

Ўзбекистон Республикаси Марказий банки
Статистика ва тадқиқотлар департаменти
Н. Омонов, Ж. Тўраев, Ж. Мамасалаев

Тадбиркорлик субъектларининг бизнес қарорлар қабул қилишида иқтисодий кўрсаткичлардан фойдаланиш даражаси (ўтказилган сўровнома натижалари)

Тошкент 2025

**Тадбиркорлик субъектларининг бизнес қарорлар қабул қилишида
иқтисодий кўрсаткичлардан фойдаланиш даражаси
(ўтказилган сўровнома натижалари)**

Ушбу мақоладаги қарашлар муаллифларнинг шахсий фикр ва мулоҳазалари бўлиб, Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг расмий позицияси билан мос тушмаслиги мумкин. Ўзбекистон Республикаси Марказий банки мақола мазмуни учун жавобгарликни зиммасига олмайди. Тақдим қилинган материалларни ҳар қандай услубда қайта ишлатиш фақатгина муаллифлар рухсати билан амалга оширилади.

Статистика ва тадқиқотлар департаменти томонидан тайёрланди.
Ўз таклиф ва эътирозларингизни қуйидаги манзилга жўнатишингиз мумкин:
E-mail: nurbekomonov@cbu.uz

Тадбиркорлик субъектларининг бизнес қарорлар қабул қилишида иқтисодий кўрсаткичлардан фойдаланиш даражаси (ўтказилган сўровнома натижалари)

I. Кириш

Макроиқтисодий маълумотлар фақатгина ўтган ҳодисаларни ифодаламасдан турли соҳаларда самарали бизнес стратегияларини шакллантиришда муҳим аҳамиятга эга. Глобал нобарқарорлик ва бозорлардаги тенденцияларнинг тез ўзгараётганлиги шароитида ишончли иқтисодий кўрсаткичлар корхоналарга рискларни баҳолаш, капитални тақсимлаш ҳамда инвестиция билан боғлиқ тўғри қарорлар қабул қилиш имконини беради¹.

Қолаверса, адабиётларда бизнес субъектларининг қарор қабул қилиш жараёнида макроиқтисодий кўрсаткичлардан фойдаланиш даражаси пул-кредит сиёсати трансмиссиясига ҳам таъсир ўтказиши таъкидланган². Яъни, бизнес субъектларининг иқтисодий ҳолат бўйича кўрсаткичларни кузатиб борган ҳолда қарор қабул қилиши ёки қилмаслиги пул-кредит сиёсати сигналларини иқтисодиётда қанчалик тез ва кўламлироқ акс этишини ва иқтисодий агентларнинг кутилмаларини қай тарзда шаклланишини белгилаб беради.

ЯИМ ўсиши, инфляция тенденциялари, меҳнат бозори шароитлари ва фоиз ставкалари ўзгаришлари каби кўрсаткичлар иқтисодий муҳитни кенгроқ тушуниш учун муҳим ҳисобланади. Хусусан, барқорор ЯИМ ўсиши одатда истеъмолчилар талабининг ошиб боришини англатади ва янги маҳсулот йўналишлари ёки географиясини кенгайтишга сармоя киритишга ундайди. Бошқа томондан, инфляциянинг юқори даражада маржани камайтиришини олдини олиш ва мижозлар учун маҳсулотларнинг арзонлигини сақлаб қолиш мақсадида нархларни қайта кўриб чиқишлари мумкин³.

Cyert ва *March* (1963)⁴ томонидан таъкидланишича фирмалар тўлиқ рационал тарзда қарорлар қабул қилмасдан кунлик одатий амалиёт ва тажриба асосида қарорлар қабул қилади, бу эса расмий иқтисодий кўрсаткичлардан фойдаланиш даражасини чеклайди. Бироқ, сўнгги йиллардаги тадқиқотлар (*Gennaioli* ва бошқалар, 2015)⁵ рационал кутилмалар назариясига (*rational expectations theory*) асосланиб таъкидлашича иқтисодий кўрсаткичлар долзарб ва ўз вақтида эълон қилинса, фирмалар иқтисодий маълумотлардан фойдаланади.

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.

Шунингдек, эмпирик тадқиқотлар макроиқтисодий кўрсаткичлардан фойдаланиш даражаси фирмаларнинг катта ёки кичиклиги ва фаолият юритаётган тармоқларга фарқланади. Bloom ва бошқалар (2007)⁶ катта фирмалар стратегик режалар айниқса капитал харажатлари билан боғлиқ қарорлар қабул қилаётганда одатда макроиқтисодий прогнозларни инobatга олишини аниқлаган.

Экспортга йўналтирилган товарлар ишлаб чиқарувчи корхоналар алмашув курси ўзгаришини ҳамда глобал талаб кўрсаткичларини асосий макроиқтисодий кўрсаткич сифатида кўришади, хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият юритувчи фирмалар истеъмолчилар ишонч индекслари ва ички меҳнат бозоридаги тенденцияларга кўпроқ эътибор беришади (Goldberg ва Campa, 2010)⁷.

