



CAJEM

- SCIENCE

**Central Asian Journal of
ECONOMICS AND
MANAGEMENT**

**Osiyo iqtisodiyot va
MENEJMENT JURNALI**

Ilmiy-amaliy jurnal

№3 | 2024

UZBEKISTAN

**ISSN 2181- 4228
(Online)**

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

ELEKTRON JURNAL

Nashr №1. (iyul, avgust, sentabr, 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**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 doktori (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)

BAHROMJON RO'ZIMOV BAXODIRJONOVICH

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

SARIMSAQOV XOMIDJON USMONOVICH

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

MONOPOLIYAGA QARSHI BOSHQARUV VA RAQOBATNI RIVOJLANTIRISHNING MOHIYATI VA UNING MAMLAKAT IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISHDAGI O‘RNI

Z.M.Toshtemirova¹

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

Correspondence: Toshtemirova Zilola Madaminjonovna, University of Economics and Pedagogy, Andijan, Uzbekistan.
e-mail: ...

Received: 05 July 2024; Accepted: 15 August 2024; Published: 06 September 2024.

Abstract. Mamlakatda zamonaviy bozor iqtisodiyoti rivojlanishi uchun raqobat shakllanishi kerak bo‘lgan sohalardagi korxonalar saqlanib qolinishi, korxonalar uchun ularning bozor sharoitlariga tarkiban moslashuviga imkon beradigan xo‘jalik yuritish mexanizmini ishlab chiqarish muhim o‘rin egallaydi. Bu mexanizm davlat korxonalar iqtisodiy jihatdan erkin bo‘lishini, ularning faoliyati tijoratlashgan bo‘lishini nazarda tutadi. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish davrida raqobatning asosiy usuli narx bo‘lganligi sababli, narxlarni erkin qo‘yib yuborish raqobatli muhitini vujudga keltirishning asosiy talabi hisoblanadi.

Keywords. monopoliya, raqobat, bozor iqtisodiyoti, bozor munosabati, tovar, xizmat, resurs, xususiyat.

Har bir davlatning iqtisodiyotida raqobatni shakllantirish, uni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratish manfaatlaridan kelib chiqqan holda harakat qilishiga qaramay, har qanday milliy iqtisodiyotda u yoki bu darajada bozorda monopoliya ham mavjud bo‘lishi mumkin. Bu ilmiy yondashuvlarda raqobatni shakllantirish ko‘plab iqtisotchi olimlar tomonidan bozorni tashkil etishning eng samarali shakli deb hisoblangan. Lekin mukammal raqobat shakllantirish murakkab masala hisoblanadi. Bozorni tashkil etishda demak, “monopoliya”, “raqobat” yoki “sof monopoliya”, “mukammal raqobat” kategoriyalari shakllanadi hamda ularni o‘rganish zarurati yuzaga keladi. Bugungi bozor iqtisodiyoti sharoitida monopoliyaga qarshi qonunlarni qabul qilish va hayotga tadbiiq etish xayotiy zaruriyatdir. Chunki, bozorni rivojlanishiga va doimiy taraqqiy etishga erkin raqobatgina asos bo‘la oladi.

Monopoliya atamasining mohiyati: Monopoliya atamasini o‘rganishda ko‘plab xorijiy va mahalliy iqtisotchi olimlar o‘z qarashlarini ilmiy izlanishlar natijasida turlicha izohlaganlar.

Rossiya iqtisodchi olimi S.G.Padisov monopoliyaga quyidagicha tarif bergan Monopoliya- (“mono”- bitta va yunoncha “poleo”- sotaman) so‘zlaridan kelib chiqqan bo‘lib, davlat, tashkilot, kompaniyaning ma‘lum bir sohasidagi noodatiy yakka huquqini bildiradi. Iqtisodiy ma‘noda monopoliya- bozor ustidan ma‘lum darajadagi hokimiyatni anglatadi.

S.V.Klyuzina o‘zining ilmiy tadqiqot ishlarida raqobat va monopoliyaga “raqobat va monopoliya bozorning o‘zini o‘zi tashkil etishning ikki tomoni sifatida tovar bozorlari chegaralarida yonma-yon mavjud bo‘ladi. Bir-birini to‘ldiradi, ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotning butun tarixiy bosqichlarida bir-birini almashtiradi, doimiy ravishda bir-biriga aylanadi”- deb tariff bergan.

Iqtisodiyotda bozor mexanizmining samarali amal qilishi va raqobat muhitining ta‘minlashi monopoliyalar, ularning kelib chiqish sabablari va amal qilish xususiyatlarini ko‘rib chiqishni taqazo etadi. Yana bir qator adabiyotlarda monopoliyaga quyidagicha ta‘rif berilgan: “Monopoliya - davlat, korxonalar, tashkilotlar, sotuvchilarning qandaydir xo‘jalik faoliyatini amalga oshirishdagi mutlaq xuquqi”, “Monopoliya faoliyatining u yoki bu soxasida shaxs yoki kishilar guruhining har qanday hamkorlik holati”, kabi ta‘riflar berilgan.

Mahalliy olimlarimiz ham monopoliya tushunchasiga turli adabiyotlarda ta‘riflarni berganlar. “Monopoliya- monopol yuqori narxlarni o‘rnatish hamda monopol yuqori foyda olish maqsadida tarmoqlar, bozorlar va yaxlit makroiqtisodiyot ustidan hukumronlikni amalga oshiruvchi yirik

korxonalar (firma, korporatsiyalar)ning birlashmalari” kabi ta’riflar berilgan.

Raqobat tushunchasi bo’yicha berilgan ta’riflardan anglash mumkinki, monopoliya bu yuqori foydani doimiy ko’zlagan holda bozorda yuqori narxlar bilan hukumronlikni egallashga bo’lgan harakatlar yg’indisi deb ta’rif berish mumkin.

Monopoliyaning paydo bo’lishining sabablari va uning salbiy oqibatlari .

Monopoliyaning eng to’g’ri talqini shundaki, u bozor tuzilmasining bir turi bo’lib unda ma’lum bir mahsulotning bir va faqat bitta sotuvchisi mavjud. Yagona yetkazib beruvchi bo’lgan monopolist korxonalar (ko’pincha monopoliya deb ham ataladi) ma’lum bozor doirasida mahsulotning barcha potentsional xaridorlarning umumiy talabiga javob beradi va shu ma’noda u sanoat bilan bir xildir. Monopoliyaning paydo bo’lishining bir nechta sabablari mavjud, xususan:

Jamiyat ishlab chiqaruvchi kuchlarning rivojlanishi natijasida kapitalning konsentratsiyasi va markazlashuvi jarayonlarini kuchaytirish;

Mulkchilikning yangi shakllari, aynqsa, aktsiyadorlik jamiyatining paydo bo’lishi;

Monopoliya mamlakat iqtisodiyotida qarama-qarshi ro’l o’ynaydi. Chunki monopol korxonalar hohlagan vaqtda ishlab chiqarishni cheklashi va korxonalar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarga yuqori narxlar belgilashi mumkin. Bu xolat mamlakat iqtisodiyotida resurslarning mutanosib taqsimlanishiga olib kelishi mumkin. Monopoliya daromadlar tengsizligini kuchaytirishiga sabab bo’luvchi omillardan biri bo’lib, monopol korxonalar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarni faqatgina ushbu mahsulotlarni sotib olishga qodir iste’molchilar sotib olishlari mumkin, ya’ni daromadi yuqori bo’lgan iste’molchilar monopol korxonalar mahsulotlarni narxi yuqoriligiga moslashgan holda sotib olishga tayyor bo’ladi.

