



# O‘ZBEKISTON SUG‘URTA BOZORI

*VOL. 2 ISS: 5 (2025)*

INSURANCE MARKET OF UZBEKISTAN СТРАХОВОЙ РЫНОК УЗБЕКИСТАНА

INSURANCE



№	MUNDARIJA	Page
1.	<b>SUG'URTA KOMPANIYALARI INVESTITSION FAOLIYATINI TARTIBGA SOLISHDA MOLIYAVIY MEKANIZMLARNING ROLI: NAZARIYA VA O'ZBEKISTON AMALIYOTI</b> <i>Abdullayev Erkinjon A'zamovich</i>	4
2.	<b>GLOBALASHUV SHAROITIDA IQTISODIY INTEGRATSIYA VA RAQAMLASHTIRISHNING RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDAGI AHAMIYATI</b> <i>Nomozova Qumri Isoevna</i>	8
3.	<b>МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СТРАХОВОГО СЕКТОРА ПОСРЕДСТВОМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ПЕРЕСТРАХОВАНИЯ</b> <i>Мухамедов Фарход Турсунбаевич, Муминова Ансора Улугбек кизи</i>	11
4.	<b>POLYUTSIYA SUG'URTASI MOHIYATI VA O'ZBEKISTONDA JORIY QILISH MASALALARI</b> <i>Erkaboyev Yorbek Boirbekovich</i>	14
5.	<b>ISLOM MOLIYASINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISHI, AMAL QILISHI BILAN BOG'LIQ O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI</b> <i>Qo'ldoshev Jahongir Qamariddinovich</i>	17
6.	<b>XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHNING ILMIY YONDASHUVLARI</b> <i>Ko'charov Xurshid Xurram o'g'li</i>	19
7.	<b>O'ZBEKISTON QISHLOQ XO'JALIGINING SAMARADORLIGINI TA'MINLASHDA SUG'URTA XIZMATLARINING ROLI</b> <i>Kalenov K.T.</i>	22

## “O‘ZBEKISTON SUG‘URTA BOZORI” JURNALI TAHRIR KENGASHI A‘ZOLARI

1. Teshabayev To‘lqin Zakirovich (Kengash raisi, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti rektori, iqtisodiyot fanlari doktori, professor).
2. Maqsudov Davron Sanjarxo‘jayevich (Kengash raisi o‘rinbosari, Istiqbolli loyihalar milliy agentligi direktori o‘rinbosari).
3. Azimov Rustam Sadikovich (“O‘zbekinvest” eksport-import sug‘urta kompaniyasi” AJ bosh direktori, iqtisodiyot fanlari doktori).
4. Mehmonov Sultonali Umaraliyevich (Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti prorektori, iqtisodiyot fanlari doktori, professor).
5. Abdurahmonova Gulnora Qalandarovna (Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti prorektori, iqtisodiyot fanlari doktori, professor).
6. Sindarov Sherzod Egamberdiyevich (Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti prorektori, iqtisodiyot fanlari doktori, professor).
7. Zakirov Latif Xamidullayevich (Moliya vazirligi huzuridagi TKFJMS qoshidagi To‘lovlarni kafolatlash jamg‘armasi direktori).
8. Xalilov Oybek Nasirovich (O‘zbekiston sug‘urta bozori professional ishtirokchilari uyushmasi kengashi raisi).
9. Qurbonov Xayrulla Abdurasulovich (TDIU Xalqaro va milliy reytinglar bilan ishlash markazi rahbari, dots.).
10. Quldoshev Qamariddin Mansurovich (TDIU “Sug‘urta ishi” kafedrasida professori, DSc, bosh muharrir).
11. Zaynalov Jahongir Rasulovich (Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Moliya” kafedrasida mudiri, iqtisodiyot fanlari doktori, prof.).
12. Shennayev Xojayor Musurmanovich (TDIU “Sug‘urta ishi” kafedrasida mudiri, DSc, prof.).
13. Boyev Xabibullo Ismoilovich (TDIU “Sug‘urta ishi” kafedrasida professori, iqtisodiyot fanlari doktori).
14. Ortiqov Furqat A‘zamjonovich (“Kafil Sug‘urta” AK sug‘urta kompaniyasi direktorlar kengashi raisi).
15. Nurullayev Abdulaziz Sirojiddinovich (O‘zbekiston madaniyat va san‘at instituti professori, i.f.n. dots.).
16. Merident Randles (FSA, MAAA. Principal & Consulting Actuary. Katta maslahatchi, UNDP-Milliman Global Actuarial Initiative).
17. Ong Xie (FIA, FSAS. Dastur menejeri, UNDP-Milliman Global Actuarial Initiative. Olmosh: She/Her).
18. Hasanov Xayrulla Nasrullayevich (TDIU Besh tashabbus markazi rahbari, i.f.b.f.d.).
19. Mamadiyarov Zokir Toshtemirovich (TDIU “Moliya bozori va sug‘urta” kafedrasida mudiri, iqtisodiyot fanlari doktori).
20. Mutalova Dilorom Maxamadjanovna (TDIU “Soliqlar va soliqqa tortish” kafedrasida professori, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori).
21. Imomov Hamdilla Hamdamovich (TDIU “Korporativ moliya va qimmatli qog‘ozlar” kafedrasida professori v.b., falsafa fanlari doktori).
22. Kenjayev Ilxom G‘iyozovich (TDIU Magistratura bo‘yicha dekan o‘rinbosari, i.f.b.f.d., dots.).
23. Yadgarov Akram Akbarovich (TDIU “Yashil iqtisodiyot” kafedrasida professori v.b., iqtisodiyot fanlari doktori).
24. Yuldashev Obiddin Toshmurzayevich (TDIU “Sug‘urta” kafedrasida professori v.b. i.f.d.).
25. Samadov Asqarjon Nishonovich (TDIU “Marketing” kafedrasida dotsenti, universitet Kengashi kotibi, fanlar nomzodi).
26. Baratova Dinara Alisherovna (TDIU “Sug‘urta” kafedrasida dotsenti, t.f.n. kotib).
27. Qarshiyev Daniyar Eshpo‘latovich (TDIU “Sug‘urta” kafedrasida dotsenti, i.f.n., bosh muharrir).
28. Nomozova Qumri Isoyevna (Bank-moliya akademiyasi dotsenti, PhD).
29. Hamdamov Shoh-Jahon Raxmat o‘g‘li (TDIU “Korporativ moliya va qimmatli qog‘ozlar” kafedrasida dotsenti, i.f.n.).
30. Maxmudov Samariddin Baxriddinovich (TDIU “Korporativ moliya va qimmatli qog‘ozlar” kafedrasida dotsenti, i.f.n.).



## XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHNING ILMIY YONDASHUVLARI

Ko'charov Xurshid Xurram o'g'li

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti

Raqamli iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi

Email: [xurshid.k@dtpi.uz](mailto:xurshid.k@dtpi.uz)

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada xizmat ko'rsatish korxonalarini raqobatbardoshligini oshirishning ilmiy yondashuvlari tadiii etilgan. Xususan, xizmatlar sohasidagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik raqobatbardoshligini oshirish masalalari ilmiy hamda nazariy jihatdan o'rganilgan. Ularning raqobatdosh ustunliklarni belgilash, xizmat ko'rsatish korxonalarining raqamli va innovatsion faoliyatini faollashtirish asosida ularning raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

**Kalit so'zlar:** xizmat ko'rsatish korxonalarini, raqobat, raqobatbardoshlik, bozor munosabatlari, raqobat usuli, strategik boshqaruv, innovatsiya.

**Abstract:** This article examines scientific approaches to enhancing the competitiveness of service enterprises. In particular, the issues of increasing the competitiveness of small businesses and private entrepreneurship in the service sector have been studied from a scientific and theoretical perspective. Proposals have been developed to improve their competitiveness based on identifying competitive advantages and promoting the digital and innovative activities of service enterprises.

**Keywords:** service enterprises, competition, competitiveness, market relations, method of competition, strategic management, innovation.

**Абстрактный:** В данной статье рассмотрены научные подходы к повышению конкурентоспособности предприятий сферы услуг. В частности, научно и теоретически изучены вопросы повышения конкурентоспособности малого бизнеса и частного предпринимательства в сфере услуг. Разработаны предложения по повышению их конкурентоспособности на основе определения конкурентных преимуществ, активизации цифровой и инновационной деятельности предприятий сферы услуг.

**Ключевые слова:** предприятия сферы услуг, конкуренция, конкурентоспособность, рыночные отношения, метод конкуренции, стратегическое управление, инновация.

### Kirish (Введение/Introduction).

Jahon iqtisodiy tizimida yuzaga kelayotgan ijtimoiy-iqtisodiy inqirozlar, raqamli texnologiyalar taraqqiyoti va globallashuv jarayonlari sohalarning iqtisodiy rivojlanish mexanizmlarini tubdan yangilashni taqozo etmoqda. Shu munosabat bilan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining raqobatbardoshligini ta'minlash milliy iqtisodiyot barqarorligida hal qiluvchi omil hisoblanadi.

