

# CAJEM - SCIENCE

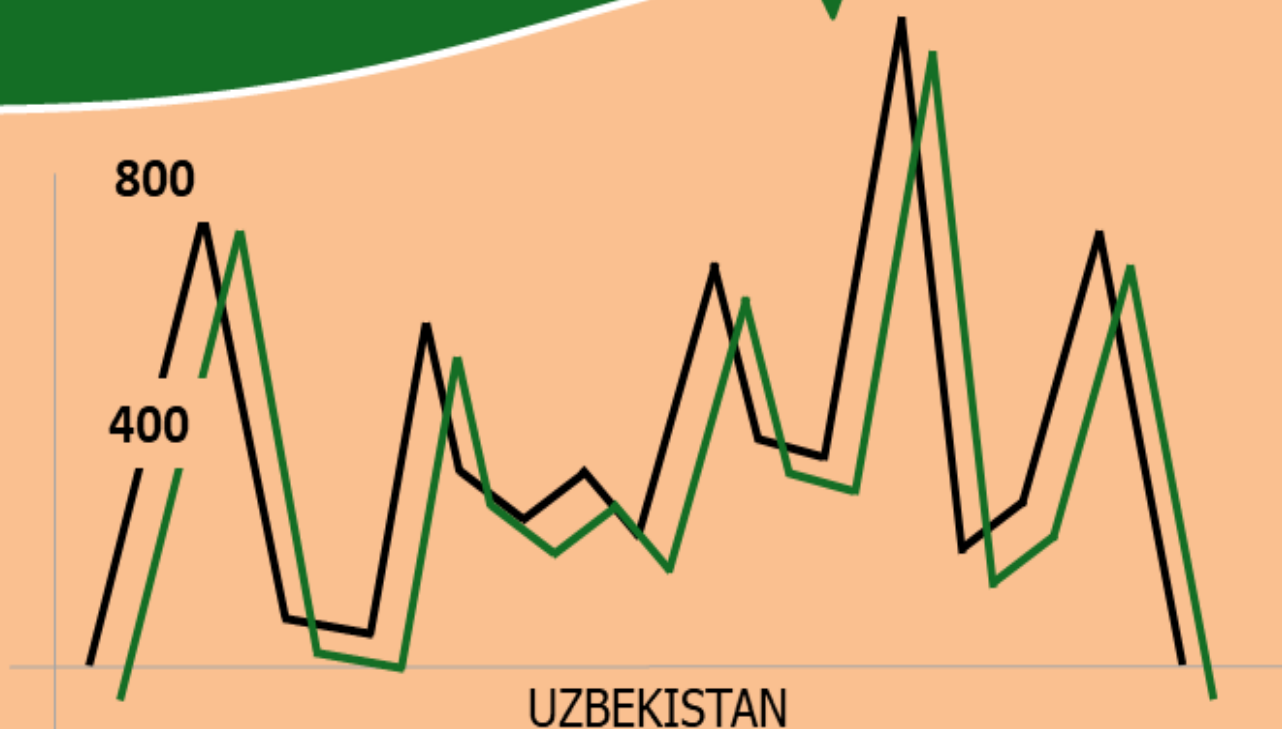
ISSN 2181-4228 (Online)

Ilmiy-amaliy jurnal

№1 | 2024

Central Asian Journal of  
ECONOMICS AND MANAGEMENT

Osiyo iqtisodiyot va  
MENEJMENT JURNALI



*CAJEM-SCIENCE***«Osiyo iqtisodiyot va menejment jurnali»****«Central asian journal of economics and management»****«Центрально-азиатский журнал экономики и менеджмента»**

ELEKTRON JURNAL

**Nashr №4. (yanvar, fevral, mart, 2024)**

Elektron jurnal O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi, Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan 02.08.2022 yil sanada №1690 guvohnomasi bilan ro'yxatdan o'tgan.

**Jurnal tashkilotchisi:** «I-EDU GROUP» MChJ**Xalqaro indeksi:** ISSN 2181-4228 (Online)**Tahririyat telefon raqami:** +998 (94) 018-02-55**Tahririyat manzili:** 111519. Toshkent shaxri. Yangi hayot tumani, Ho'ja Uchqun MFY, Daryobo'yi ko'chasi 34 uy.**Web-sayt:** <https://cajem-science.org>**E-mail:** [cajemscience@gmail.com](mailto:cajemscience@gmail.com)**JURNAL QUIYIDAGI BO'LIMLAR BO'YICHA ILMIY MAQOLALAR QABUL QILADI:**

- Raqamli iqtisodiyot.
- Yashil iqtisodiyot
- Buxgalteriya hisobi.
- Bank ishi.
- Biznes tadqiqotlari.
- Korporativ boshqaruv.
- Tibbiyot menejmenti.
- Boshqaruv etikasi.
- Tadbirkorlikni rivojlantirish.
- Ta'lim menejmenti.
- Moliyaviy boshqaruv.
- Sifat menejmenti.
- Xalqaro munosabatlar.
- Boshqaruv metodologiyasi.
- Boshqaruv falsafasi.
- Inson resurslari.
- Davlat boshqaruvi.
- Boshqaruv sotsiologiyasi.
- Xizmat ko'rsatish sohasi va turizm.
- Ishlab chiqarish.

OPEN ACCESS

*CAJEM-SCIENCE***TAHRIRIYAT JAMOASI TARKIBI****BOSH MUHARRIR - QIYOMIDDIN MUFTAYDINOV**

Andijon mashinasozlik instituti, iqtisodiyot fanlari doktori, professor (Andijon, O'zbekiston)

**BOSH MUHARRIR YORDAMCHISI - SARVARBEK AVAZBEKOVICH MIRZAYEV**

Andijon mashinasozlik instituti (Andijon, O'zbekiston)

**TAHRIRIYAT JAMOASI****NODIRBEK IBRAGIMOVICH ASKAROV**

Andijon davlat universiteti, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Andijon, O'zbekiston)

**ULUG'BEK ABDUXALILOVICH MADRAHIMOV**

Andijon mashinasozlik instituti, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), (Andijon, O'zbekiston)

**ILXOMJON YULDASHEVICH UMAROV**

Andijon davlat universiteti, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent (Andijon, O'zbekiston)

**TOHIRJON OLIMJONOVICH MAXMUDOV**

Namangan muhandislik texnologiya instituti, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa dokroti (PhD), (Namangan, O'zbekiston)

**GULBAXAR YESBOSINOVA TAJENOVA**

Qoraqalpog'iston qishloq xo'jaligi va agrotexnologiyalar instituti, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa dokroti (PhD), (Qoraqalpog'iston Respublikasi, Nukus, O'zbekiston)

**SOBIR BAHRONOVICH ABDUJABBOROV**

Samarqand davlat universiteti, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa dokroti (PhD), (Samarqand, O'zbekiston)

**MUZAFFAR ESKANDAROVICH JO'RAXONOV**

Andijon mashinasozlik instituti, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa dokroti (PhD), (Andijon, O'zbekiston)

**ZIYOYDIN ABDURASULOVICH ISRAILOV**

Andijon mashinasozlik instituti, iqtisod fanlari nomzodi (PhD), (Andijon, O'zbekiston)

**UMIDA ISMAILJANOVNA MARAIMOVA**

Andijon davlat universiteti, iqtisodiyot fanlari nomzodi (PhD), dotsent (Andijon, O'zbekiston)

**DILMUROD VALIJON O'G'LI XAKIMOV**

Toshkent davlat agrar universiteti, texnika fanlari bo'yicha falsafa dokroti (PhD), (Toshkent, O'zbekiston)