Yirik firmalar fan texnika taraqqiyotini rivojlantirishdan samarali foydalanib, o’z imkoniyatlarini yuqori darajaga olib kelishlari va natijada daromadlari past bo’lgan aholi turmush darajasining yuqori daromadli aholiga nisbatini aniqlashda ishtirokchi bo’lishi hamda bozordagi raqobatni cheklab qo’yishi mumkin. Boshqa tomondan, monopol korxonalar yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarish strategiyasiga ega bo’lib, faqatgina o’zining iste’molchilariga mahsulotlarini ishlab chiqarishlari kuzatiladi. Monopol korxonalar raqobatchi korxonalariga nisbatan ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirib, daromadlarini oshirishga ko’proq moyil bo’ladi. Shuningdek, monopol korxonalarda moddiy va moliyaviy resurslarni tejash imkoniyati mavjud.

Monopoliyaga qarshi boshqaruvning zaruriyati va uning vujudga kelishi . Davlatning monopoliyaga qarshi siyosati milliy iqtisodiyotida raqobat oldindan shakillanib bo’lgan mamlakatlarda raqobatchilik muhitini shakillantirishga, bozor iqtisodiyotiga o’tayotgan mamlakatlarda esa bu muhitini shakillantirishga qaratilgan. Bozorda monopoliyani o’rnatishga urinishlar va monopol mavqeni suiste’mol qilishni taqiqlaydigan trestlarga qarshi birinchi qonun - Sherman qonuni bo’lib ushbu qonun 1890-yili AQSHda qabul qilingan . monopoliyaga qarshi qonunchilik va uni amalga oshirish uchun zarur bo’lgan chora-tadbirlar har bir mamlakatda sharoit taqozo etgan shakllarda amal qiladi. Rivojlangan barcha davlatlarda sog’lom raqobat muhitini himoya qilish maqsadida turli ko’rinishdagi, monopolistik faoliyatlar ustidan davlat tomonidan tartibga solish amalga oshiriladi.

Monopoliyaga qarshi siyosat – davlatning monopoliyaga qarshi kurash siyosati bo’lib, dunyo tajribasiga ko’ra monopoliyaga qarshi qonunchilik, asosan, quyidagi yo’nalishlar bo’yicha shakillanadi. Birinchidan, ishlab chiqarish, ya’ni biror tarmoqni boshqaruvchi qonunlar. Bu qonunlarga binoan, odatda, hech bir korxonaning biror turdagi mahsulot ishlab chiqarishda yarmidan ortig’ini nazorat qilishga huquq berilmaydi. Ikkinchidan, barcha yirik korporatsiyalar ishtirokchilari boshqa korporatsiyalar aksiyalarining ma’lum cheklangan miqdoridan ortig’iga ega bo’la olmasligi belgilab qo’yiladi. Uchinchidan, narxlarni bozor muvozanati belgilagan darajadan yuqori yoki past turishini, narx ustidan kelishib olishni taqiqllovchi kartellarga qarshi qonunlar joriy qilinadi.

Bozor munosabatlarini rivojlanishining har bir bosqichida u yoki bu shakldagi monopolistik shakillanishlar mavjud. Ayrim mamlakatlar iqtisodiyotida XIX-asr oxiri XX-asr boshlarida ma’lum tarmoqlarda monopoliyalar shakillana boshladi.

O’zbekiston iqtisodiyotida bozor munosabatlarining o’rnatilishi.

O’zbekistonda bozor munosabatlari rivojlanishi bosqichma-bosqich davrga mos ravishda monopoliyaga qarshi boshqaruv va raqobatni rivojlantirishda davlat tomonidan ko’maklar berish,

qonunlar ishlab chiqish va ular asosida maqsadli strategiyalarini tizimli amalga oshirilmoqda.

Davlatning asosiy vazifasi – resurslardan foydalanish samaradorligiga, shuningdek, davlat boshqaruvining samaradorligiga, erishishdan iborat. Buning uchun esa sog'lom raqobat muhitini yaratish zarur. Raqobat muhitini shakllantirish va milliy iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirish vazifasi davlatning tartibga soluvchi funksiyalari alohida ahamiyat kasb etadi. O'zbekiston davlatining raqobatchilik muhitini shakllantirishga qaratilgan siyosatida xususiy lashtirish, davlat mulki hisobidan mulkchilikning boshqa shakllarini vujudga keltirish asosiy o'rin tutadi. Xususiy lashtirish natijasida, birinchidan, mulk o'z egalari qo'liga topshirilsa, ikkinchidan, ko'p ukladli iqtisodiyot va raqobatchilik muhiti vujudga keladi. Shu bilan bir qatorda, davlatning raqobat siyosatini amalga oshirish vakolati berilgan monopoliyaga qarshi davlat organi ham institutsional tarafdin mustahkamlanib bordi.

- 2-iyul 1992-yil – “Monopolistik faoliyatni cheklash to'g'risida”gi qonun qabul qilindi va O'zbekistonda raqobat siyosatini shakllantirish va amalga oshirish boshlandi;

- 1992-yil - O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi tarkibida Monopoliyaga qarshi va narx siyosati Bosh boshqarmasi tashkil etildi;

- 1995-yil - O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi huzurida Monopoliyadan chiqarish raqobatni rivojlantirish qo'mitasi tashkil etildi;

- 2000-yil - O'zbekiston Respublikasi prezidenti Farmoniga muvofiq monopoliyaga qarshi organ Moliya vazirligi tarkibidan chiqarildi, unga davlat qo'mitasi maqomi berilib, Respublikada monopoliyaga qarshi siyosatni amalga oshirish vakolati berildi;

- 2005-yil - raqobat, kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish va qo'llab quvvatlash maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoniga muvofiq monopoliyaga qarshi organ qayta tashkil etildi;

- Qo'mitaga yangi nom berildi - O'zbekiston Respublikasini monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab -quvvatlash davlat qo'mitasi;

- 2010-yil - Monopoliyaga qarshi kurashishni tartibga solishni yanada kuchaytirish va sog'lom raqobat muhitini yaratish maqsadida, O'zbekiston Respublikasi birinchi Prezidenti Farmoniga muvofiq monopoliyaga qarshi kurashish organi qayta tashkil etildi.

Qisqacha qilib aytganda, monopoliya sub'ektlari faoliyati ustidan nazorat olib borishdan maqsad bu sohada samarali davlat siyosatini olib borishdir. Respublikamizda monopoliyaga qarshi kurashish va raqobat muhitini rivojlantirishga doir chora-tadbirlar doimiy ravishda amalga oshirilib kelinmoqda. Xususan O'zbekiston Respublikasining Prezidentining 2019-yil 24-yanvarda “O'zbekiston Respublikasi monopoliyaga qarshi kurashish qo'mitasi faoliyatini tashkil etish to'g'risida”gi PQ-4126-sonli Qarori qabul qilingan. Ushbu qarorda O'zbekiston Respublikasi “Monopoliyaga qarshi kurashish qo'mitasi” faoliyati tashkil etilib, qo'mitaning tashkiliy tuzilmasi tasdiqlangan.

