



Institute for Macroeconomic  
and Regional Studies

Makroiqtisodiy va hududiy tadqiqotlar instituti

2023  
2024  
2025

IYUN  
IYUL  
AVGUST

Faoliyatning  
asosiy  
ko'rsatkichlari

## **Mundarija**

<b>Kitob va mobil telefon o'zbekistonlik 15 yoshli maktab o'quvchilarining akademik natijalariga qanday ta'sir qilishi ekonometrik tadqiqot asosida o'rnatildi .....</b>	<b>2</b>
<b>2024-yilning iyul oyida Toshkent shahridagi yirik supermarketlarda 21 nomdag'i oziq-ovqat mahsulotlari narxining o'zgarishi ko'rib chiqildi.....</b>	<b>5</b>
<b>Kreativ iqtisodiyot kontekstida hududiy brending ahamiyati qanday?.....</b>	<b>6</b>
<b>2017-2023 yillarda O'zbekistonda oliy ta'liming rivojlanish sur'ati va konsentratsiya darajasi o'rnatildi.....</b>	<b>8</b>



O'tkazilgan bir qancha xalqaro test natijalari o'zbekistonlik o'quvchilarning bilim darajasi nisbatan past ekanligini ko'rsatgandi.

**Ma'lumot uchun:** 2021-yilda mamlakatimizda o'tkazilgan xalqaro PIRLS 2011 (Progress in International Reading Literacy Study - turli mamlakatlarda boshlang'ich sinfda tahsil oluvchi o'quvchi yoshlarning matnni o'qish va tushunish darajasi sifatini baholab beruvchi xalqaro baholash tizimi) testida mahalliy o'quvchilar dunyodagi o'rtacha ko'rsatkich (500) dan past natija (437) olgan. 2022-yilda O'zbekiston maktablari 15 yoshli o'quvchilar bilimini baholash bo'yicha xalqaro dastur – PISA testida ilk marta ishtirok etgandi. Sinov natijalariga ko'ra, o'zbekistonlik o'quvchilar 81 ta mamlakat vakillari orasida matematika bo'yicha 72-o'rinni, tabiiy fanlar va o'qish savodxonligi yo'naliishlarida eng oxiridan bitta oldingi o'rinni (80-o'rin) egalladi.

**O'quv resurslarining mavjudligi:** PISA 2022 so'rovnoma tahliliga ko'ra, O'zbekistonda 15 yoshli o'quvchilarning 90 foizdan ortig'ining xonardonida kitob bor, biroq mobil telefoni bor o'quvchilar ulushi bo'yicha hududlar o'rtaсидаги farq katta (qishloq joylarda 61 foiz, katta shaharlarda 88,4 foiz).

Tadqiqotda Moyillikni moslashtirish (Propensity-Score Matching), Eng yaqin qo'shni bo'yicha moslashtirish (Nearest-neighbor matching), Regressiyani tuzatib moslashtirish (Regression Adjustment) va Kengaytirilgan teskari ehtimollikni moslashtirish (Augmented inverse-probability weighting) usullaridan foydalanildi.

**Natijalar** uyda kitoblarning borligi 15 yoshli o'quvchilarning akademik yutuqlarini statistik jihatdan sezilarli darajada oshirishini ko'rsatdi:

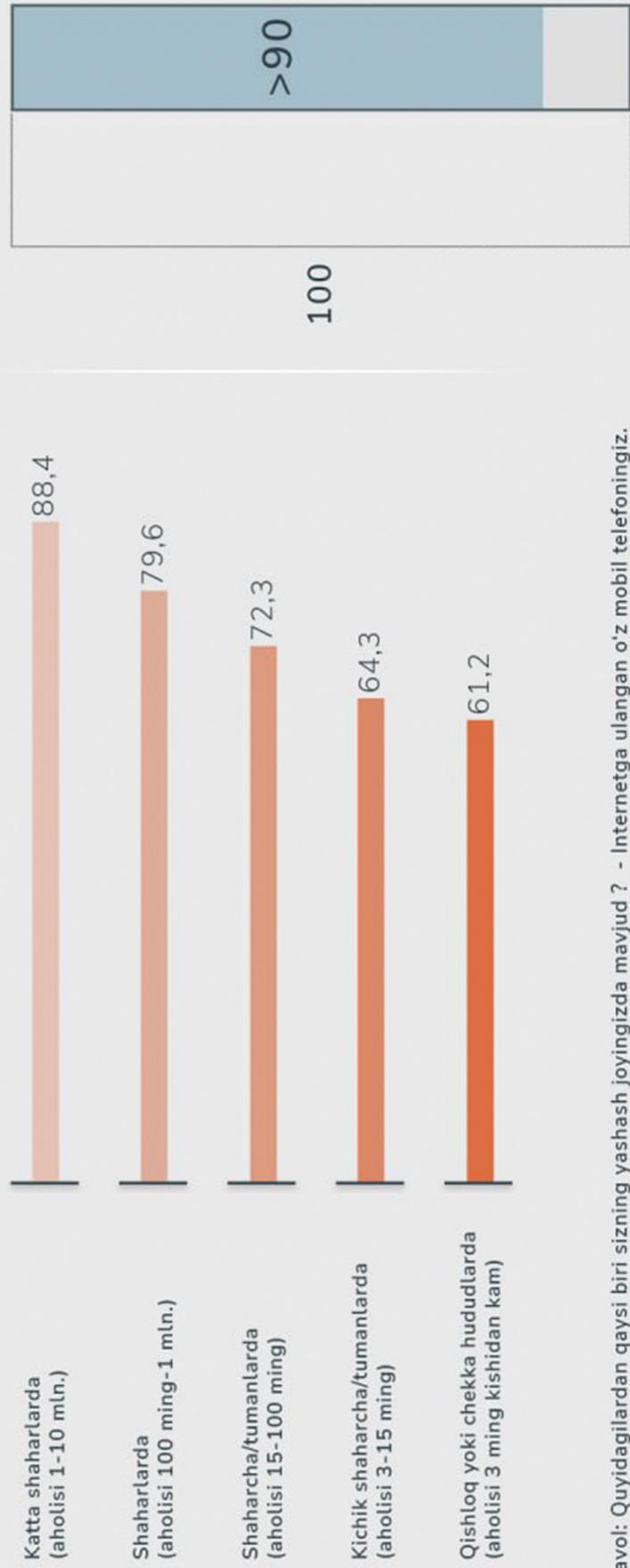
- ballar matematika bo'yicha 21,07 dan 29,41 gacha;
- o'qish bo'yicha 23,63 dan 33,67 gacha;
- tabiiy fanlar bo'yicha 17,68 dan 29,81 gacha oshgan.
- Shu bilan birga, mobil telefon egasi bo'lish ham yuqoriq ball olishga ijobjiy ta'sir ko'rsatadi, lekin kitobning ta'siriga qaraganda anche pastroq, ya'ni:
  - ballar matematika bo'yicha 5,344 dan 10,46 gacha;
  - o'qish bo'yicha 4,837 dan 9,516 gacha;
  - tabiiy fanlar bo'yicha 3,438 dan 10,14 gacha oshadi.



# PISA 2022 MA'LUMOTLARIKA KO'RA O'QUVCHILARDА RAQAMLI VA AN'ANAVIY O'QUV RESURSLARINING MAVJUDLIGI (FOIZ HISOBIDA)

Uyali telefonni bor o'quvchilar<sup>1</sup>  
(N = 6815)

Uyida kitob bo'lgan o'quvchilar<sup>2</sup>  
(N = 7190)



<sup>1</sup>Savol: Quyidagilardan qaysi biri sizning yashash joyingizda mayjud ? - Internetga ulangan o'z mobil telefoningiz.

<sup>2</sup>Savol: Uyingizda nechta kitob mayjud?

Manba: PISA 2022 so'rovnomasi natijalari.