**TURSUNBOY SOBIROVICH TURGUNOV**

Andijon mashinasozlik instituti, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa dokroti (PhD), (Andijon, O'zbekiston)

**MUXAMMADAMIN ABDUVASITOVICH AXUNOV**

Andijon mashinasozlik instituti, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent (Andijon, O'zbekiston)

**ILXOMJON IKROMOVICH ERGASHOV**

Andijon iqtisodiyot va qurilish instituti, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa dokroti (PhD), (Andijon, O'zbekiston)

**NODIRBEK MADRAXIMOVICH RASULOV**

Prognozlashtirish va makroiqtisodiy tadqiqotlar instituti loyiha rahbari, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent (Toshkent, O'zbekiston)

**BOBIR ORTIKMIRZAYEVICH TURSUNOV**

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent (Toshkent, O'zbekiston)

**ABDULLAJON TOPILOVICH MIRZAYEV**

Farg'ona davlat universiteti, Iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent, (Farg'ona, O'zbekiston)

**GUZAL SHEROVNA XONKELDIEVA**

Farg'ona davlat universiteti, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor, (Farg'ona, O'zbekiston)

**HUMOYUN TOLIBJON O'G'LI QODIROV**

Namangan muhandislik texnologiya instituti, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa dokroti (PhD), (Namangan, O'zbekiston)

**OYBEK TURGUNPULATOVICH AXMEDOV**

Namangan muhandislik qurilish instituti, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa dokroti (PhD), (Namangan, O'zbekiston)

**DONIYOR XOMIDOVICH SARIMSAQOV**

Andijon mashinasozlik instituti, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa dokroti (PhD), (Andijon, O'zbekiston)

# ASOSIY VOSITALAR HISOBI: AMALIYOTDAGI AYRIM MUAMMOLAR VA ULARNING YECHIMLARI

M.Z.Mamatxonov<sup>1</sup> 

1. University of Economics and Pedagogy, Andijon, O'zbekiston.

Correspondence: Mamatxonov Muxitdin Zuxriddinovich, University of Economics and Pedagogy, "Iqtisodiy va ijtimoiy fanlar kafedrası" kafedrası dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi. e-mail: Mamatxonov@internet.ru.

Received: 05 January 2024; Accepted: 21 January 2024; Published: 26 Mart 2024.

**Abstract:** Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o'tish dunyoning barcha mamlakatlarida o'ziga xos hususiyatlar bilan to'la yoki qisman amalga oshirilmoqda. O'zbekiston Respublikasi hududidagi korxonalar va tashkilotlar esa moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga bosqichma-bosqich o'tib kelmoqda. Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlarini amaliyotga tadbiq etish jarayonida esa qator o'ziga xos muammolar paydo bo'lmoqda. Maqolada shunday muammoli vaziyatlardan biri asosiy vositalar hisobining amaliyotda yuzaga kelgan ayrim muammolar va ularning yechimlari yoritib berilgan. Asosiy vositalar hisobini moliyaviy hisobotning xalqaro standartlari asosida tashkil etishda buxgalterlarning bilimi va tajribalari, ayniqsa ularning mulohaza qilaolishlari katta amaliy ahamiyat kasb etadi. Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o'tishda milliy standartlar bilan xalqaro standartlar o'rtasidagi eng katta farq asosiy vositalar hisobi sohasida desak mubog'ala bo'lmaydi. Shuning uchun asosiy e'tibor muallif tomonidan moliyaviy hisobotning xalqaro standartlari ichida 16 sonli "Asosiy vositalar hisobi"ga e'tibor qaratdi.

**Keywords:** asosiy vositalar, eskirish, xalqaro standartlar, milliy standartlar, kapitalizatsiya, qarz foizlari, retrospektiv o'zgartirish.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 24 fevraldagi 4611 sonli "Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o'tish bo'yicha qo'shimcha chora tadbirlar to'g'risida"gi[1] qaroriga asosan aksiyadorlik jamiyatlari, tijorat banklari, sug'urta tashkilotlari va yirik soliq to'lovchilar toifasiga kiritilgan yuridik shaxslar 2021 yil yakuni bo'yicha moliyaviy hisobotning xalqaro standartlari bo'yicha hisobot topshirishlari belgilangan.

Mazkur qarorning qabul qilinishi O'zbekistonda moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o'tishning 26 yillik tarixiga yakun yasadi. 1996 yildan 2020 yilga qadar moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga bosqichma-boqich o'tish maqsadida tegishli qonun xujjatlari tayyorlandi, moliyaviy hisobotning xalqaro standartlari asosida milliy standartlar qabul qilindi, sohadagi jamoat tashkilotlari tomonidan buxgalterlar va auditorlarning malakalari oshirildi.

Amalga oshirilgan tadbirlar O'zbekiston hududidagi korxonalarda xalqo standartlarni joriy etish uchun yetarli mi?

Albatta yetarli emas. Biz buni birgina asosiy vositalar hisobi bo'yicha xalqaro standartlarini ishlab chiqarishga joriy etishda amaliyotda duch kelinayotgan ayrim muammolar va qiyinchiliklar misolida ko'rib chiqamiz.

Avvalo asosiy vositalarning tarifiga to'xtalsak.

O'zbekistonda buxgalteriya hisobining milliy standartlari qabul qilinguniga qadar umumiy tartibda "Asosiy vosita deb bir yildan ortiq xizmat qiladigan, qiymati ellik minimal miqdordan ortiq bo'lgan va ishlab chiqarish jarayonida o'zining qiymatini maxsulot tannarxiga asta-sekin o'tkazib boradigan vositalarga aytiladi" deb hisoblangan.

O'zbekiston Respublikasining 5 sonli "Asosiy vositalar" deb nomlangan standartida[2]:

asosiy vositalar - korxonada tomonidan uzok muddat davomida xo'jalik faoliyatini yuritishda maxsulot ishlab chikarish, ishlarni bajarish yoki xizmatlar ko'rsatish jarayonida yoxud ma'muriy va

ijtimoiy-madaniy vazifalarni amalga oshirish maksadida foydalanish uchun tutib turiladigan moddiy aktivlardir deb ko'rsatilgan.

Buxgalteriya hisobining 16 sonli "Asosiy vositalar" nomli standartiga muvofiq:

Asosiy vositalar – bu quyidagi mezonlarga javob beradigan moddiy aktivlardir:

- mahsulotlarni ishlab chiqarish yoki yetkazib berish yoki xizmatlar ko'rsatish yoki boshqa tomonlarga ijaraga berish yoxud ma'muriy maqsadlarda foydalanish uchun tutib turiladigan;
- va bir davrdan ortiq muddat davomida foydalanilishi kutiladigan.

Yuqorida keltirilgan standartlarda asosiy vositalarning qiymat ko'rsatkichiga e'tibor berilmagan.

Bizning fikrimizcha asosiy vositalarning qiymat ko'rsatkichi chegaralarining mavjudligi hisob ishlarini aniqligi va ular bo'yicha olib boriladigan hisob ishlarining ishonchliligini oshiradi.

Ikkinchi jiddiy muammo bu amaliyotchi buxgalterlarning asosiy vositalar hisobi bo'yicha mulohazalari. Buxgalteriya hisobi hodimlari sobiq sho'rolar davrida ham (70 yildan ortiq davr) mustaqillik davrlarida ham hisob yuritish tizimida "buxgalterning mulohazasi"ga duch kelmaganlar.

Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlari talablari asosida, ayniqsa, asosiy vositalar hisobini tashkil etish va yuritishda buxgalterning mulohazasi katta ahamiyat kasb etadi. Xalqaro standartlar talabi bo'yicha amaliyotda asosiy vositalar hisobini yuritishda asosiy vositalar uchun belgilangan ishlash (masalan, mazkur uskunaning pasportida ko'rsatilgan ishlash) muddatidan qat'iy nazar, xaqiqatda uskunadan foydalanish muddati uchun eskirish hisoblaniladi. Demak, uskunadan foydalanish davri buxgalterning mulohazasiga asosan belgilanadi.

Buxgalter mulohaza qilish uchun asosiy vositalar zarur bo'lgan ishlab chiqarish sexlari, brigadalari va bo'limlarining boshliqlarining ma'lumotlarini olish yetarli bo'ladi.

Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlarini joriy etish jarayonida barcha hodimlarning hisob ishlarida bevosita qatnashishlari asosiy vositalardan foydalanishda xar bir hodimda mas'ullik hissini oshiradi.

Moliyaviy hisobotning 16 sonli "Asosiy vositalar" xalqaro standartida ayirboshlash muomalalariga katta ahamiyat berilgan bo'lib, ayirboshlash muomalalari O'zbekiston Respublikasi hududida taqiqlangan.

Moliyaviy hisobotning xalqaro standarti joriy etilishi munosabati bilan ayirboshlash muomalalarini amalga oshirilishi yaxshi ijobiy natijalar berishi mumkin. Sababi xalqaro standartlarda ayirboshlash hisobi muomalalari keng ko'lamda o'rganilgan va xalqaro amaliyotda keng qo'llanilmoqda.

Ayirboshlash muomalalarining yo'lga qo'yilishi o'z navbatida debitorlik qarzlarning kamayishiga, korxonalar o'rtasidagi muomalalarning tezlashishiga va o'z navbatida xo'jalik yurituvchi subyektlarning moliyaviy barqarorlikka erishishlariga olib keladi.

Keyingi masla bu moliyaviy hisobotning 16 sonli "Asosiy vositalar" xalqaro standarti 7 bandida[3]: agar asosiy vositalar to'lov muddatini ma'lum davrga kechiktirish sharti bilan sotib olinsa, ularning tannarxi olingan paytida kechiktirishsiz to'lov qiymatida tannarx bo'yicha kirim qilinishi kerak.

Demak, sotib olinayotgan asosiy vositalar uchun amalga oshirilgan dastlabki to'lov mazkur asosiy vositalarning tannarxini tashkil etadi. Dastlabki to'lov bilan umumiy to'lovlar o'rtasidagi farq 23-sonli "Qarzlarni bo'yicha sarflar" standartiga[4] muvofiq kapitallashtiriladi. Agar mazkur standart talablari bajarilmasa u holda kredit bo'yicha foizlarni to'lash xarajatlari sifatida tan olinadi.

Asosiy vositalar hisobining yana bir muammoli masalalaridan biri bu asosiy vositalarga eskirish hisoblash masalasidir.

Ayrim ishlab chiqarish korxonalarida, ayniqsa neft va neftni qayta ishlash korxonalarining mahsulotlari tannarhida eskirish summasi katta salmoqqa ega. Xuddi shundan kelib chiqib, moliyaviy hisobotning 16 sonli "Asosiy vositalar" xalqaro standarti talablari asosida asosiy vositalarga eskirish hisoblashning bajarilgan ishlar xajmiga mutanosib ravishda eskirish hisoblash usulini qo'llash maqsadga muvofiq bo'ladi.

Shu kungacha amaliyotda eskirish hisoblashning to'g'ri chiziqli usuli qo'llanilib kelgan. Buning asosiy sabablari Soliq Kodeksi talablarini bajarish va hisoblash usulining osonligi bo'lgan. Moliyaviy hisobotning xalqaro tizimiga o'tilishi munosabati bilan, eskirish hisoblash korxonalarining hisob siyosatida belgilangan usulda amalga oshirilishi mumkin.

Biroq, 16 standart talablari asosida eskirish hisoblash usullari vaqti-vaqti bilan qayt ko'rib

chiqilishi kerak. Albatta izchillik tamoyiliga amal qilgan holda hisob yuritish to'g'ri bo'lsada, keyinchalik aktivlardan foydalanish bo'yicha tahmin qilingan tizim o'zgaradigan bo'lsa, shu talablarga javob beradigan boshqa usul tanlanadi.

Bu o'zgarish esa izchillik tamoyilini amaldan qolganligini va hisobotlarni retrospektiv o'zgartirishga olib kelishini bildiradi.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati**

[1] O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 24 fevraldagi №4611 sonli Qarori. Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 23.08.2021 y., 06/21/6280/0811-son).

[2] O'zR AV tomonidan 20.01.2004 yil 1299-son bilan ro'yxatdan o'tkazilgan Moliya vazirining 09.10.2003 yil 114-son buyrug'i bilan tasdiqlangan O'zbekiston Respublikasi buxgalteriya hisobining 5-sonli "Asosiy vositalar" milliy standarti.

[3] Buxgalteriya hisobining 16 sonli "Asosiy vositalar" xalqaro standarti QMMB: 10/22/3400/1087-son 13.12.2022-y.

[4] O'zbekiston Respublikasi hududida qo'llash uchun moliyaviy hisobotning xalqaro standartlari va unga tushuntirishlar matnini tan olish to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi moliya vazirining 2022 yil 9 dekabrda 3400 sonli buyrug'i.

## KORXONA BIZNES REJASINING MAQSADI VA UNI ISHLAB CHIQUISH BOSQICHLARI

Z.Mamanov<sup>1</sup>

1. University of economics and pedagogy, Andijon, O'zbekiston.

Correspondence: Mamanov Zafarjon. University of economics and pedagogy, Andijon, O'zbekiston.

e-mail: abfap@mail.ru.

**Received:** 09 January 2024; **Accepted:** 29 January 2024; **Published:** 09 February 2024.

**Annotatsiya.** Bozor qanchalik ko'payib, kengayib borgan sayin biznes rejani ahamiyati oshib boradi. Biznes rejani ishlab chiqish qaytarilib turadigan va uzluksiz ravishda olib boriladigan jarayondir. Biznes reja yangi tashkil etilayotgan korxonalar bilan bir qatorda faoliyat ko'rsatib kelayotgan korxonalarda ham tuziladi. Har qanday korxonaga uchun biznes reja strategik rejalashtirishning birinchi tajribasi bo'lib hisoblanadi. Rejani tuzish jarayoni va firma faoliyatini har tomonlama tahlil etish rahbarlarga o'z korxonasini chetdan kuzatishga majbur qiladi, o'xshash korxonalar bilan solishtirish esa kuchli va kuchsiz tomonlarini aniqlash, yuzaga kelishi mumkin bo'lgan texnik va moliyaviy muammolarni oldindan ko'ra olish imkonini beradi.

**Kalit so'zlar:** biznes reja, ichki va tashqi muhitdagi o'zgarishlar, fan–texnika taraqqiyoti, rejani tuzish jarayoni, kredit beruvchilar va investorlar.

Bozor iqtisodiyoti – tovar-pul munosabatlariga asoslangan va ularga xos iqtisodiy qonunlar asosida boshqariladigan iqtisodiyot turidir.

Bozor munosabatlari iqtisodiyotning jadal rivojlanishini ta'minlovchi uchta kuchni yuzaga keltiradi:

1. Iqtisodiy faoliyat erkinligi – bu, tadbirkorlik uchun keng imkoniyatlar beradi.

2. Raqobatlar kurashi – bu, kim o'zdi qoidalarini yuzaga keltiradi va innovatsiyaga undaydi, mehnat unumdorligini oshirishga, qattiq mehnat intizomiga olib keladi.

