



O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki
Statistika va tadqiqotlar departamenti
N. Omonov, J. To'rayev, J. Mamasalayev

**Tadbirkorlik subyektlarining biznes qarorlar qabul
qilishida iqtisodiy ko'rsatkichlardan foydalanish darajasi
(o'tkazilgan so'rovnoma natijalari)**

Toshkent 2025

Tadbirkorlik subyektlarining biznes qarorlar qabul
qilishida iqtisodiy ko'rsatkichlardan foydalanish darajasi
(o'tkazilgan so'rovnoma natijalari)

Ushbu maqoladagi qarashlar mualliflarning shaxsiy fikr va mulohazalari bo'lib, O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining rasmiy pozitsiyasi bilan mos tushmasligi mumkin. O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki maqola mazmuni uchun javobgarlikni zimmasiga olmaydi. Taqdim qilingan materiallarni har qanday uslubda qayta ishlatish faqatgina mualliflar ruxsati bilan amalga oshiriladi.

Statistika va tadqiqotlar departamenti tomonidan tayyorlandi.
O'z taklif va e'tirozlaringizni quyidagi manzilga jo'natishingiz mumkin:
E-mail: nurbekomonov@cbu.uz

Tadbirkorlik sub'ektlarining biznes qarorlar qabul qilishida iqtisodiy ko'rsatkichlardan foydalanish darajasi (o'tkazilgan so'rovnoma natijalari)

I. Kirish

Makroiqtisodiy ma'lumotlar faqatgina o'tgan hodisalarni ifodalamasdan turli sohalarda samarali biznes strategiyalarini shakllantirishda muhim ahamiyatga ega. Global nobarqarorlik va bozorlardagi tendensiyalarning tez o'zgarayotganligi sharoitida ishonchli iqtisodiy ko'rsatkichlar korxonalarga risklarni baholash, kapitalni taqsimlash hamda investitsiya bilan bog'liq to'g'ri qarorlar qabul qilish imkonini beradi¹.

Qolaversa, adabiyotlarda biznes sub'ektlarining qaror qabul qilish jarayonida makroiqtisodiy ko'rsatkichlardan foydalanish darajasi pul-kredit siyosati transmissiyasiga ham ta'sir o'tkazishi ta'kidlangan². Ya'ni, biznes sub'ektlarining iqtisodiy holat bo'yicha ko'rsatkichlarni kuzatib borgan holda qaror qabul qilishi yoki qilmasligi pul-kredit siyosati signallarini iqtisodiyotda qanchalik tez va ko'lamliroq aks etishini va iqtisodiy agentlarning kutilmalarini qay tarzda shakllanishini belgilab beradi.

YaIM o'sishi, inflyatsiya tendensiyalari, mehnat bozori sharoitlari va foiz stavkalari o'zgarishlari kabi ko'rsatkichlar iqtisodiy muhitni kengroq tushunish uchun muhim hisoblanadi. Xususan, barqaror YaIM o'sishi odatda iste'molchilar talabining oshib borishini anglatadi va yangi mahsulot yo'nalishlari yoki geografiyasini kengayishga sarmoya kiritishga undaydi. Boshqa tomondan, inflyatsiyaning yuqori darajada marjani kamaytirishini oldini olish va mijozlar uchun mahsulotlarning arzonligini saqlab qolish maqsadida narxlarni qayta ko'rib chiqishlari mumkin³.

Cert va *March* (1963)⁴ tomonidan ta'kidlanishicha firmalar to'liq ratsional tarzda qarorlar qabul qilmasdan kunlik odatiy amaliyot va tajriba asosida qarorlar qabul qiladi, bu esa rasmiy iqtisodiy ko'rsatkichlardan foydalanish darajasini cheklaydi. Biroq, so'nggi yillardagi tadqiqotlar (*Gennaioli* va boshqalar, 2015)⁵ ratsional kutilmalar nazariyasiga (*rational expectations theory*) asoslanib ta'kidlashicha iqtisodiy ko'rsatkichlar dolzarb va o'z vaqtida e'lon qilinsa, firmalar iqtisodiy ma'lumotlardan foydalanadi.

Shuningdek, empirik tadqiqotlar makroiqtisodiy ko'rsatkichlardan foydalanish darajasi firmalarning katta yoki kichikligi va faoliyat yuritayotgan tarmoqlarga farqlanadi.

¹ <https://www.rosenbergresearch.com/2025/05/16/the-role-of-macroeconomic-data-in-business-decisions/>

² Coibion, Olivier, Yuriy Gorodnichenko and Saten Kumar. 2018. "How Do Firms Form Their Expectations? New Survey Evidence." *American Economic Review*, 108 (9): 2671–2713.

³ Surmanidze, N. and Chagelishvili, A., 2021. The role of macroeconomic factors in the management decision-making process.

⁴ Richard M. Cyert and James G. March, 1963. *A Behavioral Theory of the Firm*

⁵ Gennaioli, N., Ma, Y. and Shleifer, A., 2016. Expectations and investment. *NBER Macroeconomics Annual*, 30(1), pp.379-431.

Bloom va boshqalar (2007)⁶ katta firmalar strategik rejalar ayniqsa kapital xarajatlari bilan bog'liq qarorlar qabul qilayotganda odatda makroiqtisodiy prognozlarni inobatga olishini aniqlagan.