Иқтисодий сиёсат натижасида шаклланган макроиқтисодий кўрсаткичларнинг бизнес муҳити учун салбий таъсири юзага келмаслиги учун иқтисодий қарорлар қабул қилишдан олдин уларнинг корхоналар фаолиятига таъсирини турли сценарийлар орқали таҳлил қилиб бориш лозим⁸.

Йирик фирмалар эгалари ва бошқарувчиларнинг иқтисодий кутилмалари макроиқтисодий кўрсаткичлар шаклланишида муҳим рол ўйнайди. Хусусан, Deloitte компанияси томонидан ҳар чорақда *CFO (Chief Financial Officer) Signals surveys* сўровномаси ўтказилади.

Ушбу сўровномада фаолиятдан тушуми 1 млрд доллардан юқори энг йирик 1 000 та компаниянинг бошқарувчилари иштирок этади. Респондентлардан ЯИМ ўсиши, инфляция даражаси, асосий ставка, глобал ва ҳудудий иқтисодиётнинг ўсиш кўрсаткичлари бўйича макроиқтисодий кутилмалари сўралади. Сўровномада, шунингдек, компаниянинг кутилаётган даромадлари, келгусидаги инвестиция лойиҳалари, узоқ муддатда компания учун асосий рисклар каби саволлар ҳам қамраб олинади⁹.

Бошқача айтганда, бир томондан, иқтисодий кўрсаткичлар тадбиркорлик субъектларининг бизнес қарорлар қабул қилишига таъсир этса, иккинчи томондан, корхоналарнинг бизнес қарорлари ва кутилмалари келгусида шаклланидиган иқтисодий кўрсаткичларга таъсир кўрсатади.

Юқоридагиларни инobatга олган ҳолда, Марказий банк томонидан тадбиркорлик субъектларининг **бизнес қарорлар қабул қилишида иқтисодий кўрсаткичлардан фойдаланиш даражасини** аниқлаш бўйича сўровнома ўтказилди.

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

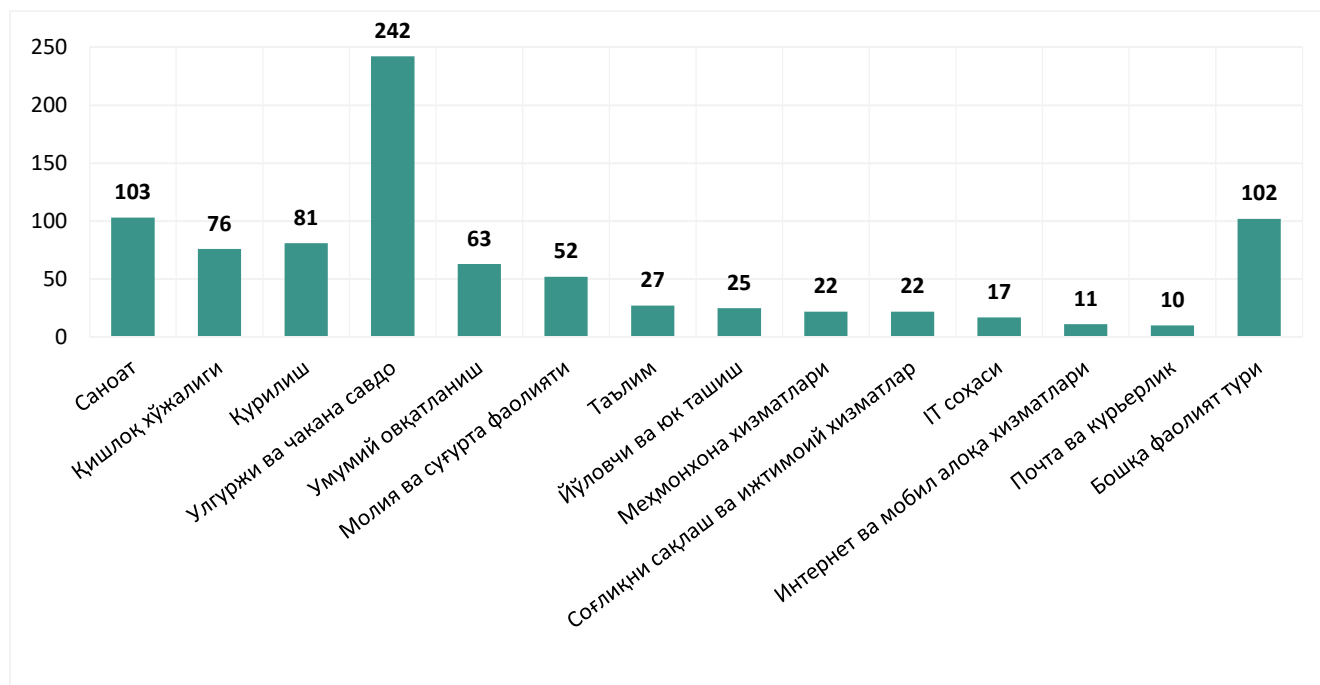
II. Сўровномада иштирок этган корхоналарнинг умумий таснифи

Сўровномада **853** та тадбиркорлик субъектлари иштирок этди. Шундан, **525** таси (**61,5** фоизи) микрофирмалар, **237** таси (**27,8** фоизи) кичик бизнес субъектлари, **78** таси (**9,1** фоизи) ўрта бизнес ҳамда **13** таси (**1,5** фоизи) йирик бизнес субъектларини ташкил этди.