3. Daromadlarning cheklanmaganligi – bu qo'shimcha daromad topishga intilishni paydo qiladi.

Biznes reja korxonaga faoliyatining texnik iqtisodiy asoslash, rejani tuzish jarayoni, uni tuzishgacha olib boriladigan tahlil, shaxsiy biznesni aniq faoliyatda tasavvur etish imkoniyatini beradi.

Biznes reja – yangi faoliyat turlarini o'zlashtirish, biznesni yangi shakllarini yaratish hamda korxonani qisqa muddatlarda rivojlantirish rejasi hisoblanadi[1].

“Bir lahzada tayyorlanuvchi biznes reja” kitobi mualliflari Gustav Berl va Pol Kirshnening «biznes rejaga ega bo'lib, siz professionalga aylanasiz, o'z biznesingizni rivojlantirishingiz mumkin bo'ladi” [2].

1998 yilda Gruzinov V.P. muharrirligi ostida nashr qilingan “Korxonaga iqtisodiyoti” darsligida qayd etilishicha: «biznes reja biron-bir tijorat loyihasini amalga oshirish yoki yangi korxonaga yaratish uchun mo'ljallangan asoslangan hatti-harakatlar yig'indisini ifodalovchi hujjatdir” [3].

1996 yilda Gorfinkel V. L. va Kupryakova Ye.M. muharrirligi ostida chiqarilgan xuddi shunday kitobda aytiladiki “tadbirkorlik biznesining asosiy maqsadi foyda olishdir. Ko'zda tutilgan bitimni rejalashtirishda avvalo qanday summa olishga umid qilish va loyiha umuman kutilayotgan miqdorda foyda keltirishga qodirligiga ishonch hosil qilish lozim” [4].

V.P. Gruzinovning “Korxonaga iqtisodiyoti” darsligida ko'rsatilgan holat kelib chiqishi mumkin: “Korxonaga biznes rejasi yangi korxonaga yaratishni ko'zda tutuvchi hujjatdir” [3].

Bozor qanchalik ko'payib, kengayib borgan sayin rejani ahamiyati oshib boradi. Biznes reja 3 ta funktsiyani bajaradi.

Birinchidan, biznesni tashkil etish va olib borish kontseptsiyasini ishlab chiqishda qo'llaniladi.

Korxonalar faoliyatini har tomonlama, ya'ni marketing, moliyalashtirish va ishlab chiqarish nuqtai nazaridan o'rganib chiqish asosida harakat yo'nalishini belgilash va yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan xatolarni bartaraf etish yo'llarini aniqlash imkonini beradi.

Ikkinchidan, biznes reja yordamida korxonaning ma'lum bir davrdagi faoliyatining haqiqiy natijalariga baho berish mumkin. Masalan, biznes rejaning moliyaviy bo'limi, ishlab chiqarish faoliyati byudjetini tuzish uchun hamda unga qay darajada amal qilinayotganligini nazorat qilish uchun asos bo'ladi.

Uchinchidan, biznes reja korxonaga chetdan pul mablag'larini jalb qilishga ham xizmat qiladi. Korxonalar biznes rejani bir yilga tuzadilar.

Biznes reja korxonalar uchun reklama vositasini ham rol o'ynaydi. Shu sababdan, reja qat'iy belgilangan tartibda yozilishi talab qilinadi.

Biznes rejani ishlab chiqish qaytarilib turadigan va uzluksiz ravishda olib boriladigan jarayondir. Moliyalashtirish uchun bir necha oylar talab etiladi, agar shartnoma uch oy oldin tuzilgan bo'lsa, tadbirkorlik olamida bu juda tez fursat bo'lib hisoblanadi, olti va undan ortiq muddat nisbatan real hisoblanadi.

Biznes reja yangi tashkil etilayotgan korxonalar bilan bir qatorda faoliyat ko'rsatib kelayotgan korxonalarda ham tuziladi. Har qanday korxonalar uchun biznes reja strategik rejalashtirishning birinchi tajribasi bo'lib hisoblanadi.

Biznes reja quyidagi maqsadlar uchun tuziladi:

1. Korxonaning faoliyat darajasini aniqlash uchun.
2. Tadbirkorlik faoliyatining xavf-xatarlarini kamaytirish uchun.
3. Biznes faoliyatini kelgusida rivojlantirish yo'nalishlarini miqdor va sifat ko'rsatkichlari tizimi ko'rinishida aniqlashtirish uchun.

4. Investor e'tibori va qiziqishini jalb qilish uchun.

5. Jalb qilinadigan moliyaviy mablag'larning istiqbolligini aniqlash uchun.

6. Ko'rsatkichlarni rejalashtirish bo'yicha tajribaga ega bo'lish uchun.

Biznes rejani o'zgarib borayotgan sharoitlarga moslashtirish maqsadida uzluksiz sur'atda aniqlashtirib borishdan asosiy maqsad – korxonalar amaliy faoliyati natijalarini o'lchovi sifatida foydalanish imkonini beradi.

Biznes reja quyidagi asosiy funksiyalarni bajaradi:

- Biznesni yuritish konsesiyasini ishlab chiqish;
- Korxonalar faoliyatining amaldagi natijalarini baholash;
- Korxonalar strategiyasini amalga oshirish quroli;
- Pul mablag'larini jalb qilish zarurligini asoslab berish.

Biznes rejani ishlab chiqishda avvaldan faoliyat ko'rsatib kelayotgan korxonalar bir muncha afzallikka ega bo'ladilar, chunki ular o'z faoliyatlari natijalaridan kelib chiqib ko'rsatkichlarni rejalashtiradilar, rejada qo'yilayotgan, yoritilayotgan fikrlari o'tmish strategiyasidan kelib chiqadi.

Biznes reja quyidagi talablarga javob bergan taqdirda samarali hisoblanadi:

1. Biznes rejadagi har bir ko'rsatkich, element, bosqich qat'iy ravishda asoslanishi shart.
2. Vazifalarning aniq va o'z vaqtida bajarilishi.
3. Reja ko'rsatkichlarini bajarilishini doimiy hisobga olish.
4. Ichki va tashqi muhitdagi o'zgarishlarni ijobiy qabul qilish
5. Fan-texnika taraqqiyoti va xo'jalik yuritishning ilg'or tajribalariga tayanish.

O'tgan yildagi biznes reja qaysi strategiya samarali, qaysi biri aksincha zararli bo'lganini, ularni amalga oshirish usullaridan unumlirog'ini tanlash imkonini beradi. Haqiqiy faoliyat natijalarini biznes reja bilan solishtirish ishini tashkil etishdagi yutuq va kamchiliklarni aniqlash imkonini beradi.

O'tgan yilgi biznes rejaning moliyaviy bo'limidan biznesni rivojlanish yo'nalishini ob'ektiv ravishda kuzatish vositasi sifatida foydalanish mumkin.

Biznes rejani ishlab chiqish quyidagi bosqichlardan iborat[5]:

Birinchi bosqich – biznes rejani tayyorlash uchun zaruriy axborot manbalarini aniqlash. Bunday manbalarga biznes rejalashtirishga oid darslik va o'quv qo'llanmalar, xukumat materiallari, tarmoq nashrlari, auditorlik firmalari, biznes reja tuzish bo'yicha kurslar va h.k.



Ikkinchi bosqich – biznes reja maqsadini aniqlash. Maqsadlar biznes reja hal etish lozim bo'lgan muammolardan kelib chiqadi. Komaniyaning ichki va tashqi maqsadlari o'zaro bog'langan. Masalan, tashqi maqsadlar ya'ni investorlarni jalb etish maqsadiga, tijorat banklariga nafaqat kreditor sifatida balki tadbirkorlik loyihasining to'liq ishtirokchisi bo'lish taklif etilganda tezrok va to'liqroq erishish mumkin.