Xulosa o'rnida shuni alohida ta'kidlash joizki, bugungi kunda Respublikamizni iqtisodiy o'sishini ta'minlash, milliy iqtisodiyotda raqobatbardoshlikni oshirish, iqtisodiyotni modernizatsiya va difersifikatsiya qilish jarayonlarini chuqurlashtirish, investitsiyalarni jalb qilishga doir keng ko'lamli ishlar amalga oshirilmoqda. Mamlakatimiz iqtisodiyotiga chet el kapitalidan foydalangan holda yangi texnologiyalar jalb qilinmoqda.

Mamlakatimizga istiqbolli investitsiyalar kiritilmoqda. Bundan tashqari bugungi kunda mamlakatda kommunal xizmatlarning sifatini yanada yaxshilash maqsadida ushbu sohani ham xususiy lashtirish loyixalari ishlab chiqilmoqda. Bir so'z bilan aytganda mamlakat iqtisodiyotini yanada raqobatbardosh qilish, uni turli xil risklarga chidamli qilish hozirgi o'zbek iqtisodchilarning eng asosiy vazifasidir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

[1] SH.SH.SHodmonov, U.V.G'ofurov. “Iqtisodiyot nazariyasi” O'zbekiston Respublikasi oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan darslik sifatida tavsiya etilgan. Toshkent- 2009

[2] Shoxzod O'rollo'g, M (2022).DAVLATNING MONOPOLIYAGA QARSHI BOSHQARUV FAOLIYATI.Barqarorlik va yetakchi tadbirkorlar onlayn ilmiy jurnali, 491-492.

[3] Rashidovna, M.R. (2022). Monopoliyaga qarshi faoliyatning funksional va institutsional jihatlarini tadqiqi. Ta'lim fidoyilari, 18 (5) 303-309.

IQTISODIYOTDA AXBOROT-KOMMUNIKATSION TEXNOLOGIYA-LARNING QO‘LLANILISHI

Tilaboldi o‘g‘li Ilyosbek¹



1. University of economics and pedagogy, Andijan, O‘zbekiston.

Correspondence: Tilaboldi o‘g‘li Ilyosbek. University of economics and pedagogy, Andijan, Uzbekistan.

e-mail: ilyosbek9313@gmail.com.

Received: 07 July 2024; Accepted: 16 August 2024; Published: 10 September 2024.

Abstract. Axborot-kommunikatsion texnologiyalar bugungi kunda nafaqat iqtisodiyotning balki dunyo hamjamiyatining barcha sohalariga sezilarli ta‘sir ko‘rsatmoqda. Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi va ularning iqtisodiyotga ta‘siri nafaqat tashkilotlar va kompaniyalar uchun, balki butun mamlakatlar uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Axborot-kommunikatsion texnologiyalar yordamida ishlab chiqarish jarayonlari optimallashtiriladi, biznes modellari rivojlanadi, yangi bozorlar ochiladi, va barcha iqtisodiy jarayonlar samarali boshqariladi. Maqolaning maqsadi axborot-kommunikatsion texnologiyalarning iqtisodiy sohalaridagi qo‘llanilishini, uning samaradorligini va kelajakdagi rivojlanish istiqbollari tahlil qilishdan iboratdir.

Key words. axborot, kommunikatsiya, texnologiya, PayPal, Alipay, Venmo, Big Data.

Adabiyotlar Sharhi.

Bugungi kunda axborot-kommunikatsion texnologiyalarlar iqtisodiyotning deyarli barcha sohalariga kirib borgan. Axborot-kommunikatsion texnologiyalarning iqtisodiyotga ta‘siri bo‘yicha ko‘plab ilmiy tadqiqotlar mavjud. Masalan, Brynjolfsson va McAfee (2014) o‘zlarining «The Second Machine Age» nomli asarlarida texnologiyaning iqtisodiy o‘rishga ta‘sirini o‘rganadilar va axborot-kommunikatsion texnologiyalarning ijobiy ta‘sirini ko‘rsatadilar. Ular texnologiyalarni iqtisodiy rivojlanishning asosiy omili deb biladilar. Porter (2001) o‘zining «Strategy and the Internet» asarida internet va axborot-kommunikatsion texnologiyalarning raqobatbardoshlikni oshirishdagi ahamiyatini yoritadi. Shuningdek, Davenport (2013) big data va analitika yordamida biznes qarorlarini qabul qilishning samaradorligini oshirish mumkinligini ta‘kidlaydi.

Elektron Tijorat va Onlayn Biznes

Axborot-kommunikatsion texnologiyalarning eng keng qo‘llaniladigan sohalaridan biri elektron tijoratdir. Internet orqali mahsulot va xizmatlar sotilishi butun dunyo bo‘ylab tez rivojlanib bormoqda. Masalan, Amazon, Alibaba kabi kompaniyalar global miqyosda elektron tijoratni shakllantirib, global iqtisodiyotda ulkan o‘rin egallagan. Elektron tijorat biznes modellari onlayn savdo, to‘lov tizimlari, raqamli reklama va marketing orqali yangi imkoniyatlarni yaratmoqda. Axborot-kommunikatsion texnologiyalar yordamida mijozlar bilan real vaqt rejimida aloqa o‘rnatish, sotish jarayonlarini avtomatlashtirish va xarajatlarni kamaytirish mumkin.

Moliyaviy Texnologiyalar (FinTech)

Moliyaviy texnologiyalar sohasida ham axborot-kommunikatsion texnologiyalarning qo‘llanilishi kengaygan. Onlayn to‘lov tizimlari, mobil banking, kriptovalyutalar va blockchain texnologiyalari moliya sohasini modernizatsiya qilishda muhim ahamiyatga ega. PayPal, Alipay, Venmo kabi xizmatlar orqali foydalanuvchilar tez va qulay tarzda moliyaviy operatsiyalarni amalga oshirishi mumkin. Blockchain texnologiyasi esa nafaqat moliya sohasida, balki shaffoflikni ta‘minlash va xavfsizlikni oshirishda ham o‘zining ahamiyatini ko‘rsatmoqda.

Katta Ma‘lumotlar (Big Data) va Biznes Analitika

Katta ma‘lumotlar (Big Data) texnologiyalari bizneslarga o‘z mijozlari va bozorlarni yaxshiroq tushunishga yordam beradi. Axborot-kommunikatsion texnologiyalar orqali to‘plangan katta hajmdagi ma‘lumotlarni tahlil qilish va ularni iqtisodiy jarayonlarda qo‘llash kompaniyalarga

samarali qarorlar qabul qilish imkonini beradi. Google, Facebook va Netflix kabi kompaniyalar o'z foydalanuvchilari haqida ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish orqali o'z xizmatlarini shaxsiylashtirish va raqobatbardoshligini oshirishadi. Shuningdek, katta ma'lumotlar yordamida bozor tendensiyalarini aniqlash va resurslarni optimallashtirish mumkin.

Sanoat Avtomatlashtirish va Raqamli Ishlab Chiqarish

Axborot-kommunikatsion texnologiyalarning sanoat sohasidagi qo'llanilishi Sanoat 4.0 kontseptsiyasiga asoslanadi. Internet of Things (IoT), robototexnika, sun'iy intellekt (AI) va 3D bosib chiqarish texnologiyalari ishlab chiqarish jarayonlarini yanada samarali qilishga yordam bermoqda. Avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish tizimlari kompaniyalarga mahsulotlarni yuqori sifatda va qisqa muddatda ishlab chiqarishga imkon beradi. Masalan, Siemens va General Electric kabi kompaniyalar raqamli ishlab chiqarish tizimlari orqali ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirib, o'z raqobatbardoshligini oshirgan.

