

# YANG O'ZBEKISTON: INNOVATSIYA, FAN VA TA'LIM

CONFERENCES.UZ

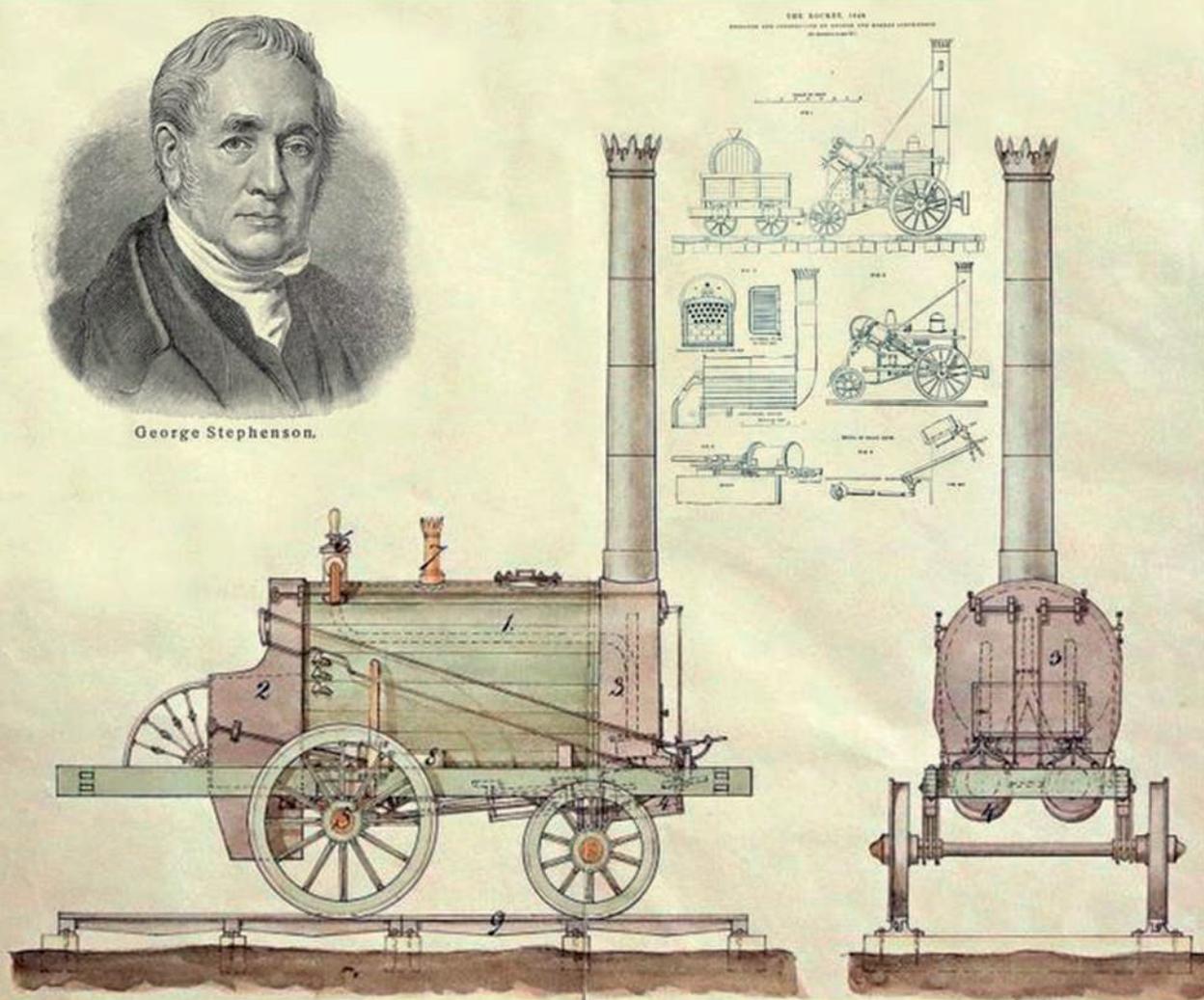
# 2023

DAVRIYLIGI:  
2018-2023

DUNYODA BIRINCHI KASHF  
ETILGAN LOKOMOTIV POYEZD



George Stephenson.



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI VA XORIJY OLIY TA'LIM MUASSASALARI PROFESSOR-O'QUVCHILARI, YOSH OLIMLAR, DOKTORANTLAR, MAGISTRANTLAR VA IQTIDORLI TALABALAR



TOSHKENT SHAHAR, AMIR  
TEMUR KO'CHASI, PR.1, 2-UY.



+998 97 420 88 81  
+998 94 404 00 00



WWW.TAQIQOT.UZ  
WWW.CONFERENCES.UZ



IYUL  
№54

**ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОН:  
ИННОВАЦИЯ, ФАН  
ВА ТАЪЛИМ  
9-ҚИСМ**

---

**НОВЫЙ УЗБЕКИСТАН:  
ИННОВАЦИИ, НАУКА  
И ОБРАЗОВАНИЕ  
ЧАСТЬ-9**

---

**NEW UZBEKISTAN:  
INNOVATION, SCIENCE  
AND EDUCATION  
PART-9**

**ТОШКЕНТ-2023**



УУК 001 (062)  
КБК 72я43

“Янги Ўзбекистон: Инновация, фан ва таълим” [Тошкент; 2023]

“Янги Ўзбекистон: Инновация, фан ва таълим” мавзусидаги республика 54-кўп тармоқли илмий масофавий онлайн конференция материаллари тўплами, 31 июль 2023 йил. - Тошкент: «Tadqiqot», 2023. - 20 б.

Ушбу Республика-илмий онлайн даврий анжуманлар «Харакатлар стратегиясидан – Тараққиёт стратегияси сари» тамойилига асосан ишлаб чиқилган еттита устувор йўналишдан иборат 2022 – 2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси мувофиқ:– илмий изланиш ютуқларини амалиётга жорий этиш йўли билан фан соҳаларини ривожлантиришга бағишланган.

Ушбу Республика илмий анжуманлари таълим соҳасида меҳнат қилиб келаётган профессор - ўқитувчи ва талаба-ўқувчилар томонидан тайёрланган илмий тезислар киритилган бўлиб, унда таълим тизимида илғор замонавий ютуқлар, натижалар, муаммолар, ечимини кутаётган вазифалар ва илм-фан тараққиётининг истиқболдаги режалари тахтил қилинган конференцияси.

**Масъул муҳаррир:** Файзиев Шохруд Фармонович, ю.ф.д., доцент.

#### **1. Ҳуқуқий тадқиқотлар йўналиши**

Профессор в.б., ю.ф.н. Юсувалиева Рахима (Жахон иқтисодиёти ва дипломатия университети)

#### **2. Фалсафа ва ҳаёт соҳасидаги қарашлар**

Доцент Норматова Дилдора Эсоналиевна (Фарғона давлат университети)

#### **3. Тарих саҳифаларидаги изланишлар**

Исмаилов Ҳусанбой Маҳаммадқосим ўғли (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Таълим сифатини назорат қилиш давлат инспекцияси)

#### **4. Социология ва политологиянинг жамиятимизда тутган ўрни**

Доцент Уринбоев Хошимжон Бунатович (Наманган муҳандислик-қурилиш институти)

#### **5. Давлат бошқаруви**

Доцент Шакирова Шохида Юсуповна «Тараққиёт стратегияси» маркази муҳаррири

#### **6. Журналистика**

Тошбоева Барнохон Одилжоновна (Андижон давлат университети)

#### **7. Филология фанларини ривожлантириш йўлидаги тадқиқотлар**

Самигова Умида Хамидуллаевна (Тошкент вилоят халқ таълими ходимларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш ҳудудий маркази)



