

БЕНЧМАРКИНГ АСОСИДА МАҲАЛЛИЙ АВТОМОБИЛСОЗЛИК САНОАТИНИНГ
РАҚОБАТБАРДОШЛИК ҚОБИЛИЯТИНИ ОШИРИШ

Шарипов Конгратбай Авезимбетович -
ТДИУ ректори, т.ф.д., профессор
Зайнутдинова Умида Джалаловна -
ТМИ доценти

Аннотация: Мақолада автосаноат корхоналарининг рақобатбардошлик қобилиятини ошириш учун бенчмаркингдан фойдаланиш масалалари ўрганилган.

Калит сўзлар: Автосаноат корхоналари, бенчмаркинг, таҳлил, монопол, рақобат, иқтисодиёт, амалиёт.

Аннотация: В статье рассматривается использование сравнительного анализа для повышения конкурентоспособности автомобильной промышленности.

Ключевые слова: автомобильные предприятия, бенчмаркинг, анализ, монополия, конкуренция, экономика, практика.

Annotation: The article discusses the use of comparative analysis to increase the competitiveness of the automotive industry.

Keywords: automobile enterprises, benchmarking, analysis, monopoly, competition, economics, practice.

Киритиш: Барча жабҳаларда иқтисодиётнинг жадал ривожланиб бораётган бир шароитида корхоналар ўз устида тинимсиз меҳнат қилишига тўғри келади. Жумладан автомобилсозлик саноати корхоналари ҳам бозор конъюктурасида ўз ўрнини сақлаб қолиши учун замонавий бенчмаркинг усулларидан фойдаланишига тўғри келмоқда. Бенчмаркинг усулидан ривожланган мамлакатлар иқтисодиётида кенг фойдаланилсада, МДҲ мамлакатларига бу усул энди кириб келаяпти. Автомобилсозлик корхоналари қачонки ўз маҳсулотлари нархи, сифати билан жаҳон бозори етакчилари билан рақобатлаша олиш қобилиятига эга бўлсагина, ушбу тармоқ барқарор ривожланиш йўлида дейишимиз мумкин. Бугунги кунда Ўзбекистон автосаноати мавжуд бўлган давлатлар сарасига киради.

Одатда назарий жиҳатдан маҳсулотлар нархининг пасайиши ишлаб чиқариш харажатларини камайтириш эвазига содир бўлади. Бу эса маҳсулотларнинг сифатини ҳам пасайтиргандек маъно касб этади. Аммо, ҳар доим ҳам бундай эмаслигини замонавий иқтисодиёт аллақачон тасдиқлади.

Мамлакат автомобил саноати корхоналарининг монополистик тенденцияларини ривожлантиришига йўл қўйиш керак эмас ва давлат томонидан маҳаллий автосаноатни рақобатдан холос қилмаслиги керак. Буни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш бўйича қатор чора-тадбирларни амалга ошириш орқали эришиш мумкин.

Ўзбекистонда бошқарув жараёнларини ташкил этишнинг услубий асосларини мус-

таҳкамлаш борасида кенг қўламли ишлар олиб борилиб, муайян натижаларга эришилмоқда. Бугунги кунда мамлакатимизда автомобилсозлик тизимини халқаро стандартлар асосида юритиш ва мослаштириш вазифаси қўйилган. Айниқса, хўжалик юритувчи субъектлар фаолияти самарадорлигини таъминлашда бухгалтерия ҳисобининг таркибий қисми бўлган бошқарув ҳисобининг мавқеи тобора ошиб бормоқда, чунки у самарали бошқариш қарорлари қабул қилиш учун зарурий ахборот олишга имкон беради. Самарали ташкил этилган бошқарув тизими корхона фаолиятида муҳим ўрин эгаллайди. Лекин, унга қўйилган юқори талабларга жавоб бериш учун корхонада бошқарув тизими самарадорлигини таҳлил қилиш ва баҳолаш керак. Шунда тармоқда рақобатдош маҳсулот ишлаб чиқилади ва тармоқ рақобатбардош бўлади. Шунини қайд қилиш керакки, автомобилсозлик корхоналарида ҳозирги пайтгача бошқарув тизими самарадорлигини баҳолаш, уни ўтказиш методикасини ишлаб чиқиш, баҳолаш мезонлари тизимини шакллантириш ва бошқа шу каби масалаларга бағишланган илмий тадқиқотлар бир тизимга солинмаган, уларнинг самараси етарли эмас.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 8 январдаги ПФ-5614-сонли «Иқтисодиётни янада ривожлантириш ва иқтисодий сиёсат самарадорлигини оширишнинг қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида»ги, 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги, 2018 йил 21 сентябрдаги ПФ-