Сўровнома учун танланма Статистика миллий қўмитаси маълумотларига кўра иқтисодиёт тармоқларида фаолият юритаётган тадбиркорлик субъектлари сони ҳамда жойлашган ҳудуди бўйича тақсимотдан келиб чиққан ҳолда амалга оширилди.

Бунда, сўровномада иштирок этган корхоналарнинг **103** таси саноат соҳасида, **76** таси қишлоқ жўжалигида, **81** таси қурилишда, **242** таси савдо соҳасида, **63** таси умумий овқатланиш соҳасида **52** таси молия ва суғурта соҳасида, **25** таси йўловчи ва юк ташишда, **17** таси ахборот технологиялари (IT) ҳамда **102** таси бошқа фаолият тури билан шуғулланишини кўрсатган.

1-расм. Сўровномада иштирок этган тадбиркорлик субъектларининг соҳалар бўйича тақсимоти



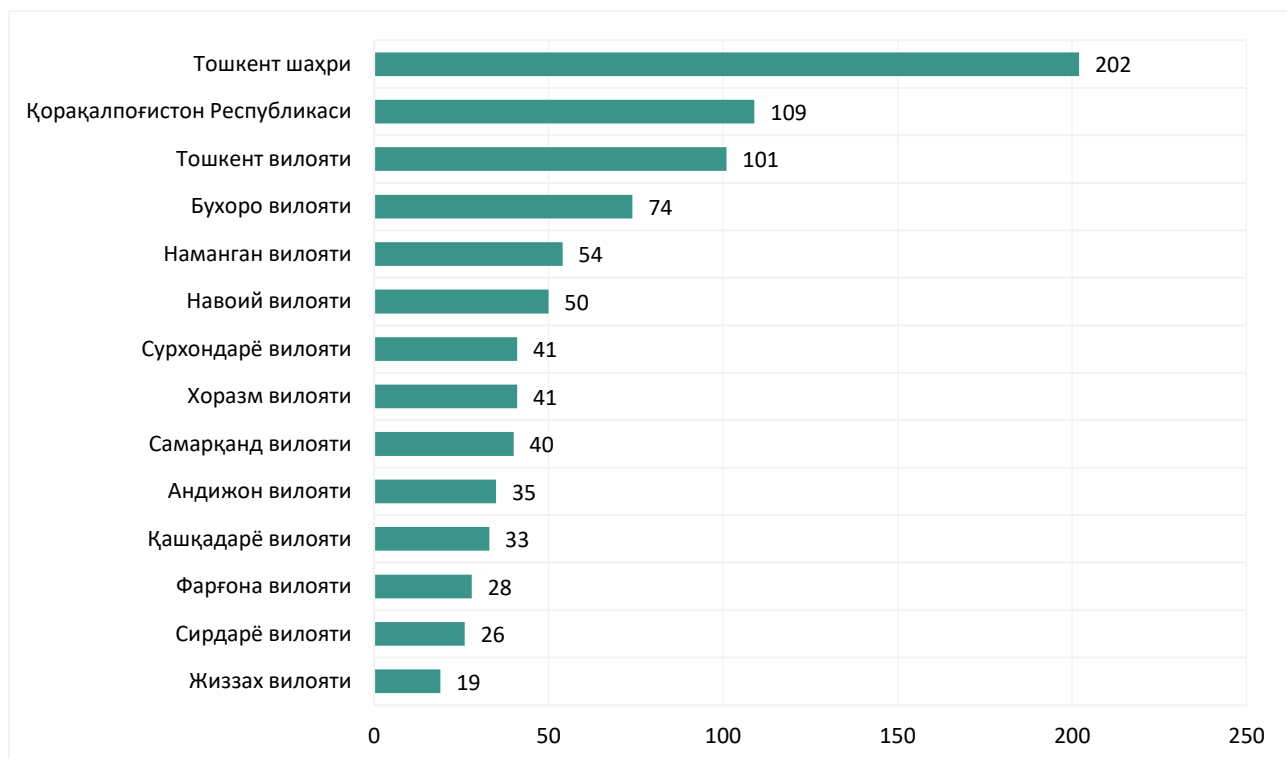
Манба: Марказий банк сўровномаси натижалари

Шунингдек, ушбу корхоналарнинг **22,2** фоизи ёки **189** таси 7 йилдан ортиқ вақт давомида фаолият юритаётганлигини кўрсатган бўлса, **16,5** фоизи (**141** таси) ташкил этилганига **бир йилдан кам вақт** бўлганлигини таъкидлаган.

Фаолият юритаётган даври 1-3 йил оралиғида бўлган фирмаларнинг улуши танланмада энг юқори **31,8** фоизни (**271 таси**) ташкил этган бўлса, фақатгина **9,4** фоиз корхона 5-7 йил олдин ташкил этилган.

Сўровномада иштирок этган корхоналарнинг **202 таси** Тошкент шаҳрида, **109 таси** Қорақалпоғистон Республикасида, **101 таси** Тошкент вилоятида вилоятида фаолият юритади. Ҳудудлар бўйича танланмаларнинг тақсимоти қуйидаги графикда келтирилган (2-расм).