# RAQAMLI VA AN'ANAVIY O'QUV RESURSLARINING O'QUVCHILAR O'RТАSIDАГІ АКАДЕМИК НАТИЈАЛАРГА ТА'SIRI



Manba: PISA 2022 sətirnoması natijaları.



2024-yilning iyul oyida Toshkent shahridagi yirik supermarketlarda  
21 nomdagagi oziq-ovqat mahsulotlari narxining o'zgarishi ko'rib chiqildi



Monitoring natijalari 12 xil mahsulot bo'yicha minimal narxlar o'tgan oydagiga nisbatan pasayganligini ko'rsatdi\*. Narxlarning eng yuqori pasayishi pomidor (-64,3 foiz), banan (-31,9 foiz) va bodring (-31,1 foiz) mahsulotlarida qayd etildi.

9 nomdagagi mahsulotning eng past narxi o'zgarishsiz qolgan. Bular: guruch, bug'doy uni, shakar va boshqalar.

Tahlil qilinayotgan oziq-ovqat mahsulotlari minimal narxining oshishi qayd etilmagan.

\*tahlil 13-iyun va 11-iyul kunlari o'tkazilgan monitoring ma'lumotlari asosida qilindi.

### 2024-yil iyul oyida Toshkent shahridagi supermarketlarda oziq-ovqat mahsulotlari narxining o'zgarishi (o'tgan oydagiga nisbatan foiz hisobida)



Manba: 13-iyun va 11-iyul kunlari o'tkazilgan monitoring ma'lumotlari



Hududlar brendingida ijodkorlik muhim o'rın kasb etadi, sababi mavjud salohiyat rivojlantirish va targ'ibotga muhtoj.

Mintaqaning mashhurligini oshirishga yordam bergen muvaffaqiyatli marketing kampaniyalariga quyidagilarni misol keltirish mumkin:

**Rashmor tog'i** - Janubiy Dakotadagi (AQSh) eng diqqatga sazovor manzillardan bo'lib, granit tog'ning bir tomonida to'rt AQSh prezidenti qiyofasi aks ettirilgan. Yodgorlik yiliga ikki milliondan ortiq sayohatchilarni jalb qiladi. ONLYLION kampaniyasi doirasida Lion (Fransiya) shahrining ramzi qilib sher ko'ssatilib, dron vositasida shaharning yuqorida olingan videosi Yevropaning aeroportlari va turli ijtimoiy tarmoqlarda namoyish etilgan.

**Shimoliy Irlandiyada** mashhur «Taxtlar o'yini» filmida suratga tushgan va bo'ron natijasida qulagan daraxtlardan o'nlab naqshdor eshiklar yasalib, mamlakat bo'ylab o'rnatilgan va «Eshiklar sayohati» deb nomlangan yangi sayyohlik yo'nalishi yaratilgan.

