG g‘oyasiga ko‘ra, olmalar A va B ishtirokchilariga sotiladi, chunki bu xolda eng yuqori taklif hosil bo‘ldi.

Bunday holatlar Internet tarmoqlarida Vickrey-Clark-Groves mexanizmini qo‘llash orqali, onlayn platformalarda bir necha reklama maydonini bir vaqtida samarali sotish uchun ishlatiladi. Xususan, ushbu auksion modeli Yandex, Facebook va Google va ularning hamkor tarmog‘i tomonidan qo‘llaniladi.

Reklama maydonini sotishning bu mashhur uslubi — umumlashtirilgan (muxirlangan) ikkinchi narx auksioni deb ataladi (1-rasm).

Mustaqil takliflar bilan Vickrey auksion turida, har bir ishtirokchi tovar qiymatining haqiqiy bahosini berish orqali foydani maksimal darajada oshiradi. Boshqacha qilib aytganda, haqiqiy baholash strategiyasi bir martalik Vikri auksionlari uchun ustunlik qiladi. Bir martalik Vickrey auksionida mahsulot qiymatining individual bahosi maksimal bo‘lganda ishtirokchi g‘olib hisoblanadi. Eng umumiy holatda yanada samarali, shuning uchun u boshqa auksion modellardan farqli ravishda, resurslarni taqsimlash samaradorligini baholash mumkin bo‘lgan modeldir. Auksion ishtirokchilariga boshqa ishtirokchilarning taklif narxlarini o‘rganishiga ruxsat berilmaydi, (agar o‘z baholariga ishonchlari komil bo‘lmasa, xaridorlar bozor narxlarini bilib olishga intiladilar). Sotuvchilar esa o‘z daromadlarini oshirish uchun "so‘qmoqni takliflar" dan foydalanishlari mumkin. Vikri — kimoshdi savdolarida ishtirokchilarning baholarini ketma-ket e‘lon qilish strategiyasi ustunlik qilmaydi.

VCG mexanizmi orqali ko‘p obyektli sotuvlarni rag‘batlantirish har doim ham samarali natija beravermaydi, bu mexanizmida auksion g‘olibi ba‘zan noto‘g‘ri aniqlanishi mumkin va bu holat sotuvchi yoki obyekt egasiga iqtisodiy naf keltirish o‘rniga ziyon keltiradi. Yuqoridagi misolda ikkita olma savdoga qo‘yilgan bo‘lib, ularga uchta ishtirokchi qiziqish bildirgan.

Ishtirokchi A bitta olma istaydi va 5\$ taklif qiladi.

Ishtirokchi B ham bitta olma istaydi va 2\$ to‘lashga tayyor.

Ishtirokchi C ikkita olma da‘vo qiladi va ikkalasi uchun 6\$ to‘lamoqchi. lekin bitta olmani ikkinchisiz sotib olishni istamaydi.

VCG g‘oyasiga ko‘ra, olmalar A va B ishtirokchilariga sotiladi, chunki A ishtirokchi bilan B ishtirokchi taklifi $5\$ + 2\$ = 7\$$ eng yuqori taklif, lekin g‘oliblar ikkinchi eng yuqori narxni to‘laydi.

G‘olib A to‘lovi: B ishtirokchi 2\$ tikish orqali olma oladi. Agar A bo‘lmasa, C ikkala olmani ham yutib oladi va ular uchun 6\$ to‘laydi. Shunday qilib, A ishtirokchi ikkala olma uchun C narxi va ulardan biri uchun B narxi o‘rtasidagi farqni to‘laydi, ya‘ni $6\$ - 2\$ = 4\$$ to‘laydi.

G‘olib B to‘lovi: A ishtirokchi 5\$ tikish orqali olma oladi va C hech narsa olmaydi. B ishtirokchi bo‘lmaganda, C ikkala olmani ham 6\$ ga olgan bo‘lardi, chunki ikkita olma uchun 6\$, boshqa ishtirokchilar yo‘qligida A ning 5\$ taklifidan oshadi. Shunday qilib, B ishtirokchi ikkala olma uchun C narxi va ulardan biri uchun A narxi o‘rtasidagi farqni to‘laydi, ya‘ni $6\$ - 5\$ = 1\$$ to‘laydi.

VCG g‘oyasiga ko‘ra, olmalar A va B ishtirokchilarga 7\$ sotildi va ular uchun 5\$ to‘lashlari kerak. Natijada B ishtirokchi 100 foiz ehtimol bilan olmaning pulini to‘laydi, chunki u olmaga eng minimal narxni ya‘ni boshlang‘ich narxiga teng bahoni 2 \$ taklif qilgan va g‘olib bo‘lgan edi, shuningdek ikkinchi eng yuqori narxni ya‘ni 1\$ to‘laydi. A ishtirokchi esa katta ehtimol bilan olmani auksionda sotib olishiga qaramay pulini to‘lamay ketib qoladi, chunki u 5\$ taklif qilish orqali, boshlang‘ich narxiga nisbatan taklif narxi 2,5 barobar yuqori bo‘lgan farq bilan narxni sun‘iy oshirib yubordi shuningdek, boshlang‘ich narxiga nisbatan 2 barobar yuqori bo‘lgan farq bilan narxni ya‘ni 4\$ to‘laydi.