Raqobat iqtisodiy faoliyatni baholashning muhim mezonlaridan biridir. Bu ko'rsatkichni tushunmagan holda kelajakda tadbirkorlikni amalga oshirishda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan muammolarni oldini olish va ularni bartaraf etish yo'llarini topishning imkoni bo'lmaydi. Iqtisodiyot nazariyasi fanining kategoriyasi sifatida "raqobat" qadimdan mavjud bo'lgan tushuncha hisoblanadi, uning iqtisodiy tabiati nisbatan murakkab bo'lganligi uchun ham bugungi kundagi mohiyati to'liq ochib berilmagan, deyishga asos mavjud. Bu shu bilan izohlanadiki, raqobatning iqtisodiy mazmuni va obektiv asoslarini ochib berish jarayonida, uni ta'riflashdagi serqirralik, turfalilik va ziddiyatlar mantiqiy jihatdan davom etayotganligidadir. Bularning barchasi mazkur tadqiqot mavzusining dolzarbligini ifodalaydi.

### Adabiyotlar sharhi (Обзор литературы/Literature review).

Raqobat aynan bir ma'noli talqinga ega emas, uning iqtisodiy mazmunining shakllanishi va rivojlanib borishi borasida bir qancha nazariy yondashuvlar mavjud. Dastlab "raqobat" so'zi iqtisodiy nazariyaga kundalik tilidan kirgan va uzoq vaqt davomida faqat ikki yoki undan ortiq shaxslar o'rtasidagi mustaqil raqobatni anglatgan [1]. Bu inson tabiatiga xos bo'lgan, iqtisodiy hatti-xarakatlarda tabiiy ravishda namoyon bo'ladi, takror ishlab chiqarishning har bir bosqichida ishtirok etadigan jarayon hisoblanadi. Iqtisodiyot atamalarining izohli lug'atida keltirilishicha "raqobat" – (lotin tilidan "concurro" – to'qnashuv; ingliz tilidan competition, "rivalry") – bozorda ishtirok etayotgan tadbirkorlik o'rtasidagi o'z mahsulotlarini sotishning eng qulay imkoniyatlarini ta'minlash, xaridorlarning turli-tuman ehtiyojlarini qondirish maqsadidagi o'zaro ta'sir, aloqa va kurash iqtisodiy jarayonidir [2].

Raqobat usuli – raqobat kurashida qo'llanadigan vosita va dastaklardan iborat bo'lib, bunda narx vositasida hamda narxsiz raqobatlashish usullari orqali amalga oshiriladi [3].

Iqtisodchilarning fikriga ko'ra, asosiy me'yor va qoidalarga rioya qilgan holda, oldindan belgilangan keskin raqobat sharoitida amalga oshiriladigan muayyan turdagi mahsulotni sotish va sotib olish joyidir. Bozor mukammal va nomukammal ko'rinishda bo'ladi. Mukammal ko'rinishda bozor modeli savdo jarayonida ishtirokchilar o'rtasida sodir bo'ladi, bu o'z navbatida bozor tamoyillariga asoslanadi [4]. Shu bilan birga, mukammal bozor shakli uchun xarakterli shartlar quyidagilardir:

- sifat, tashqi ko'rinish, qadoqlanishi va narx;
- barcha sotuvchilar va xaridorlar bir xil raqobat sharoitida faoliyat ko'rsatadi, ular uchun alohida shart-sharoitlar (imtiyozlar, ustuvorliklar) mavjud emas;
- sotuvchilar va xaridorlar bozordagi barcha ma'lumotlardan xabardor, ya'ni bozor shaffofligini to'liq ko'rish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Makrodarajada tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishning umumiy ko'rsatkichlari va umuman bozor tizimining ishlashi belgilanadi. Mezodarajaga tarmoqlar doirasida korxonalar, bozor konyunkturasi va raqobatbardoshlik muhitining birgalikdagi holati kiradi. Mikrodarajada raqobat to'liq shaklga ega bo'lib, muayyan mahsulotlar yoki tor bozor segmentlari atrofida qurilib, korxonalar va ularning mahsulotlari raqobatbardoshligini birinchi o'ringa olib chiqadi [5].

