Emro Science and Education
International open-access scientific journal
Journal homepage: https://journal.emro.uz

OPEN ACCESS

CONFERENCE PAPER OPEN ACCESS

Vol. 2 No. 2 (2026) · "Milliy statistika tizimida yangi bosqich: barqaror rivojlanish maqsadlari, xalqar... DOI: 10.5281/zenodo.24320325

"MILLIY STATISTIKA TIZIMIDA YANGI BOSQICH: BARQAROR RIVOJLANISH MAQSADLARI, XALQARO STANDARTLAR VA ZAMONAVIY TENDENSIYALAR"

БОЗОР МОНИТОРИНГИ ВА КОНЪЮНКТУРАСИНИ АМАЛГА ОШИРИШНИНГ НАЗАРИЙ ВА АМАЛИЙ АСОСЛАРИ

МАМАЮНУС ҚАРШИБАЕВИЧ ПАРДАЕВ,
Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, иқтисодиёт фанлари доктори. Тел. телеграф: +998 977930048
МАҚСУДА ЖАМШЕДОВНА АШУРОВА
Самарқанд давлат тиббиёт университети Даволаш факультети педиатрия кафедраси доценти, PhD. Тел. телеграм: +998 979330303
ДИЛШОД СУБОНКУЛОВИЧ ПАРДАЕВ
Самарқанд вилояти Касбий кўникмалар маркази директори

Аннотация. Мазкур мақолада бозор мониторинги ва бозор конъюнктураларининг тушунчаси, уларнинг иқтисодий моҳияти ва аҳамияти таҳлил қилинган. Шунингдек, бозор мониторингини амалга ошириш босқичлари, усуллари ҳамда замонавий шароитда унинг самарадорлигини ошириш омиллари қариб чиқилган. Тадқиқот натижаларига кўра, бозор мониторинги ва конъюнктураларидан фойдаланиш корхоналарнинг рақобатбардошлигини таъминлашда муҳим восита эканлиги асослаб берилган.

Калит сўзлар: бозор мониторинги, бозор конъюнктураси, маркетинг, талаб ва таклиф, рақобат, таҳлил, стратегия.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МОНИТОРИНГА И КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА

Аннотация. В данной статье проанализированы понятия мониторинга рынка и рыночной конъюнктуры, их экономическая сущность и значение. Также рассмотрены этапы и методы осуществления мониторинга рынка, а также факторы повышения его эффективности в современных условиях. По результатам исследования обосновано, что использование мониторинга рынка и анализа конъюнктуры является важным инструментом обеспечения конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: мониторинг рынка, рыночная конъюнктура, маркетинг, спрос и предложение, конкуренция, анализ, стратегия.

THEORETICAL AND PRACTICAL FOUNDATIONS OF MARKET MONITORING AND MARKET CONJUNCTURE IMPLEMENTATION

Abstract. This article analyzes the concepts of market monitoring and market conjuncture, their economic essence and significance. It also examines the stages and methods of conducting market monitoring, as well as factors for

Published: 05.06.2026

Cite this article: Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев, Мақсуда Жамшедовна Ашурова, Дилшод Субонкулович Пардаев (2026). Бозор мониторинги ва конъюнктурасини амалга оширишнинг назарий ва амалий асослари. Emro Science and Education, 2(2). https://doi.org/10.5281/zenodo.24320325

© 2026 The Author(s). Published by Emro Science and Education. This is an open access article.

increasing its effectiveness in modern conditions. According to the research results, it is substantiated that the use of market monitoring and conjuncture analysis is an important tool for ensuring the competitiveness of enterprises.

Keywords: market monitoring, market conjuncture, marketing, supply and demand, competition, analysis, strategy.

Кириш. Мавзунинг долзарблиги. Ҳозирги глобаллашув ва рақобат давлатлараро, ҳудудлар аро ва хўжалик юритувчи субъектлар ўртасида кучайган иқтисодий шароитда бозорни чуқур ўрганиш муҳим аҳамият касб этади. Бунда микро даражадаги корхоналар фаолияти самарадорлигини ва рақобатбардошлигини таъминлашда ҳам бозор мониторинги муҳим ҳисобланади. Ана шундай шароитда бозор мониторингини амалга ошириш муҳим жараёнлардан бири бўлиб, у бозор ҳолатини доимий равишда таҳлил қилиш ва прогнозлаш имконини беради. Шу жиҳатдан мазкур мавзу ўта долзарб ҳисобланади.