Eksportga yo'naltirilgan tovarlar ishlab chiqaruvchi korxonalar almashuv kursi o'zgarishini hamda global talab ko'rsatkichlarini asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkich sifatida ko'rishadi, xizmat ko'rsatish sohasida faoliyat yurituvchi firmalar iste'molchilar ishonch indeksleri va ichki mehnat bozoridagi tendensiyalarga ko'proq e'tibor berishadi (*Goldberg va Campa*, 2010)⁷.

Iqtisodiy siyosat natijasida shakllangan makroiqtisodiy ko'rsatkichlarning biznes muhiti uchun salbiy ta'siri yuzaga kelmasligi uchun iqtisodiy qarorlar qabul qilishdan oldin ularning korxonalar faoliyatiga ta'sirini turli ssenariylar orqali tahlil qilib borish lozim⁸.

Yirik firmalar egalari va boshqaruvchilarning iqtisodiy kutilmalari makroiqtisodiy ko'rsatkichlar shakllanishida muhim rol o'ynaydi. Xususan, Deloitte kompaniyasi tomonidan har chorakda *CFO (Chief Financial Officer) Signals survey* so'rovnoma o'tkaziladi.

Ushbu so'rovnoma faoliyatdan tushumi 1 mlrd dollardan yuqori eng yirik 1 000 ta kompaniyaning boshqaruvchilari ishtirok etadi. Respondentlardan YaIM o'sishi, inflyatsiya darajasi, asosiy stavka, global va hududiy iqtisodiyotning o'sish ko'rsatkichlari bo'yicha makroiqtisodiy kutilmalari so'raladi. So'rovnoma, shuningdek, kompaniyaning kutilayotgan daromadlari, kelgusidagi investitsiya loyihalari, uzoq muddatda kompaniya uchun asosiy risklar kabi savollar ham qamrab olinadi⁹.

Boshqacha aytganda, bir tomondan, iqtisodiy ko'rsatkichlar tadbirkorlik sub'ektlarining biznes qarorlar qabul qilishiga ta'sir etsa, ikkinchi tomondan, korxonalarning biznes qarorlari va kutilmalari kelgusida shakllanadigan iqtisodiy ko'rsatkichlarga ta'sir ko'rsatadi.

Yuqoridagilarni inobatga olgan holda, Markaziy bank tomonidan tadbirkorlik sub'ektlarining **biznes qarorlar qabul qilishida iqtisodiy ko'rsatkichlardan foydalanish darajasini** aniqlash bo'yicha so'rovnoma o'tkazildi.

⁶ Bloom, N., Bond, S. and Van Reenen, J., 2007. Uncertainty and investment dynamics. *The review of economic studies*, 74(2), pp.391-415.

⁷ Goldberg, L.S. and Campa, J.M., 2010. The sensitivity of the CPI to exchange rates: Distribution margins, imported inputs, and trade exposure. *The Review of Economics and Statistics*, 92(2), pp.392-407.

⁸ Rodrik, D., 2014. The past, present, and future of economic growth. *Challenge*, 57(3), pp.5-39.

⁹ https://www.deloitte.com/content/dam/assets-zone2/cz-sk/cs/docs/industries/financial-services/cfo/CE_CFO_2024_EN.pdf

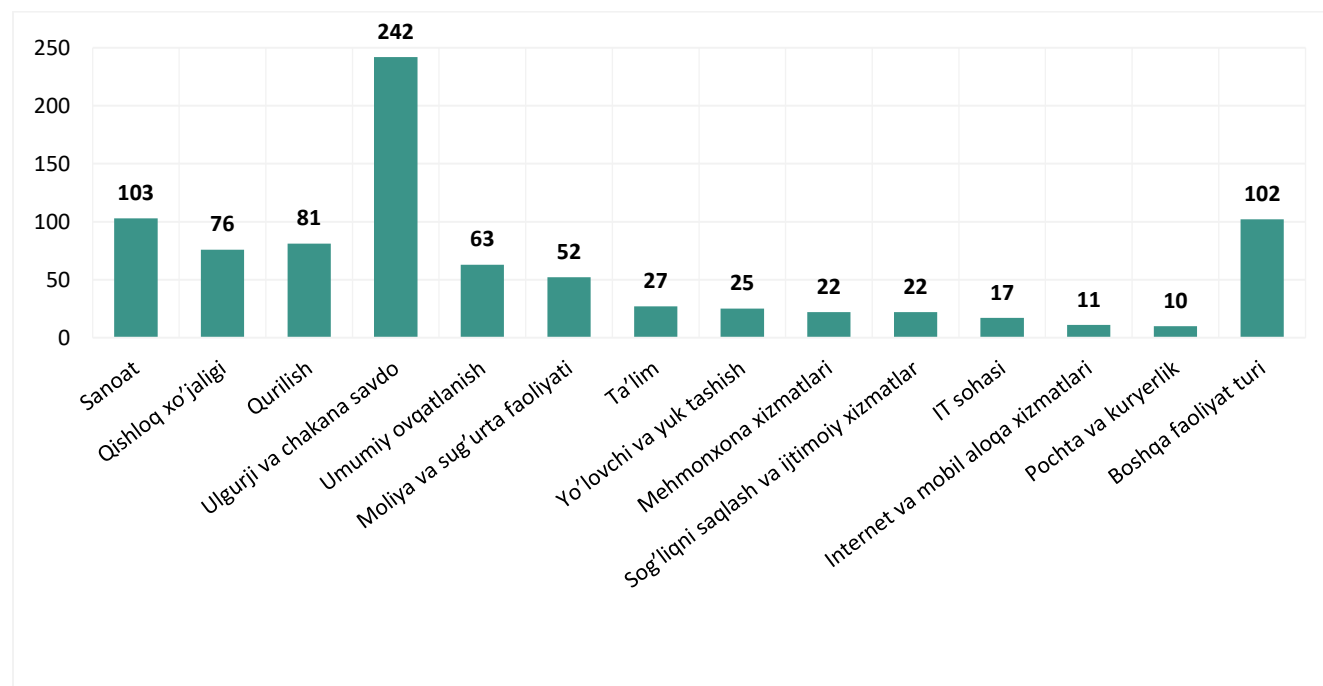
II. So'rovnomada ishtirok etgan korxonalarning umumiy tasnifi