Ushbu holat loyihaga qo'shimcha e'tiborni yuzaga keltiradi. Tadqiqotlarning ko'rsatishicha tijorat banklari biznes rejalar uchun kredit ajratishdan ko'ra, ularni biznes rejani amalga oshirishda bevosita ishtirok etishi (hamkorlik, aksionerlik (hissadorlik) kapitalida umumiy ishtirok etish, foydani taqsimlash) bilan uyg'unlashtirishdan manfaatdordir. Agar biznes rejada yuqoridagi holatlar qayd etilsa moliyaviy resurslarni olish osonlashadi.

Uchinchi bosqich biznes rejani kimga yo'naltirilganligini aniq belgilash. Ushbu harakat orqali biznes rejani mazmunini belgilash mumkin bo'ladi. Masalan, aksiya chiqarish va sotish hisobiga moliyalashtirishga yo'naltirilgan firma dividendlar miqdori, ularni to'lash tartibi borasida ma'lumot berishi lozim.

To'rtinchi bosqich tuzilayotgan hujjatning umumiy tuzilmasini belgilash.

Beshinchi bosqich biznes rejani har bir bo'limini tayyorlash uchun axborot yig'ish. Ushbu bosqichda zaruriy va yetarli bilim va tajribaga ega bo'lgan insonlar, xususan, kompaniya xodimlari, tashqi konsultantlar, moliyachilar, buxgalterlar, marketologlar, iqtisodchilar yordamiga murojaat etish lozim. Axborot yig'ishni boshlashdan oldin biznes reja bo'limlari bo'yicha savolnoma tuzish maqsadga muvofiq bo'ladi.

Oltinchi bosqich biznes rejani yozish (tayyorlash). Bunda eng asosiy qoida shundaki, tadbirkor biznes rejani mustaqil yozishi zarur. Tashqi maslahatchilar ishtiroki bundan avvalgi bosqichda to'xtatiladi. Yakuniy bosqichda ular tadbirkorga faqat ko'makchi sifatida ishtirok etadi.

Ettinchi bosqichda tadbirkor biznes rejani manfaatdor shaxslarga tanishish uchun berishi mumkin.

Biznes rejani mazmuni va hajmi turli omillarga bog'lik bo'ladi:

- korxonalar o'lchamlariga (kichik biznes uchun 10–20 bet; yirik korxonalar uchun 30–50 bet);
- tarkibiy qismlarning to'liqlik darajasiga ko'ra (yiriklashtirilgan yoki detallashtirilgan);
- vazifasiga ko'ra (ichki foydalanish uchun, investorlar uchun, bank kreditlarini olish uchun);
- rejalashtirish davriga ko'ra (1 yillik, bir necha yilga mo'ljallangan);
- tuzuvchilarning malakasi va texnik iqtisodiy asoslashni tayyorlash borasidagi amaliy tajribasiga.

Rejani tuzish jarayoni va firma faoliyatini har tomonlama tahlil etish rahbarlarga o'z korxonasini chetdan kuzatishga majbur qiladi, o'xshash korxonalar bilan solishtirish esa kuchli va kuchsiz tomonlarini aniqlash, yuzaga kelishi mumkin bo'lgan texnik va moliyaviy muammolarni oldindan ko'ra olish imkonini beradi.

Ko'pchilik kredit beruvchilar va investorlar sifatli rejani ko'rmasdan turib biznesga mablag' sarflamaydilar. Investorlar tadbirkorlikning quyidagi xususiyatlariga diqqatlarini qaratadilar: ishchan obro', qarz to'lash uchun pul oqimi, kafolatni qo'shimcha ta'minlash, shaxsiy kapitalning 50 % dan kam bo'lmagan sarmoya.

Ko'p korxonalar biznes rejani bir yilga tuzadilar. Biznes rejani maqsadi va funksiyalarining turlicha ekanligi uni qat'iy tartibda tuzish lozimligini talab etadi. Axborotlar to'liq, aniq, ishchan bo'lishi lozim. Ayniqsa grammatik va orfografik xatolarni qilmaslikka harakat qilish lozim.

Biznes reja yuqori poligrafik darajada yozilishi talab etiladi. Titul varag'ida rejani nomi yoziladi, raqami qo'yiladi. Rejani tuzishda statistik ma'lumotlardan keng foydalanish, ularning manbaalarini ko'rsatib o'tilishi zarur. Zarur bo'lganda fotosuratlar, jadval va chizmalardan foydalanish mumkin. Investor yoki potensial hamkorga zaruriy bo'limni topishda qulaylik yaratish maqsadida mundarija ham berilishi kerak.

Biznes reja tarkibi va bo'limlarning sifat darajasini tadbirkor yoki uning nomidan ish ko'ruvchi menejer belgilaydi. Yirik korxonalar uchun biznes reja strukturasi quyidagi bo'limlardan iborat bo'ladi [6]: titul varai: (biznes reja muqovasi) korxonalar nomi, korxonalar rahbari familiyasi, manzili, telefon va faks nomeri. Rezyume: biznes rejani qisqacha mazmuni.

Xulosa

Bozor munosabatlari sharoitida tadbirkorlik faoliyatning rejalashtirish biznes rejaga asoslanadi. Biznes reja – korxonada faoliyatining texnik-iqtisodiy asoslash. Rejani tuzish jarayoni, uni tuzishgacha olib boriladigan tahlil shaxsiy biznesni aniq faoliyatda tasavvur etish imkoniyatini beradi. Raqamlar, grafiklar, yangi tovar (xizmat)lar namunalari hujjatlari bilan ifodalangan yetkazishning eng qulay usuli bo'lib hisoblanadi. Biznes reja xissadorlarni aksiyalarni sotib olishga va ishni moliyalashtirishga qiziqtirish, shuningdek mablag'larni investitsiyalashning istiqbolligini isbotlash uchun ham xizmat qiladi. Biznes reja amaldagi korxonalar bilan birga yangitdan tashkil etilayotgan korxonalar uchun ham tuziladi.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati**

[1] Friend G., S.Zehle. Guide to Business Planning. The Economist in Association with PROFILE BOOKS LTD., 2004. 8 page

[2] Густав Берл, Пол Киршнер. Мгновенный бизнес-план.- М.: ИНФРА –М, 2001

[3] Экономика предприятия. Под ред. проф. Грузинова В.П.- М.: «ЮНИТИ», 1998

[4] Экономика предприятия. Под ред. проф. Горфинкеля В.Я., Купрякова Е.М.–М.:«ЮНИТИ», 1996

[5] Friend G., S.Zehle. Guide to Business Planning. The Economist in Association with PROFILE BOOKS LTD., 2004. 19 page

[6] Бухалков М. И. Внутрифирменное планирование. – М.: «Инфра-М», 1999. 305 стр.

## BANK MARKETINGINING XUSUSIYATI VA FUNKSIYALARI

Z.Mamanov<sup>1</sup>

1. University of economics and pedagogy, Andijon, O'zbekiston.

Correspondence: Mamanov Zafarjon. University of economics and pedagogy, Andijon, O'zbekiston.

e-mail: abfap@mail.ru.