5544-сонли «2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегияси тўғрисида»ги, 2015 йил 24 апрелдаги ПФ-4720-сонли «Акциядорлик жамиятларида замонавий корпоратив бошқарув услубларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармонлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2015 йил 28 июлдаги 207-сонли «Давлат улуши бўлган акциядорлик жамиятлари ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар фаолияти самарадорлигини баҳолаш мезонларини жорий этиш тўғрисида»ги Қарори ҳамда фаолиятга тегишли бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифалар ижросини амалга оширишда кўплаб изланишлар талаб қилинади.

Асосий қисм: Бошқарув тизимида бенчмаркингдан фойдаланиш масалалари борасида хорижлик қўйидаги етук мутахассис-олимлар томонидан бир қатор илмий жиҳатдан асосланган амалий таклиф ва тавсиялар берганлар: А.Д.Шеремет[1], С.И.Полякова, Т.В.Шишкова, Я.М.Соколов[3], Я.В.Соколов[3], В.Э.Керимов[5], К.П.Янковский[6]. Тадқиқотлар доирасида ушбу олимларнинг ишлари атрофлича ва танқидий нуқтаи-назардан ўрганиб чиқилди.

Тадқиқот йўналиши борасида фаолият юритган қўйидаги хорижлик олимларни алоҳида эътироф этиш керак: А.Алпчерч[8], К.Друри[7], Б.Нилдз[9], Х.Андерсон, Д.Колдуэлл, G.Anthony[10], S.Christopher[11].

Мамлакатимизда ҳам мустақиллик йилларида бошқарув ва унинг айрим соҳа ҳамда муаммоларига бағишланган адабиётлар, илмий мақолалар, ўқув ва услубий қўлланмалар чоп этилган. Булар жумласига А.А.Абдуғаниев[12], М.К.Пардаев[13], О.М.Жуманов[14], А.Х.Пардаев[15], А.К.Ибрагимов[16], Б.А.Хасанов[17], О.Бобожонов[18], Д.У.Мамадияров, Б.Т.Эшнаевларнинг тадқиқотларини киритиш мумкин. Мазкур муаллифларнинг тадқиқотлари муҳим илмий-амалий аҳамиятга эга бўлиб, мамлакатимизда бошқарув ҳисобининг ташкил топиши ва ривожланишига катта ҳисса қўшди.

Лекин ушбу олимлар томонидан олиб борилган илмий тадқиқотлар бенчмаркинг асосида маҳаллий корхоналарнинг рақобатбардошлик қобилиятини оширишда бирон бир жиҳатини такомиллаштиришга (асосан, бошқарув ҳисобининг назарий, услубий муаммолари, корхонанинг айрим фаолият ва соҳалари) бағишланган бўлиб, айрим олин-

ган корхонада бошқарувда бенчмаркингни ташкил қилиш билан боғлиқ бўлган муаммолар ва уларни ижобий ечиш масалалари батафсил кўриб чиқилмаган.

Автомобилсозлик корхоналари ўз ишини яхшилаш учун компаниянинг мавжуд имкониятларини аниқлаш, тушиниш ва мослаштириши лозим. Намуна сифатида мана шу соҳанинг бир нечта етакчиларининг тараққиёт йўли ўрганилиши ва хулоса чиқарилиши лозим. Шунда ўз имкониятларига оқилона баҳо бериш имконияти бўлади. Намуна сифатида олинган корхоналарнинг иш услублари таққосланиб маъқул жиҳатларини корхона ўз фаолиятида қўллаши мумкин. Синовларга асосланган қиёсий таҳлил стратегик йўналтирилган маркетинг тадқиқотининг йўналишларидан бири сифатида қаралиши мумкин.