2-расм. Сўровномада иштирок этган тадбиркорлик субъектларининг ҳудудлар бўйича тақсимоти



Манба: Марказий банк сўровномаси натижалари

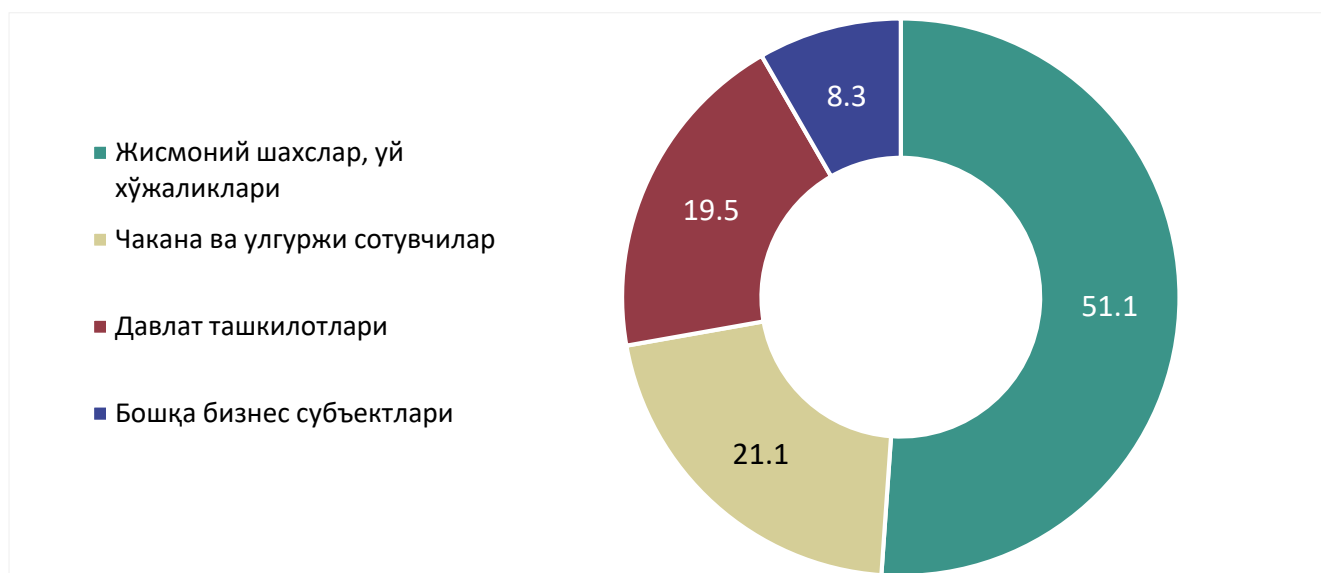
Сўровномада иштирок этганларнинг **26,3** фоизи ўрта умумий таълим даражасига, **17,2** фоизи касбий таълим даражасига, **50,4** фоизи бакалавр таълим даражасига ҳамда **6,1** фоизи Магистратура-Докторантура таълим даражасига эга.

Бундан ташқари, корхоналарнинг **25,8** фоизи асосий фаолият турини тез-тез ўзгаришини ҳамда **390 таси** (**45,7** фоизи) асосий фаолият турини ўзгартирмаганлигини таъкидлаган. Асосий фаолият тури ўзгармаган корхоналарнинг **85,7** фоизи 5 йилдан ортиқ вақт давомида фаолият юритиб келмоқда. Ўз навбатида, асосий фаолиятини тез-тез ўзгартирувчи **220** та корхонанинг **62,3** фоизи 3 йилдан кам муддат давомида фаолият юритиб келмоқда.

Респондентларнинг **664** таси (*77,8* фоизи) корхонада асосий бизнес қарорлар қабул қилишда бевосита иштирок этади ҳамда уларнинг деярли **67** фоизи корхона эгаси ёки раҳбари ҳисобланади. Кутилганидек, асосий бизнес қарорлар қабул қилишда иштирок этмайдиган **189** та респондентларнинг **75,7** фоизи корхонада оддий ходим лавозимида ишлайди.

Корхоналарнинг асосий мижозлари сегменти бўйича таҳлил қилинганда, **51,1** фоиз респондент уй хўжаликларини асосий мижозлари сифатида кўрсатган бўлса, **21,1** фоизи чакана ва улгуржи сотувчиларни, **19,5** фоизи давлат ташкилотларини ҳамда **8,3** фоизи бошқа бизнес субъектларини асосий мижозлар сегменти сифатида кўрсатган.

3-расм. Сўровномада иштирок этган тадбиркорлик субъектларининг асосий мижозлар сегменти бўйича тақсимоти, фоизда



Манба: Марказий банк сўровномаси натижалари

Шу билан бирга, тадбиркорлик субъектларининг **25,1** фоизи инвестиция, кредит олиш, фаолиятни кенгайтириш каби муҳим бизнес қарорларини ҳар ойда қабул қилишларини билдирган бўлса, **21,7** фоизи ҳар чорақда, **20,3** фоизи бир йилда 1-2 марта ҳамда қолган **32,9** фоизи фақат заруриятга қараб бизнес қарорлари қабул қилишини билдирган.