**8.Адабиёт**

PhD Абдумажидова Дилдора Рахматуллаевна (Тошкент Молия институти)

**9.Иқтисодиётда инновацияларнинг туган ўрни**

Phd Вохидова Мехри Хасанова (Тошкент давлат шарқшунослик институти)

**10.Педагогика ва психология соҳаларидаги инновациялар**

Турсунназарова Эльвира Тахировна Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети Хорижий тиллар факультети ўқув ишлари бўйича декан ўринбосари

**11.Жисмоний тарбия ва спорт**

Усмонова Дилфузахон Иброхимовна (Жисмоний тарбия ва спорт университети)

**12.Маданият ва санъат соҳаларини ривожлантириш**

Тоштемиров Отабек Абидович (Фарғона политехника институти)

**13.Архитектура ва дизайн йўналиши ривожланиши**

Бобохонов Олтибой Раҳмонович (Сурхандарё вилояти техника филиали)

**14.Тасвирий санъат ва дизайн**

Доцент Чариев Турсун Хуваевич (Ўзбекистон давлат консерваторияси)

**15.Муסיқа ва ҳаёт**

Доцент Чариев Турсун Хуваевич (Ўзбекистон давлат консерваторияси)

**16.Техника ва технология соҳасидаги инновациялар**

Доцент Нормирзаев Абдуқайом Раҳимбердиевич (Наманган муҳандислик-қурилиш институти)

**17.Физика-математика фанлари ютуқлари**

Доцент Соҳадалиев Абдурашид Мамадалиевич (Наманган муҳандислик-технология институти)

**18.Биомедицина ва амалиёт соҳасидаги илмий изланишлар**

Т.ф.д., доцент Маматова Нодира Мухтаровна (Тошкент давлат стоматология институти)

**19.Фармацевтика**

Жалилов Фазлиддин Содиқович, DSc, Тошкент фармацевтика институти, Фармацевтик ишлаб чиқаришни ташкил қилиш ва сифат менежменти кафедраси профессори

**20.Ветеринария**

Жалилов Фазлиддин Содиқович, DSc, Тошкент фармацевтика институти, Фармацевтик ишлаб чиқаришни ташкил қилиш ва сифат менежменти кафедраси профессори

**21.Кимё фанлари ютуқлари**

Раҳмонова Доно Қаххоровна (Навоий вилояти табиий фанлар методисти)



**22. Биология ва экология соҳасидаги инновациялар**

Йўлдошев Лазиз Толибович (Бухоро давлат университети)

**23. Агропроцессинг ривожланиш йўналишлари**

Проф. Хамидов Муҳаммадхон Ҳамидович «ТИИМСХ»

**24. Геология-минерология соҳасидаги инновациялар**

Phd доцент Қаҳҳоров Ўктам Абдурахимович (Тошкент ирригация ва қишлоқ хўжалигини механизациялаш муҳандислари институти)

**25. География**

Йўлдошев Лазиз Толибович (Бухоро давлат университети)

---

*Тўпلامга киритилган тезислардаги маълумотларнинг ҳаққонийлиги ва иқтибосларнинг тўғрилигига муаллифлар масъулдир.*

© Муаллифлар жамоаси

© Tadqiqot.uz

PageMaker\Верстка\Саҳифаловчи: Шаҳрам Файзиев

Контакт редакций научных журналов. [tadqiqot.uz](http://tadqiqot.uz)  
ООО Tadqiqot, город Ташкент,  
улица Амира Темура пр.1, дом-2.  
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: [info@tadqiqot.uz](mailto:info@tadqiqot.uz)  
Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of [tadqiqot.uz](http://tadqiqot.uz)  
Tadqiqot LLC The city of Tashkent,  
Amir Temur Street pr.1, House 2.  
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: [info@tadqiqot.uz](mailto:info@tadqiqot.uz)  
Phone: (+998-94) 404-0000

**ИҚТИСОДИЁТДА ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ**

<b>1. Erdonov Mukhammadamin Erdon o'gli</b> XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARI IQTISODIY SALOHİYATINI SHAKLLANTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR.....	7
<b>2. Axrorova Zarina Baxtiyorovna</b> O'ZBEKISTONDAGI SUV TAQCHILLIGI .....	9
<b>3. Xalmuratov Kuanish Polatovich, Ibragimov Anvar Muxtarovich</b> MINTAQADA ZAMONAVIY XIZMATLAR TURLARINING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI .....	11
<b>4. Б.Б. Султонмуродов</b> РАЗВИТИЕ КРЕДИТОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ЗА СЧЁТ ПРИВЛЕЧЁННЫХ СРЕДСТВ БАНКА.....	13
<b>5. Б.Б. Султонмуродов</b> РЕАЛИЗАЦИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В СИСТЕМЕ АКБ «УЗ- ПРОМСТРОЙБАНК» .....	15
<b>6. О.Т.Курбанова</b> АКТУАЛЬНЫЕ ВИДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ .....	17



## ИҚТИСОДИЁТДА ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ

### XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARI IQTISODIY SALOHİYATINI SHAKLLANTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR

**Erdonov Mukhammadamin Erdon o'gli**

Samarqand Iqtisodiyot va Servis Instituti

“Real iqtisodiyot” kafedrası mustaqil tadqiqotchisi

E-mail:erdonovmuhammad@gmail.com

Tel: +998 94 245 24 74

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada xizmat ko'rsatish korxonalarining xo'jalik yurituvchi sub'ektning imkoniyatlari yoki uning boshqaruvning bozor sharoitidagi salohiyati turli omillar bilan belgilanadi.

**Kalit so'zlar:** Korxonа, daromad, xarajat, foyda, samaradorlik, salohiyat potentsial, tarkib, tizimli, iqtisodiy-strategik, potentsial.

Xizmat ko'rsatish korxonalarining iqtisodiy salohiyatiga ta'sir qiluvchi barcha omillar tashqi va ichkiga bo'linadi. Tashqi va ichki muhit omillari o'rtasida bog'liqlik mavjud bo'lib, u bir omilning boshqalarga ta'sir qilish darajasi sifatida belgilanadi. Xizmat ko'rsatish korxonalariga ta'sir qiluvchi barcha tashqi omillar bevosita va bilvosita ta'sir qiluvchi tashqi omillarga bo'linadi. Bevosita ta'sir qiluvchi tashqi omillar xizmat ko'rsatish korxonalarini faoliyatiga bevosita ta'sir qiladi. Bularga, xususan: - iste'molchilar; - bank va kredit tashkilotlari; - davlat va idoraviy organlari. Bilvosita ta'sirning tashqi omillari umumiy ma'noda quyidagi tarkibiy qismlarni o'z ichiga olgan: tabiiy, iqtisodiy, siyosiy, fan va texnika hamda ijtimoiy omillar.

- tabiiy omillar - noqulay ob-havo sharoiti, tabiat hodisalari;

- iqtisodiy - ishlab chiqarish hajmining pasayishi, inflyatsiya darajasi, bank foizlarining nominal darajasi va pul massasi hajmi, aholi bandligi darajasi, tashqi savdo hajmi, qarzdorlarning bankrotligi;

- siyosiy - iqtisodiy huquq sohasidagi qonunchilikning nomukammalligi, eksport va import shartlarini tartibga soluvchi xalqaro vaziyat omillari;

- fan va texnikaning rivojlanish darajasi - eskirgan texnologiyalar, ishlab chiqarishga kapital qo'yilmalarning etarli emasligi va boshqalar;

- ijtimoiy omillar - davlatning munosabatlari, hayotiy qadriyatlar va an'alariga bog'liq.