1972 йилда АҚШда тадқиқот ва консалтинг марказлари корхоналар самарали ечим учун ўзи каби корхоналарнинг ўхшаш шароитлардаги муваффақиятга эришиш йўллари уларнинг энг яхши амалиётларидан намуна олиш кераклигини тадқиқ қилишди. 1979-йилда маълумки Америка компанияси Херох Япониянинг худди шундай компаниялари билан таққосланганда ўз маҳсулотларининг нархини ва сифатини таҳлил қилиш учун Benchmarking Competitiveness лойиҳасини ишга туширган. Лойиҳа муваффақиятга эришди. Бенчмаркетинг кўрсаткичлар асосида муваффақиятга эришиш эҳтимолини аниқлайди.

Корхонанинг фаолиятини баҳолашнинг қўйидаги турлари мавжуд:

- рақобатли қиёслаш;
- ички қиёслаш;
- функционал қиёслаш;
- бенчмаркинг жараёни.

Рақобатли қиёслашда жараён ёки маъмурий усулларнинг имкониятлари рақобатчиларники билан солиштирилади.

Ички қиёслашда ишлаб чиқариш бирликларининг характеристикаси ташкилот ичидаги ўхшаш бизнес жараёнлар билан солиштирилади.

Функционал қиёслаш бир хил секторда икки ёки ундан ортиқ ташкилотнинг айрим функциялари солиштирилади.

Бенчмаркинг жараёни муайян жараёнларнинг кўрсаткичлари ўхшаш жараёнларнинг энг яхши хусусиятга эга бўлган корхоналар билан таққосланади.

Бенчмаркинг таҳлил олиб боришнинг босқичлари

1	Бенчмаркинг объектини танлаш
2	Бенчмаркинг ҳамкорини танлаш
3	Маълумот қидириш
4	Таҳлил қилиш (Қиёсий баҳолаш)

Манба: муаллиф ишланмаси.

АҚШларидаги XEROX (нусха кўчириш ускуналарини ишлаб чиқарувчи корхона) корхонасининг улуши 1980 йилларда 80%дан 40%гача камайиб кетган. Бунга Япониянинг Canon ва Minolta фирмаларининг кучли рақобати сабаб бўлган. Мана шунда "benchmark test" лойиҳаси амалга оширилган. Бунинг учун албатта рақобатчиларнинг маҳсулотлари батафсил кўриб чиқилган. Аммо бу солиштиришдан улар ўзларидаги камчиликни сезишмаган. Шунинг учун қиймат занжирининг барча жараёнлари ўрганилиб логистика ва сотиш жараёнларидаги камчиликлар аниқланган. Рақобатчиларнинг бир нечта усуллари танлаб олиниб муваффақиятли амалга оширилган ва ишлаб чиқариш харажатларини 50%га, маҳсулотларни сотишга сарфланадиган вақт эса 66%га қисқартиришга эришилди.

"Бенчмарк" инглиз тилида марка ёки тасдиқлаш пункти деган маъноларни беради. Назарий жиҳатдан аниқ бир концептуал аппарат ҳали шаклланмаган. Шунинг учун ҳар бир соҳа вакиллари тадқиқотларида турлича шарҳлашади.

Бенчмаркинг авто саноат корхоналарида бизнинг фикримизча, энг яхши амалиёт намуналарини излаш ва уларни ўз амалиётида қўллашдир.

Форд автомобил компаниясининг авто саноат корхоналарга намуна бўладиган томонлари кўплиги маълум. Ўтган асрнинг 90-йилларидаёқ бозордаги мавқеини кўтариш мақсадида таққослаш ишлари олиб борилган. Компаниянинг мутахассислари ҳар бир маҳсулотнинг афзалликларини ўрганиш ва истеъмолчилар афзал кўрган моделларни аниқлаш мақсадида кўплаб автомобил моделларини ўрганишди. Ҳар бир мезон учун ўз синфидаги энг яхши автомобил аниқланди, бунинг асосида энг юқори ставкадан ошиб ўтишга имкон берувчи стратегия ишлаб чиқилди. Натижада компаниянинг маҳсулотлари "Йил машинаси" номини олган. Шундай даврлар бўлганки секин-аста кўтарилган чўққидан пасга силжиш ҳолатлари кузатилди. Компания бошқаруви, натижада, таққослаш жараёни доимий жараён бўлиб, уни бир мар-

талик жараён деб ҳисоблаш мумкин эмас, деган тушунчага келди. Хулоса қилиб айтганда, таққослаш сизнинг рақобатдош компаниянгиз фаолияти соҳасида катта муваффақиятларга эришганлиги сабабини аниқлаш имконини беради, бу ҳаракатлар ижобий натижага олиб келади. Ушбу кўрсаткичларнинг фақат биттасини таҳлил қилиш компаниянинг фаолияти ҳақида тўлиқ тасаввурга эга қилмайди.