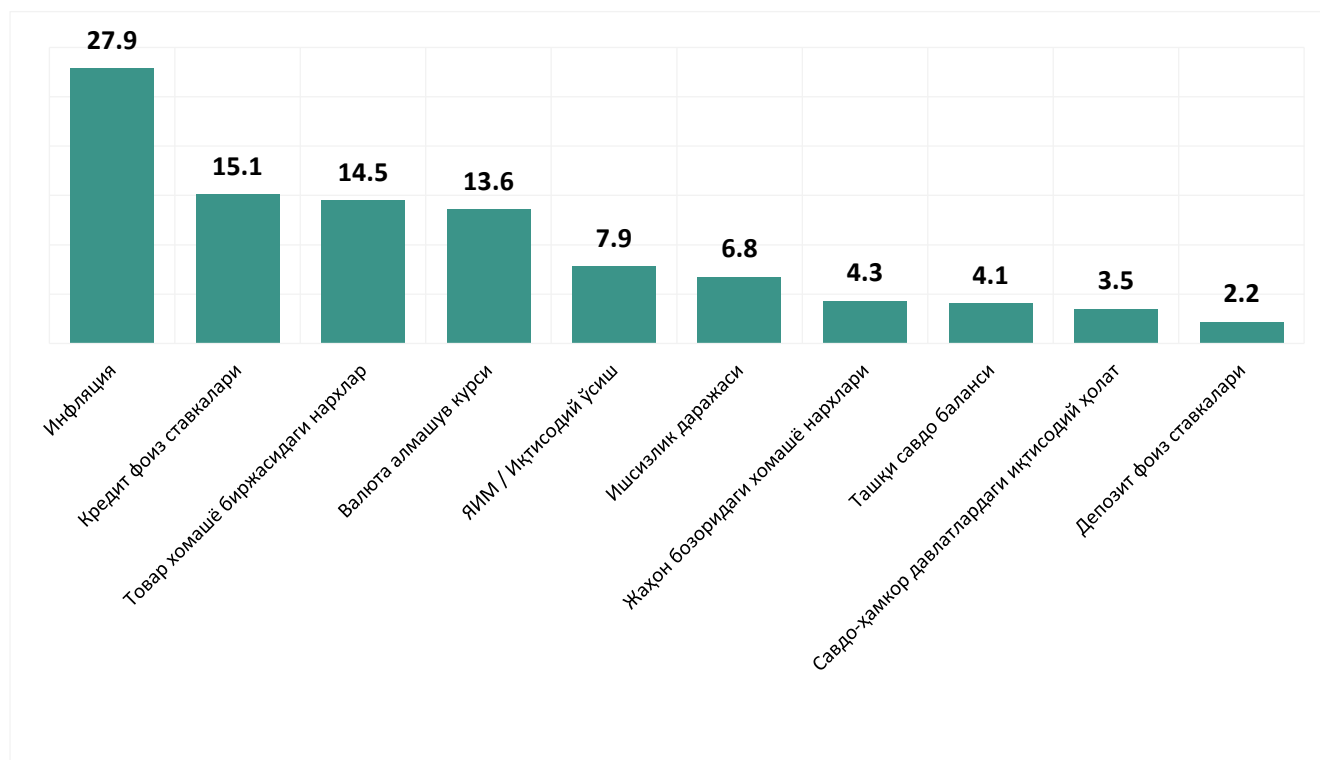
III. Иқтисодий кўрсаткичларнинг бизнес қарорларига таъсири

Тадбиркорлик субъектларининг **43,6** фоизи бизнес қарорларини қабул қилишда бозордаги мавсумийликни ҳисобга олишини таъкидлаган бўлса, **рақобатчилар фаолияти ва нарх сиёсати 35,2** фоиз корхона учун бизнес қарорлари қабул қилишда инobatга олинадиган омил ҳисобланади. Шунингдек, деярли **30** фоиз тадбиркорлик субъекти **солиқ ставкаларидаги ва хомашё нархларидаги ўзгаришлар** бизнес қарорлари қабул қилишга таъсир қилишини кўрсатган.

Сўровномада иштирок этган тадбиркорлар учун **яқинлари ва дўстларининг фикрлари (9,1 фоиз)** ҳамда **ташқи мутахассислар тавсиялари (13,1 фоиз)** нисбатан кам инobatга олинадиган омиллар ҳисобланади. Корхоналарнинг фақат **20,5** фоизи (*175 таси*) бизнес қарорлари қабул қилишда **расмий иқтисодий кўрсаткичларга** эътибор қаратади.

Алтернатив равишда, “*Бизнес қарорларни қабул қилишда расмий макроиқтисодий маълумотлардан фойдаланасизми?*” деган саволга **43,7** фоиз корхона **ҳар доим** фойдаланишини, **45** фоизи **баъзан** фойдаланишни ҳамда қолган **11,3** фоизи **фойдаланмаслигини** кўрсатган.