Korxonaning raqobatbardoshligi – iqtisodiy kategoriya bo'lib, uning raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish qobiliyati, mamlakatda va undan tashqarida ushbu tarmoqning boshqa korxonalariga nisbatan raqobatbardoshlik ustunliklarini aks ettiradi. Korxonaning raqobatbardoshligini faqat bir tarmoqqa mansub korxonalar guruhi doirasida baholash mumkin, shuning uchun uning darajasini baholash, birinchi navbatda, taqqoslash maqsadida asosiy obektlarni tanlashni o'z ichiga oladi. Raqobatbardosh korxonalar quyidagi ko'rsatkichlar bilan

mutanosib bo'lishi kerak [6]:

– ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning (tovar, xizmat) ehtiyojlarni qondirish borasida o'ziga xosligi;

– ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarga mo'ljallangan bozor segmentlari;

– korxonada faoliyatining hayotiylik bosqichlari.

Korxonada raqobatbardoshligiga strategik boshqaruv, innovatsiyalar, samaradorlik ko'rsatkichlari bilvosita ta'sir etadi [7]. Strategik boshqaruvga bag'ishlangan ilmiy izlanishlarida strategik boshqaruv tizimida korxonaning istiqbollarini o'rganish va ularga ta'sir qiluvchi omillarni baholash muhim o'rin tutishiga alohida urg'u berilgan. Bunda, korxonaning uzoq muddatli yutuqlari ishlab chiqilgan strategiyaga bog'liq bo'lishi va u doim xavf-xatar bilan ishlashi hamda uzoq muddatli faoliyati prognozlarini yuritishi zarurligi keltirilgan. Agar korxonaning rivojlanish strategiyasi bo'lmasa yoki ma'lum xatoliklar bilan ishlab chiqilgan bo'lsa, u holda bu korxonaga bozorda barqaror o'rin egallashi uchun imkon bermasligi bayon etilgan [8].

Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqib aytish mumkinki, raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish xo'jalik yurituvchi subektlar uchun ham tarmoqda yaratilgan muhit, ya'ni infratuzilmaga bog'liq bo'ladi. O'z navbatida, yuqori darajadagi obektlar quyi darajadagi obektlarning raqobatbardoshligini ta'minlaydigan shart-sharoitlarni yaratadi.

Boshqacha aytganda, tadbirkorlik raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan siyosat tarkibiy o'zgarishlarni (ishlab chiqarish, atrof-muhit, ijtimoiy) boshqarish bilan belgilanadi. Bu esa, o'z navbatida, ishlab chiqarish omillari, tashqi va ichki muhitning o'zaro bir-biriga ta'siri, raqobatdagi ustunligini ta'minlaydi.

#### Tadqiqot metodologiyasi (Методы/Methods).

Mazkur tadqiqotni amalga oshirishda rasmiy statistik ma'lumotlar, kuzatuv, taqqoslama tahlil, sintez, mantiqiy fikrlash, solishtirma tahlil kabi bir qator ilmiy usullardan keng foydalanilgan. Shuningdek, xorijiy va mahalliy olimlarning mazkur mavzu doirasidagi nazariy-ilmiy qarashlari o'rganilib, bu borada mualliflik yondashuvlari bayon etilgan.

#### Tahlil va natijalar muhokamasi (Анализ и результаты/Analysis and results).

Bugungi kunda, xizmat ko'rsatish korxonalarining raqamli va innovatsion faoliyatini faollashtirish mamlakat raqobatbardoshligini oshirish uchun asos bo'ladi.

Yangi texnologiyalar asosida hududiy ishlab chiqaruvchilarning raqobatbardosh ustunliklarini kengaytirish, ishlab chiqarishni raqamlashtirish va innovatsiyalarni joriy etish bo'yicha uzoq muddatli strategiyalarni keng ko'lamli iqtisod hamda xarajatlarni qisqartirishni e'tiborga olgan holda ishlab chiqish, yirik investitsiyalarni jalb qilish bo'yicha sa'y-harakatlar bilan birlashtirilishi kerak.

Xizmat ko'rsatish klasterlarini rivojlantirish hudud raqobatbardoshligini oshirish va rivojlantirish siyosatining muhim jihatlaridan biri bo'lishi lozim.

O. Stulov, N. Chevichelovalar texnoparklarni kerakli asbob-uskunalar va yuqori malakali kadrlar bilan ta'minlangan, axborot va eksperimental baza asosida tadbirkorlarni ilmiy-texnik sohada rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratuvchi innovatsion infratuzilma subekti deb qaraganlar. Bunda, texnoparklar samarali ishlashining asosiy shartlari sifatida yaxshi ilmiy-texnik salohiyatga ega universitetlar, rivojlangan aloqa va transport kommunikatsiyasi, ilmiy-tadqiqot va ishlab chiqarish infratuzilmasi, laboratoriya va tajriba ishlab chiqarish xonalari, ilmiy-texnik xodimlar uchun ofislar, yashash infratuzilmasi (yashash joylari, tibbiy xizmat, savdo va ovqatlanish tarmoqlari) va ijobiy ijtimoiy muhit lozimligini keltirib o'tganlar [9].