Bunday holatda A ishtirokchi zakalat puliga kuyadi, sotuvchi $1\$ +$ zakalat pulga ega bo‘ladi, agar zakalat miqdori 10 % ni ya‘ni 20 sentni tashkil qilsa, 1 dollar 20 sentga bitta olma sotiladi va ikkinchi olma sotilmay qoladi. VCG ning maqsadiga ko‘ra, olmalar A va B ishtirokchilariga $5\$ + 2\$ = 7\$$ dollarga sotilib, ikkinchi eng yuqori narxni ya‘ni $4\$ + 1\$ = 5\$$ to‘lashlari, ya‘ni har bir olma uchun 2,5 \$ to‘lanishi ko‘zlangan edi. Ammo, amalda esa bitta olma ziyonga sotildi ya‘ni 1\$ ga, ikkinchi olmani esa ishtirokchi sotib olmadi va 0,2\$ zakalat puliga kuydi jami 1,2 \$ sotuvchi hisobida qoldi. Natijada sotuvchi bitta olmadan $1,2\$ - 2,5\$ = 1,3\$$ ziyon ko‘rdi va ikkinchi olmasi sotilmay qoldi.

Bizningcha, yuqoridagi misolda keltirilgan holatda olmalar C ishtirokchiga sotilgan taqdirda sotuvchiga va savdo tashkilotchisiga ko‘proq foyda olib keladi:

C ishtirokchiga sotildi deylik, natijada C ishtirokchi katta ehtimol bilan olmani pulini to‘laydi, chunki u 2 ta olmaga 6\$ taklif qildi, olmaning boshlang‘ich narxiga nisbatan taklif bahosi 1,5 barobar yuqori bo‘lib, narxni sun‘iy oshirish holati kuzatilmadi. Natijada sotuvchi olmalar uchun ikkinchi eng yuqori narxga ya‘ni 6\$ ga ega bo‘ldi.

Agar C ishtirokchi kichik ehtimol bilan olmalarning narxini auksion savdoda sun‘iy oshirgan bo‘lsa va pulini to‘lamasa, u holda 10 % zakalat pullariga kuyadi, $0,2\$ + 0,2\$ = 0,4\$$. Natijada sotuvchi 40 sent foyda bilan savdoni yakunlaydi va olmalarning xar ikkisi ixtiyorida qoladi va savdosini qaytadan tashkillashtirishi mumkin bo‘ladi.

Bizningcha, VCG auksion mexanizmini to‘g‘ri qo‘llash orqali ko‘p obyektli sotuvlarni rag‘batlantirish samarali natija beradi. Shuningdek, zakalat puli miqdori past miqdorda belgilanib, savdo tashkil etilgan taqdirda, yuqori ehtimol bilan obyektни sotib olgan ishtirokchi pul to‘lovini amalga oshirmay ketib qolishi mumkin. Xaridorning savdoni manipulyatsiya qilishi oqibatida sotuvchining zarar ko‘rish ehtimoli oshadi va shu sababli zakalat miqdori yuqoriroq belgilanishi maqsadga muvofiq.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Yo‘ldoshev N.Q., Yunusov M.P. Birja va yarmarka faoliyatini boshqarish: Darslik., — T.: “Sano-standart”, 2014, — 232 b.
2. Bobodo‘stov Z.N., Pardayev Sh.X., 2. Allayorov R.A. Birja ishi: O‘quv qo‘llanma., — Samarqand: “Samarqand iqtisodiyot va servis instituti bosmaxonasi”, 2018, — 207 b.
3. Xalmirzayev O.A. “O‘zbekiston respublikasidagi ko‘chmas mulklarning ikkilamchi bozorida kim-oshdi (auksion) savdolarini tashkil etish va rivojlantirishga ta’sir qiluvchi omillar”, “Tadqiqotlar” jahon ilmiy metodik jurnali 35-son, 3-to‘plam, aprel 2024, — 142-145 b.
4. O‘zbekiston respublikasining Fuqarolik kodeksi 380-moddasi.
5. Endi auksionga qo‘yilgan O‘zbekistondagi san’at asarlarini onlayn sotib olish mumkin 29.12.2024
6. https://www.reddit.com/r/MuseumPros/comments/16l87vo/bonhams_christies_sothebys_whats_the_difference/?rdt=60444 29.12.2024
7. <https://www.theguardian.com/society/article/2024/jul/07/top-uk-auction-house-told-to-stop-taking-buyers-premium-for-charity-sales> 29.12.2024
8. <https://daryo.uz/k/2017/09/08/bojxona-oldindan-tolov-tushumning-50-foizi-taqiqlangan-ahsulot-eksporti-aksiz-soligi-va-farmatsevtika-bojlari> 03.01.2025y
9. <https://www.gazeta.uz/uz/2023/10/31/jewelry/> 03.01.2025y. Manba Gazeta.uz
10. <https://president.uz/uz/lists/view/7329> 03.01.2025y