Таҳлил ва натижалар. Мазкур мавзуни тўғри ва тўлиқ тушуниш учун бозор мониторинги тушунчаси ва моҳияти тадқиқ қилиш мақсадга мувофиқдир. Ушбу талабдан келиб чиқиб мазкур категориянинг таърифини ишлаб чиқдик. **Бозор мониторинги деганда, бу бозордаги иқтисодий жараёнлар, талаб ва таклиф динамикаси, нархлар ўзгариши ҳамда рақобат муҳитини мунтазам кузатиш ва таҳлил қилиш жараёни тушунилади**. Ушбу жараён маркетинг тадқиқотларининг иқтисодий таҳлилида муҳим таркибий қисми ҳисобланади.

Юқоридаги ҳолат бозор мониторингини амалга оширишда бир қанча вазифаларни бажаришни тақозо қилади. Бозор мониторингининг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат, деб белгиланди. Буларга қуйидагиларни киритиш мумкин. Бевосита бозор мониторингини амалга ошириш ҳақида гап кетадиган бўлса, унинг олтита босқичи ҳақида сўз юритиш мумкин. Булар қуйидаги жадвалда ўз аксини топган (1-жадвал).

1-жадвал

Бозор мониторингини амалга оширишнинг босқичлари

Т/р	Бозор мониторинги босқичлари	Бозор мониторинги босқичларининг мазмуни
1.	Мақсад ва вазифаларни белгилаш	Бунда бозор мониторингнинг асосий йўналишлари аниқланади
2.	Ахборот манбаларини танлаш	Бунда бозор учун ички ва ташқи манбалар белгиланади
3.	Маълумотларни йиғиш	Энг аввало статистик маълумотлардан,

		сўнгра сўровнома, интервью, кузатиш каби ахборотларни тўплаш усулларидан фойдаланилади
4.	Маълумотларни таҳлил қилиш	Ахборотлар ҳақида аниқ хулосаларга эга бўлиш учун иқтисодий ва статистик таҳлил усулларидан фойдаланилади ва бунда турли усуллар қўлланилади
5.	Тиббиёт соҳасидага эҳтиёжларни аниқлаш	Бунда тиббий хизматларга зарур бўлган маълумотларни йиғиш ва уларни йўналишлар бўйича маълумотларни таҳлил қилиш ҳамда уларга тиббий хизматларни кўрсатишнинг аниқ манзили ва шифокорларни ҳам аниқланади.
6.	Хулоса чиқариш ва қарор қабул қилиш	Таҳлил ва кузатув натижалари асосида стратегик йўналишларни амалга оширишга қаратилган бошқарув қарорлари ҳам қабул қилинади.

Жадвалдан кўриниб турибдики, бозор мониторингини амалга оширишнинг олтита босқичлари мавжуд бўлиб, тегишли вазифаларни белгилаб олишдан тортиб, бошқарув қарорларини қабул қилишгача бўлган босқичларни ўз ичига олади. Қайд этиш жоизки, бозор мониторинги қуйидаги босқичларда амалга оширилади. Бунда б**озор мониторингининг усулларига** алоҳида аҳамият берилади.

Ҳозирги пайтда бозор мониторингида қуйидаги бир қанча усуллар кенг қўлланилади. Буларга социологик усуллар, яъни аҳолидан сўровномалар ўтказиш, турли интервьюлар олиш кабилар киради. Булар аниқ ташхислаш учун иқтисодий таҳлил ва статистик таҳлил усулларидан, эксперт баҳолаш бўйича тадбирлардан ҳам фойдаланилади. Ҳозирги шароитда ушбу вазифаларни тез ва сифатли бажариш учун рақамли таҳлил (Big Data, онлайн мониторинг) усулларидан ҳам кенг фойдаланилмоқда.

Ҳозирги замонавий рақамли иқтисодиёт шароитда бозор мониторингининг аҳамияти янада ошиб бормоқда. Чунки интернет технологиялари, ижтимоий тармоқлар ва рақамли платформалар орқали маълумотларни тезкор йиғиш ва таҳлил қилиш имконияти пайдо бўлди. Бу эса ҳар қандай корхоналарга, корхоналарнинг эса истеъмолчиларга ҳамда бозордаги ўзгаришларга тез мослашиш имконини беради.