Korxonaning tashqi omillarini o'zi boshqara olmaydi, lekin ularni xizmat ko'rsatish korxonalarining strategik rejalashtirishlarida hisobga olishi mumkin.

Ichki omillarga quyidagilar kiradi: - mulkiy va moliyaviy resurslarning holati; - o'z aylanma mablag'larining taqchilligini mavjudligi; - xizmatning haqiqiy tannarxini va sotish bahosini aniqlash mexanizmining nomukammalligi, shartnoma intizomining pastligi; - investitsiya siyosati; - ichki risklar.

Ichki omillar ta'sirining tabiati va kuchi ko'p jihatdan xizmat ko'rsatish korxonalarini rahbarlarining malakasi va professionalligiga, ularning ichki va tashqi muhitdagi o'zgarishlarni hisobga olish qobiliyatiga bog'liq. Iqtisodiy potentsialni baholash, qanday usullardan foydalanilmasin, ko'p jihatdan tashqi muhitga bog'liq bo'ladi. Bundan tashqari, iqtisodiy salohiyatdan samarali foydalanish faqat boshqaruvda tashqi muhit sharoitlarini hisobga olgan holda amalga oshirilishi mumkin.

Korxonа iqtisodiy salohiyatining tuzilishi o'zaro bog'liq bo'lgan potentsiallar bilan tavsiflanadi: innovatsion potentsial, ishlab chiqarish potentsiali, mehnat potentsiali, moliyaviy potentsial, boshqaruv uslubi, tashkiliy-boshqaruv shakli va boshqalar. Ularning har biri elementlarning kombinatsiyasi



bilan belgilanishi mumkin.

Innovatsion potensial deganda korxonaning boshqaruv uslubi, tashkiliy-boshqaruv shakli, marketing tadbirlarini samaradorligi, resurslar bilan ta'minlanganlik darajasi, shuningdek, texnologik rivojlanish darajasi va ilmiy tadqiqot va laboratoriya ishlari yutuqlarini faoliyat jarayonida foydalanishi mumkin bo'lgan tajribasi kabi elementlar tushuniladi.

Innovatsion potensialda korxonada iqtisodiyotining muvofaqiyatli ishlashi, iqtisodiy jarayonlarni boshqarish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarni to'plash, qayta ishlash va berish bilan bog'liq faoliyat sohasini belgilaydigan axborot salohiyati juda muhimdir.

Innovatsion potensialning eng muhim qismi bu jamoada mavjud bo'lgan ilmiy va texnik bilimlarning yig'indisidir, chunki ularning asosida korxonada iqtisodiyoti tarkibida sezilarli sifat o'zgarishiga, iqtisodiy rivojlanish sur'atlarining tezlashishiga erishish mumkin. Shu munosabat bilan ilmiy-texnik salohiyatning harakatlantiruvchi kuchi bilimlarni yaratadigan va chuqurlashtiradigan, ishlab chiqarish tajribasini tizimlashtiradigan va takomillashtiradigan, ishlab chiqarish sohasidagi zamonaviy ilmiy-texnik inqilob yutuqlarini yangi mehnat vositalari, mehnat ob'ektlari va iste'mol ob'ektlari shaklida amalga oshiradigan, shuningdek mavjudlaridan foydalanadigan ilmiy-tadqiqot, ilmiy-texnik va ishlab chiqarishdagi bilimli hamda tajribali kadrlar deb hisoblanishi kerak.

Korxonalarining innovatsion potentsiali o'z-o'zini tartibga soluvchi jarayon bo'lib, uning maqsadi yangi raqobatbardosh mahsulotlarni yoki xizmatlarni sotishdan ko'proq foyda olishdir. Hozirgi vaqtda innovatsion siyosat muammolarini hal etishida davlat rolini kuchaytirish zarurdir. Innovatsion faoliyatning faollashuvi nafaqat ilmiy-texnikaviy bilimlarning paydo bo'lishi, rivojlanishi, tarqatilishi va qo'llanilishi bilan, balki kadrlarni tanlash, baholash, tayyorlash va qayta tayyorlash tizimini takomillashtirish, samarali mehnat motivatsiyasini rag'batlantirish tizimini takomillashtirish bilan ham bog'liqdir.



## О‘ЗБЕКИСТОНДАГИ СУВ ТАҚЧИЛЛИГИ

**Axrorova Zarina Baxtiyorovna**  
Osiyo Xalqaro Universiteti magistri  
Telefon: +99891-419-22-08

**Annotatsiya:** Hozirgi kunda tadqiqotlarga ko‘ra, yaqin 20 yil ichida O‘zbekistonda suvga bo‘lgan talab sezilarli oshadi va mavjud suv resurslari keskin kamayadi, bu esa joriy suv tanqisligini besh barobargacha oshiradi. Bu davrga borib O‘zbekiston suv tanqisligi bo‘yicha qizil hududlar qatoriga kiradi. Suvsizlikning ehtimoliy ssenariylari qanday bo‘ladi?

**Kalit so‘zlar:** Ob-havo o‘zgarishi, suv resurslari, suv tanqisligi, iqlim o‘zgarishi.

O‘zbekiston Respublikasida aholining tabiiy o‘sishi va suv iste‘moli ko‘payishi, iqlim o‘zgarishi natijasida anomal issiq ob-havo yangi me‘yorga aylanib borayotgani, qorli kunlar soni qisqarishi, shuningdek, suv resurslaridan irratsional foydalanish ortidan Markaziy Osiyoda jiddiy ekologik muammolar va suv tanqisligi yuzaga kelmoqda.

### **Suv taqchilligining mintaqaviy jihatlarini**

Markaziy Osiyo okean va dengizlardan olisda joylashgan, qurg‘oqchil hudud bo‘lgani sabab, bu yerda suv manbalari strategik ahamiyat kasb etadi. Mintaqa davlatlari suv resurslari nuqtayi nazaridan ikkiga ajratiladi. Qozog‘iston, Turkmaniston va O‘zbekiston kabi davlatlar «quyi oqim», Tojikiston va Qirg‘iziston esa «yuqori oqim» mamlakatlar sifatida ko‘riladi.

Ta‘minot jihatidan birinchi guruhdagi mamlakatlar ikkinchi guruhdagi mamlakatlarga bog‘langan. Xususan, O‘zbekistonda foydalanilayotgan jami suv resurslarining 20 foizi mamlakat ichkarisida, 80 foizi esa qo‘shni Tojikiston va Qirg‘iziston hududida shakllanadi. Nisbatan kambag‘al hisoblanadigan «yuqori oqim»dagi ushbu ikki davlat GES va suv omborlari qurish orqali ko‘proq elektr energiya ishlab chiqarish va uni eksport qilishdan manfaatdor, bu esa mintaqadagi boshqa mamlakatlarda qishloq xo‘jaligini suv bilan ta‘minlashda jiddiy muammolarni keltirib chiqaradi. Ushbu jihat ko‘p yillar davomida Markaziy Osiyo mamlakatlari o‘rtasidagi ziddiyat va kelishmovchilikning asosiy ildizi bo‘lib keldi, suv manbalari sabab mintaqada yuzaga kelgan vaziyatdan yirik davlatlar siyosiy ta‘sir ko‘rsatish quroli sifatida ham foydalandi.

So‘nggi yillarda O‘zbekiston hukumati tomonidan olib borilgan «suv diplomatiyasi» mintaqadagi transchegaraviy suv resurslaridan foydalanishdagi keskinlikni sezilarli darajada yumshatgan bo‘lsa-da, hozirgi kunga qadar ham Markaziy Osiyo mamlakatlari o‘rtasida xalqaro standartlarga asoslangan suvdan foydalanishning umumiy qoidalari ishlab chiqilmagan.