Xizmat ko'rsatish innovatsion korxonalarini – bu ilmiy hajmdor texnologiyalar va ishlamlarni hamkorlikda milliy innovatsion tizim imkoniyatlari doirasida yaratuvchi hamda ishlab chiqarishga joriy etuvchi asosiy kuchdir. Ular biror bir klaster tarkibida bo'lishi yoki bo'lmasligidan qat'iy nazar sanoatni ilm-fan, zamonaviy infratuzilma obektlari bilan bog'laydilar, ya'ni sohadagi integratsiyalashuvni amalga oshirish orqali tavakkalchilik va xavf-xatarni o'z zimmlariga oladilar.

Milliy innovatsion siyosatning mahsuldorligi xizmat ko'rsatish rivoji va raqobatbardoshligini oshishi bilan chambarchas bog'liq, chunki innovatsiyalarning shakllanishi muammo - ilmiy g'oya - intellektual mulk obekti – standartlar va innovatsiya kabi innovatsion eko muhit zanjirining samarali ishlashini talab etadi.

Dunyo yagona axborot makonining shakllanishi turli mamlakatlarda innovatsiyalarni joriy etish asosida raqamli iqtisodiyotning rivojlanishiga to'rtki bo'ldi. Inson yagona axborot makonida vorislikka ko'ra jamlangan tegishli axborotlarni tahlil va tadqiq qilish asosidagina yangilik va yangilanishlarni yaratishga qodirlik ayon bo'ldi.

Jahon tajribasidan ma'lumki IT texnologiyalarning jadallashuvi ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni yangi bosqichga olib chiqadi. Bunda, raqamli iqtisodiyotning xususiy tadbirkorlik, kichik va o'rta biznes

korxonalarini faoliyatiga joriy etilishi natijasida jamiyat farovonligi darajasining keskin oshirilishiga imkon yaratiladi. Yangi turdagi innovatsion va raqamli dasturiy ta'minot yoki mahsulotlarning (xizmat) paydo bo'lishi biznes-jarayonlarni qayta qurish, biznes-modellarning o'zgarishi, marketingni boshqarish tizimlariga va iste'molchilar nuqtayi nazarining o'zgarishiga olib keladi.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida tarmoqning, shu jumladan, korxonalarining raqamli rivojlanish darajasi muhim ahamiyatga ega, ya'ni raqamli omil bir vaqtda ham ichki, ham tashqi xususiyatga ega bo'ladi. Jahon raqamli transformatsiyasi hamda unga sanoat 4.0 texnologiyalarini bosqichma-bosqich joriy etilishi turli sohalarda faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarining milliy va xorijiy bozorlarda raqobatbardoshligini saqlash uchun boshqaruv va ishlab chiqarish jarayonlarini raqamlashtirishni taqazo etmoqda.

R. Kling, R. Lamb raqamli iqtisodiyotni to'rtta asosiy tarkibiy qismga ajratishgan [10]:

– raqamli mahsulotlar (tovar, xizmatlar). Raqamli texnologiyalar yordamida yetkazib beriladigan mahsulotlar, shuningdek, raqamli ravishda taqdim etiladigan xizmatlar turlari (masalan, onlayn axborot xizmatlari, dasturiy ta'minotni sotish, elektron ta'lim va boshqalar);

– aralash raqamli mahsulotlar (tovar, xizmatlar). Mahsulotlarning chakana savdosi (masalan, kitoblar, gullar, mehmonxona xonalari va boshqa savdotiq);

– IT bilan bog'liq xizmatlar yoki mahsulotlar ishlab chiqarish. Raqamli texnologiyalar yordamiga juda bog'liq bo'lgan xizmatlar (buxgalteriya xizmatlari yoki murakkab texnik loyihalar), ishlab chiqarish (yuqori aniqlikni talab etadigan mahsulotlar yoki kompyuterlar bilan boshqariladigan kimyoviy zavodlar);

– IT-sanoat bo'g'ini. Yuqorida keltirilgan uchta tarkibiy qismga xizmat ko'rsatadi. IT sohasining mahsulotlari ko'rib chiqiladi. Bunga tarmoq asbob-uskunalar, kompyuter mahsulotlari, shuningdek, IT konsaling korxonalarini kiradi.