Хулоса қилиб айтганда, бозор мониторинги корхоналар ва барча хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини самарали ташкил этишда муҳим аҳамиятга эга. У орқали бозордаги ўзгаришлар ўз вақтида аниқланади ва стратегик қарорлар қабул қилиш имконияти янада кенгаяди. Шу боис, бозор мониторингини тизимли равишда ташкил этиш ва замонавий усуллардан фойдаланиш корхоналарнинг барқарор ривожланиши, самарадорлиги ва рақобатбардошлигини оширади. Шу жиҳатдан, рақамли иқтисодиёт шароитида бозор мониторингининг аҳамияти янада ортиб бормоқда.

Бозор мониторинги билан жуда яқин бўлган иқтисодий катттегориялардан бири бозор конъюнктураси ҳисобланади. Бозор маниторинги тадқиқ қилинганда албатта бозор конъюнктурасини ҳам таҳлил қилиш мақсадга мувофиқ. Бунинг учун энг аввало унинг таърифини ишлаб чиқиш лозим.

Биринчи босқичда бозор конъюнктурасини таърифини ишлаб чиқиш учун шунга мос тадқиқотлар ўрганилиши керак. Бир қанча мавзуга оид адабиётларни ўрганганда, мазкур тушунчанинг таърифи деярли келтирилмаган экан. Буларни инобатга олиб, ушбу тушунчанинг таърифини шакллантиридик. **Бозор конъюнктураси деганда, муайян вақтда бозордаги умумий иқтисодий ҳолатни, яъни талаб ва таклиф нисбати, нархлар динамикаси, рақобат даражаси ва бошқа омилларнинг ўзаро таъсирини ифодаловчи жараёнлар мажмуи тушунилади.**

Оддий қилиб айтганда, бозор “ҳозир қандай ҳолатда?” деган саволга жавоб — шу конъюнктура орқали топилади. Бозор конъюктурасининг асосий таркибий қисмлари бевосита талаб ва таклиф, нархлардаги ўзгаришлар, рақобат ҳолати ва иқтисодий шароитларни қамаб олади.

Бунда **талаб** истеъмолчилар қанча маҳсулот сотиб олишни исташини кўрсатса, **таклиф** — ишлаб чиқарувчилар қанча маҳсулот таклиф қилётганлигини кўрсатади. Буларнинг амалга оширилишида ўртада **нархлар** ҳам бор. Бу улар ўртасида кўприк вазифасини бажаради. Айнан бозордаги маҳсулот қиймати шу нарх категориясининг амал қилишт билан боғлиқдир. Бозорда битта эмас, бир қанча субъектлар (корхона ва ташкилотлар) иштирок этади. Шу туфайли ушбу гуруҳга **рақобат** муҳитини ҳам киритиш лозим бўлад. Бу бевосита бозор иштирокчилари ўртасидаги курашни ўзида ифода этади. Буларнинг ҳаммаси ўша жойдаги и**қтисодий шароитга** ҳам боғлиқ. Чунки инфляция, даромадлар, давлат сиёсати ва ҳ.к. омиллар айнан шу йўналишда жойлашганлиги билан характерлидир.

Бозор конъюнктурасининг бир қанча турлари ҳам мавжуд. Энг аввало у харидорлар учун **қулай (юқори)** бўлиши керак. Бунда талаб юқори бўлган товарларга, нархлар ўсиб боради, шу туфайли бизнес учун имкониятлар кўп бўлган ҳоллар ўз ифодасини топади. Иккинчи йўналиш

ноқулай (паст) ҳолат бўлади. Бунда талаб кам, сотув пасайган, нархлар тушиб, пасайиб бориши кузатилади. Шунингдек, бозорда **барқарор** ҳолат ҳам кузатилади. Бунда бозорда катта ўзгаришлар бўлмайди. Ҳаммаси бир хил даражада давом этаверади.

Бозор конъюнктурасининг аҳамияти савдо одимлари учун жуда катта. Шу йўл билан бозор конъюнктурасини билиш бизнес бўйича қарорлар қабул қилишда, инвестицияларни тегишли йўналишлар бўйича режалаштиришда, маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишда жуда муҳим ҳисобланади.

Бугунги кунда **бозор конъюнктурасининг асосий вазифалари,** бевосита истеъмолчилар эҳтиёжини аниқлаш, рақобатчилар фаолиятини таҳлил қилиш, нарх сиёсатига таъсир этувчи омилларни ўрганиш, бозор ривожланиш тенденцияларини прогнозлаш кабилардан иборат.