Suv tanqisligi kuchayib borishi sabab yuqori oqimdagi davlatlar va quyi oqimdagi davlatlar o‘rtasida quyidagi masalalarda muammoli vaziyatlar yuzaga kelish ehtimoli mavjud:

- transchegaraviy daryolarning suv resurslaridan bir tomonlama va kelishilmagan holda boshqarishga intilishning kuchayishi;

- suvni tijoratlashtirish va unga tovar sifatida munosabatda bo‘lish kayfiyati ortishi;

iqlim o‘zgarishi natijasida ichki energetik ehtiyojlarni ta‘minlash uchun yuqori oqimdagi mamlakatlar tomonidan Amudaryo va Sirdaryoning asosiy transchegaraviy irmoqlarida yangi yirik gidroelektrik suv omborlari qurish istagi oshishi. Hozirda Qirg‘izistonda 85 foiz, Tojikistonda esa 91 foiz elektr energiyasi GESda ishlab chiqariladi. Suv manbalari qisqarishi ushbu mamlakatlarda elektr energiya taqchilligi oshishiga jiddiy ta‘sir o‘tkazadi. Taqqoslash uchun, gidroelektr stansiyalarning energetika ta‘minotidagi ulushi O‘zbekistonda 15 foizga, Qozog‘istonda esa 10 foizga yaqin.

Yuqoridagilardan kelib chiqib transchegaraviy suvdan foydalanish masalasida barqaror va tomonlar uchun teng manfaatli yangi kelishuvga erishish, suvdan oqilona foydalanishda yagona strategik yondashuvga o‘tishni tezroq hal qilish muhim ahamiyat kasb etadi.

### **Iqlim o‘zgarishi**

Oxirgi yillarda Markaziy Osiyoda anomal issiq ob-havo yangi me‘yorga aylanib bormoqda va jazirama kunlar soni avvalgiga qaraganda ko‘paydi. Norvegiya xalqaro munosabatlar institutining iqlim o‘zgarishi va yashil energiya sohasi bo‘yicha tadqiqotchisi Roman Vakulchukning fikricha, Markaziy Osiyo iqlim o‘zgarishiga nisbatan eng zaif mintaqalardan biri hisoblanib, bu yerda o‘rtacha yillik harorat global o‘rtacha ko‘rsatkichdan tezroq ko‘tarilmoqda va mintaqa iqlim jihatidan Kuvayt yoki Saudiya Arabistoni kabi Yaqin Sharq mamlakatlariga tobora o‘xshash bo‘lib



bormoqda.

Havo harorati oshishi suv tanqisligini kuchaytiruvchi asosiy omillardan hisoblanadi. Mintaqaning asosiy suv manbasi – qor va muzliklar, ammo ko‘p qismi qor hisobiga shakllanadi. Tog‘lar qishda yog‘gan qorlar evaziga yoz fasli uchun suv saqlash funksiyasini ham bajaradi. Qor ko‘rinishidagi yog‘ingarchilik miqdori qisqarib borishi muammoli vaziyatni yanada chigallashtirmoqda va suvni yoz fasli uchun saqlashda jiddiy muammolar yuzaga keltirmoqda. Buning oqibatida asriy muzliklarning qisqarish tendensiyasi davom etyapti.

### **O‘zbekistondagi suv tanqisligi**

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda kuzatilayotgan suv taqchilligi ikki yo‘nalishda: birinchi navbatda, aholi ehtiyojlari uchun toza ichimlik suvi yetarli emasligi, shuningdek, qishloq xo‘jaligini suv resurslari bilan ta‘minlashda jiddiy muammolar yuzaga kelayotgani fonida yuz bermoqda.

Suv xo‘jaligi vazirligining Kun.uz‘ga ma‘lum qilishicha, o‘tgan asrning 80-yillarida O‘zbekistonning bir yillik suv iste‘moli 64 mlrd kub metr deb hisob-kitob qilingan. Shundan 20 foizi respublika ichkarisidagi daryo va soylarga, yer osti suv zaxiralariga, 80 foizi esa qo‘shni respublikalar hududida shakllanadigan transchegaraviy daryolardan olindigan suv miqdorlariga to‘g‘ri keladi. Respublikada foydalanilgan o‘rtacha yillik suv miqdori 2019 yilda – 53,9 mlrd kub metr, 2020 yilda – 51,2 mlrd kub metr, 2021 yilda – 43,2 mlrd kub metrni tashkil qilgan.

Sodda qilib aytganda, aslida suv tanqisligi sabab O‘zbekiston foydalanayotgan suv miqdori hatto o‘tgan asrning 80-yillarida hisoblangan respublika bo‘yicha suvga ehtiyojning 75-80 foiziga ham yetmaydi. Holbuki, o‘tgan davrda aholi soni qariyb ikki baravarga o‘sdi, sanoat rivojlandi va umumiy ehtiyojlar yanada ko‘paydi. Xuddi shunday holat qo‘shni davlatlarda ham kuzatilgani inobatga olinsa, hozirgi sharoitda mintaqada suv manbalaridan foydalanish nihoyatda dolzarb ahamiyat kasb etib bormoqda.

O‘zbekistonda 4,3 mln gektar (Markaziy Osiyodagi jami sug‘oriladigan yer maydoni 7,9 mln gektar, bunda O‘zbekistonning ulushi qariyb 55 foiz) sug‘oriladigan ekin maydonlari mavjud. Mamlakatdagi suv resurslarining 90 foizi qishloq xo‘jaligi sohasida ishlatiladi. Shu jihatdan suv resurslari kamayishi mintaqadagi boshqa davlatlarga nisbatan ham O‘zbekiston uchun ko‘proq salbiy oqibatlar bilan xarakterlanadi. Suv tanqisligi qishloq xo‘jaligiga salbiy ta‘sir ko‘rsatib, turmush darajasi yomonlashuvi, eksport kamayishi, inflatsiya oshishi, oziq-ovqat mahsulotlari narxi qimmatlashishi va bandlikni ta‘minlashda jiddiy muammolar keltirib chiqaradi.

O‘z navbatida, iqlim o‘zgarishi va suv resurslaridan irratsional foydalanish oqibatida mintaqadagi asosiy suv manbalari bo‘lgan muzliklar erishi tezlashgan. Suv tanqisligi o‘tkir va yaqin kelajakda hayot-mamot darajasiga ko‘tarilishi ehtimoli yuqori bo‘lgan Markaziy Osiyo mamlakatlari umumiy ekotizimni saqlab qolish va ehtimoliy iqtisodiy yo‘qotishlarni kamaytirish uchun bu boradagi ishlarni muvofiqlashtirishi hamda o‘z strategiyalarini qayta ko‘rib chiqishi kerak.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati**

1.O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI QISHLOQ XO‘JALIGINI RIVOJLANTIRISHNING 2020-2023-YILLARGA MO‘LJALLANGAN STRATEGIYASINI TASDIQLASH TO‘G‘RISIDA.

2.Kun.uz

3.Счётчик население земле

4.Lex.Uz



## MINTAQADA ZAMONAVIY XIZMATLAR TURLARINING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI

**Xalmuratov Kuanish Polatovich**

Qaroqalpoq davlat universiteti dotsenti

Телефон: +998972200403

quanishxalmuratov2@mail.com

**Ibragimov Anvar Muxtarovich**

Qaroqalpoq davlat universiteti talabasi

Телефон: +998905755524

vigan2002x@gmail.com

**Аннотација.** Ushbu maqolada mintaqada zamonaviy xizmatlar turlarining rivojlanish xususiyatlari xususida suz yuritiladi.