Davlat Boshqaruvi va Raqamli Xizmatlar

Axborot-kommunikatsion texnologiyalarning davlat boshqaruvidagi roli ham muhimdir. Raqamli davlat xizmatlari orqali aholiga xizmat ko'rsatish, soliq yig'ish va ma'lumotlarni boshqarish jarayonlari soddalashadi. Elektron hukumat, e-solig, raqamli ro'yxatga olish kabi xizmatlar davlat sektorining samaradorligini oshiradi. O'zbekiston kabi mamlakatlar raqamli transformatsiyani amalga oshirish orqali davlat xizmatlarini modernizatsiya qilishga harakat qilmoqda.

Tahlil va Natijalar. Axborot-kommunikatsion texnologiyalarning iqtisodiyotdagi qo'llanilishi biznes samaradorligini oshirish, yangi imkoniyatlarni yaratish va resurslarni yanada samarali boshqarish imkoniyatini beradi. Elektron tijorat, moliyaviy texnologiyalar, katta ma'lumotlar, sanoat avtomatlashtirish va davlat boshqaruvidagi yangiliklar iqtisodiy o'sishni tezlashtiradi. Shu bilan birga, axborot-kommunikatsion texnologiyalardan samarali foydalanish uchun texnologik infratuzilma, kadrlar tayyorlash va kiberxavfsizlikni ta'minlash zarur.

Xulosa

Axborot-kommunikatsion texnologiyalar iqtisodiyotning barcha sohalarida rivojlanishga katta hissa qo'shmoqda. Ularning qo'llanilishi nafaqat biznes jarayonlarini samarali boshqarishga, balki iqtisodiy o'sishni rag'batlantirishga, yangi biznes modellarini yaratishga va global bozorlarni egallashga imkon yaratadi. Kelajakda axborot-kommunikatsion texnologiyalarning iqtisodiyotdagi roli yanada kuchayishi kutilmoqda, chunki texnologiyalar doimiy ravishda rivojlanib boradi va yangi imkoniyatlarni ochadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

- [1] Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company.
- [2] Porter, M. E. (2001). *Strategy and the Internet*. Harvard Business Review.
- [3] Davenport, T. H. (2013). *Analytics at Work: Smarter Decisions, Better Results*. Harvard Business Press.
- [4] Lacity, M. C., & Willcocks, L. P. (2014). *Robotic Process Automation: The Next Transformation in Business Process Outsourcing*. *Journal of Information Technology*, 29(3), 199-212.

XUSUSIY BIZNES VA TADBIRKORLIK

R.Mahmudov¹

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

Correspondence: Mirzakarimov Baxtiyor Abdusalomovich. University of economics and pedagogy, Andijan, Uzbekistan. e-mail: Rasuljon.Mahmudov@gmail.com.

Received: 10 July 2024; **Accepted:** 19 August 2024; **Published:** 12 September 2024.

Abstract. Ushbu maqola boshqaruv jarayonlarida axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, innovatsion iqtisodiyotni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarning zamonaviy o'rni va rolini ochib beradi. Bugungi kunda xususiy tadbirkorlik mavjudligi isbotlangan raqobatbardoshligini oshirishning asosiy omili sifatida harakat qiladi. Milliy iqtisodiyotda ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, optimallashtirish boshqaruv jarayonlari, mehnat va kapital unumdorligini oshirish uchun xizmat qiladi.

Key words. AKT, innovatsiyalar, boshqaruv jarayonlarini optimallashtirish, innovatsion iqtisodiyot, iqtisodiy va ijtimoiy faoliyat.

Biznesda mulkchilik munosabatlarining iqtisodiy mazmunini mulkka egalik qilish, foydalanish va tasarruf etish belgilaydi va jamiyatdagi huquqiy, iqtisodiy munosabatlar mazmunini o'zida ifodalaydi. Biznesda mulkchilik shu sababli bir vaqtning o'zida ham huquqiy, ham iqtisodiy ham doimiy kategoriya hisoblanadi

Shu o'rinda, mulk ob'yekti va mulk sub'yekti kabi tushunchalar paydo bo'ladi. Mulq ob'yekti tabiatdagi narsalar, turli xil moddiy buyumlar va aqliy qobiliyat hisoblanadi. Mulq sub'yektini esa mulk ob'yektlariga egalik qiluvchi shaxs yoki jamoa guruhlarini tashkil qiladi. Mulq ob'yektini o'zlashtirishda sub'yektlar o'rtasidagi iqtisodiy tizim Biznesda mulkchilik munosabatlarini keltirib chiqaradi.

Egalik qilish – mulkdor qo'lida mulk huquqining saqlanib turishi hisoblanadi. Bunda mulkdan kelgan foyda ikki qismga bo'linadi. Daromadning bir qismini mulkdor ijara haqi ko'rinishida oladi, qolgan qismini ijarachi o'z ehtiyojlarida foydalanadi. Masalan, mulkdor uyni ijarachiga beradi va ijara haqi oladi qolganini ijarachi o'zlashtiradi. Qisqa qilib aytganda, qisman cheklangan o'zlashtirish deyishimiz ham mumkin. Foydalanish - mulk bo'lgan boylikni iqtisodiy faoliyatda qo'llab, xo'jalik jarayoniga kiritib, undan natija olishdir. Bunda mulkdan biror maqsad yo'lida, daromad topish yoki shaxsiy ehtiyojlarni qondirishda foydalanish yuzaga keladi. Foydalanishning egalik qilishdan farqi shundaki, mulkdan kelgan naf ikki qismga bo'linmaydi ya'ni foyda butunligicha mulk egasi tomonidan o'zlashtiriladi.

Tasarruf etish – bu mulk taqdirini mustaqil o'zi istagan tarzda hal etishi demakdir. Ya'nikim, mulkni sotib yuborish, davlat tasarrufiga o'tkazish, sovg'a qilish yoki meros qoldirishi o'z ixtiyorida bo'ladi.

Biznesni tashkil etishda mulkchilik shakllarini tanlashda quyidagi omillar hisobga olinadi:

- soliq yuki va stavkasi;
- mas'uliyat va javobgarlik;
- start-up va kelajakda kerak bo'ladigan kapitalning va uning manbalari
- boshqarish qobiliyati;
- biznes maqsadi;
- menejment va uning keyingi tashkiliy tuzilishi;
- mulkchilik shaklining shakllanish xarajatlarini.