Кўриниб турибдики бозор мониторинги ва конъюнктурасини такомиллаштиришда корхона ёки ташкилотларнинг рақобатбардошлигини оширишда муҳим омил ҳисобланади. Шу туфайли ушбу йўналишни самарали ривожлантириш бўйича бир қанча илмий-амалий тавсияларни беришни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Булар:

Биринчидан, ҳозирги кун талабидан келиб чиқиб, **ахборот базасини кенгайтириш ва рақамлаштириш** мақсадга мувофиқ. Шу йўл билан бозор мониторингини самарали олиб бориш учун маълумотлар базасини доимий равишда янгилаб бориш зарур бўлади. Бунинг учун рақамли платформалар ва CRM тизимлардан фойдаланиш, онлайн сўровлар ва Big Data технологияларини жорий этиш, статистик маълумотлар билан ишлашни автоматлаштириш каби тадбирларни ҳам амалга ошириш имконияти ҳам яратилади.

Иккинчидан, PEST таҳлил ва SWOT таҳлил усулларини такомиллаштириш ҳам бугунги кунда объектив зарурият ҳисобланишини инобатга олиб, ташқи ва ички муҳитни чуқур таҳлил қилиш лозим бўлади. Бунинг учун сиёсий, иқтисодий, ижтимоий ва технологик омилларни тизимли баҳолашда кучли ва заиф томонлар, имконият ва таҳдидларни аниқлаш ҳамда ушбу таҳлилларни мунтазам равишда янгилаб бориш зарурдир.

Учинчидан, рақобатчилар фаолиятини чуқур таҳлил қилиш орқали бозор конъюнктурасини тўғри баҳолаш лозим бўлмоқда. Бунинг учун рақобатчиларнинг нарх сиёсати, маркетинг стратегияси ва маҳсулот сифатидаги ўзгаришларни таҳлил қилиб бориш, бунда қиёсий таҳлил (benchmarking) усулидан фойдаланиш, бозордаги етакчи компаниялар тажрибасини ҳам тизимли равишда ўрганиб бориш лозим.

Тўртинчидан, талаб ва таклифни прогнозлаш моделларини жорий этиш ҳам масалага анча ойдинлик киритшини инобатга олиб, иқтисодий жараёнларни олдиндан кўра билиш лозим бўлади. Бунинг учун эконометрик моделлардан фойдаланиш, мавсумийлик ва трендларни ҳисобга олиш, сунъий интеллект ва машинали ўрганиш усулларини жорий қилишни тавсия қиламиз.

Бешинчидан, маркетинг тадқиқотларини мунтазам ташкил этиш ҳам масаланинг ечимини топиш ва бозор ҳолатини доимий кузатиш имкониятини яратади. Бунинг учун истеъмолчилар эҳтиёжини ўрганиш, анкета, интервью ва фокус-группа усулларидан фойдаланиш, онлайн маркетинг таҳлил воситаларини қўллаш лозим бўлади.

Олтинчидан, бугунги кунда бозор мониторингини яхшилашга қаратилган **институционал ҳамкорликни кучайтириш** лозим. Бунинг учун давлат статистика органлари билан ҳамкорликни йўлга қўйиш, илмий-тадқиқот муассасалари ва университетлар билан интеграцияни амалга ошириш, хусусий сектор ва бизнес уюшмалари билан ахборот алмашишни ҳам изчил давом эттириш мақсадга мувофиқ.

Еттинчидан, самарали мониторинг ишларини олиб бориш учун замонавий **кадрлар салоҳиятини ошириш** лозим бўлади. Бунинг учун таҳлилчи мутахассисларни тайёрлашни йўлга қўйиш, замонавий таҳлил усуллари бўйича тренинглар ўтказиш, халқаро тажрибани ўрганиш каби тадбирларни амалга оширишни ҳам доимий равишда назорат қилиб бориш лозимдир.

Саккизинчидан, таҳлилни аниқ йўналишлага йўналтириш мақсадида **бозор конъюнктураси индикаторларини ишлаб чиқиш** ҳам мақсадга мувофиқ, Бунинг учун нархлар индекси, талаб ва таклиф кўрсаткичлари, бозор ҳажми ва динамикаси каби асосий индикаторлар тизимини шакллантириш керак бўлади.

Хулоса қилиб айтганда, бозор мониторинги ва конъюнктурасини такомиллаштириш бевосита комплекс жараён бўлиб, у замонавий технологиялар, чукур таҳлил ва малакали кадрларга таянади. Натижада юқорида келтирилган тавсияларни амалга ошириш орқали корхона ва ташкилотларни бозордаги ўзгаришларга тез мослаша оладиган ва барқарор ривожланишга эришадиган даражага олиб чиқади.