**Калит сузлар:** mintaqa, ochiq iqtisodiyot, investiciya, innovaciya, infratuzilma, xizmatlar sohasi.

Mamlakat va mintaqada xizmatlar iqtisodiyoti rivojida innovacion xizmatlarning urni boshqa iqtisodiy omillar ichida eng ustuvorlaridan hisoblanadi. Mintaqada kursatilayotgan xizmatlar turlarini kupaytirish, amalga oshirish mexanizmini modernizatsiyalash soha rivojiga va samaradorligining oshishiga olib keladi. Zamonaviy xizmatlar xalqaro savdosini rivojlantirish eng muhim yunalishlardan bulib, ularni ushbu xizmatlar kursatilishida bevosita-bilvosita ishtirok etuvchi subyektlar bajaradilar. Xizmatlarni xalqaro bozorlarga taklif qilishda har bitta mamlakat, millat yoki alohida guruhlarining imkoniyatlari chuqur tahlil qilinishi va shunga mos xizmatlarni etkazib berish bu bozor ishtirokchilariga aylanishning ishonchli, kafolatli yulidir. Ushbu jarayonning qanchalik sifatli ega, har bir kursatilayotgan xizmatlarning har bir turini istemolchilariga etkazib berishning har bir bosqichida ishtirok qiluvchi subyektlar samarali faoliyati bilan bevosita bogliq buladi. Xizmat kursatuvchi subyektlarning istemolchilarga uzlari taklif qiladigan xizmatlarning qanchalik sifatli, raqobatbardoshligi hamda bozor talabiga muvofiqligi ushbu xizmat turlarining qay darajada zamonaviy uslublarga asoslanishiga, ilg'or texnologiyalardan foydalanilishiga, yuqori malakaga ega bulgan kadrlarga tayanishiga yoki umumlashtirib aytganda, subyektlarning innovacion faoliyati bilan baholanadi.

Tarmoqqa oid ushbu ustuvor vazifalarni etiborga olgan holda, Uzbekiston Respublikasi Prezidentining “Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari tugrisida”gi 2021 yil 11 maydagi PQ-5113-son Qarori qabul qilindi. Qarorda xizmat kursatuvchilar faoliyatini yanada rivojlantirish maqsadida 2021-2023 yillarda xizmatlar sohasi rivojiga tusiqlik bulayotgan byurokratik muammolarni hal etish, xizmatlar diversifikatsiyasini kengaytirish, ayniqsa, chekka hududlarda transport, moliyaviy, bank, turizm hamda boshqa xizmatlar qamrovini kengaytirish, respublikaning har bir chekka hududlarida talim va sogliqni saqlash bilan bogliq xizmatlar sifatini yaxshilash va xizmatlar sohasiga xususiy sektorni jalb qilish bilan bogliq qulay iqtisodiy va infratuzilmaviy sharoitlarni yaratish lozimligi belgilab berilgan [1].

Avstriyalik iqtisodchi olim P. Druker innovatsiyalar kuchli istak yoki omad orqali emas, balki har qanday iqtisodiy faoliyatni olib borishda yangi texnologiyalarga tayanishi kerakligini ta'kidlaganligi innovacion xizmatlar sohasiga ham bevosita tegishlidir.

AQSHlik olim Kennet Kan esa innovatsiyani uch xil tushuncha bilan, yani, innovatsiya-bu natija, innovatsiya-bu jarayon va innovatsiya-bu fikr, deb ajratadi [2].

Yuqoridagi olimlarning innovatsiyaga bergan izohlaridan kelib chiqib, innovatsiya bu-chuqur izchil izlanishlar jarayoni bulib hisoblanadi va ilmiy tadqiqotlar natijalarini amaliyotga tatbiq qilish orqaligina innovatsiyaga erishish mumkinligini tugrisida haqli xulosa qilamiz.

Iqtisodiy faol bulmagan, aholi ixtiyorida bush turgan mablag etarlicha topiladi. Lekin barcha aholi qatlami vakillari ham pulni qanday ishlatish, undan kuproq iqtisodiy samara olib kelishi buyicha aniq bilim va kunikmaga ega emaslar. Bunday aholi qatlami uchun innovacion bulgan “Start up assistantse” xizmati ularning yangi biznes goyalariga asoslangan yangi xizmat turlarining yulga quyilishini jadallashtiradi. Fikrimizcha, yuqoridagi umumlashgan tasnif chuqurlashtirilgan variantining ishlab chiqilishi va amalda qullanilishi viloyatda yaratiladigan xizmatlarning ilmiy-uslubiy salohiyati kutarilishiga va amaliy jihatlari asosli bulishiga olib keladi.

Dasturlash xizmatlarini kundan-kunga barcha sohalar avtomatlashayotgan va dastur



mahsulotlariga talab keskin ortib borayotgan paytda eng samarali innovacion xizmat turlaridan biri hisoblanadi. Mamlakatimizda ushbu yunalish rivoji uchun hali unchalik yaxshi infratuzilmaga ega bulmasakda, aholi ayniqsa yoshlar orasida ilm salohiyati yuqori qatlamning nisbatan kupligi shu erning uzida faoliyat kursatib, ancha yuqori haq tulanadigan rivojlangan xorijiy bozorlarga eksportini keskin oshirish imkoni mavjud. Amerikalik iqtisodchi olim Mixail Ingman axborot texnologiyalari bilan bogliq xizmatlarning rivojlanayotgan mamlakatlar uchun foydali jihatlarining shakllanishida inson kapitali kuchli rol uynashini, lekin jismoniy kapital kup talab qilinmasligi, xorij bilan masofadan ishlash mumkinligi, xizmatga talabning mamlakat tashqarisidan ham katta bulishi mumkinligi, ushbu xizmat xalqaro bozorining tez suratlarda usayotganligi bilan izohlaydi [3].

Kupchilik rivojlangan mamlakatlarda samarali yulga quyilgan, har bitta sohaga kirib borayotgan va mutaxassislar tomonidan yuqori istiqbolga ega bulgan dasturlash xizmatlarini rivojlantirish mintaqamiz iqtisodi uchun katta ahamiyatga ega. 2018 yilda AQSHning dasturiy taminot sohasida bevosita 3 million va bilvosita 14 milliondan ortiq kishilar faoliyat olib borishgan. Shuningdek, soha tugridan-tugri YAIMGa 845 milliard dollar qushimcha qiymat qushganligi va ilmiy-tadqiqot ishlariga deyarli 83 milliard dollar sarmoya kiritganligi sohaning jadal rivojlanayotganligini bildiradi.

Ayniqsa, innovacion taъlim hamda dasturlash xizmatlarini batafsil tadqiq qilish ushbu xizmatlarning muhim tarkibiy qismi bulib, uta dolzarb masalalardan hisoblanadi.

Dasturlash xizmatlarini rivojlantirish mintaqada ishsizlikni bartaraf qilish, ichki talabni qondirish, xorij bozorlariga eksport qilish va eng asosiysi, raqamli iqtisodiyotni jadal shakllantirishda juda katta tasirga ega. Ilgari “tjoratlashtirishga yaroqsiz”, deb hisoblangan kuplab xizmatlar turlari hozirgi kunda axborot texnologiyalari va telekommunikaciya sanoatining rivojlanishi tufayli uzoq masofalarga va qisqa vaqt ichida jahonning turli bozorlariga etkizib berilmoqda. Boshqa tomondan, axborot-kommunikaciya texnologiyalaridagi taraqqiyot va rivojlanish ilgari istemolchi va provayderning bir joyda bulishini talab qiladigan xizmatlarni masofadan turib taqdim etishga imkon berdi. Zamonaviy iqtisodiyotning usishi intellektual xizmatlar bilan bogliq. Dasturiy taminot kabi intellektual xizmatlar esa hozirdan innovacion xizmatning negizini tashkil etib, istiqbolda yanada tez suratlarda usadi. Uzbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 6 noyabrdagi PF-6108-son “Uzbekistonning yangi taraqqiyot davrida talim-tarbiya va ilm-fan sohalarini rivojlantirish chora-tadbirlari tugrisida”gi Farmoni yangi Uzbekistonning qisqa davrda hukumatimiz tomonidan talim-tarbiya va ilm-fan sohalarini yanada rivojlantirishning asosiy yunalishlari qatorida talim oluvchilar urtasida IT-sohasidagi zamonaviy kasblarni ommalashtirish chora-tadbirini amalga oshirishga va soha taraqqiyotini jadallashtirishga yunaltirilganligi alohida etiborga molik.