Mulkchilik shakllari jahon tajribasida quyidagi turlarga bo'linadi:

- yakka tartibdagi tadbirkorlik;
- hamkorlikdagi tadbirkorlik;

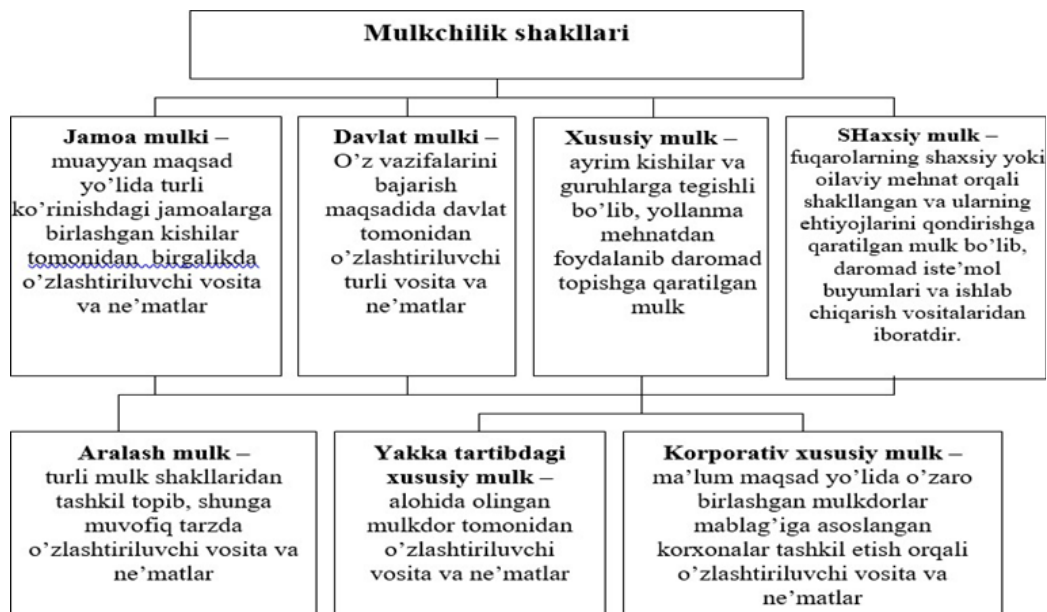
- korporatsiya;
- mas"uliyati cheklangan jamiyat.

Shuningdek, xorijiy investorlarning ulushidan kelib chiqib, qoshma korxonalar yoki xorijiy korxonalar bolishi mumkin. Dunyoda yakka tartibdagi tadbirkorlar bizneslar soni bo'yicha yetakchilik qiladi: 71,6 % bilan birinchi orinda. Ammo savdo hajmi bo'yicha korporatsiya 64,3 % bilan birinchilikni egallab kelmoqda. Yakka tartibdagi tadbirkorning ustun va kamchiliklari quyidagilardan iborat: Yakka tartibdagi tadbirkorning mas"uliyati jahon amaliyotida xavfli sanaladi. Chunki kreditorlar yakka tartibdagi tadbirkorning biznesdagi mulkidan tashqari uning shaxsiy mulkini ham musodara qilishi mumkin. Hamkorlikdagi tadbirkorlik ikki va undan ortiq odam hamkorlikda biznes qilish maqsadida birlashishi. Bu hamkorlik shartnoma bilan mustahkamlanadi. Hamkorlik ishonch va hurmat asosiga quriladi. Korporatsiya bu yuridik shaxs bo"lib, ta"sischi va investorlardan alohida maqomda faoliyat yurituvchi tashkilot hisoblanadi.

Mulkiy munosabatlar har doim yuridik qonunlarda qayd etiladi. Biznesda mulkchilik amal qilmaydi. Qonunchilik orqali mulkiy aloqa – bog'lanishlar boshqarib boriladi. O'zbekiston Konstitutsiyasida „O'zbekiston iqtisodiyotining negizini xilma-xil shakllardagi mulk tashkil etadi“, - deb yozilgan. Hozirgi davrgacha turli mulk shakllari paydo bo'ldi. Bular jumlasiga davlat mulki, shaxsiy mulk, xususiy mulk, jamoa mulki va aralash mulkni kiritishimiz mumkin. Shu sababli ham hozirgi iqtisodiyotimizni ko'p ukladli iqtisodiyot deb ataymiz. Mulq shakllariga ta'rif bersak maqsadga muvofiq bo'ladi deb o'ylaymiz.

Ma'lumki moddiy ne'matlar ishlab chiqarish Biznesda mulkchilik munosabatlari amalga oshirilmaydi va jamiyatning rivojlanishi ham mulkka egalik qilishni talab qiladi. Hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida Biznesda mulkchilik munosabatlariga quyidagi mulk turlari kiradi:

“O'zbekiston Respublikasining mulkchilik to'g'risida”gi Qonunida turli tuman mulklar quyidagi mulk shakllariga kiritilgan:



1-rasm. Mulkchilik shakllari

Shundan biznes yuritiladigan eng muhim shakl xususiy mulkdir - ayrim kishilar yoki xonadonlar ixtiyoridagi mulk; bozor iqtisodiyotidagi xilmaxil mulklar orasida yetakchi mulk shakli. Xususiy mulkning ob'yekti moddiy va moliyaviy boyliklar, ish kuchi, intellektual mehnat mahsuli, yer, suv, yer osti boyliklari, korxonalar, xo'jaliklar, aksiya va obligatsiyalar, pul mablag'lari, transport vositalari, turar joy, iste'mol tovarlari, mehnat qobiliyati, ishbilarmonlik mahorati, ilmiy kashfiyotlar, texnikaviy ixtirolar, san'at va adabiyot asarlari va boshqalar bo'lishi mumkin. Xususiy mulk sub'yekti unga egalik qiluvchi kishilar, ayrim shaxslar va xonadon axli xisoblanadi. Shaxsiy mulk - bu har bir kishining mulki bo'lib, bu mulkdan shaxsiy yoki oilaviy ehtiyojni qondirish uchun foydalaniladi va qonun bilan himoya qilinadi. Shaxsiy mulk har bir kishining mehnat daromadlari evaziga hosil bo'ladi va ko'payib

boradi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida shaxsiy mulk aksiyadan kelgan dividend, bank foizlari, xususiy tadbirkorlik daromadi, mulkini ijaraga berishdan kelgan daromad kabi yangi manbalarga asoslanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

[1] "2030-yilgacha O'zbekistonni ijtimoiy iqtisodiy rivojlantirish konsepsiyasi to'g'risi"dagi qarori 9.10.2019.

[2] "Biznes muhitini yanada yaxshilash va tadbirkorlikni qo'llab quvvatlash to'g'risida"gi qarori 20.11.2019.

[3] O'zbekiston Respublikasi "Biznesda mulkchilik to'g'risida" gi qonun 31.10.1990.

[4] O'zbekiston Respublikasining "Davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish to'g'risi"dagi qonuni 19.11.1991.

[5] "Xususiylashtirilgan korxonalar bilan ishlash samaradorligini oshirish chora tadbirlari to'g'risi"dagi farmoni 18.04.2017.

[6] N. Gregory Mankiw. Principles of Economics, 7th edition. Amazon, USA 2016.

[7] Ш.Ш.Шодмонов, Б.Ю.Ходиев. Иқтисодиёт назарияси: Дарслик. – Т.: «Молия -Иқтисод» нашриёти, 2017.

OLY TA'LIM TASHKILOTLARIDA BOSHQARUV TIZIMI SAMARADORLIGINI OSHIRISH MASALALARI

A.A. Iminoxunov¹

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

Correspondence: Iminoxunov Abdukoxor Abduvoitovich. University of economics and pedagogy, Andijan, Uzbekistan.
e-mail: iminohunov@gmail.com.

Received: 20 July 2024; **Accepted:** 20 August 2024; **Published:** 15 September 2024.