**O'zbekiston**ning qator hududlari ham dunyoda o'ziga xos imijiga ega.

**Namangan** dunyoda "gullar shahri" sifatida o'zini namoyon qilgan va unda har yili gul festivallari o'tkaziladi.

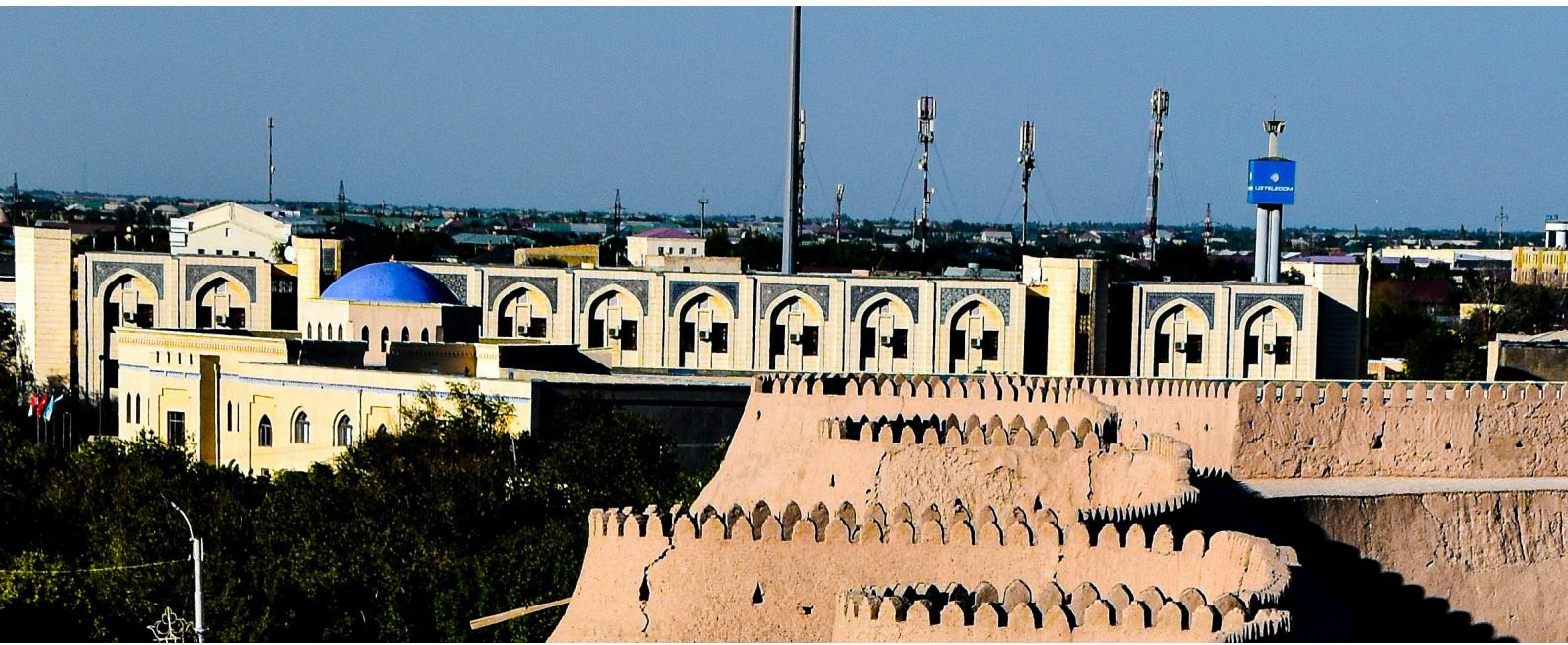
**Rishton** Farg'ona viloyatining mohir kulol ustalari bilan mashhur bo'lgan qadimiy shahar bo'lib, jahon miqyosida noyob kulolchilik markazi sifatida e'tirof etilgan.

**Konigil** qishlog'i (Samarqand) o'zining – sirti silliq, mustahkam va siyohni oz singdiruvchi noyob ipak qog'ozni bilan tanilgan.

Shunga qaramay mintaqalarning ulkan sayyohlik salohiyati amalga oshmay qolmoqda.

Ko'pchilik **Qizilqum** cho'lida o'z davrining ozuqa zanjirida eng yuqori mavqega ega bo'lgan «Dinozavrlar qiroli» qoldiqlari topilganidan bexabar. Ular hattoki mashhur tiranozavrlardan ham yirikroq bo'lgan.