2021 yilning 10 sentyabr kuni Prezident Shavkat Mirziyoev raisligida axborot texnologiyalari sohasida salohiyatli kadrlar tayyorlash va iqtidorli yoshlar bilan ishlash masalalariga bagishlangan yigilishda raqamli iqtisodiyotni kelgusi besh yilda mamlakatimiz taraqqiyotining asosiy drayveri sifatida belgilab olinganligi, bu borada barcha soha va hududlarda “Raqamli Uzbekiston – 2030” strategiyasini amalga oshirish boshlanganligini takidlab utdilar. Axborot texnologiyalari sohasida bunday hukumat siyosati darajasida olib borilayotgan islohotlar yaqin yillar ichida mamlakatimiz iqtisodiyotining raqamlashtirilishiga va innovaciyalashuviga xizmat qiladi. Uning xorijiy mamlakatlar bilan uzaro iqtisodiy aloqalarida raqobatbardoshligini oshiradi va tulov balansi ijobiy saldosi taminlaydi [4].

### **Foydalanilgan adabiyotlar**

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2020 йил 16 июндаги хизмат кўрсатиш ва ички туризмни ривожлантириш масалалари бўйича ўтказилган видеоселектор йиғилишидаги нутқи. <https://xs.uz/uzkr/site/search?q=2020-06-16>
2. . Kahn, K. (2018). Understanding innovation. Business Horizons, 61(3), p. 452–460.
3. Michael Engman (2010). International Trade in Services: new trends and opportunities for developing countries. The World Bank. Washington, D.C.P. 219
4. Чўпонов С.О. “Минтақада инновацион хизматлар турларини ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш” мавзусидаги диссертацияси, 2021 й



## РАЗВИТИЕ КРЕДИТОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ЗА СЧЁТ ПРИВЛЕЧЁННЫХ СРЕДСТВ БАНКА

**Б.Б. Султонмуродов**

PhD, начальник управления  
«Green banking» АКБ «Узпромстройбанк»

**Аннотация:** Роль и значимость реализации инвестиционных проектов за счёт привлечённых средств велика для банка, как коммерческой организации, стремящейся обеспечить доходность организации. Рассмотрены цели привлекаемых средств, долгосрочное финансирование для корпоративных клиентов. Даны предложения и рекомендации по эффективному освоению привлечённых средств международных финансовых институтов.

**Ключевые слова:** привлечённые средства, коммерческий банк, инвестиционный проект, международные финансовые институты, кредитные средства, пассивная операция.

Важной составляющей развития кредитования является наличие ресурсов, как собственных, так и привлечённых. Наличие достаточности ресурсов способствует стабильному развитию банка и воздействует на экономические процессы страны через кредитную политику. Кредитная политика, в свою очередь, является неотъемлемой частью общей стратегии банка и направлена на достижение стратегических целей банка, таких как обслуживание корпоративных клиентов, путём кредитования инвестиционных проектов. В настоящее время каждый коммерческий банк предоставляет финансирование стабильным компаниям с четкими перспективами развития бизнеса.

Известно, что реализация стратегии реформирования банковской системы на 2020-2025 годы и ускорение процессов трансформации коммерческих банков, нацеленной на увеличение доли частного сектора в банковских активах с 15 до 60 процентов имеет первостепенное значение. «В ходе последовательного реформирования финансового сектора реализован ряд мер, в результате которых созданы необходимые правовые условия для ведения прогрессивного банковского бизнеса и усиления конкурентной среды в секторе»<sup>1</sup>.

Привлечённые ресурсы банков дают безграничные возможности для реализации инвестиционных проектов, которые являются ключевыми факторами развития экономики страны. Решение вопроса привлечения средств с последующим его разумным размещением заключается в правильно выбранной стратегии развития кредитной деятельности коммерческого банка.

Обязательным условием реализации инвестиционных проектов коммерческих банков является четкое понимание преимуществ и возможностей при усилении активности для достижения целей социально-экономического развития.

Деятельность коммерческих банков сопряжена с осуществлением инвестиционной стратегии, предусматривающей реализацию преимущественно крупных инвестиционных проектов с целью развития клиентов, повышения эффективности деятельности. В период пандемии осуществление инвестиционной деятельности становилось затруднительным, что обуславливало актуальность проблемы и поиска источников привлечения инвестиционных ресурсов.

Как известно основными клиентами, можно сказать потребителями средств международных финансовых институтов являются корпоративные клиенты коммерческих банков. В основном инвестиционные проекты корпоративных клиентов финансируются за счёт привлекаемых средств международных финансовых институтов.

Каждый коммерческий банк формирует собственные принципы, которые ложатся в основу взаимоотношений с корпоративными клиентами. Однако общими особенностями подхода банков в вопросе корпоративного кредитования являются всесторонний анализ деятельности корпоративного клиента и оценка рисков.

Стратегическое видение банка в Корпоративном бизнесе предусматривает развитие существующей модели бизнеса с особым акцентом на индивидуальный клиентский подход в основе отраслевой специфики и углублённого понимания потребностей клиента.

1 Указ Президента Республики Узбекистан от 12 мая 2020 года № УП-5992



Учитывая вышеизложенное и сложившийся нынешний сложный период коммерческим банкам необходимо уделить должное внимание активизации грамотного размещения привлекаемых средств МФИ. Для этого коммерческим банкам в первую очередь необходимо:

- в своей стратегии предусмотреть разумное управление финансовыми ресурсами в соответствии с надёжной банковской и финансовой политикой;
- использовать опыт зарубежных банков в развитии кредитования потенциальных клиентов, путем использования привлечённых средств;
- развивать сотрудничество с международными финансовыми институтами и привлекать ресурсы с приемлемыми условиями;
- активизировать деятельность по разработке новых кредитных продуктов и услуг;
- реализовать клиентоцентричный подход бизнеса, позволяющий полностью удовлетворять потребности клиента в банковских продуктах и услугах;
- предоставлять услуги по структурному финансированию, которые позволят сформировать долгосрочные партнёрские отношения с клиентом;
- участвовать в синдицированном кредитовании инвестиционных проектов корпоративных клиентов;
- увеличивать долю зелёных кредитов в корпоративном кредитном портфеле путём внедрения новых инновационных и выгодных в долгосрочной перспективе продуктов по зелёному финансированию;
- повышать эффективность бизнеса клиентов через знание отраслевой специфики каждого корпоративного клиента и применение наиболее релевантных банковских инструментов.

Важной составляющей стратегии развития кредитования путём привлечения средств международных финансовых институтов является централизация клиентского и кредитного обслуживания корпоративного бизнеса, так как данный сегмент, достаточно востребованный с точки зрения как повышение доходности банковской деятельности.