Abstract. Oliy ta'lim tizimida boshqaruv samaradorligini oshirish rahbar kadrlar faoliyatini rivojlantirishga rag'bat qilib borish bilan bog'liq. Rahbarlar motivatsiyasi har qanday sohada, jumladan, oliy ta'lim tizimida samarali boshqaruvning asosiy tarkibiy qismidir. Ta'lim tizimining modernizatsiyasi, ta'lim sifatini oshirishga qaratilgan islohotlar va ilmiy faoliyatning yaxshilanishi kontekstida oliy ta'lim muassasalari rahbarlarining motivatsiyasi alohida ahamiyat kasb etadi. Ushbu mavzuning dolzarbligi, ta'lim siyosatidagi o'zgarishlar va ta'limning globalizatsiyasi kabi ichki va tashqi omillarni hisobga olgan holda, oliy ta'lim tizimining samarali ishlashi uchun rahbarlarning motivatsiyasining ahamiyatini ko'rsatadi.

Mazkur maqolaning maqsadi O'zbekistondagi oliy ta'lim tizimidagi rahbarlarning motivatsiyasini tahlil qilish, ularning ish faoliyatiga ta'sir korsatadigan omillarni aniqlash va oliy ta'lim muassasalarida motivatsiya jarayonini yaxshilash bo'yicha takliflar berishdan iborat.

Key words. oliy ta'lim, boshqaruv samaradorligi, motivatsiya, rahbar kadrlar, oliy ta'lim tizimining samaradorligi, pul mukofoti berish, maqto'v yorlig'i berish, ma'naviy motivatsiya, moddiy

Kirish

Oliy ta'lim tizimida boshqaruv samaradorligi rahbar kadrlar faoliyatini motivatsiya qilish bilan chambarchas bog'liq. Rahbarlar motivatsiyasi har qanday sohada, jumladan, oliy ta'lim tizimida samarali boshqaruvning asosiy tarkibiy qismidir. Ta'lim tizimining modernizatsiyasi, ta'lim sifatini oshirishga qaratilgan islohotlar va ilmiy faoliyatning yaxshilanishi kontekstida oliy ta'lim muassasalari rahbarlarining motivatsiyasi alohida ahamiyat kasb etadi. Ushbu mavzuning dolzarbligi, ta'lim siyosatidagi o'zgarishlar va ta'limning globalizatsiyasi kabi ichki va tashqi omillarni hisobga olgan holda, oliy ta'lim tizimining samarali ishlashi uchun rahbarlarning motivatsiyasining ahamiyatini ko'rsatadi.

Mazkur maqolaning maqsadi O'zbekistondagi oliy ta'lim tizimidagi rahbarlarning motivatsiyasini tahlil qilish, ularning ish faoliyatiga ta'sir korsatadigan omillarni aniqlash va oliy ta'lim muassasalarida motivatsiya jarayonini yaxshilash bo'yicha takliflar berishdan iborat.

Usullar

Maqolani yozishda tahlil va sintez usullari, shuningdek, taqqoslash usuli qo'llanilgan. Asosiy manba sifatida O'zbekiston olimlarining ilmiy ishlaridan, menejment va boshqaruv psixologiyasi sohasidagi tadqiqotlardan, shuningdek, O'zbekistondagi oliy ta'lim holati bo'yicha ma'lumotlardan foydalanilgan. Ushbu usullar rahbarlarning motivatsiyasini chuqur o'rganish va ularning boshqaruv faoliyatini samarali tashkil etishdagi asosiy jihatlarni tushunishga yordam berdi.

Muhokamalar

Motivatsiya so'ziga Vikipediya quyidagicha ta'rif berilgan: Motivatsiya (lotincha "movēre" - harakatga keltirmoq, harakatga undamoq) – insonning hatti-harakatlarini yo'naltiruvchi, uning yo'nalishini, faoliyatini, faolligini va barqarorligini belgilab beruvchi psixofiziologik jarayon bo'lib, insonning o'z ehtiyojlarini samarali qondira olish qobiliyatini anglatadi (rus tilida berilgan ta'rif tarjima qilindi).

Qisqa qilib aytganda motivatsiya bu insonlarni ma'lum bir harakatlarni amalga oshirishga undashdir.

Deylik, kiyim-kechak sotiladigan bir xususiy do'konda 5 nafar sotuvchi ishlaydi. Sotuvchilarning ishga bo'lgan munosabati turlicha, kimdir ko'proq kiyim sotilishi uchun jon koyitib harakat qiladi, kimdir unchalik harakat qilmaydi, kimdir ishga faqat vaqt o'tkazish uchun keladi, kiyim sotilyaptimi, sotilmayaptimi, unga umuman farqi yo'q.

Mulk egasi, bizning misolda do'kon egasi sotuvchilarga ko'proq ishlashi, samaraliroq ishlashi, ko'proq kiyim sotilishiga erishishlari uchun motivatsiya berishi kerak.

Qanday motivatsiya berishi mumkin:

1) Moddiy motivatsiya (ish haqiga ustama to'lash, pul mukofoti berish, bonus va chegirmalar taqdim etish, haq to'lanadigan ta'til muddatini uzaytirish, dam olish joylariga yo'llanma berish, qimmatbaho sovg'alar berish kabi moddiy imtiyozlar shaklida)

2) Ma'naviy motivatsiya (omma ichida og'zaki tashakkur bildirish, rasmiy ravishda yozma tashakkurnoma taqdim etish, maqtov yorlig'i berish, turli-tuman rasmiy va norasmiy maqomlar (masalan, yilning eng yaxshi xodimi, eng samarali xodim, ... sardori, ... faxriy xodimi kabi) taqdim etish, kar'erasi o'sishida yordam berish, yangi lavozim, unvon va darajalarga tavsiya etish, vakolatlari doirasini kengaytirish)

Ba'zi bir xodimlar uchun moddiy motivatsiya birinchi o'rinda turadi, ular uchun ma'naviy motivatsiya hech qanday ahamiyatga ega emas, aksariyat xodimlar moddiy va ma'naviy motivatsiya birgalikda bo'lishi kerak deb hisoblaydilar, ma'naviy motivatsiyani birinchi o'ringa qo'yadigan xodimlar ham kam bo'lsada, uchrab turadi.

Yuqorida keltirilgan misolimizga qaytadigan bo'lsak, kiyim-kechak sotiladigan do'kon sotuvchilari sotish hajmini oshirishdan manfaatdor bo'lmasalar, boshqalarga nisbatan yaxshiroq ishlayotgan xodim o'zining nega yaxshiroq ishlayotgani sababini bilmaydi.

Hamma bir xil summada ish haqi olsa, boshqalarga nisbatan yaxshiroq ishlashdan moddiy mazmun bo'lmaydi.

Ko'plab tadbirkorlar, mulk egalari bunday hollarda ma'naviy motivatsiya usullaridan foydalanishga harakat qiladilar.

Xodim "falonchi ham, fistonchi ham, men ham, bir xil summada ish haqi olamiz, lekin men ularga nisbatan bir necha barobar ko'p ishlayaman, nega shunday" deb so'raganda beriladigan odatiy javoblar:

- Chunki sen yaxshi insonsan, shuning uchun sen boshqalarga nisbatan yaxshiroq ishlashing kerak;

- Chunki sen Xudodan qo'rqasan, taqvodorroqsan, kim yaxshiroq, kim yomonroq ishlayotganini Xudo ko'rib turibdi, o'zi jazo yoki mukofot beradi;

- Rahbariyat kim yaxshiroq, kim yomonroq ishlayotganini bilib turibdi, kelajakda lavoziming oshiriladi va/yoki ish haqing miqdori oshiriladi;

- Agar sen boshqalarga nisbatan yaxshiroq ishlamasang, ishdan bo'shatib yuboramiz va yoki lavozimingni pasaytiramiz;

- Sen meni kursdoshimsan/sinfdoshimsan/mahalladoshimsan/ qo'shnimsan, bolaligimdan (uzoq yillardan buyon) do'stimsan, shuning uchun sen boshqalardan ko'ra ko'proq/yaxshiroq ishlashing kerak;

- Sen meni qarindoshim (akam, ukam, tog'am, jiyanim, kuyovim...) bo'lganing uchun sen boshqalardan ko'ra ko'proq/yaxshiroq ishlashing kerak;

- Agar sen boshqalarga nisbatan yaxshiroq ishlamasang, seni kaltaklaymiz va/yoki qattiq haqoratlaymiz.