So'rovnomada **853** ta tadbirkorlik sub'ektlari ishtirok etdi. Shundan, **525** tasi (**61,5 foizi**) mikrofirmalar, **237** tasi (**27,8 foizi**) kichik biznes sub'ektlari, **78** tasi (**9,1 foizi**) o'rta biznes hamda **13** tasi (**1,5 foizi**) yirik biznes sub'ektlarini tashkil etdi.

So'rovnoma uchun tanlanma Statistika milliy qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra iqtisodiyot tarmoqlarida faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik sub'ektlari soni hamda joylashgan hududi bo'yicha taqsimotdan kelib chiqqan holda amalga oshirildi.

Bunda, so'rovnomada ishtirok etgan korxonalarning **103** tasi sanoat sohasida, **76** tasi qishloq jo'jaligida, **81** tasi qurilishda, **242** tasi savdo sohasida, **63** tasi umumiy ovqatlanish sohasida **52** tasi moliya va sug'urta sohasida, **25** tasi yo'lovchi va yuk tashishda, **17** tasi axborot texnologiyalari (IT) hamda **102** tasi boshqa faoliyat turi bilan shug'ullanishini ko'rsatgan.

1-rasm. So'rovnomada ishtirok etgan tadbirkorlik sub'ektlarining sohalar bo'yicha taqsimoti



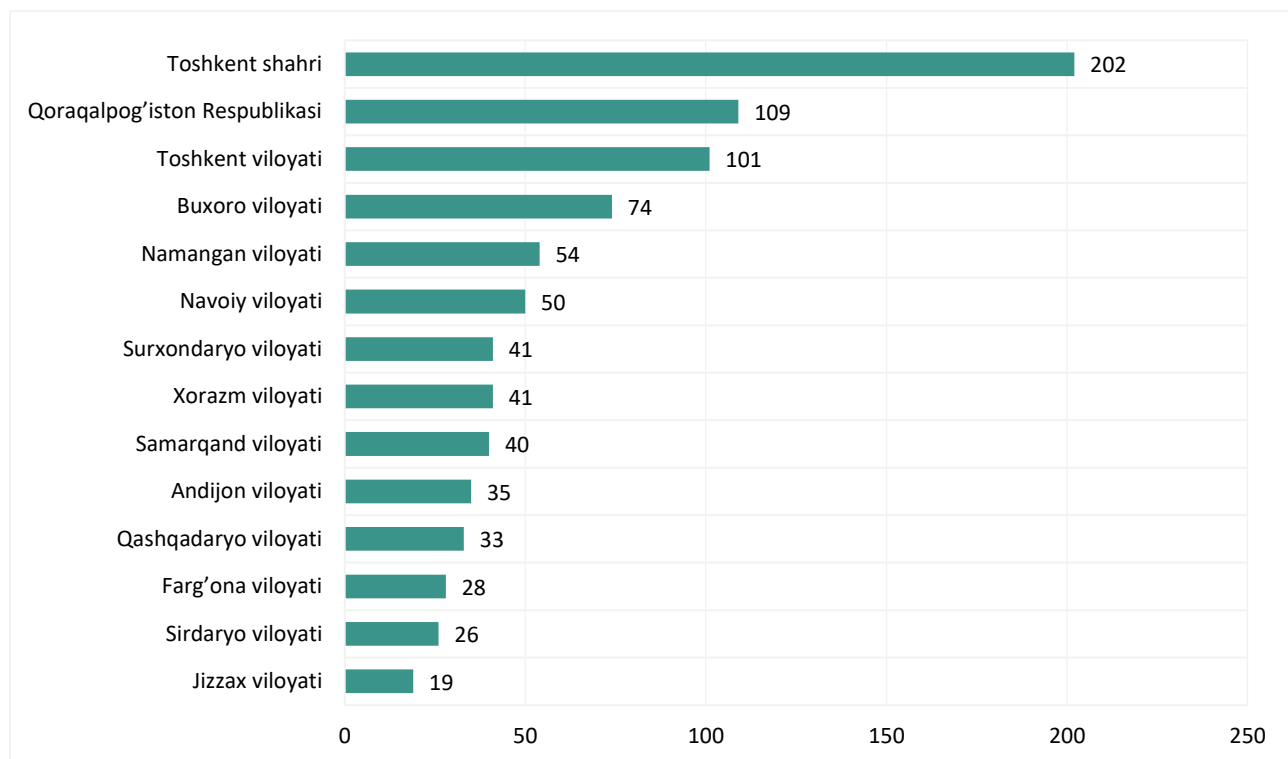
Manba: Markaziy bank so'rovnomasi natijalari

Shuningdek, ushbu korxonalarning **22,2 foizi** yoki **189 tasi** 7 yildan ortiq vaqt davomida faoliyat yuritayotganligini ko'rsatgan bo'lsa, **16,5 foizi** (**141 tasi**) tashkil etilganiga **bir yildan kam vaqt** bo'lganligini ta'kidlagan.