4-расм. Корхоналар томонидан энг муҳим деб белгиланган макроиқтисодий кўрсаткичлар, *фоизда*



Манба: Марказий банк сўровномаси натижалари

Шунингдек, бизнес қарорларини қабул қилишда расмий макроиқтисодий маълумотлардан фойдаланиш оммабоплиги тадбиркорнинг таълим даражасига боғлиқ эмаслиги кузатилди. Бунда, ўрта умумий таълим даражасига эга бўлганларнинг **53,1** фоизи, касбий таълим даражасига эга бўлганларнинг **46,3** фоизи, бакалавр таълим даражасига эга бўлганларнинг **38,8** фоизи ва магистратура-докторантура **36,5** фоизи бизнес қарорларни қабул қилишда расмий макроиқтисодий маълумотлардан доимий равишда фойдаланиши таъкидлаган.

Бундан ташқари, корхоналарнинг **27,9** фоизи учун **инфляция даражаси** энг муҳим макроиқтисодий кўрсаткич ҳисобланади. Шу билан бирга, **15,1** фоиз корхона томонидан **кредит фоиз ставкалари**, **14,5** фоиз корхона томонидан **товар хомашё биржасидаги нархлар** бизнес қарорлари қабул қилишда энг муҳим макроиқтисодий кўрсаткич сифатида кўрсатилган.

Ишсизлик даражаси ва **иқтисодий ўсиш** мос равишда **7,9** фоиз ва **6,8** фоиз корхона учун энг муҳим макроиқтисодий кўрсаткич ҳисобланади. Фақатгина **3,5** фоиз респондент **савдо-ҳамкор давлатлардаги иқтисодий ҳолатни**, **4,1** фоиз респондент **ташқи савдо балансидаги ўзгаришларни** бизнес қарорлар қабул қилишда энг муҳим макроиқтисодий кўрсаткич сифатида кўрсатган.

Шунингдек, сўровномада корхонага алоқадорлигини корхона эгаси ёки бошқарувчи сифатида кўрсатган респондентларнинг **29,6** фоизи учун инфляция даражаси, **15** фоизи учун валюта алмашув курси, **14,8** фоизи учун кредит фоиз ставкалари ҳамда **13,7** фоизи учун эса товар хомашё биржасидаги нархлари энг муҳим макроиқтисодий кўрсаткич ҳисобланади.

Қолверса, асосий бизнес қарорлар қабул қилишда бевосита иштирок этадиган респондентларнинг **28,3** фоизи инфляцияни, **15,8** фоизи товар хомашё биржасидаги нархларини, **14,5** фоизи валюта алмашув курси ва **14,2** фоизи кредит фоиз ставкаларини энг муҳим макроиқтисодий кўрсаткич сифатида кўрсатган.

Соҳалар бўйича қаралганда, **Саноат** соҳасида фаолият юритаётган фирмалар учун 3 та энг муҳим макроиқтисодий кўрсаткич: инфляция (*31,1 фоиз*), валюта алмашув курси (*17,5 фоиз*) ҳамда товар хомашё биржасидаги нархлар (*15,5 фоиз*) ҳисобланади.

Қишлоқ хўжалигида кредит фоиз ставкалари (*27,6 фоиз*), инфляция (*27,6 фоиз*) ва товар хомашё биржасидаги нархлар (*15,8 фоиз*), **Улгуржи ва чакана савдода** инфляция (*24,8 фоиз*), товар хомашё биржасидаги нархлари (*19,4 фоиз*) ва валюта алмашув курси (*19,0 фоиз*) ҳисобланса, **Қурилишда** инфляция (*24,7 фоиз*), кредит фоиз ставкалари (*19,8 фоиз*) ва товар хомашё биржасидаги нархлар (*17,3 фоиз*) ҳисобланади.

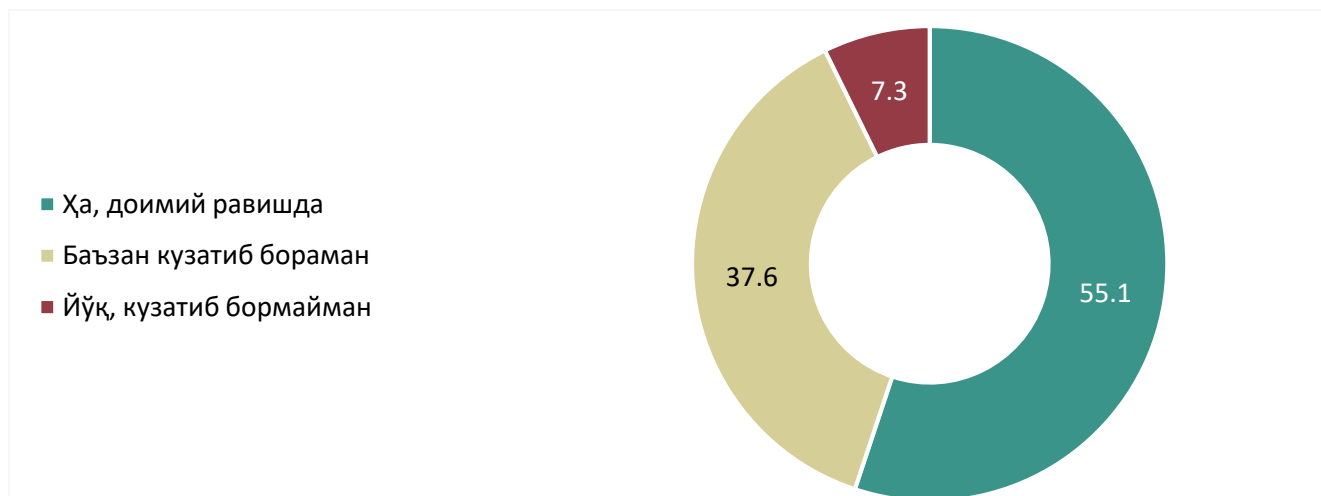
Сўровнома натижаларига кўра, тадбиркорларнинг **36,2** фоизи макроиқтисодий маълумотларни асосан **Марказий банкнинг расмий каналларидан**, **22,4** фоизи **Оммавий ахборот воситаларидан** ва **12,2** фоизи **Солиқ қўмитаси расмий каналларидан** фойдаланишини кўрсатган бўлса, фақатгина **5** фоиз респондент асосан **Миллий статистика қўмитаси маълумотларидан** фойдаланишини таъкидлаган.