Albatta, mehnat bozorida raqobat muhiti shakllangan bo'lsa, bu variantlarni birontasi ishlamaydi. Odamlarni bir marta - ikki marta aldab ishlatish mumkin, lekin doimiy ravishda yolg'on gapirib ishlatish imkonsiz.

Nima qilish kerak? Qanday qilinsa to'g'ri bo'ladi?

KPI (Key Pi Ay yoki sodda qilib, Ki Pi Ay deb atasa ham bo'ladi) tizimini joriy qilish kerak. Buning ma'nosi har bir xodim mehnati natijalarini baholashda miqdor o'lchovida o'lchash mumkin

bo'lgan aniq ko'rsatkichlar tizimi ishlab chiqiladi va xodim oladigan ish haqi miqdori o'sha eng muhim ko'rsatkichlar miqdoriga bevosita bog'liq bo'ladi.

Yana yuqoridagi misolga qaytadigan bo'lsak, deysak, deysak do'konidagi 5 nafar sotuvchining har biriga 4,0 million so'mdan ish haqi to'lanyapti, jami oylik ish haqi fondi 20,0 million so'm. Do'konda bir oyda o'rtacha 1,0 milliard so'mlik tovar sotiladi. Mulkdor, ya'ni do'kon egasi sotuvchilarga oylik ish haqi miqdorini 2,0 million so'mdan tayinlab, bunga qo'shimcha ravishda har oylik sotuv hajmidan 1,0 foizini ish haqiga ustama sifatida belgilasa, 1,0 milliard so'mning 1,0 foizi 10,0 million so'm bo'ladi, mulk egasi uchun hech narsa o'zgarmaydi, u sotuvchilarga ish haqi to'lash uchun bir oyda 20,0 million so'm xarajat qilayotgan edi, KPI joriy qilinganidan keyin ham o'sha summada xarajat qilyapti.

Agar sotuv hajmi ortib borsa, ish haqiga ustama miqdori ham ortib boradi va sotuvchilar ko'proq kiyim sotishdan manfaatdor bo'ladi.

KPI tizimining afzalligi mana shunda namoyon bo'ladi.

Nodavlat oliy ta'lim tizimida KPI tizimini qanday qo'llash mumkin?

Mamlakatimizdagi aksariyat xususiy universitetlarda rektor, prorektor, dekan va boshqa rahbar xodimlar universitetda ta'lim olayotgan talabalar sonini oshirishdan manfaatdor emaslar. Qabul komissiyasi mas'ul kotibi va Qabul komissiyasi a'zolari ham universitetga ko'proq talaba qabul qilinishidan manfaatdor emaslar.

Nechta talaba o'qiyapti, nechta o'qimayapti, nechta abituriyent jalb qilindi, ulardan nechta talabalar safiga qabul qilindi, bu ko'rsatkichlar oshib borgani sari mulk egalari – xususiy universitet ta'xischilarining moddiy manfaatdorligi oshib boradi, lekin bu jarayonni tashkil etayotgan, amalga oshirayotgan rahbar xodimlarning moddiy manfaatdorligi ortib bormaydi.

Amaldagi tajribaga ko'ra, nodavlat universitetlar rahbar xodimlari faoliyati natijalarini baholashda KPI tizimi foydalanilmayapti.

Mamlakatimizda uzoq yillar davomida oliy ta'lim muassasalariga qabul kvotalari sun'iy ravishda qisqartirib borildi. Oliy ta'lim xizmatlari bozoridagi talabga nisbatan juda kam taklif taqdim etildi, bu bilan sun'iy ravishda taqchilik yaratildi.

Har yili 1,0–1,2 million nafar abituriyent oliy ta'lim muassasalariga o'qishga kirish uchun hujjat topshiradigan bo'lsa, qabul kvotalari buning 10 foiziga ham yetib-etmaydigan darajada tasdiqlanar edi.

Bu nimaga olib keldi?

Yuz minglab abituriyentlar o'qishga kira olmay qolib ketdi, yaqin xorij, ya'ni qo'shni mamlakatlardagi ta'lim sifati nolga teng bo'lgan soxta "universitet"larga pul to'lab, soxta hujjatlar qildirildi, soxta universitetlarning soxta diplomlari olindi va bu ishlarga mamlakatimiz fuqarolari tarafidan yuz millionlab AQSh dollari miqdoridagi pullar to'landi.

Yaqin xorij universitetlariga to'langan pullar evaziga hech qanday bilim olinmadi, faqat qadr-qimmatga ega bo'lmagan bir parcha qog'oz – "diplom" olindi.

O'n yillar davomida o'qishga kira olmagan abituriyentlar to'planib qoldi.

2021 yildan boshlab nodavlat universitetlar tashkil etishga keng ruxsat berila boshlagan bo'lsa, o'tgan davrlarda o'qishga kira olmay qolib ketganlar uchun yaqin xorijda emas, balki yurtimizda o'qish imkoniyati yaratildi.

O'tgan 3-4 yil ichida o'tgan yillarda maktabni bitirgan, o'qish istagida bo'lgan, lekin o'qishga kira olmaganlarning deyarli barchasi nodavlat universitetlariga o'qishga kirdi.

Nodavlat universitetlari yangi faoliyat boshlagan paytlarda o'tgan yillardan qolib ketgan yuz minglab abituriyentlar mavjud edi, hech qanday reklamalarsiz ham ular o'zlari nodavlat universitetlarni qidirib topib kelar va kontrakt to'lib, o'qishga tayyor edilar. Bunday sharoitda nodavlat universitetlarning marketing strategiyasini shartli ravishda "Kit" strategiyasi deb atash mumkin.

"Kit" strategiyasining mazmuni shundaki, universitet reklama uchun ortiqcha xarajat qilmaydi, o'n yillar davomida o'qishga kira olmagan yuz minglab abituriyentlar bor, ular o'zlari universitetlarni qidirib topib kelishadi. Nodavlat universiteti rahbariyatidan ham bozor ko'nikmalarini bilish talab etilmaydi, ta'xischilar ham rahbariyatga faoliyat natijalari uchun qo'shimcha rag'batlantirish to'lovlari to'lashlari shart emas.

"Kit" strategiyasi faqat raqobat muhiti shakllanmagan sharoitdagina ish beradi. Haqiqiy raqobat

muhiti shakllansa

Endi bu potentsial o'qishga joylanib bo'ldi. Yangi-yangi nodavlat universitetlari ochilmoqda, ularning hammasiga talaba kerak.

Mazkur holatlar O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimida kuchli raqobat muhiti shakllanganligini ko'rsatadi. Bunday sharoitda oliy ta'lim tashkilotlari rahbar xodimlarini faoliyat natijalaridan shaxsiy manfaatdorligini ta'minlash, ya'ni motivatsiyaning moddiy ko'rinishidan foydalanish zaruriyatga aylanadi.