Faoliyat yuritayotgan davri 1-3 yil oralig'ida bo'lgan firmalarning ulushi tanlanmada eng yuqori **31,8** foizni (**271 tasi**) tashkil etgan bo'lsa, faqatgina **9,4** foiz korxona 5-7 yil oldin tashkil etilgan.

So'rovnomada ishtirok etgan korxonalarning **202 tasi** Toshkent shahrida, **109 tasi** Qoraqalpog'iston Respublikasida, **101 tasi** Toshkent viloyatida viloyatida faoliyat yuritadi. Hududlar bo'yicha tanlanmalarning taqsimoti quyidagi grafikda keltirilgan (2-rasm).

2-rasm. So'rovnomada ishtirok etgan tadbirkorlik sub'ektlarining hududlar bo'yicha taqsimoti



Manba: Markaziy bank so'rovnomasi natijalari

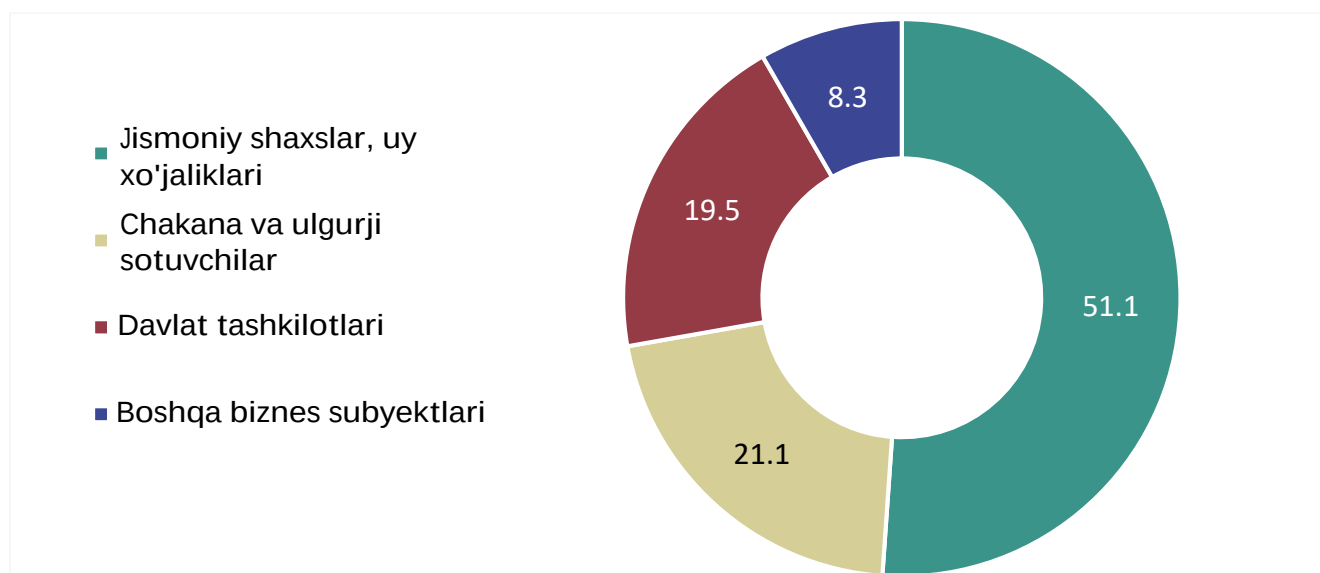
So'rovnomada ishtirok etganlarning **26,3** foizi **o'rta umumiy ta'lim** darajasiga, **17,2** foizi **kasbiy ta'lim darajasiga**, **50,4** foizi **bakalavr ta'lim** darajasiga hamda **6,1** foizi **Magistratura-Doktorantura ta'lim** darajasiga ega.

Bundan tashqari, korxonalarning **25,8** foizi asosiy faoliyat turini tez-tez o'zgarishini hamda **390 tasi (45,7 foizi)** asosiy faoliyat turini o'zgartirmaganligini ta'kidlagan. Asosiy faoliyat turi o'zgarmagan korxonalarning **85,7** foizi 5 yildan ortiq vaqt davomida faoliyat yuritib kelmoqda. O'z navbatida, asosiy faoliyatini tez-tez o'zgartiruvchi **220 ta** korxonaning **62,3** foizi 3 yildan kam muddat davomida faoliyat yuritib kelmoqda.

Respondentlarning **664** tasi (*77,8 foizi*) korxonada asosiy biznes qarorlar qabul qilishda bevosita ishtirok etadi hamda ularning deyarli **67** foizi korxona egasi yoki rahbari hisoblanadi. Kutilganidek, asosiy biznes qarorlar qabul qilishda ishtirok etmaydigan **189** ta respondentlarning **75,7** foizi korxonada oddiy xodim lavozimida ishlaydi.

Korxonalarning asosiy mijozlari segmenti bo'yicha tahlil qilinganda, **51,1** foiz respondent uy xo'jaliklarini asosiy mijozlari sifatida ko'rsatgan bo'lsa, **21,1** foizi chakana va ulgurji sotuvchilarni, **19,5** foizi davlat tashkilotlarini hamda **8,3** foizi boshqa biznes sub'ektlarini asosiy mijozlar segmenti sifatida ko'rsatgan.