Марказий банк томонидан эълон қилинадиган иқтисодий кўрсаткичлар ва таҳлилий шарҳларни респондентларнинг **55,1** фоизи **доимий кузатиб боради**, **37,6** фоизи шарҳларни “баъзан” кузатиб боради ва қолган **7,3** фоизи **умуман кузатиб бормайди**. Шунингдек, асосий фаолият турини тез-тез ўзгартирадиган фирмаларининг **69,1** фоизи (**152 таси**), асосий фаолият турини ўзгартрмайдиган фирмаларнинг **49,5** фоизи (**193 таси**), асосий фаолият турини баъзан заруриятга қараб ўзгартирадиган фирмаларининг **51,4** фоизи (**125 таси**) **Марказий маълумотларини доимий кузатиб боради**.

Марказий банк томонидан эълон қилинадиган маълумотлардан фойдаланиш даражаси юқорилиги аниқланган бўлсада, эълон қилинадиган маълумотлар кўлами жиҳатидан чекланган кўринишда фойдаланилади (асосан алмашув курси ва инфляция).

Кутилганидек, бизнес қарорларни қабул қилишда расмий макроиқтисодий маълумотлардан ҳар доим фойдаланадиган **373** та тадбиркорлик субъектларининг **75,6** фоизи (**282 таси**) мутазан равишда **Марказий банк томонидан эълон қилинадиган иқтисодий кўрсаткичлар ва таҳлилий шарҳлардан** тўғридан-тўғри ташкилотнинг расмий веб-сайтидан ёки билвосита бошқа ахборот воситалар орқали фойдаланишини кўрсатган.

5-расм. Тадбиркорлик субъектлари томонидан Марказий банк эълон қиладиган иқтисодий кўрсаткичлар ва таҳлилий шарҳларни кузатиб бориш даражаси, фоизда



Манба: Марказий банк сўровномаси натижалари

Корхона эгаси ёки раҳбари бўлган респондентларнинг деярли **60** фоизи Марказий банк томонидан эълон қилинадиган иқтисодий кўрсаткичлар ва таҳлилий шарҳларини доимий равишда кузатиб боришини таъкидлаган бўлса, бош бухгалтер ёки ходим сифатида ишлайдиган респондентларнинг фақатгина **48** фоизи Марказий банк маълумотларини доимий равишда кузатиб боришини кўрсатган.

Шунингдек, **42,1** фоиз тадбиркор учун маълумотларни **шарҳлар кўринишида**, **36,3** фоизи учун **қисқача матн кўринишида**, **24** фоизи учун **инфографикалар кўринишида** ҳамда **22,9** фоизи учун **аудио-видео форматда** олиш қулай ҳисобланади.

Тадбиркорларнинг **12,7** фоизи ўз фойдасини **АҚШ доллариди**, **0,9** фоизи **бошқа чет эл валютасида** ҳамда **86,4** фоизи **миллий валютада** ҳисоб-китоб қилади. Шунингдек, **27,7** фоиз тадбиркор нарх белгилашда **доллар курсининг ўзгаришига**, **33,1** фоизи **инфляция кўрсаткичига** ҳамда **24,3** фоизи **асосий рақобатчилар нархларига** асосий омил сифатида қарайди.

Шу билан бирга, ўз фойдасини АҚШ доллариди ҳисоб-китоб қиладиган тадбиркорлик субъектларининг улуши **саноат соҳасида 12,6** фоизни, **қишлоқ хўжалигида 13,2** фоизни, **улгуржи ва чакана савдода 10,7** фоизни, **қурилишда 17,3** фоизни, **йўловчи ва юк ташишда 20** фоизни, **умумий овқатланишда 7,9** фоизни, **меҳмонхона хизматлари кўрсатишда 22,7** фоизни, **молия ва суғурта фаолиятида 9,6** фоизни, **таълим хизматлари кўрсатишда 18,5** фоизни, **интернет ва мобил алоқа хизматларида 9,1** фоизни ва **IT соҳасида 11,8** фоизни ташкил қилади.