Бенчмаркинг МДХ давлатларининг ишбилармон доираларида янги ибора. Аввалига, кўпчилик бу концепция саноат жосуслигини характерлайдиган таассурот қолдирди, бироқ аслида бу икки жараённи ажратиб турадиган муҳим фарқлар мавжуд. Бенчмаркинг – бошқа бировнинг тажрибасини ўрганишдир, бу бизнесингиз учун қўшимча мезонни танлашга ва ўзингизни синов ва хатолардан ҳимоя қилишга имкон беради. Бизнесни олиб боришнинг ушбу усули 1972 йилгача ишлаб чиқилган, аммо мақсадли равишда 1980 йилларнинг охирида қўлланила бошланган. Қисқача айтганда, таққослаш бошқа компанияни ёки бошқалардан муваффақиятли бўлган бошқа ишни қидиришдир. Шунда фақатгина унинг фирма ишининг ҳолатини яхшилашга доир саволга жавоб топиш мумкин.

Ҳозирги кунда деярли ҳар қандай бозорда шафқатсиз рақобат мавжуд бўлиб, бу бизнесингизни хоҳлаган тарзда шакллантиришингизга йўл қўймайди. Бир дақиқага чалғитишга ҳеч қандай имконият йўқ, чунки компания тезда бозордан чиқиб кетиши мумкин. Рақобатчиларнинг ҳаракатларини тўғри таҳлил қилиш компаниянинг кўрсаткичларини яхшилашнинг энг муваффақиятли усулларида фойдаланишга имкон беради.

Экспертлар бенчмаркингнинг 5 та асосий босқичга ажратадилар:

- Компанияда оптималлашни талаб қилувчи фаолият йўналишлари ва функцияларини аниқлаш;

- Фаолият соҳасидаги энг яхши компанияларни излаш ва танлаш;

- Ўз компаниясининг кўрсаткичларини таҳлил қилиш;

Бенчмаркинг асосида маҳаллий автомобилсозлик саноатининг рақобатбардошлик қобилиятини оширишда маълумотларининг шаклланиш мезонлари

Т/р	Мезонлар	Мазмуни
1.	Қисқалик	Маълумот аниқ ва қисқа бўлиб, ортиқча нарсаларга эга бўлмаслиги керак
2.	Аниқлик	Фойдаланувчи маълумот хато ва камчиликларга эга эмаслигига ишонч ҳосил қилиши ва маълумот ҳар қандай алмашишлардан холи бўлиши лозим.
3.	Тезкорлик	Маълумот зарур, яъни керак бўлган вақтда тайёр бўлиши лозим
4.	Мос келишлик	Маълумот вақт ва бўлимлар бўйича мос келиши лозим
5.	Мақсадлилик	Маълумот қандай мақсад учун тайёрланган бўлса шунга тўғри келиши керак
6.	Рентабеллик	Маълумотнинг тайёрланиши ундан фойдаланиш натижасида келадиган фойдасидан қимматга тушиб кетмаслиги керак
7.	Ноанъанавийлик	Маълумот тахминлардан холи тарзда тайёрланиши ва тақдим этилиши лозим
8.	Манзиллилик	Конфиденциаллик сақланган ҳолда маълумот маъсул бажарувчигача етказилиши керак.
9.	Рақамлилик	Корхонада маълумотлар базаси рақамлаштирилиши ва бенчмаркинг усуллари автоматлаштирилиши лозим.

Манба: Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

- Ташқи ташкилотларнинг фаолиятини таҳлил қилиш;

- Олинган маълумотларнинг солиштирилиши ва уларнинг натижаларини яхшилаш учун натижалардан фойдаланиш.

Корхона томонидан бошқарув қарорларини қабул қилиш учун шакллантирилаётган ва тақдим этилаётган маълумотлар тизими ана шу келтирилган барча талабларнинг қанчалик қисмига жавоб бераётганлигини, қониқтирганлигини доимо баҳолаб бориши, ўзгаришини кузатиб туриши лозим.