3-rasm. So'rovnomada ishtirok etgan tadbirkorlik sub'ektlarining asosiy mijozlar segmenti bo'yicha taqsimoti, foizda



Manba: Markaziy bank so'rovnomasi natijalari

Shu bilan birga, tadbirkorlik sub'ektlarining **25,1** foizi investitsiya, kredit olish, faoliyatni kengaytirish kabi muhim biznes qarorlarini har oyda qabul qilishlarini bildirgan bo'lsa, **21,7** foizi har chorakda, **20,3** foizi bir yilda 1-2 marta hamda qolgan **32,9** foizi faqat zaruriyatga qarab biznes qarorlari qabul qilishini bildirgan.

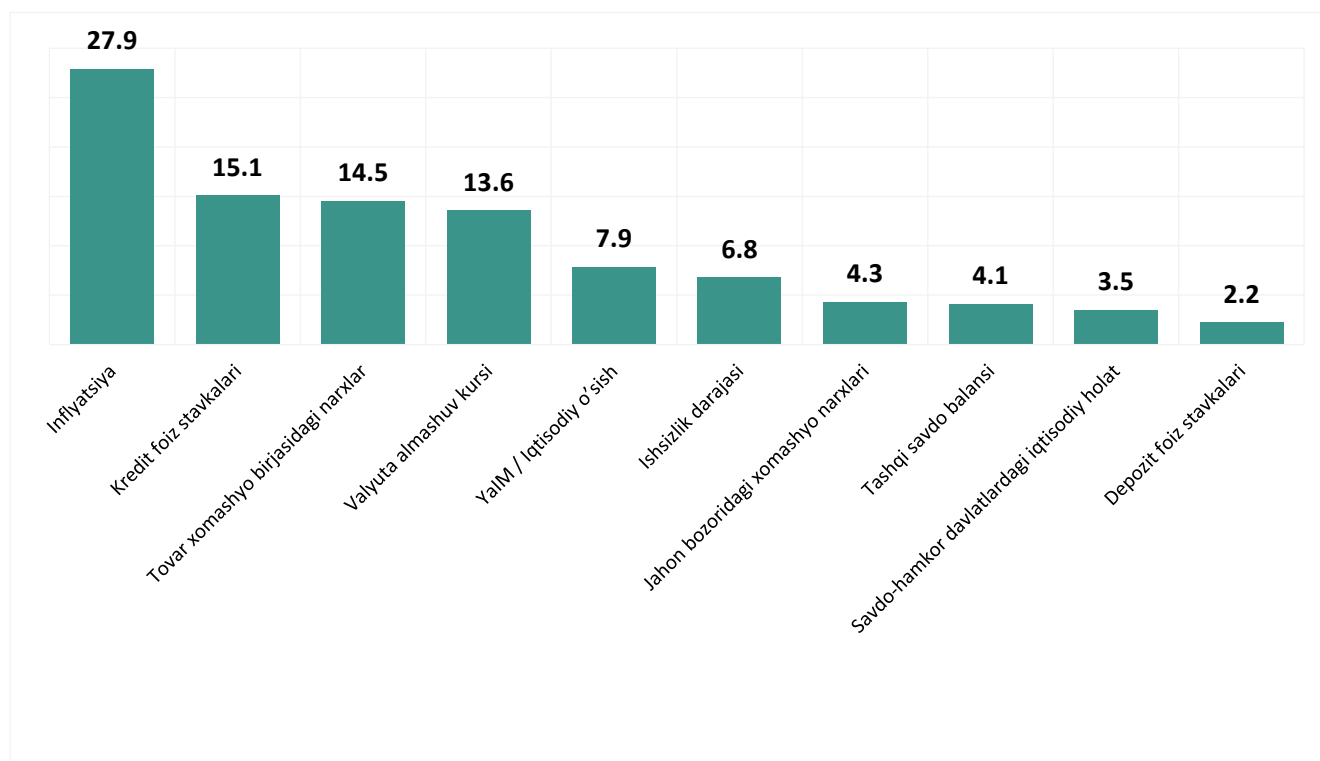
III. Iqtisodiy ko'rsatkichlarning biznes qarorlariga ta'siri

Tadbirkorlik sub'ektlarining **43,6** foizi biznes qarorlarini qabul qilishda **bozordagi mavsumiylikni** hisobga olishini ta'kidlagan bo'lsa, **raqobatchilar faoliyati va narx siyosati** **35,2** foiz korxona uchun biznes qarorlari qabul qilishda inobatga olinadigan omil hisoblanadi. Shuningdek, deyarli **30** foiz tadbirkorlik sub'ekti **soliq stavkalaridagi** va **xomashyo narxlaridagi o'zgarishlar** biznes qarorlari qabul qilishga ta'sir qilishini ko'rsatgan.

So'rovnomada ishtirok etgan tadbirkorlar uchun **yaqinlari va do'stlarining fikrlari** (9,1 foiz) hamda **tashqi mutaxassislar tavsiyalari** (13,1 foiz) nisbatan kam inobatga olinadigan omillar hisoblanadi. Korxonalarning faqat **20,5** foizi (175 tasi) biznes qarorlari qabul qilishda **rasmiy iqtisodiy ko'rsatkichlarga** e'tibor qaratadi.