Mazkur turning nomida «Ulughbegsaurus uzbekistanensis» mavjudligi dinozavrlarning mintaqamizga aloqadorligini aks ettiradi va ulardan marketing kampaniyasi sifatida foydalanishga imkon yaratadi. Ya’ni, »Ulughbegsaurus» aks etgan hudud logotipini ishlab chiqish, dinozavrlar mavzusidagi ko’ngilochar muassasalar (parklar, muzeylar va boshqalar)ni yaratish lozim. Shu bilan birgalikda, zamonaviy texnologik imkoniyatlardan foydalangan holda dinozavrlar shaklida dronlar shousini va rangli gogrammalar ko’rinishidagi vizual ko’rgazmalarni tashkil qilish mumkin. Uchqizil suv omboridagi kabi **Surxondaryo**ning go’zal tog’ manzaralari mamlakatimizga tashrif buyuruvchilarning e’tiboridan chetda qolmoqda. Bunda «Yodel Ay Hee Hoo» kampaniyasi strategiyasini qo’llash orqali Samarqand va Toshkent aeroportlaridagi infokiosk yonidan o’tayotgan chet ellik sayyoohlarni Surxondaryoning qishloqlariga chaqirish mumkin. Ya’ni, qishloqdagi mahalliy aholi vakili kishilar bilan onlayn suhbatga kirishadi va real vaqt rejimida hudud manzarasini ko’rsatib ularni jalg qiladi. Bu usulni Surxondaryo qishloqlarida etnografik turizmni rivojlantirish yo’llida, sayyoohlarni xonadonlarga mehmonga taklif qilish orqali madaniyat bilan tanishtirish uchun qo’llash mumkin.

**Buxoro** o’ziga hos me’moriy merosi tufayli o’zini «Yuz gumbazli shahar» sifatida tanitishi mumkin. Buxoroning eng diqqatga sazovor gumbazli inshootlari orasida Chor Minor madrasasi, Poi Kalon majmuasi, Mir Arab madrassasi va boshqalarni keltirish mumkin. Yaratilgan imidjni maqsadli auditoriyaga ijodiy usul bilan yetkazilish uchun «Islandiyadan ilhomlangan» kampaniyasi modelini qo’llash mumkin. Buxoro misolida aytilsa, shaharning Islom dunyosidagi yuqori ahamiyatini namoyish etuvchi bir qator videomateriallarni suratga olish va samarali kanallar orqali uzatish tufayli shaharga tashrif buyuruvchilar sonini oshirish hamda mazkur manzilni har bir musulmon hayotida kamida bir marta qilishi kerak bo’lgan ziyyaratga aylantirish mumkin.



Oliy ta'limgan sohasi iqtisodiyot, inson kapitali va innovatsiyalarni rivojlantirishda muhim o'rinni tutadi. **Xususan:**

- umumiy ta'limgan xizmatlarida oliy ta'limgan ulushi 2017 yilda 47 foizni tashkil etgan bolsa, 2023 yilda bu ko'satkich 56,5 foizga, xizmat ko'satish sohasida ta'limgan xizmatlarining qo'shilgan qiymati 14 foizga yetdi;
- 2017-2023 yillarda oliy ta'limgan tizimidagi professor-o'qituvchilar soni 1,64 barobar oshdi;
- 2023-2024 o'quv yilida oliy ta'limgan muassasalarida o'qiyotgan xorijlik talabalar soni 2017/2018 o'quv yiliga nisbatan 8,6 barobar oshdi va 11,2 ming kishini tashkil etdi;
- O'zbekistonda oliy ta'limgan muassasalarining ilmiy tadqiqot va tajriba konstrukturlik ishlamalariga real xarajatlari 1,3 barobar o'sdi.

Oliy ta'limgan bozorining rivojlanish tendensiyasi tahlili so'nggi besh yilda oliy ta'limgan muassasalarini (OTM) soni 3 barobar (2017-2018 o'quv yilidagi 72 tadan 2023/2024 o'quv yilida 210 taga), talabalar soni esa 4,5 barobar (2017/2018 o'quv yilidagi 298 ming nafardan 2023/2024 o'quv yilida 1,330 million nafargacha) oshganini ko'satdi.

Xususiy oliy ta'limgan muassasalarining O'zbekistondagi jami oliy ta'limgan muassasalaridagi ulushi 2022/2023 o'quv yilidagi 25 foizdan 2023/2024 o'quv yilida 31,9 foizga oshdi. 2023/2024 o'quv yilida O'zbekistondagi xususiy oliy ta'limgan maskanlarida tahsil olayotgan talabalar ulushi esa 23,95 foizga oshdi va 318.6 ming nafarga yetdi (talabalarning jami soni 1,33 mln. nafar).