#### **Адабиётлар/Литература/Reference:**

1. Указ (2020) “О стратегии реформирования банковской системы Республики Узбекистан на 2020 — 2025 годы” Президента Республики Узбекистан Мирзиёева Ш.М. от 12 мая 2020 года № УП-5992
2. Лаврушин О.И. (2005) Банковское дело: Учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2005.-672с.
3. Глушкова Н.Б. (2005) Банковское дело: Учебное пособие. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2005. – 432 с.
4. Костерина Т.М. (2005) Банковское дело / Московская финансово – промышленная академия, М., 2005. – 191 с.
5. Тавасиева А.М. (2005) Банковское дело. Управление и технологии: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.-671с.
6. Бувевич С.Ю. (2005) Анализ финансовых результатов банковской деятельности: учебное пособие / - 2-е изд. – М.: КНОРУС, 2005.-160с.
7. Коробова Г.Г. (2006) Банковское дело: учебник / изд. с изм. - М.: Экономист, 2006. – 766 с.



## РЕАЛИЗАЦИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В СИСТЕМЕ АКБ «УЗПРОМСТРОЙБАНК»

**Б.Б. Султонмуродов**

PhD, начальник управления  
«Green banking» АКБ «Узпромстройбанк»

**Аннотация:** Институциональные изменения, происходящие в банковской системе играют значимую роль в стратегическом планировании и пересмотре бизнес-процессов банка. Рассмотрен процесс трансформации АКБ «Узпромстройбанк», проделанная работа совместно с экспертами Международной финансовой корпорации, совершенствование системы управления рисками и развитие экологичного банкинга, также барьеры препятствующие развитию. Даны предложения и рекомендации по реализации институциональных изменений и построению Green banking.

**Ключевые слова:** институциональные изменения, коммерческий банк, трансформация, международные финансовые институты, экологичный банкинг, стратегическое планирование.

В условиях глобальной конкуренции между банками в мире инноваций определяется уровень развития деятельности, в частности основная модель развития банковского сектора в области институциональных изменений. «Мировое научное общество в течение нескольких десятилетий ищет объяснение истокам и предпосылкам устойчивого и высокоэффективного развития национальных банковских систем. При этом все научные исследования концентрируются вокруг двух направлений: повышение качества регулирования банковской деятельности со стороны центральных банков, оптимизация структуры банковской деятельности»<sup>1</sup>.

Тесное сотрудничество АКБ «Узпромстройбанк» с Международной финансовой корпорацией в подготовке к приватизации, укреплении практики корпоративного управления банка, пересмотрении бизнес-процессов, коммерциализации операций, совершенствовании системы управления рисками и развитие экологичного банкинга послужило укреплению позиции банка на рынке банковских услуг.

В сотрудничестве с Международной финансовой корпорацией и независимыми членами банковского совета была разработана стратегия развития банка на 2021-2023 годы и была одобрена общим собранием акционеров.

Согласно Постановлению Кабинета Министров от 29 марта 2021 года «О мерах по приватизации и трансформации акционерного коммерческого банка «Узпромстройбанк» с участием международных финансовых институтов», в общей сложности средства в размере 175 млн. долларов США Международной финансовой корпорации, Европейского банка реконструкции и развития и Азиатского банка развития предназначены для привлечения конвертируемых кредитов в акции банка.

Кредитное соглашение с Международной финансовой корпорацией на сумму 75 млн. долл. США было подписано 20 сентября 2021 года, а 22 августа 2022 года кредитные средства были привлечены. Кредитное соглашение с Европейским банком реконструкции и развития на сумму 50 млн. долл. США было подписано 27 июля 2022 года, а 1 ноября 2022 года кредитные средства были полностью привлечены. Комитет по инвестициям Азиатского банка развития одобрил вопрос о выделении кредита в размере 50 млн. долл. США 6 февраля 2023 года.

В сотрудничестве с Европейским банком реконструкции и развития и международной консалтинговой организацией KPMG начата разработка новой стратегии развития банка на 2024-2026 годы, планируется завершение проекта новой стратегии к концу сентября 2023 года.

В целях внедрения принципов ESG (Environmental, social, and governance) в банке в 2019 году впервые среди банков был создан департамент "Green banking". В 2021 году были

<sup>1</sup> Институциональный анализ региональных банковских систем, Экономика и бизнес, 2013 / Господарчук Г.Г., Малова Н.Г., Комиссаров Г.П.



разработаны и внедрены на практике "зеленые" кредитные продукты и "зеленые" бизнес-процессы. В период 2020-2022 годов банк был удостоен премии ЕБРР "Green Trade". При поддержке Райффайзенбанка была утверждена концепция устойчивого финансирования АКБ «Узпромстройбанк».

Для внедрения ESG в банковскую деятельность была утверждена и внедрена на практике политика управления экологическими и социальными рисками. Также банком разработана концепция устойчивого финансирования инвестиционных проектов.

На сегодняшний день существуют институциональные ограничения и барьеры на пути инновационного, также устойчивого развития банка. Институциональные барьеры препятствуют развитию инновационного предпринимательства и инновационной экономики в целом.

Развитие инновационной деятельности и инновационных процессов позволяют сделать вывод о необходимости совершенствования институциональной, ресурсной и технологической базы банка, учитывая, что одним из основных условий инновационного прорыва в настоящее время является формирование цифровой экономики.

В целях дальнейшего установления межбанковских отношений и успешной реализации институциональных изменений с целью укрепления позиции банка необходимо:

- разработка новых зелёных продуктов и услуг с целью удержания действующих клиентов и привлечения новых;
- проведение маркетинговых исследований рынка и систематическое обновление списка перспективных проектов;
- получение технической поддержки от МФК, ЕБРР и АБР по управлению изменением климата и применение его в практике оценки проектов;
- проведение оценки экологических и социальных рисков проектов, при выявлении высоких рисков разработка корректирующих мероприятий;
- использование платформы SAIFI и других аналогичных программ для оценки зелёных проектов, публикация в средствах массовой информации результаты и достижения по профинансированным проектам;
- организация работ по выпуску ESG бондов и их размещению;
- разработка ESG и TCFD отчётностей;
- получение ESG рейтинга.

Исходя из вышеизложенного, следует, что реализация институциональных изменений в системе коммерческого банка в процессе трансформации является важным фактором и фундаментом для устойчивого развития банка в целом.

#### **Адабиётлар/Литература/Reference:**

1. Институциональный анализ региональных банковских систем, Экономика и бизнес, 2013 / Господарчук Г.Г., Малова Н.Г., Комиссаров Г.П.
2. Костерина Т.М. (2005) Банковское дело / Московская финансово – промышленная академия, М., 2005. – 191 с.
3. Тавасиева А.М. (2005) Банковское дело. Управление и технологии: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.-671с.
4. Бувеч С.Ю. (2005) Анализ финансовых результатов банковской деятельности: учебное пособие / - 2-е изд. – М.: КНОРУС, 2005.-160с.
5. Чхутиашвили Л.В., Банковские продукты: виды, технология создания, способы внедрения // Банковский сектор – 2010
6. Лаврушин О.И. Современные банковские продукты и услуги: учебное пособие / 2-е изд., доп. - М.: КНОРУС, 2021. - 346 с.
7. Марамыгин М.С. Банковское дело и банковские операции: учебник / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский государственный экономический университет. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. – 567 с.



## АКТУАЛЬНЫЕ ВИДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ

**О.Т.Курбанова,**  
стажёр преподаватель  
факультета экономики, УрГУ

**Аннотация:** В статье рассматривается влияние маркетинговой стратегии на конкурентоспособность предприятия. Рассмотрены основные этапы и ключевые моменты, на которые стоит обратить внимание при создании маркетинговой стратегии. Проведено исследование о влиянии маркетинговой стратегии на эффективность функционирования предприятия, а также представлена их классификация.

**Ключевые слова:** маркетинговая стратегия, виды маркетинговых стратегий, базовые, конкурентные, глобальные, стратегии роста.