Global rivojlanish instituti professori J. Hicks va shu institut tadqiqotchisi R. Buhtlarning fikrlaricha: "texnologiyalarning ta'sirini mavjud iqtisodiy jarayonlar, tizimlar va tarmoqlar, tadbirkorlikning o'zaro aloqalari va modellarning o'zgarishi sifatida qarash mumkin. Bundan tashqari, bu jarayon yangi iqtisodiy jarayonlar, tizimlar va tarmoqlarning paydo bo'lishiga olib kelishi mumkin" [11].

Shu nuqtayi nazardan, xizmat ko'rsatish korxonalarini rivojladigan o'zgarishlar, ularning innovatsion va raqamlashtirish muhitiga moslashuvchanligi, biznes-jarayonlar, biznes-modellarning o'zgarishi, innovatsion va raqamli iqtisodiyot o'rtasidagi o'zaro ta'sirlarning ijobiy jihatlarni o'zlashtira olishi kabilar hozirda har qachongidan ham dolzarbdir.

Shu o'rinda ta'kidlash kerakki, insoniyat tarixidagi yangilik va yangilanishlar yoki mo'jizalardan hech birini betafakkur tasavvur qilib bo'lmaydi. Har qanday jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy yuksalishlaridagi yangilik va yangilanishlar innovatsiya maqomiga bosqichma-bosqich rivojlanish bilan erishadi.

Iqtisodiy nuqtayi nazarda yangi texnologiyalarni yaratishga ma'lum bir vaqt va pul sarflanadi. Ilm-fan yutuqlarini ishlab chiqarishga yo'naltirish AQSh, Yaponiya, Janubiy-Sharqiy Osiyo mamlakatlari, shuningdek, Yevropa Ittifoqi kabi dunyoning rivojlangan mamlakatlarning ichki ustuvor yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Dunyoning yetakchi davlatlari uchun yangi texnologiyalar ishlab chiqarishni rivojlantirish hamda shu asosda yuqori texnologiyali tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish iqtisodiy rivojlanish va o'qish jarayonida eng muhim strategik maqsadlardan biridir.

Innovatsiya taraqqiyotga boshlovchi yo'l, butun dunyoda, jumladan, O'zbekistonda ham muammoning teran anglanishi tufayli paydo bo'lgan, inson intellektual tafakkurida charxlangan g'oyadan boshlanuvchi ilmiy-tadqiqot, yangi yaratilgan va huquqiy himoyalangan intellektual mulk obekti mahsuloti, yangilanish va yuksalishlarni ta'minlovchi kuchdir. Bozor munosabatlariga asoslangan zamonaviy, o'ta murakkab ijtimoiy hayot innovatsiyalarning tegishli axborotlar, ya'ni "informatsiya" va "integratsiya" bo'lmasa mavjud bo'lmasligini isbotladi.

Har qanday yangilik va yangilanishning yaratuvchisi insondir. Ilmiy hajmdor mahsulotlar, ya'ni innovatsiyalar bevosita inson kapitali ta'sirida paydo bo'ladi.

Raqamli texnologiyalar jadal rivojlanishi, ularning an'anaviy biznesga kirib borishi, raqamli mahsulot va xizmatlarning yangi turlarini paydo bo'lishi, onlayn-kanallardan ommaviy foydalanish, biznes-jarayonlarni qayta qurishga, biznes-modellarni transformatsiyasiga, marketing tizimini boshqarish hamda iste'molchi xatti-harakatlarining o'zgartirishiga olib keladi. Raqamli tadbirkorlik – bu yangi raqamli texnologiyalardan (ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar, katta hajmdagi ma'lumotlar, mobil quрилmalar uchun yechimlar yoki "bulutli texnologiyalar") foydalanishdir. Bunda, asosiy maqsad ishbilarmonlik muhitini takomillashtirish, yangi biznes-modellar ixtirosi,

korxonalarining intellektual mulklarini yoki iste'molchilar bilan manfaatdor tomonlarning o'zaro aloqasini yaxshilash hisoblanadi.

O'zbekistonning bugungi innovatsion rivojlanishida ham aynan raqamli iqtisodiyot konsepsiyasi ilgari surilgan. Yunesko/ITBning "O'zbekistonda inklyuziv fan, texnologiya va innovatsiya tizimini rivojlantirish" loyihasi doirasida tayyorlangan materiallarida mamlakatdagi fan, texnologiya va innovatsiya holati, asosiy tamoyillar hamda ustuvor vazifalar atroflicha tahlil etilgan. Mazkur materiallarga "IFIT" (Institute For Integrated Transitions) xorijiy jurnaliga ham iqtibos keltirilgan va respublikadagi tadbirkorlik ekotizimi, raqamli va innovatsion iqtisodiyotning rivojlanishi borasida amalga oshirilayotgan islohotlarning tahlili keltirilgan.