**Received:** 19 January 2024; **Accepted:** 09 February 2024; **Published:** 25 February 2024.

**Annotatsiya.** Bugungi kunga kelib bank marketingi tushunchasi o'zini namoyon etmoqda. Ma'lumki, bank marketingi banklar tashkil etilgan kundan boshlab yuzaga kelgan bo'lsada, u bugungi kungiday o'zini ko'rsatmagan edi. Natijada, banklar tomonidan mijozlarga xizmatlar ko'rsatish jarayonida "bank xizmati" va "bank mahsuloti" tushunchalari namoyon bo'lmoqda. Bank marketingi o'ziga xos xususiyatiga ko'ra marketingning alohida tarmog'i bo'lib, muayyan ijtimoiy-siyosiy va iqtisodiy vaziyat bilan belgilanadigan bankning tashqi va ichki mafkurasi, strategiyasi, taktikasi hamda siyosati bo'lib hisoblanadi.

**Kalit so'zlar:** bank xizmati, bank operatsiyasi, bank mahsuloti, kredit xizmatlari bozori, depozit xizmatlari bozori, to'lov xizmatlari bozori, investitsion xizmatlar bozori, ishonchli xizmatlar bozori, konsalting xizmatlari bozori, kassa xizmatlari bozori.

Bugungi kunga kelib banklar tomonidan mijozlarga xizmatlar ko'rsatish jarayonida "bank xizmati" va "bank mahsuloti" tushunchalari namoyon bo'lmoqda. Bunday tushunchalar iqtisodchilardan ularning o'rtasidagi farqlarni o'rganishni talab qilmoqda.

Quyida "bank xizmati", "bank operatsiyasi" va "bank mahsuloti" atamaları bo'yicha iqtisodchi olimlar tomonidan berilgan ta'riflar keltirildi.

Bank xizmati - bu bankning mijozlarga taqdim etuvchi texnik, texnologik, moliyaviy, intellektual va kasbiy faoliyati, bank operatsiyalarini amalga oshirishga hamrohlik qilish [1].

Bank operatsiyasi - bu bank va mijozning bank nomidan amalga oshiriladigan, pul mablag'larining harakatini ta'minlovchi va muayyan iqtisodiy muammoni hal qilishga qaratilgan o'zaro bog'liq harakatlar [2].

Bank mahsuloti - bu mijozlarning bank faoliyatining ayrim turlariga bo'lgan ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan o'zaro bog'liq bank xizmatlari va operatsiyalari majmuasidir [1].

Taklif etilayotgan bank xizmatlari majmui portfelga birlashtirilib, bir yoki bir nechta mijozlar ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan.

Mijozning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan e'tiborga ko'ra:

- mijozning bevosita istaklariga javob beradigan bevosita xizmatlar;

- mijoz uchun qo'shimcha foyda keltirmasdan to'g'ridan-to'g'ri xizmatlar ko'rsatishni osonlashtiradigan yoki qulayroq qiladigan va to'g'ridan-to'g'ri xizmatlardan foydalanganda qo'shimcha daromad yoki xarajatlarni kamaytiradigan bilvosita yoki yordamchi xizmatlar.

Mijoz guruhlari segmentatsiyasiga ko'ra quyidagi darajalarga ajratiladi [2]:

1-darajali - ko'p sonli iste'molchilar talab qilishi mumkin bo'lgan mahsulot va xizmatlar (hisobvaraqlar ochish, naqd pulni boshqarish, kliring xizmatlari);

2-darajali - bank xodimlarini tayyorlashning alohida darajasini talab qiladigan xizmatlar (aktivlarni boshqarish, investitsiya xizmatlari);

3-darajali - xizmatlardan foydalanishda professional bilimlarni talab qiladigan xizmatlar (korporativ moliya, aralash aktivlarni boshqarish sohasidagi xizmatlar);

4-darajali - moliyaviy rejalashtirish sohasida maxsus bilimlarni talab qiladigan xizmatlar.

Bank mahsuloti hayotiy siklining quyidagi bosqichlari ajratiladi [2]:

- muomalaga chiqarish (sotish hajmining tez o'sishi bilan tavsiflanadi);
- o'sish (sotishlar soni barqarorlashmoqda, yakuniy iste'molchi uchun banklar o'rtasidagi raqobat kuchaymoqda, bank mahsuloti takomillashtirilmoqda);
- turg'unlik (mijozlar va banklarning hamkorlikning odatiy shakllariga sodiqligi tufayli o'nlab yillarga cho'zilishi mumkin).

Banklar faoliyatida taklif etilayotgan xizmatlar portfelini shakllanishi, ularni iste'molchilarga savdo va marketingni tashkil etishni talab etmoqda. Banklarda tashkil etiladigan marketing xizmati mijozlarni talab va istaklarini o'rganish yo'li bilan bank xizmatlari bozoriga chiqadilar.

Bank xizmatlari bozori - bu mijozlarning ehtiyojlarini qondirish maqsadida bank xizmatlariga talab va taklifni ta'minlaydigan bozordir.

Bank xizmatlari bozorining tarkibiy elementlari quyidagilardan iborat [3]:

- bank xizmatlari bozorida munosabatlarni milliy va xalqaro huquq normalari bilan tartibga solish;

- turli xizmatlar portfelining mavjudligi;

- bank mahsulotlari va xizmatlariga bepul narx belgilash;

- bank xizmatlari bozorining nisbiy barqarorligini saqlash uchun bozor va davlat tomonidan tartibga solish usullarining kombinatsiyasi;

- bank xizmatlari bozori va uning ishtirokchilari holati va rivojlanish tendensiyalari to'g'risidagi axborotning shaffofligi;

- cheksiz ishtirokchilar soni.

Bank xizmatlari bozorining bir qismi sifatida turli xizmat ko'rsatish segmentlarga qarab va bir nechta belgilarga ko'ra ajratish mumkin. Bank xizmatlari bozorini bu ko'rinishda ajratish bozorni chuqur o'rganishni ta'minlaydi.

Bozorning tovar tarkibidagi sotish va sotib olish ob'ektiga ko'ra [3]:

- kredit xizmatlari bozori;

- depozit xizmatlari bozori;

- to'lov xizmatlari bozori;

- investitsion xizmatlar bozori;

- ishonchli xizmatlar bozori;

- konsalting xizmatlari bozori;

- kassa xizmatlari bozori va boshqalar.

Iste'molchilar guruhlari bo'yicha:

- ulgurji bozor - korxonalar va tashkilotlarga xizmat ko'rsatish bozori;

- chakana savdo bozori - jismoniy shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlar uchun xizmatlar bozori.

Bank hududiga ko'ra:

- shahar, viloyat bilan chegaralangan mahalliy bank bozori;

- milliy bank bozori - bir mamlakat doirasida;

- xalqaro bank bozori.

Tanlangan segmentlarning har biri bank tomonidan belgilangan maqsad va vazifalarga qarab kichikroq qismlarga bo'linishi mumkin.

Marketing - bu bozorni o'rganish va prognozlash asosida aniq iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish va foyda olishga qaratilgan tovarlarni ishlab chiqarish va sotishni tashkil etishning murakkab tizimidir.

Marketingni bank tizimida muvaffaqiyatli qo'llash banklarning maqsad va resurslarini tashqi muhit imkoniyatlari hamda ehtiyojlariga yo'naltirishga sharoit yaratadi.

Bank marketingi o'ziga xos xususiyatiga ko'ra marketingning alohida tarmog'i bo'lib, muayyan ijtimoiy-siyosiy va iqtisodiy vaziyat bilan belgilanadigan bankning tashqi va ichki mafkurasi, strategiyasi, taktikasi hamda siyosatidir.

Bankning marketingdan foydalanishi uning quyidagi muhim xususiyatlarini mavjudligi bilan tavsiflanadi:

- mijozlar ehtiyojlariga e'tibor berish (marketing falsafasi);

- bozor siyosatining turli xil vositalarini qo'llash (marketing aralashmasi);  
- sotish sohasida faoliyatning barcha turlarini maqsadli muvofiqlashtirish (marketingni boshqarish).