Агар маълумотлар 2-жадвалда берилган мезонлардан камида 3 таси бўйича ижобий характеристикага эга бўлмаса, бу мазкур корхонада бошқарув тизимини қайта ташкил этилиши кераклигини билдиради.

Бенчмаркинг айниқса Европада ва Америкада кенг тарқалган, МДҲ давлатларида эса барча компаниялар ушбу усулдан тўлиқ фойдаланишга тайёр эмас. Бунинг сабаби шундаки, кўпгина компания директорлари ва уларнинг ривожланиши учун масъул бўлган раҳбарлари чет ел фирмаларининг мисолдан фойдаланиш мумкин эмаслигига ишонишади.

Хулоса: Ҳаммамизга маълумки бутун дунёда пандемиядан зарар кўрган тармоқларга автомобилсозлик корхоналари ҳам киради. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев раислигида 16 апрель куни кимё, агротехника ва автомобиль саноати корхоналарида ишлаб чиқариш суръатларини таъминлаш ҳамда янги лойиҳаларни амалга ошириш масалалари бўйича видеоселектор йиғилишида таъкидлаганларидек – “Бундай шароитда корхоналарнинг барқарор ишлашини таъминлаш учун аввало ички бозор имкониятларидан тўлиқ фойдаланиш зарур”[18]. Автомобилларнинг янги моделларини ишлаб чиқишда бенчмаркингдан фойдаланиш яхши самара беради. Мамлакатимизда автосаноат маҳсулотлари экспортини ошириш учун ҳам рақобатдош автосаноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни тизимли йўлга қўйиш талаб қилинади. Ишлаб чиқаришдан тортиб, савдо ва сервис хизматигача бўлган барча жараёнларни рақамлаштириш, мақсадли ва манзилли ташкил этиш орқали сифатни назорат қилиш, истеъмолчиларда маҳсулотга бўлган ишончни ошириш, шаффофлик масалаларига ҳам эътибор қаратиш лозим.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Шеремет А.Д., Николаева О.Е., Полякова С.И. *Управленческий учет*. –М.: ИД ФБК-Пресс, 2005. –344 с., *Управленческий учет: официальная терминология СИМА/Пер. с англ.*
2. О.Б. Николаевой, Т.В. Шишковой. –М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2004. – с. 155,
3. Соколов Я. В. *Управленческий учет: учебник / Я.В. Соколов*. СПб.: Магистр, 2015. – 455 с.,
4. Кондратова И.Т. *Основы управленческого учета*. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 144 с.,
5. Керимов В. Э. *Управленческий учет на предприятиях розничной торговли / В.Э. Керимов, Е.В. Иванова, Р.А. Сухов*. –М.: Экзамен, 2016. - 160 с.
6. Янковский К.П. *Управленческий учет / К.П. Янковский, И.Ф. Мухарь*. –М.: Книга по Требованию, 2017. - 368 с.
7. Друри К. *Управленческий и производственный учет. Учебник / К.Друри*. – М., ЮНИТИ, 2015. –1423 с.,
8. Апчерч А. *Управленческий учет: принципы и практика/Алан Апчерч*. - М.: Финансы и статистика, 2017. –952 с.,