Aynan, "IFIT" materiallarida ham Dasturning 29 va 51-maqсадlariga urg'u berilgan. Shu o'rinda, tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish va doimiy daromad manbalarini shakllantirish uchun sharoit yaratish, xususiy sektorning YaiMdagi ulushini 80 foizga va eksportdagi ulushini 60 foizga yetkazilishi keltirilgan.

Mamlakatdagi fan, ta'lim va ishlab chiqarish integratsiyasi, innovatsion hamkorlik, innovatsion infratuzilmalar holati hamda yangi innovatsion texnologiyalarni joriy etish bilan bog'liq jihatlar o'zaro raqobat muhitining jadallashishini ta'minlaydi. Dunyo mamlakatlari rivojlanishining zamonaviy shartlaridan biri innovatsion jarayonda elektron hukumat va raqamli iqtisodiyot strategiyasini tezkor va to'g'ri amalga oshirish bilan bog'liq bo'lmoqda. Jamiyatda iqtisodiy-ijtimoiy o'zgarishlarni tizimli va sifatli amalga oshirishda, shu bilan birga ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohasini samaradorligini oshirishda iqtisodiyotni raqamlashtirish dolzarb masalalar qatoriga kiritildi.

#### **Xulosa va takliflar (Заключение/ Conclusion).**

Rivojlangan mamlakatlar tajribasidan ma'lumki, iqtisodiyot tuzilmalarini takomillashtirish va qayta tashkil etishning asosi bu Milliy innovatsion tizim (MIT) – bu yangi bilimlarni yaratish, rivojlantirish, saqlash va tarqatish, ularni texnika-texnologiya, mahsulot va xizmatlarga aylantirishga asoslangan mamlakat va uning hududlaridagi jarayon bo'lib, davlat va nodavlat tashkilotlarning o'zaro jamoaviy uyg'unlashuvida shakllanadi.

Mamlakat ilmiy-texnikaviy va texnologik salohiyatining pasayishi, ITning strategik muhim yo'nalishlarda tadqiqotlarning kamayishi, mutaxassislar va intellektual mulkning xorijiy davlatlarga chiqib ketishi, uni raqobatbardoshlik mavqegini saqlab qolish hamda yuqori texnologiyali sanoat ishlab chiqarishlarini rivojlantirishga tahdid qiladi.

Xo'sh innovatsiya, innovatsion markazlar, ularning loyihalari qachon va qanday muhitda shakllanadi? Mavzuga mos adabiyotlar va tadqiqotlar tahlilining ko'rsatishicha:

birinchidan, barcha innovatsion markazlarning loyihalari inqiroz muhitida va mavjud muammolarni bartaraf etishning biridan-bir chorasi innovatsiyalar ekanligini tushunib yetilganda paydo bo'ladi;

ikkinchidan, barcha innovatsion markazlar amaliyotida to'qnashgan umumiy muammolar mavjud. O'z navbatida ushbu muammolarning yechimiga yo'naltirilgan texnologiya ham shakllangan. Bular: biznes-inkubatsiya, loyihani moliyalashtirish, innovatsion markaz ishtirokchilarining gorizontaal aloqalari, texnopark infratuzilmasi,

jamoatchilik aloqalarining shakllanishi, boshqaruv hamda innovatsion menejmentning namunaviy texnologiyasidir;

uchinchidan, soha va ixtisoslik bo'yicha fan, ta'lim va ishlab chiqarishning o'zaro bir-birini to'ldirishi va tugal integratsiyalashuvi muhitidagina innovatsiyalar shakllanishini hayotiy jarayonlar isbotladi.

Albatta, har qanday texnologiya o'zaro bog'liq bir qator oddiy bosqichlardan tashkil topganidek, innovatsion markazlarning faoliyati ham o'zaro bog'liq elementlarning amaliy aloqadorligi mahsulidir.