Alternativ ravishda, "Biznes qarorlarni qabul qilishda rasmiy makroiqtisodiy ma'lumotlardan foydalanasizmi?" degan savolga **43,7** foiz korxona **har doim** foydalanishini, **45** foizi **ba'zan** foydalanishni hamda qolgan **11,3** foizi **foydalanmasligini** ko'rsatgan.

4-rasm. Korxonalar tomonidan eng muhim deb belgilangan makroiqtisodiy ko'rsatkichlar, foizda



Manba: Markaziy bank so'rovnomasi natijalari

Shuningdek, biznes qarorlarini qabul qilishda rasmiy makroiqtisodiy ma'lumotlardan foydalanish ommabopligi tadbirkorning ta'lim darajasiga bog'liq emasligi kuzatildi. Bunda, o'rta umumiy ta'lim darajasiga ega bo'lganlarning **53,1** foizi, kasbiy ta'lim darajasiga ega

bo'lganlarning **46,3** foizi, bakalavr ta'lim darajasiga ega bo'lganlarning **38,8** foizi va magistratura-doktorantura **36,5** foizi biznes qarorlarni qabul qilishda rasmiy makroiqtisodiy ma'lumotlardan doimiy ravishda foydalanishi ta'kidlagan.

Bundan tashqari, korxonalarning **27,9** foizi uchun **inflyatsiya darajasi** eng muhim makroiqtisodiy ko'rsatkich hisoblanadi. Shu bilan birga, **15,1** foiz korxona tomonidan **kredit foiz stavkalari**, **14,5** foiz korxona tomonidan **tovar xomashyo birjasidagi narxlar** biznes qarorlari qabul qilishda eng muhim makroiqtisodiy ko'rsatkich sifatida ko'rsatilgan.

Ishsizlik darajasi va **iqtisodiy o'sish** mos ravishda **7,9** foiz va **6,8** foiz korxona uchun eng muhim makroiqtisodiy ko'rsatkich hisoblanadi. Faqatgina **3,5** foiz respondent **savdo-hamkor davlatlardagi iqtisodiy holatni**, **4,1** foiz respondent **tashqi savdo balansidagi o'zgarishlarni** biznes qarorlar qabul qilishda eng muhim makroiqtisodiy ko'rsatkich sifatida ko'rsatgan.

Shuningdek, so'rovnomada korxonaga aloqadorligini korxona egasi yoki boshqaruvchi sifatida ko'rsatgan respondentlarning **29,6** foizi uchun inflyatsiya darajasi, **15** foizi uchun valyuta almashuv kursi, **14,8** foizi uchun kredit foiz stavkalari hamda **13,7** foizi uchun esa tovar xomashyo birjasidagi narxlari eng muhim makroiqtisodiy ko'rsatkich hisoblanadi.

Qolversa, asosiy biznes qarorlar qabul qilishda bevosita ishtirok etadigan respondentlarning **28,3** foizi inflyatsiyani, **15,8** foizi tovar xomashyo birjasidagi narxlarini, **14,5** foizi valyuta almashuv kursi va **14,2** foizi kredit foiz stavkalarini eng muhim makroiqtisodiy ko'rsatkich sifatida ko'rsatgan.

Sohalar bo'yicha qaralganda, **Sanoat** sohasida faoliyat yuritayotgan firmalar uchun 3 ta eng muhim makroiqtisodiy ko'rsatkich: inflyatsiya (*31,1 foiz*), valyuta almashuv kursi (*17,5 foiz*) hamda tovar xomashyo birjasidagi narxlar (*15,5 foiz*) hisoblanadi.

Qishloq xo'jaligida kredit foiz stavkalari (*27,6 foiz*), inflyatsiya (*27,6 foiz*) va tovar xomashyo birjasidagi narxlar (*15,8 foiz*), **Ulgurji va chakana savdoda** inflyatsiya (*24,8 foiz*), tovar xomashyo birjasidagi narxlari (*19,4 foiz*) va valyuta almashuv kursi (*19,0 foiz*) hisoblansa, **Qurilishda** inflyatsiya (*24,7 foiz*), kredit foiz stavkalari (*19,8 foiz*) va tovar xomashyo birjasidagi narxlar (*17,3 foiz*) hisoblanadi.

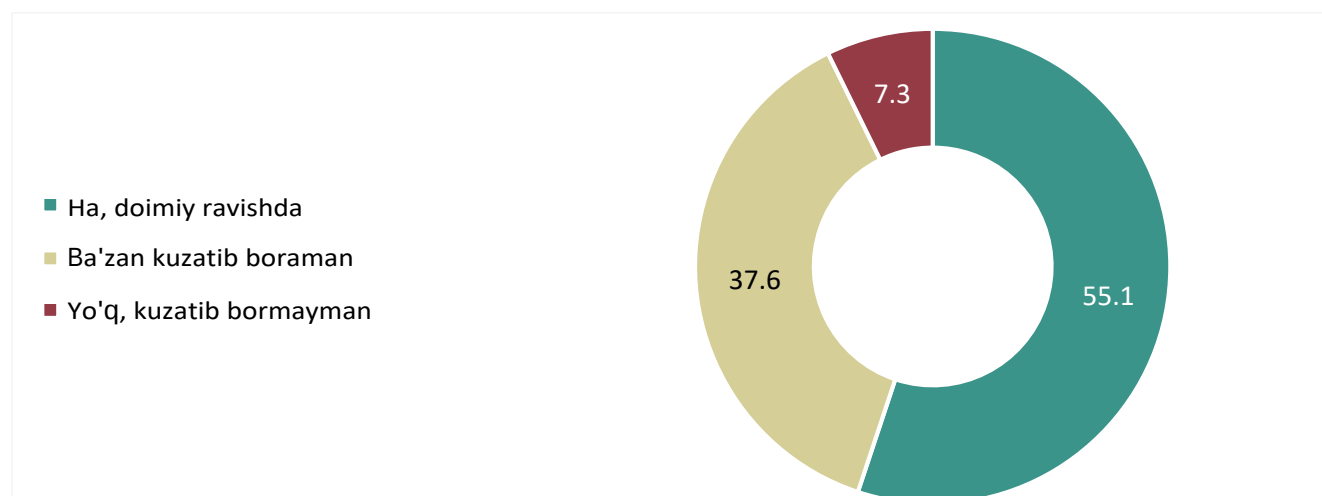
So'rovnoma natijalariga ko'ra, tadbirkorlarning **36,2** foizi makroiqtisodiy ma'lumotlarni asosan **Markaziy bankning rasmiy kanallaridan**, **22,4** foizi **Ommaviy axborot vositalaridan** va **12,2** foizi **Soliq qo'mitasi rasmiy kanallaridan** foydalanishini ko'rsatgan bo'lsa, faqatgina **5** foiz respondent asosan **Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlaridan** foydalanishini ta'kidlagan.