Marketing vositalari (marketing miks) bank marketing tizimining muhim qismidir. Uning eng yirik elementlari quyidagilardir:

1) bozor tadqiqoti;

2) shu asosda bozor (raqobat) strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish.

Ushbu elementlarning har biri marketing vositalari to'plami tomonidan amalga oshiriladi.

Bank bozorini o'rganish marketing vositalarini muvaffaqiyatli qo'llashning zaruriy sharti hisoblanadi. Ma'lumot to'plash turli manbalardan amalga oshiriladi: statistik ma'lumotlar, mijozlar ma'lumotlari - korxonalar va jismoniy shaxslar, ommaviy axborot vositalari ma'lumotlari, biznes hisobotlari va raqobatchilarning reklama materiallari.

Marketing bankning rivojlanish yo'nalishini, bozordagi vaziyatning o'zgarishini aniqlash imkonini beradi va bank strategiyasini shakllantirish uchun zamin tayyorlaydi. Amalga oshirish bosqichida strategiya bank siyosatining aniq chora-tadbirlari shaklini oladi. Tijorat bankining narx siyosati turli bank mahsulotlariga narxlarni belgilash va ularni bozor kon'yunkturasining o'zgarishiga mos ravishda o'zgartirishni nazarda tutadi. Bankning marketing siyosati mahsulotni potensial xaridorga yetkazishga qaratilgan.

Kommunikatsiya siyosati - bu bank va potensial iste'molchilar o'rtasidagi o'zaro aloqa vositalari tizimi bo'lib, ularni bank xizmatlarini sotib olishga rag'batlantirishga qaratilgan.

Moliya va bank muassasalarining mijozlar ehtiyojlariga yo'naltirilishi (marketing falsafasi) 19-asrning 60-yillaridagi bank savdo bozorlarining sotuvchi bozorlaridan xaridor bozorlariga o'zgarishi natijasida paydo bo'ldi, bu esa aholi farovonligining o'sishi hamda ushbu davrdagi tijorat banklari o'rtasidagi raqobat keskinlashuvi bilan bog'liqdir. Bu bank boshqaruvining mafkurasi va tashkil etilishini o'zgartirish zaruratini keltirib chiqardi va marketing menejmenti vujudga keldi. Bank bozorlarida boshqaruv qarorlarini endi faqat rahbarning shaxsiy tajribasi va sezgi asosida qabul qilish mumkin emas edi, balki ilmiy, rejali asosga o'tkazildi. Bank tashkilotida esa chuqur tarkibiy o'zgarishlar boshlandi [4].

Quyida keltirilganlar bank marketingining funksiyalari bo'lib hisoblanadi:

- moliya bozori holati va uning rivojlanish istiqbollari har tomonlama o'rganish orqali bank mahsulotlariga bo'lgan bozor talabi va mijozlarning mavjud va potensial talablarini aniqlash;

- mijozlarning ehtiyojlarini to'liq qondiradigan yangi bank mahsulotlarini yaratish va takomillashtirish bo'yicha faoliyatni samarali tashkil etish;

- bankning haqiqiy imkoniyatlari va bozor talablaridan kelib chiqqan holda, bank mahsulotlari va xizmatlarining maqbul assortimentini aniqlash;

- moliya bozorida bank faoliyatini rejalashtirish va muvofiqlashtirish;

- sotish siyosatini ishlab chiqish, bank mahsulotlari va xizmatlarini sotishni rag'batlantirish tizimini tashkil etish, mijozlar ehtiyojini shakllantirish;

- bankning ishonchli, mijozga yo'naltirilgan tashkilot sifatidagi obro'sini saqlash va rivojlantirish.

Bank marketingi bankning faoliyatini emas, balki uning maqsadi, mafkurasi va strategiyasini tavsiflovchi konsepsiyani qabul qilishdan boshlanishi kerak, tashkilot ushbu konsepsiyani qabul qilsa, bank marketingi sohasidagi ishlarni tashkil etishning turli shakllaridan muayyan foydalanishi mumkin.

**Bank marketingining asosiy maqsadi** - bank muassasasidan tortib to yakuniy iste'molchi (mijoz)gacha, ya'ni bank xizmatlarini ilgari surishning optimal tezligini ta'minlashdir. pulni sotish va aylanishning eng qulay stavkalari, shuningdek, moliyaviy resurslarni saqlashning minimal xarajatlari, bir tomondan, mijozlar talabini to'liq va o'z vaqtida qondirish imkoniyati bilan birlashtirilgan bo'lishi mumkin bo'lgan tezlikdir.

Umumlashtirish va tafsilotning turli darajalarini hisobga olgan holda, ko'pchilik ta'riflar odatda bir-biriga mos keladi. Shunday qilib, marketingni ma'lum bir maqsad uchun ma'lum bir vaqtda korxonaning iqtisodiy boshqaruvi, mafkurasi, strategiyasi, taktikasi va siyosatining etakchi sohasi sifatida belgilash mumkin. Kredit tashkilotlarini boshqarishda marketingning maqsadlaridan biri bu

investitsiyalar, menejerlar, xodimlar, aksiyadorlar mehnatiga haq to'lash manbai bo'lishi mumkin bo'lgan foydani yaratishdir.

Bank marketingining asosiy vazifalari quyidagilardir:

- mijozlarning bank mahsulotlari va xizmatlari hajmi, tuzilmasi va sifati bo'yicha talablarini maksimal darajada qondirish, ishbilarmonlik munosabatlari barqarorligi uchun maqbul shart-sharoitlarni yaratish;

- moliya bozorining doimiy o'zgaruvchan sharoitlarida bankning foydali faoliyatini ta'minlash;

- bank likvidligini kafolatlash;

- bank faoliyat yuritayotgan hududning ijtimoiy muammolarini hal etishda ko'maklashish.

Rivojlangan mamlakatlarda bank xizmatlarini rivojlantirish tendensiyalarini tahlil qilish mahalliy bank tizimini rivojlantirish uchun alohida ahamiyatga ega. Tijorat banki operatsiyalari bank mahsuloti, uning darajalarining o'ziga xos ko'rinishini ifodalaydi.

### **Xulosa**

Bank marketingi o'ziga xos xususiyatiga ko'ra marketingning alohida tarmog'i bo'lib, muayyan ijtimoiy-siyosiy va iqtisodiy vaziyat bilan belgilanadigan bankning tashqi va ichki mafkurasi, strategiyasi, taktikasi hamda siyosatidir. Bank marketingining asosiy maqsadi - bank muassasasidan tortib to yakuniy iste'molchi (mijoz)gacha, ya'ni bank xizmatlarini ilgari surishning optimal tezligini ta'minlashdir. pulni sotish va aylanishning eng qulay stavkalari, shuningdek, moliyaviy resurslarni saqlashning minimal xarajatlari, bir tomondan, mijozlar talabini to'liq va o'z vaqtida qondirish imkoniyati bilan birlashtirilgan bo'lishi mumkin bo'lgan tezlikdir.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati**

[1] Маркетинг менеджмент- Котлер Ф., Келлер К.Л. 14-изд. Изд.: Питер, 2014 г. 814с.

[2] Marketing management (Global edition). Kotler P., Keller K.L. 15th ed. — Harlow: Pearson Education Ltd., 2016. — 834 p

[3] Банковский маркетинг: Учебно-методический комплекс. Николаева Т. П. - М.: Изд. центр ЕАОИ. 2009. - 224 с.