Va nihoyat, to'rtinchidan, barcha innovatsion markazlar qat'iy bir ketma-ketlikda rivojlanadi:

– zaxiralar konsratsiyalashuvi yoki boshqacha aytganda, ma'lum soha, ixtisoslashuv, yanada torroq qilib aytganda, aynan ma'lum bir innovatsiya doirasidagi fundamental bilimlar, amaliy tajriba, malaka va ko'nikmalar, yangilanishlar bilan bog'liq barcha ma'lumotlarning jamlanishi (ushbu bosqich uchun hudud ilmiy-tadqiqot potentsialining yuksalishi, dastavval bu jarayonlarda yangi kiruvchilar va kichik kompaniyalar uchun yaxshi tadbirkorlik muhitining shakllanishi, ilmiy-tadqiqot markazlari va ishlab chiqarish o'rtasidagi g'ovlarning olib tashlanishi);

– innovatsion ekomuhitning shakllanishi (kichik korxonalar, yuqori texnologiyalarga asoslangan yirik biznes, ilmiy hajmdor kompaniyalar infratuzilmasi rivoji, hududlarda innovatsion tadbirkorlik, yangi brendlar va innovatsion markazlar ochish uchun infratuzilma yaratilishi);

– sakrashlar (yirik kompaniyalarning rivojlanishi va ularning yetakchiligi, davlatning qo'llab-quvvatlashi bilan ularga investitsiyalarning kiritilishi bilan soha yoki ixtisoslikning tezkor yuksalishi);

– barqaror taraqqiyot, yaratilgan infratuzilmaning samarali ishlashi, uning qamrovining ortib borishi va xalqaro kooperatsiyaga zamin yaratilishi.

Xulosa qilib aytganda, innovatsiya va raqamlashtirish dunyoda, jumladan, respublikamizda ham ilmiy tadqiqotlardan boshlanuvchi, faol akademik va amaliy hamkorlik mahsuli, yangilanishlarga asoslangan ijtimoiy va iqtisodiy yuksalishni ta'minlovchi asosiy kuchdir. Bozor munosabatlariga asoslangan zamonaviy ijtimoiy hayotda MIT integratsiyasiz, informatsiyasiz shakllanmasligini hamda innovatsiyalar ham bo'lmasligini isbotladi.

Demak integratsiyalashuv, innovatsion va raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi, ularning an'anaviy biznesga kirib borishi, raqamli mahsulot va xizmatlarning yangi turlarini paydo bo'lishi, onlayn-kanallardan ommaviy foydalanish, biznes-jarayonlarni qayta qurish, biznes-modellarni transfor-matsiyasiga, marketing tizimini boshqarish hamda iste'molchi xatti-harakatlarini o'zgarishiga olib keladi.

Shunday qilib, xizmat ko'rsatish korxonalarida raqobatbardoshlik erkin bozor iqtisodiyotining ajralmas qismi raqobatli tadbirkorlik bilan bog'lanadi. Tadbirkorlik faoliyatining asosiy o'ziga xos xususiyati raqobatbardoshlikni ta'minlash hisoblanadi. Korxonalar raqobatbardoshligini ma'lum muddat davomida raqobat muhitida o'z maqsadlariga erishish qobiliyati deb ham ta'kidlash mumkin.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar (Литературы/ References):**

1. George J. Stigler. Совершенная конкуренция: исторический ракурс. Вехи экономической мысли: теория фирмы: В 3 т. под ред. В. М. Гальперина. СПб.: Экон. шк., 2000. Т. 2. С. 300.
2. Norqulov I., Mahmudov O. Iqtisodiy atamalarning izohli lug'ati. O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiy taraqqiyot va kambag'allikni qisqartirish vazirligi. Toshkent: "Sahhof" nashriyoti. 2022. 290-b.
3. Иванов В.Н., Фокина И.А. Методические основы управления конкурентоспособностью. Инновационные подходы к модернизации современного общества. 2010. С. 41-44.
4. Гельвановский М. и др. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях. Рос. экон. журн. 1998. № 3. С. 34.
5. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник. М.: Дело, 2001. 448 с.
6. Криворотов В.В. Механизм повышения конкурентоспособности отечественных предприятий. ГОУ ВПО «Урал. гос. техн. ун-т – УПИ». Екатеринбург, 2006. С. 201-202.
7. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. 358 с.
8. Стулов О.В., Чевычелова Н.Е. Технопарк как форма научно-технической модернизации экономики. Вестн. Моск. Ун-та, сер. 6. Экономика. 2010. № 3. С. 100-119.
9. Kling R., Lamb R. IT and Organizational Change in Digital Economies. Understanding the Digital Economy. E. Brynjolfsson, B. Kahin (eds). Cambridge: MIT Press. 2000-у. р. S. 295-324.
10. Buht R., Hicks R. Определение, концепция и измерение цифровой экономики. Вестник международных организаций. Т. 13. №2. С.143-172.
11. Hicks R., Buht R. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. Centre for Development Informatics, Global Development Institute, SEED. Manchester, M13 9PL, UK. 2017 - p. 26.