Markaziy bank tomonidan e'lon qilinadigan iqtisodiy ko'rsatkichlar va tahliliy sharhlarni respondentlarning 55,1 foizi doimiy kuzatib boradi, 37,6 foizi sharhlarni "ba'zan" kuzatib boradi va qolgan 7,3 foizi umuman kuzatib bormaydi. Shuningdek, asosiy faoliyat turini tez-tez o'zgartiradigan firmalarining 69,1 foizi (152 tasi), asosiy faoliyat turini o'zgartirmaydigan firmalarning 49,5 foizi (193 tasi), asosiy faoliyat turini ba'zan zaruriyatga qarab o'zgartiradigan firmalarining 51,4 foizi (125 tasi) Markaziy ma'lumotlarini doimiy kuzatib boradi.

Markaziy bank tomonidan e'lon qilinadigan ma'lumotlardan foydalanish darajasi yuqoriligi aniqlangan bo'lsada, e'lon qilinadigan ma'lumotlar ko'lami jihatidan cheklangan ko'rinishda foydalaniladi (asosan almashuv kursi va inflyatsiya).

Kutilganidek, biznes qarorlarni qabul qilishda rasmiy makroiqtisodiy ma'lumotlardan har doim foydalanadigan 373 ta tadbirkorlik sub'ektlarining 75,6 foizi (282 tasi) mutazan ravishda Markaziy bank tomonidan e'lon qilinadigan iqtisodiy ko'rsatkichlar va tahliliy sharhlardan to'g'ridan-to'g'ri tashkilotning rasmiy veb-saytidan yoki bilvosita boshqa axborot vositalar orqali foydalanishini ko'rsatgan.

5-rasm. Tadbirkorlik sub'ektlari tomonidan Markaziy bank e'lon qiladigan iqtisodiy ko'rsatkichlar va tahliliy sharhlarni kuzatib borish darajasi, foizda



Manba: Markaziy bank so'rovnomasi natijalari

Korxona egasi yoki rahbari bo'lgan respondentlarning deyarli 60 foizi Markaziy bank tomonidan e'lon qilinadigan iqtisodiy ko'rsatkichlar va tahliliy sharhlarini doimiy ravishda kuzatib borishini ta'kidlagan bo'lsa, bosh buxgalter yoki xodim sifatida ishlaydigan respondentlarning faqatgina 48 foizi Markaziy bank ma'lumotlarini doimiy ravishda kuzatib borishini ko'rsatgan.

Shuningdek, 42,1 foiz tadbirkor uchun ma'lumotlarni sharhlar ko'rinishida, 36,3 foizi uchun qisqacha matn ko'rinishida, 24 foizi uchun infografikalar ko'rinishida hamda 22,9 foizi uchun audio-video formatda olish qulay hisoblanadi.

Tadbirkorlarning **12,7** foizi o'z foydasini **AQSh dollarida**, **0,9** foizi **boshqa chet el valyutasida** hamda **86,4** foizi **milliy valyutada** hisob-kitob qiladi. Shuningdek, **27,7** foiz tadbirkor narx belgilashda **dollar kursining o'zgarishiga**, **33,1** foizi **inflyatsiya ko'rsatkichiga** hamda **24,3** foizi **asosiy raqobatchilar narxlariga** asosiy omil sifatida qaraydi.

Shu bilan birga, o'z foydasini AQSh dollarida hisob-kitob qiladigan tadbirkorlik sub'ektlarining ulushi **sanoat sohasida 12,6** foizni, **qishloq xo'jaligida 13,2** foizni, **ulgurji va chakana savdoda 10,7** foizni, **qurilishda 17,3** foizni, **yo'lovchi va yuk tashishda 20** foizni, **umumiy ovqatlanishda 7,9** foizni, **mehmonxona xizmatlari ko'rsatishda 22,7** foizni, **moliya va sug'urta faoliyatida 9,6** foizni, **ta'lim xizmatlari ko'rsatishda 18,5** foizni, **internet va mobil aloqa xizmatlarida 9,1** foizni va **IT sohasida 11,8** foizni tashkil qiladi.