IV. Иқтисодий маълумотларни таҳлил қилиш даражаси

Иқтисодий маълумотларни **доимий равишда** таҳлил қиладиган тадбиркорлик субъектлари улуши **44,8** фоизни, **фақат муҳим ўзгаришлар бўлганда** таҳлил қиладиган тадбиркорларнинг улуши **31,4** фоизни ташкил этган бўлса, иқтисодий маълумотларни таҳлил қилмасдан **тажриба асосида қарор қабул қиладиган** тадбиркорларнинг улуши **18,1** фоизни ҳамда бошқа ташкилотларнинг **тайёр таҳлилий маълумотларидан фойдаланадиган** тадбиркорларнинг улуши **5,7** фоизни ташкил этади.

Шу билан бирга, сўровномада иштирок этган корхоналарнинг **63,1** фоизида ўз маҳсулотлари бўйича маркетинг ишларини амалга оширилади. Маркетинг фаолияти мавжуд бўлган **538** та корхонанинг **44,2** фоизида **алоҳида маркетинг бўйича мутахассислари** мавжуд, **33,5** фоизида маркетинг фаолияти тадбиркорларнинг **ички кузатувлар ва мулоқотлар орқали амалга оширилади** ҳамда **22,3** фоизи ушбу хизматни **бошқа консалтинг фирмалардан аутсорсинг қилади**.

Алоҳида маркетинг тадқиқот бўлими мавжуд корхоналарнинг **81,9** фоизи ҚҚС тўловчилари ҳисобланади яъни ушбу корхоналарнинг товарларни (хизматларни) реализация қилишдан олинган даромади солиқ даврида бир миллиард сўмдан ошган.

V. Хулосалар

Сўровнома натижалари асосида қуйидагиларни хулоса қилиш мумкин:

1. Тадбиркорларнинг қарорлари асосан шахсий кузатувларига ва тасодиғий маълумотларга асосланган. Тадбиркорлик субъектларининг кўпчилиги (тахминан 80 фоиз) бизнес қарорларини расмий макроиқтисодий маълумотларга эмас, балки **мавсумийлик, рақобат ва хомашё нархларига** қараб қабул қилмоқда. Бу ҳолат юқорида Cyert ва March (1963) томонидан илғари сурилган **"чекланган рационаллик"** назариясига, яъни маълумотлар мавжуд бўлишига қарамасдан агентларнинг тўлиқ рационал қарор қабул қилмаслигига тўлиқ мос келади.

2. Корхоналарда маълумотларга асосланган қарор қабул қилиш институционаллашмаган. 18 фоиз корхоналар умуман таҳлилсиз қарор қабул қилиши, бозордаги ноаниқликларни ва маълумот асимметриясини чуқурлаштиради. Бу эса самарасиз инвестиция қарорларига, ресурсларни нотўғри тақсимланишига ҳамда макроиқтисодий сиёсатга нисбатан паст сезувчанликка олиб келиши мумкин.

3. Корхоналарнинг қарор қабул қилиш амалиётида жорий иқтисодий фаолликни акс эттирувчи макроиқтисодий кўрсаткичлар (ЯИМ ўсиши ва ишсизлик даражаси) етарлича ҳисобга олинмайди. Корхоналарнинг ушбу кўрсаткичларга етарлича эътибор қаратмаслиги, уларнинг макроиқтисодий муҳитга мос равишда стратегик қарор қабул қилиш салоҳиятини сустлигига ва ҳукумат томонидан амалга оширилаётган иқтисодий сиёсатнинг хусусий секторга таъсирчанлиги пастлигига ишора қилади.

4. Макроиқтисодий маълумотлардан фойдаланиш таълим даражасига эмас, институционал барқарорлик ва фаолият узлуксизлигига боғлиқ. Натижаларга кўра, фаолиятни узлуксиз амалга ошираётган ва асосий фаолият турини ўзгартирмайдиган корхоналар расмий маълумотларни доимий кузатиб боришга мойилроқ ҳисобланади.

5. Маркетинг олиб бориш амалиёти ҳали ҳам барча корхоналарда яхши йўлга қўйилмаган. Корхоналарнинг салмоқли қисмида маркетинг фаолияти асосан ички кузатувлар ва шахсий мулоҳазалар асосида амалга оширилади. Бу эса корхонанинг бозор тенденцияларини кеч англашига ва рақобат муҳитига мослашишининг қийин кечишига, ва яқунда, маҳсулот ёки хизматлар самарадорлигини пасайишига олиб келиши мумкин.

6. Тадбиркорларнинг расмий маълумотлардан тўғридан-тўғри фойдаланиш кўникмаси паст сақланиб қолмоқда. Яъни, натижалар тадбиркорларнинг расмий макроиқтисодий маълумотлардан тўғридан-тўғри эмас, балки кўпроқ иккинчи даражали ёки билвосита манбалар, хусусан турли оммавий ахборот воситалари, ижтимоий тармоқлар, блогерлар таҳлилари ва айниқса телеграм каби платформалардаги хусусий каналлар орқали фойдаланишга мойиллини юқори эканлигига ишора қилмоқда. Бу ҳолат, бир томондан, расмий манбалардаги маълумотларнинг тадбиркорлар учун етарли даражада қулай, содда ва амалий шаклда тақдим этилмаётганини, иккинчи томондан эса, қарор қабул қилиш жараёнида ахборот сифатидан кўра унинг формати ва етиб бориш канали муҳим эканини англатади.