Oliy ta'limgan xizmatlarini ko'satishda oliy ta'limgan muassasalarini o'rtaqidagi raqobat darajasini hisoblash uchun Xerfindal-Xirshman indeksi (HHI yoki Herfindahl-Hirshman Index) qo'llaniladi. Indeks oliy ta'limgan muassasalarini talabalari bozor ulushi kvadratlari yig'indisi yordamida oliy ta'limgan muassasalarini o'rtaqidagi bozor ulushining taqsimlanishini tavsiflaydi.

2017-2023 yillarda oliy ta'limgan muassasalarida ta'limgan bozorining konsentratsiya indeksi 191 dan 136 gacha kamaydi. Bu esa oliy ta'limgan muassasalarini o'rtaqidagi raqobatning jadallashganini ko'satadi.

Hududlar bo'yicha oliy ta'limgan bozori taqsimlanish indeksini hisoblash oliy ta'limgan xizmatlari bozori hududlar kesimida mo'tadil konsentratsiyalashganini ko'satdi. Bu ko'satkich hududlarning respublika bo'yicha talabalar sonidagi ulushi asosida hisoblanadi. Oliy ta'limgan hududiy konsentratsiya darajasi 2017/2018 o'quv yilidagi 1702 dan 2022/2023 o'quv yilida 1525 ga va 2023/2024 o'quv yilida 1484 ga tushgan.

Qashqadaryo, Surxondaryo va Namangan viloyatlari har 10 000 kishiga to'g'ri keladigan talabalar zichligi eng past hududlar sirasiga kiradi. Ular HHI indeksiga ham eng kam hissa qo'shgan hududlarda hisoblanadi. Hududiy konsentratsiya darajasini kamaytirish uchun ularda yangi oliy ta'limgan muassasalarini joylashtirish maqsadga muvofiq.

Oliy ta'limgan bilan qamrovni kengaytirish, oliy ma'lumotli mutaxassislar tayyorlash sifatini oshirish maqsadida "O'zbekiston – 2030" strategiyasida qator chora-tadbirlar va vazifalar belgilangan. Jumladan:

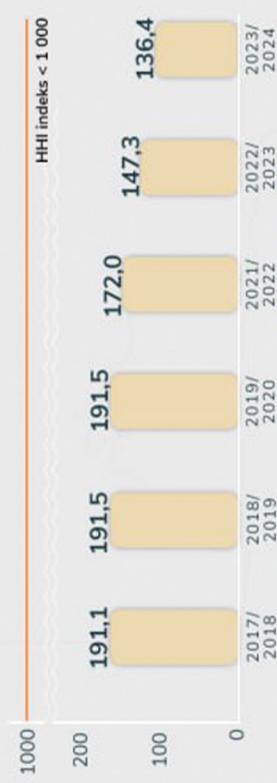
Yoshlarni oliy ta'limgan bilan qamrab olish darajasini kamida 50 foizga yetkazish;

Umumiy o'rta ta'limgan tashkilotlarini oliy ma'lumotli pedagog kadr bilan to'liq ta'minlash;

Oliy ta'limgan muassasalarida ilmiy tadqiqotlar natijadorligini oshirish va ilmiy salohiyatni 70 foizga yetkazish.