IV. Iqtisodiy ma'lumotlarni tahlil qilish darajasi

Iqtisodiy ma'lumotlarni **doimiy ravishda** tahlil qiladigan tadbirkorlik sub'ektlari ulushi **44,8** foizni, **faqat muhim o'zgarishlar bo'lganda** tahlil qiladigan tadbirkorlarning ulushi **31,4** foizni tashkil etgan bo'lsa, iqtisodiy ma'lumotlarni tahlil qilmasdan **tajriba asosida qaror qabul qiladigan** tadbirkorlarning ulushi **18,1** foizni hamda boshqa tashkilotlarning **tayyor tahliliy ma'lumotlaridan foydalanadigan** tadbirkorlarning ulushi **5,7** foizni tashkil etadi.

Shu bilan birga, so'rovnomada ishtirok etgan korxonalarning **63,1** foizida o'z mahsulotlari bo'yicha marketing ishlarini amalga oshiriladi. Marketing faoliyati mavjud bo'lgan **538 ta** korxonaning **44,2** foizida **alohida marketing bo'yicha mutaxassislari** mavjud, **33,5** foizida marketing faoliyati tadbirkorlarning **ichki kuzatuvlar va muloqotlar orqali amalga oshiriladi** hamda **22,3** foizi ushbu xizmatni **boshqa konsalting firmalardan autsorsing** qiladi.

Alohida marketing tadqiqot bo'limi mavjud korxonalarning **81,9** foizi QQS to'lovchilari hisoblanadi ya'ni ushbu korxonalarning tovarlarni (xizmatlarni) realizatsiya qilishdan olingan daromadi soliq davrida bir milliard so'mdan oshgan.

V. Xulosalar

So'rovnoma natijalari asosida quyidagilarni xulosa qilish mumkin:

1. Tadbirkorlarning qarorlari asosan shaxsiy kuzatuvlariga va tasodifiy ma'lumotlarga asoslangan. Tadbirkorlik sub'ektlarining ko'pchiligi (taxminan 80 foiz) biznes qarorlarini rasmiy makroiqtisodiy ma'lumotlarga emas, balki **mavsumiylik, raqobat va xomashyo narxlariga** qarab qabul qilmoqda. Bu holat yuqorida Cert va March (1963) tomonidan ilgari surilgan **"cheklangan ratsionallik"** nazariyasiga, ya'ni ma'lumotlar mavjud bo'lishiga qaramasdan agentlarning to'liq ratsional qaror qabul qilmasligiga to'liq mos keladi.

2. Korxonalarda ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish institutsionallashtirmagan.

18 foiz korxonalar umuman tahlilsiz qaror qabul qilishi, bozordagi noaniqliklarni va ma'lumot assimetriyasini chuqurlashtiradi. Bu esa samarasiz investitsiya qarorlariga, resurslarni noto'g'ri taqsimlanishiga hamda makroiqtisodiy siyosatga nisbatan past sezuvchanlikka olib kelishi mumkin.

3. Korxonalarning qaror qabul qilish amaliyotida joriy iqtisodiy faollikni aks ettiruvchi makroiqtisodiy ko'rsatkichlar (*YaIM o'sishi va ishsizlik darajasi*) yetarlicha hisobga olinmaydi. Korxonalarning ushbu ko'rsatkichlarga yetarlicha e'tibor qaratmasligi, ularning makroiqtisodiy muhitga mos ravishda strategik qaror qabul qilish salohiyatini sustligiga va hukumat tomonidan amalga oshirilayotgan iqtisodiy siyosatning xususiy sektorga ta'sirchanligi pastligiga ishora qiladi.

4. Makroiqtisodiy ma'lumotlardan foydalanish ta'lim darajasiga emas, institutsional barqarorlik va faoliyat uzluksizligiga bog'liq. Natijalarga ko'ra, faoliyatni uzluksiz amalga oshirayotgan va asosiy faoliyat turini o'zgartirmaydigan korxonalar rasmiy ma'lumotlarni doimiy kuzatib borishga moyilroq hisoblanadi.

5. Marketing olib borish amaliyoti hali ham barcha korxonalarda yaxshi yo'lga qo'yilmagan. Korxonalarning salmoqli qismida marketing faoliyati asosan ichki kuzatuvlar va shaxsiy mulohazalar asosida amalga oshiriladi. Bu esa korxonaning bozor tendensiyalarini kech anglashiga va raqobat muhitiga moslashishining qiyin kechishiga, va yakunda, mahsulot yoki xizmatlar samaradorligini pasayishiga olib kelishi mumkin.

6. Tadbirkorlarning rasmiy ma'lumotlardan to'g'ridan-to'g'ri foydalanish ko'nikmasi past saqlanib qolmoqda. Ya'ni, natijalar tadbirkorlarning rasmiy makroiqtisodiy ma'lumotlardan to'g'ridan-to'g'ri emas, balki ko'proq ikkinchi darajali yoki bilvosita manbalar, xususan turli ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar, blogerlar tahlillari va ayniqsa telegram kabi platformalardagi xususiy kanallar orqali foydalanishga moyillini yuqori ekanligiga ishora qilmoqda. Bu holat, bir tomondan, rasmiy manbalardagi ma'lumotlarning tadbirkorlar uchun yetarli darajada qulay, sodda va amaliy shaklda taqdim etilmayotganini, ikkinchi tomondan esa, qaror qabul qilish jarayonida axborot sifatidan ko'ra uning formati va yetib borish kanali muhim ekanini anglatadi.