[4] Лаврушин О. И. Издательство: Кнорус, 2016 г. Жанр: Менеджмент. Управление предприятием

## CLOUD SECURITY TECHNOLOGIES

M.O' O'smonjonov<sup>1</sup> 

1. University of economics and pedagogy, Andijon, O'zbekiston.

Correspondence: Usmonjanov Mukhammadishoq. University of economics and pedagogy, Andijon, O'zbekiston.  
e-mail: muxammadisxoqosmonjonov@gmail.com.

**Received:** 24 January 2024; **Accepted:** 19 February 2024; **Published:** 15 March 2024.

**Abstract.** Cloud security refers to the cybersecurity policies, best practices, controls, and technologies used to protect applications, data, and infrastructure in a cloud environment. Specifically, cloud security works to protect against internal and external threats and provide network protection, access control, data management and compliance, and disaster recovery.

**Key words.** Providing cloud security, applications, network protection.

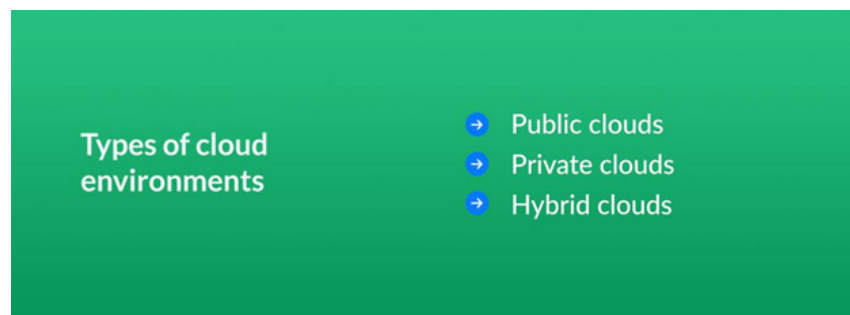
### What is cloud security?

Cloud security, also known as cloud computing security, is a collection of security measures designed to protect cloud-based infrastructure, applications, and data. These measures ensure user and device authentication, data and resource access control, and data privacy protection. They also support regulatory data compliance. Cloud security is employed in cloud environments to protect a company's data from distributed denial of service (DDoS) attacks, malware, hackers, and unauthorized user access or use.

Cloud security refers to the cybersecurity policies, best practices, controls, and technologies used to secure applications, data, and infrastructure in cloud environments. In particular, cloud security works to provide storage and network protection against internal and external threats, access management, data governance and compliance, and disaster recovery.

Cloud computing has become the technology of choice for companies looking to gain the agility and flexibility needed to accelerate innovation and meet the expectations of today's modern consumers. But migrating to more dynamic cloud environments requires new approaches to security to ensure that data remains secure across online infrastructure, applications, and platforms.

They includes applying security policies, practices, controls, and other technologies like identity and access management and data loss prevention tools to help secure cloud environments against unauthorized access, online attacks, and insider threats.



### Types of cloud environments

When you're looking for cloud-based security, you'll find three main types of cloud environments to choose from. The top options on the market include public clouds, private clouds, and hybrid clouds. Each of these environments has different security concerns and benefits, so it's important to know the difference between them:

1. Public clouds

Public cloud services are hosted by third-party cloud service providers. A company doesn't have to set up anything to use the cloud, since the provider handles it all. Usually, clients can access a provider's web services via web browsers. Security features, such as access control, identity management, and authentication, are crucial to public clouds.

2. Private clouds

Private clouds are typically more secure than public clouds, as they're usually dedicated to a single group or user and rely on that group or user's firewall. The isolated nature of these clouds helps them stay secure from outside attacks since they're only accessible by one organization. However, they still face security challenges from some threats, such as social engineering and breaches. These clouds can also be difficult to scale as your company's needs expand.

3. Hybrid clouds

Hybrid clouds combine the scalability of public clouds with the greater control over resources that private clouds offer. These clouds connect multiple environments, such as a private cloud and a public cloud, that can scale more easily based on demand. Successful hybrid clouds allow users to access all their environments in a single integrated content management platform.

**What Does Cloud Security Work to Protect?**

Cloud security measures protect the following:

Confidentiality – ensuring the organisation's sensitive data and applications remain private.

Integrity – so that the organisation can maintain their reputation.

Accessibility – such that the organisation's applications remain online and accessible to users.

Attackers – also known as malicious agents, malicious actors, or cyberattackers – may intercept communications or breach systems. Compromised security may also be the result of accidental negligence by employees. All of the following may be the subject of security breaches.

- Networks – These are used to communicate data between clients and the cloud, as well as between cloud machines. In the cloud, these are often digital.
- Data storage – these are services or hardware where the client's data is stored.
- Servers – these are the cloud machines that host a client's application.
- Virtual machines – these provide the functionality to run a client's application. They're digital, rather than physical.
- Operating systems – this is what manages all the functions and programmes that are being run on a cloud server.
- APIs – this is a programme that functions in allowing other programmes to communicate with each other.
- Applications – the software that runs in the cloud.
- Hardware – these are physical components, like computers, data centres, and physical servers.



**Why is cloud security important?**

It's imperative to rethink security approaches as more companies move to the cloud from on-premises environments, especially with data governance and compliance under the regulatory



microscope.

In an increasingly hybrid and multicloud world, you have more freedom than ever to build where and when you want. But it also means, security is a lot more complicated than stopping someone from accessing your network. Unfortunately, many organizations tend to treat security as an afterthought and may forgo best practices in favor of chasing after faster digital transformation. As a result, attackers see cloud-based targets as a potentially easy path to big gains and are adapting their tactics to exploit vulnerabilities accordingly. While cloud security can never guarantee complete prevention of attacks and vulnerabilities, a well-designed cloud security strategy can go a long way toward preventing breaches or mitigating damage, improving compliance, and building stronger customer trust.

### **Conclusion**

The question shouldn't be 'is cloud secure?' but rather 'how do we use it securely?' It's a complex system with layers, and it's easy to lose track of if security best practices aren't put in place. Due diligence by users is key. Cloud vendors do have security measures in place, but the responsibility is shared with the client. It's important for clients to maintain visibility of their cloud security systems, even if this requires additional steps. It's all about continuous risk management monitoring and analysis.

### **LIST OF REFERENCES:**

[1] What is Cloud Security and How Does it Work?

<https://www.divio.com/blog/what-is-cloud-security-and-how-does-it-work/>

[2] What is cloud security? <https://cloud.google.com/learn/what-is-cloud-security#:~:text=Cloud%20security%20is%20the%20set,online%20attacks%2C%20and%20insider%20threats>

[3] Why is cloud security important? <https://www.box.com/resources/what-is-cloudsecurity#:~:text=Cloud%20security%2C%20also%20known%20as,control%2C%20and%20data%20privacy%20protection>.

# MUNDARIJA

<b>№</b>	<b>Mavzu nomi</b>	<b>Muallif</b>	<b>Bet</b>
1	ASOSIY VOSITALAR HISOBI: AMALIYOTDAGI AYRIM MUAMMOLAR VA ULARNING YECHIMLARI	M.Z.Mamatxonov	04-06
2	KORXONA BIZNES REJASINING MAQSADI VA UNI ISHLAB CHIQISH BOSQICHLARI	Z.Mamanov	07-10
3	BANK MARKETINGINING XUSUSIYATI VA FUNKSIYALARI	Z.Mamanov	11-14
4	CLOUD SECURITY TECHNOLOGIES	M.O'.O'smonjonov	15-17

# **«Central Asian Journal of Economics and Management» elektron jurnali**

**Nashr №1. (Yanvar, fevral, mart, 2024)**

**<https://cajem-science.org>**

**Bog'langan tizimlar**

**Google scholar**

**ResearchBib ([OAK 14 baza](#))**

va boshqa bazalar