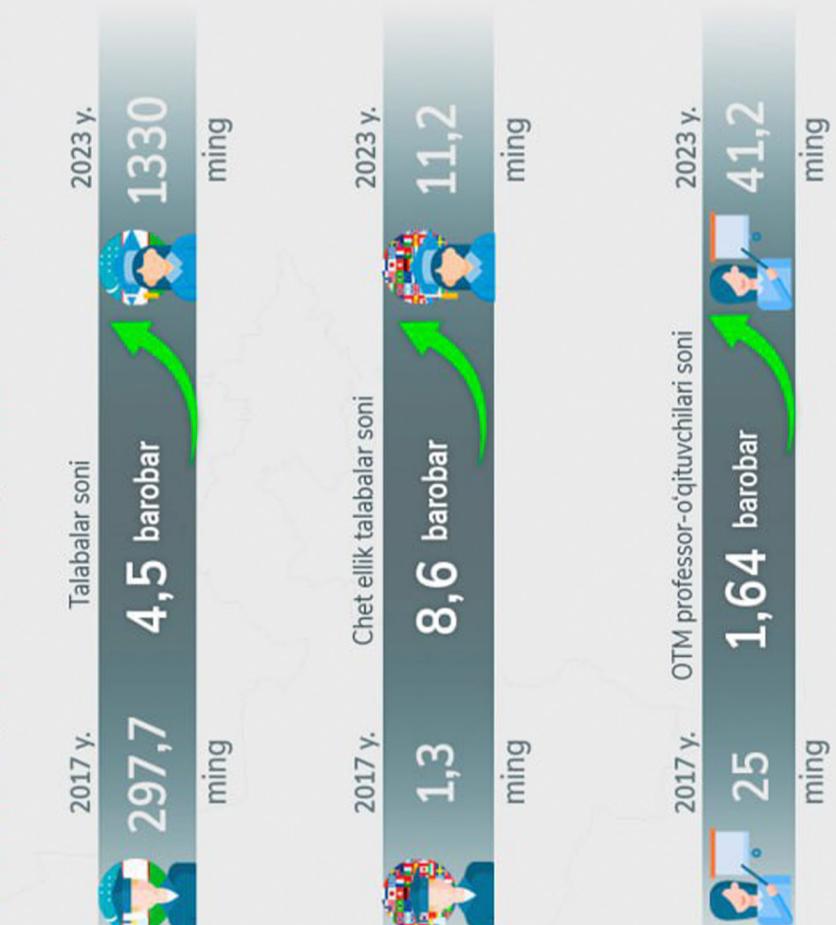
## OLIY TA'LIMDA KONSENTRATSIYA DARAJASI VA RIVOJLANISH SUR'ATI (2017-2023 YILLAR)

### Oliy ta'lim muassasalari konsentratsiya indeksi



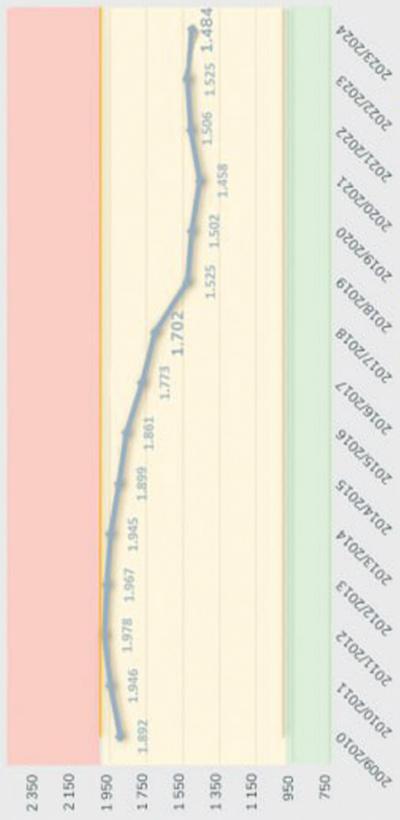
Oliy ta'lim muassasalari past konsentratsiyali hisoblanadi, ya'ni har bir OTM uchun talabalar soni nisbatan teng taqsimlangan (**HII indeks < 1000**).

### 2017-2023 yillarda OTMdagi talabalar va o'qituvchilar soni



Oliy ta'lim muassasalari talabalarini 2023/2024 yillarda 4,5 barobar qilishdi. Chet etlik talabalar soni 2023 yilda 11,2 ming shaxsga teng bo'lgan.

### Talabalarning hududlararo taqsimlanish indeksi



Oliy ta'lim muassasalari talabalarini hududlar bo'ylab notekis taqsimlangan, lekin holat yashhilanib bormoqda.

# INSTITUT JAMOASI



**Makroiqtisodiy va hududiy tadaqiqotlar instituti**