9. Нидлз Б. Принципы бухгалтерского учета/ Б. Нидлз, Х. Андерсон, Д. Колдуэлл; под ред. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 496 с.,
10. Anthony, G. Hopwood Handbook of Management Accounting Research / Anthony G. Hopwood. – М.: Наука, 2016. – 280 с.
11. Christopher, S. Chapman Handbooks of Management Accounting Research 3-Volume Set,1-3 / Christopher S. Chapman. – М.: ИЛ, 2015. – 774 с.
12. Абдуғаниев А.А. Бошқарув ҳисобини ташкил этиш ҳамда юритишининг назарий ва амалий асослари: и.ф.д. дис. автореф. – Тошкент: 2005. – 41 б.,
13. Пардаев М.К. Иқтисодий эркинлаштириш шароитида иқтисодий таҳлилнинг назарий ва методологик муаммолари. и.ф.д.дисс.–Т., 2002.– 383 б.,
14. Жуманов О. Бошқариш ҳисоби: Иқтисоди ривожланган мамлакатларнинг тажрибаси (Русчадан муаллифлаштирилган таржима). – Т., 2001. – 152 б.,
15. Pardaev A.X., Pardaeva Z.A. Darslik //Boshqaruv hisobi. – Т.: «Iqtisod-Moliya», 2019. – 556 б.,
16. Ибрагимов А. Как учитывать затраты в сельском хозяйстве // Рынок, деньги и кредит. – Ташкент, 2000. – №2. – С.60-63.,
17. Хасанов Б.А. Бошқарув ҳисоби ва ички аудит методологиясини такомиллаштириш масалалари: и.ф.д. дисс. – Т., 2004. – 345 б.,
18. Бобожонов О., Эшнаев Б.Т. Бошқарув ҳисоби ва маҳсулот ишлаб чиқариш таннархининг таҳлили. и.ф.н. дисс. – Т.: 2006. – 23 б.
19. Ғиёсов И.К. “Бошқарув ҳисобини ташкил этиш ва самарадорлигини ошириш йўналишлари” Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори диссертацияси автореферати-2020й.
- 20 <https://kun.uz/09165672>
21. Uzavtosanoat.uz

ЗАМОНАВИЙ ШАРОИТЛАРДА ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТИДА ЛИЗИНГДАН Фойдаланишнинг ўзига хос жиҳатлари

**Давлятова Гулнора Мухаммаджановна –
Фарғона политехника институти
“Иқтисодиёт” кафедраси доценти**

Аннотация. Мақола тўқимачилик саноати корхоналарининг ишлаб чиқариш фаолиятини модернизация қилиш, янги техника ва технология билан қуроллантириш асосида юқори қўшилган қийматга эга бўлган маҳсулотларни ишлаб чиқаришни шакллантиришда лизингдан фойдаланишнинг афзалликлари, устунликлари, хусусиятлари ва уни жорий этиш билан боғлиқ жиҳатларни ёритилган.

Таянч сўзлар: тўқимачилик саноати, лизинг, лизинг муносабатлари, лизинг устунликлари ва хусусиятлари.

Аннотация. В статье рассмотрены особенности и преимущества использования лизинга в текстильной отрасли при модернизации производственного процесса, вооружении новой техникой и технологиями для выпуска продукции с высокой добавленной стоимостью.

Ключевые слова: текстильная промышленность, лизинг, лизинговые отношения, преимущества и особенности лизинга

Annotation. The article is devoted to highlighting the advantages, features and aspects associated with its introduction in the use of leasing in the formation of the production of products with high added value on the basis of modernization of the production activities of industrial enterprises of the textile industry, arming them with new techniques and technology.

Key words: textile industry, leasing, leasing relations, leasing advantages and features

Тўқимачилик саноати мамлакат иқтисодиётининг энг муҳим соҳаларидан биридир, у ҳар хил хом-ашёдан ип, ипак, пишитилган ип ва ипак буюмлар; ип, жун, ипак, зиғир ва кимёвий толалардан газламалар, трикотаж, шунингдек, мамлакат иқтисодиётининг бошқа тармоқлари учун зарур маҳсулотлар ишлаб чиқаради.

Сўнги йилларида мамлакатимизда олиб борилаётган кенг кўламли ижтимоий-иқтисодий ислохотлар тобора чуқурлашиб, миллий иқтисодиётнинг турли соҳа ҳамда тармоқларида туб ўзгаришлар содир бўлмоқда. Бу макроиқтисодий барқарорлик, барқарор

иқтисодий ўсиш суръатлари ва аҳоли турмуш даражасининг ошишида яққол номоён бўлмоқда.

Иқтисодиёт тармоқларини модернизациялаш жараёнида амалга оширилаётган ишларнинг деярли барча жабҳаларга татбиқ этилаётганлиги, қамраб олиниш кўламли эса мунтазам ва босқичма-босқич кенгайтириб борилаётганлиги, иқтисодиётни модернизация қилишда муҳим аҳамият касб этмоқда. Зеро, миллий иқтисодиётнинг барқарор ва самарали ривожланишини таъминлаш, уни жаҳоннинг ривожланган мамлакатлари даражасига кўтариш, сиёсий ва иқтисодий