Bir talabaga to'g'ri keluvchi ma'muriy xarajatlar, bir talabaga to'g'ri keluvchi sof foyda kabi ko'rsatkichlardan foydalangan holda rektor, prorektor va dekanlar faoliyatini moddiy rag'batlantirib borish taklif etiladi.

Natijalar

1. Motivatsiyaning tushunchasi va uning oliy ta'lim muassasasini boshqarishda o'rni

Rahbarlar motivatsiyasi oliy ta'lim muassasasining strategik maqsadlariga erishishda muhim rol o'ynaydi. Oliy ta'lim kontekstida rahbarlarning motivatsiyasi ichki (kasbiy qoniqish, rivojlanishga intilish) va tashqi omillarni (moddiy va nomoddiy rag'batlantirish, ijtimoiy tan olinish) o'z ichiga oladi. Rahbarlarning motivatsiyasi oliy ta'lim tizimida kompleks yondashuvni talab qiladi, bunda an'anaviy va innovatsion rag'batlantirish usullari muhim o'rin egallaydi.

2. O'zbekistondagi oliy ta'lim muassasalari rahbarlarining motivatsiyasi xususiyatlari

O'zbekistonda, boshqa davlatlar singari, oliy ta'lim muassasalari rahbarlarining motivatsiyasiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar sifatida ta'lim tizimining barqarorligi, boshqaruv islohoti, shuningdek, mehnat sharoitlari mavjud. So'nggi yillarda O'zbekistonda oliy ta'lim sohasida ta'lim sifatini oshirish va universitetlarning innovatsion rivojlanishdagi rolini mustahkamlashga qaratilgan keng miqyosli islohotlar amalga oshirilmoqda. Bu esa rahbarlardan yuqori malaka va samarali boshqaruvni talab qiladi.

Shuningdek, rahbarlarning shaxsiy xususiyatlari, kasbiy o'sishga intilish, professional muvaffaqiyatga erishish istagi kabi ichki omillar ham motivatsiyaga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. 2024-yilda bir qator O'zbekiston universitetlarida o'tkazilgan tadqiqotlar natijasida oliy ta'lim muassasalari rahbarlarining ko'plab muammolarga duch kelganligi, xususan, xodimlar tayyorlashdagi yetishmovchiliklar, davlat tomonidan yetarlicha qo'llab-quvvatlanmaslik va ta'lim va ilmiy dasturlarni amalga oshirish uchun cheklangan resurslar mavjudligi aniqlangan.

3. Rag'batlantiruvchi va demotivatsiyalovchi omillar

O'zbekistondagi oliy ta'lim muassasalari rahbarlari uchun asosiy rag'batlantiruvchi omillar quyidagilar:

- Davlat tomonidan taqdim etilgan ijtimoiy kafolatlar va qo'llab-quvvatlash.
- Kasbiy o'sish va rivojlanish imkoniyatlari.
- Yutuqlarni tan olish va muvaffaqiyatli ishlash natijalari.

Biroq, demotivatsiyalovchi omillar ham mavjud:

• Mehnatga haq to'lash darajasining pastligi, ishning o'rniga keluvchi mehnat sarflariga mos kelmasligi.

- Boshqaruv qarorlarini qabul qilishda avtonomiya yetishmasligi.
- Universitetlarning moddiy-texnik bazasining yetarli emasligi.

4. Rahbarlarning motivatsiyasini oshirish bo'yicha tavsiyalar

O'zbekistondagi oliy ta'lim tizimidagi rahbarlarning motivatsiyasini oshirish bo'yicha bir qator muhim yo'nalishlarni ta'kidlash mumkin:

• Har bir rahbarning individual yutuqlari va hissa qo'shganligi hisobga olingan holda, moddiy va nomoddiy mukofotlash tizimini ishlab chiqish va joriy etish.

• Rahbarlar malakasini oshirish uchun tayyorlov kurslari va xalqaro konferensiyalar va seminarlarda ishtirok etish imkoniyatlarini yaratish.

• Oliy ta'lim muassasalarining boshqaruvdagi avtonomiyasini oshirish, bu o'z navbatida ichki resurslardan samarali foydalanish va innovatsion ta'lim dasturlarini yaratishga yordam beradi.

Muhokama

O'zbekistondagi oliy ta'lim tizimida rahbarlarning motivatsiyasi faqat tashqi rag'batlantirishni

o'rganish bilan cheklanmasligi kerak. Shuningdek, rahbarlarning shaxsiy xususiyatlari ham katta ahamiyatga ega, chunki bu xususiyatlar ularning o'zini boshqarish qobiliyati va mas'uliyatli qarorlar qabul qilishiga ta'sir qiladi. Shu bois, rahbarlarning motivatsiyasini oshirishda moddiy mukofotdan tashqari, ularning liderlik sifatlarini rivojlantirishga e'tibor qaratish zarur, bu esa ularning samaradorligini va ishidan qoniqishini oshiradi.

Xulosa

Oliy ta'lim tizimida rahbarlarning motivatsiyasi ta'lim xizmatlarining va ilmiy ishlarning sifatini yaxshilashda muhim ahamiyatga ega. O'zbekistonda rahbarlarni motivatsiya qilish jarayoni kompleks va ko'p qirrali bo'lishi kerak, bunda moddiy va nomoddiy rag'batlantirish usullari o'z o'rnini topishi lozim. Rahbarlarning motivatsiyasini oshirish uchun kasbiy o'sish sharoitlarini yaratish, universitetlarning boshqaruvidagi moslashuvchanlikni ta'minlash, shuningdek, moddiy-texnik bazani yaxshilash zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

- [1] Mukhamedova, N. (2023). Uzbeksitondagi oliy ta'lim muassasalarini boshqarish. Toshkent: Davlat va jamoat boshqaruvi akademiyasi.
- [2] Abdullaeva, S. (2021). Ta'lim muassasalarida motivatsiya roli. «O'zbekistondagi pedagogik tadqiqotlar» jurnali, 3(12), 45-53.
- [3] Rahimova M. (2020). Ta'lim muassasalarida motivatsiya va liderlik. Toshkent: «Oltin jamiyat» nashriyoti.
- [4] Islomova Sh. (2019). O'zbekistondagi oliy ta'lim tizimidagi rahbarlarning motivatsiyasi. Toshkent: «Fan» ilmiy-nashriyot markazi.

MUNDARIJA

№	Mavzu nomi	Muallif	Bet
1	MONOPOLIYAGA QARSHI BOSHQARUV VA RAQOBATNI RIVOJLANTIRISHNING MOHIYATI VA UNING MAMLAKAT IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISHDAGI O'RNINI	Z.M.Toshtemirova	04-06
2	IQTISODIYOTDA AXBOROT-KOMMUNIKATSION TEXNOLOGIYALARNING QO'LLANILISHI	Tilaboldi o'g'li Ilyosbek	07-08
3	XUSUSIY BIZNES VA TADBIRKORLIK	R.Mahmudov	09-11
4	OLIY TA'LIM TASHKILOTLARIDA BOSHQARUV TIZIMI SAMARADORLIGINI OSHIRISH MASALALARI	A.A.Iminoxunov	12-16

«Central Asian Journal of Economics and Management» elektron jurnali

Nashr №3. (iyul, avgust, sentabr, 2024)

<https://cajem-science.org>

Bog'langan tizimlar

Google scholar

ResearchBib ([OAK 14 baza](#))

va boshqa bazalar