В деятельности практически любого предприятия особое место занимает деятельность, направленная на продвижение и реализацию производимой продукции. Наибольший интерес у отечественных производителей вызывают зарубежные технологии в практике реализации маркетинговых стратегий. Маркетинговая стратегия включает в себя все этапы функционирования предприятия: разработку продукта, его производство и доведение до потребителей.

Маркетинговая стратегия — это главный документ, на основе которого компании планируют продвижение и продажи товаров и услуг. Без маркетинговой стратегии на тестирование не связанных между собой гипотез для разных каналов продвижения уйдёт много ресурсов. Будет трудно найти причины текущих показателей, масштабировать хорошие результаты и избегать плохих.

Каждая разновидность подразумевает отдельный вектор действий. Следовательно, при разработке маркетинговой стратегии необходимо учитывать направление развития компании, а также её преимущества и изначальные характеристики.

Выбор маркетинговой стратегии зависит от продуктов, которые предлагает компания, позиционирования на рынке, целей развития.

Выделяют четыре основных вида маркетинговых стратегий развития компании:

- базовые;
- конкурентные;
- глобальные;
- стратегии роста.

Каждая из категорий маркетинговых стратегий включает в себя определённые разновидности.

Базовые маркетинговые стратегии необходимы для оценки преимуществ компании, которые можно использовать для выхода на лидирующие позиции. Всего существует три основных вида базовых стратегий:

1. Стратегия ценового лидерства основывается на преимуществах компании по издержкам. При выборе этой стратегии проводится крайне тщательный контроль над затратами, минимизация всех издержек на коммуникации и сбыт. Чем ниже издержки, тем ниже компания может установить цены, получая при этом более высокую прибыль, чем конкуренты.

2. Стратегия дифференциации базируется на придании товару таких отличительных качеств, которые бы не имели аналогов у конкурентов и были бы привлекательны для потребителей. Дифференциация может производиться на основе имиджа фирмы, технологических качествах товара, внешнем виде, уровне обслуживания и других параметрах. Чаще всего стратегии дифференциации требуют больших вложений на рекламу, чтобы донести эти отличия до потребителя.

3. Стратегия концентрации работает путём работы в определённом узком сегменте. Тщательно изучив целевой рынок, выйти на лидирующие позиции в нем гораздо проще. При этом важно обеспечить более эффективное удовлетворение потребностей, чем у конкурирующих компаний.

В отношении конкурентов компания обязательно должна иметь определённую



маркетинговую стратегию. Основные виды маркетинговых стратегий в этой категории:

4. Стратегия лидера – эта стратегия доступна компании, занимающей лидирующие позиции на рынке. Укрепить своё лидерство и улучшить позиции компания может за счёт следующих подкатегорий стратегии.

5. Стратегия расширения ёмкости рынка – включает в себя поиск новых потребителей, пропаганду товара. Может применяться только при незначительной конкуренции.

6. Оборонительная стратегия – применяется в случае серьёзной конкуренции для защиты занятых компанией позиций.

7. Наступательная стратегия – используется при открытии нового рынка для увеличения занятой на нем доли, эффективна против конкурентов, имитирующих лидера.

8. Стратегия демаркетинга – используется в тех случаях, когда долю рынка необходимо уменьшить. Может заключаться в повышении цен, сокращении ассортимента, снижении рекламы, диверсификации на другие рынки.

9. Стратегия бросающего вызов – основывается на атаке лидера с целью занять его место. Атака может быть фронтальной или фланговой. Фронтальной атака может быть только при наличии значительных преимуществ. Фланговая атака на лидера заключается в воздействии в тех направлениях, где он наименее защищён или имеет слабые позиции.

10. Стратегия следующего за лидером – не подразумевает атаки на конкурентов, заключается в следовании стратегиям лидера с целью удержаться на занятом сегменте рынка.

11. Стратегия нишера – в этом случае компания занимается только отдельным сегментом или несколькими сегментами рынка, не претендуя на то, чтобы занять его полностью.

Глобальная маркетинговая стратегия определяет основное направление развития компании и делится на пять типов:

12. Стратегия интернационализации – основывается на выходе на новые рынки и их освоении.

13. Стратегия диверсификации – заключается в расширении ассортимента производимых товаров.

14. Стратегия сегментирования – расширение групп клиентов или потребителей за счёт охвата различных сегментов рынка.

15. Стратегия глобализации – работает на основе тех качеств рынка, которые не зависят от конкретной страны.

16. Стратегия кооперации – предусматривает сотрудничество с другими компаниями на взаимовыгодных условиях.

Стратегии роста можно определить как одну из разновидностей стратегий развития компании. Также к этой категории относятся стратегии выживания и стабилизации, но если компания не испытывает трудностей, то выбор будет производиться исключительно в пределах стратегий роста.

Основные маркетинговые стратегии роста бывают следующими:

17. Стратегия интенсивного роста – развитие компании достигается за счёт максимально интенсивного использования ресурсов, которыми располагает компания. Такая стратегия применяется при наличии недостаточно используемых ресурсов. Это может быть поиск новых рынков, создание новых товаров и т.д.

18. Стратегия интегрированного роста – в этом случае развития компании достигают совместными усилиями. В качестве партнёров по продвижению и развитию могут выступать посредники, поставщики, производители и даже конкурирующие предприятия. В последнем случае интеграцию называют горизонтальной, во всех остальных – вертикальной.

19. Стратегия диверсифицированного роста – если компания не может развиваться на рынке с существующими на данный момент товарами, используется стратегия, основывающаяся на производстве новых товаров. Это могут быть технологии, новые виды товаров и т.д.

Реально работающая стратегия не ограничивается одним методом. Маркетинговая стратегия бизнесу необходима. Инвестиции в маркетинг более упорядочены, если есть система и меньше шансов потерять деньги.

Внедрение современной комплексной системы маркетинга в практику предприятия предоставит ему определённые преимущества: успешная и конкурентоспособная позиция



предприятия на рынке; выход на новые рынки сбыта продукции; повышение стабильности позиций предприятия посредством создания бренда, который легко узнается и принимается потребителями; увеличение прибыльности предприятия; снижение издержек производства, уменьшение количества ошибок планирования; построение рациональных производственной и организационной структур и структуры управления.

Следовательно, маркетинговая стратегия является необходимой частью общей стратегии развития современного предприятия, так как позволяет ему успешнее функционировать в новых, жёстких конкурентных условиях.

#### ***Список литературы***

1. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 419 с.
2. Фарахутдинов, Ш. Ф. Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях : учебное пособие / Ш.Ф. Фарахутдинов. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 231 с.
3. Рыжикова, Т. Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг : учебное пособие / Т. Н. Рыжикова. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 225 с.
4. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 436 с.

# ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОН: ИННОВАЦИЯ, ФАН ВА ТАЪЛИМ 9-ҚИСМ

**Масъул мухаррир:** Файзиев Шохруд Фармонович  
**Мусахҳиҳ:** Файзиев Фаррух Фармонович  
**Саҳифаловчи:** Шахрам Файзиев

Эълон қилиш муддати: 31.07.2023

**Контакт редакций научных журналов. tadqiqot.uz**  
ООО Tadqiqot, город Ташкент,  
улица Амира Темура пр.1, дом-2.  
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: [info@tadqiqot.uz](mailto:info@tadqiqot.uz)  
Тел: (+998-94) 404-0000

**Editorial staff of the journals of tadqiqot.uz**  
Tadqiqot LLC The city of Tashkent,  
Amir Temur Street pr.1, House 2.  
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: [info@tadqiqot.uz](mailto:info@tadqiqot.uz)  
Phone: (+998-94) 404-0000