



Institute for Macroeconomic
and Regional Studies

Makroiqtisodiy va hududiy tadqiqotlar instituti

2023
2024
2025

IYUN
IYUL
AVGUST

Faoliyatning
asosiy
ko'rsatkichlari

Mundarija

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



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'nalishlarida 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 xonadonida kitob bor, biroq mobil telefoni bor o'quvchilar ulushi bo'yicha hududlar o'rtasidagi 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.

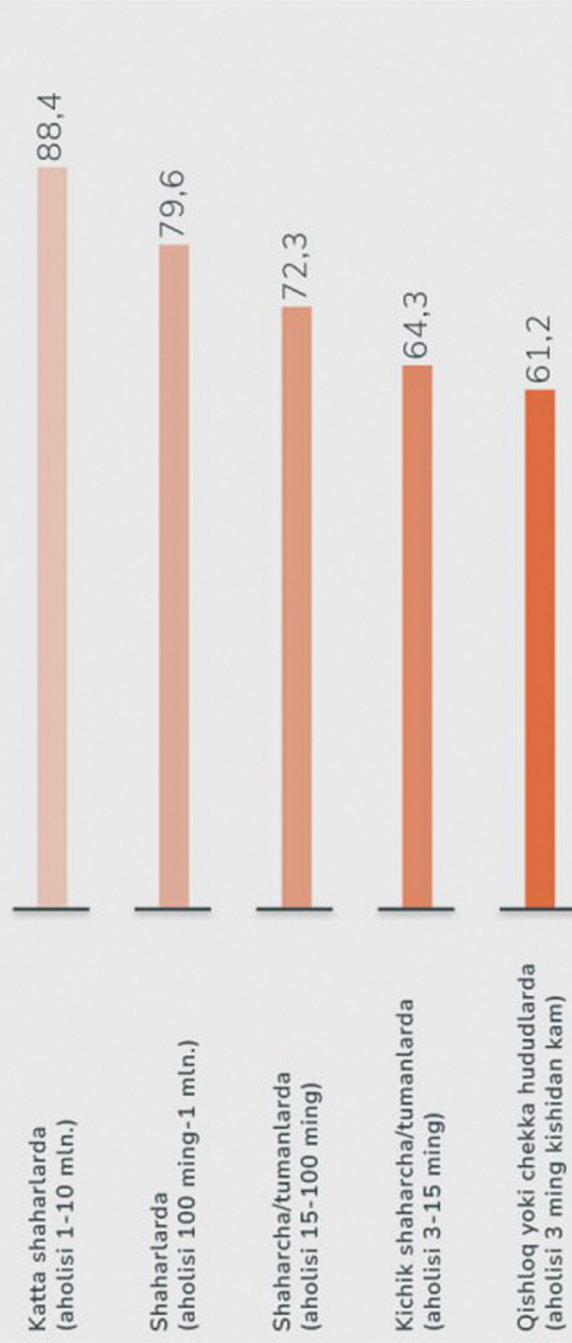
Natijalar uyda kitoblarning borligi 15 yoshli o'quvchilarning akademik yutuqlarini statistik jihatdan sezilarli darajada oshirishini ko'rsatdi:

- 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 yuqoriroq ball olishga ijobiy ta'sir ko'rsatadi, lekin kitobning ta'siriga qaraganda ancha 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. ■

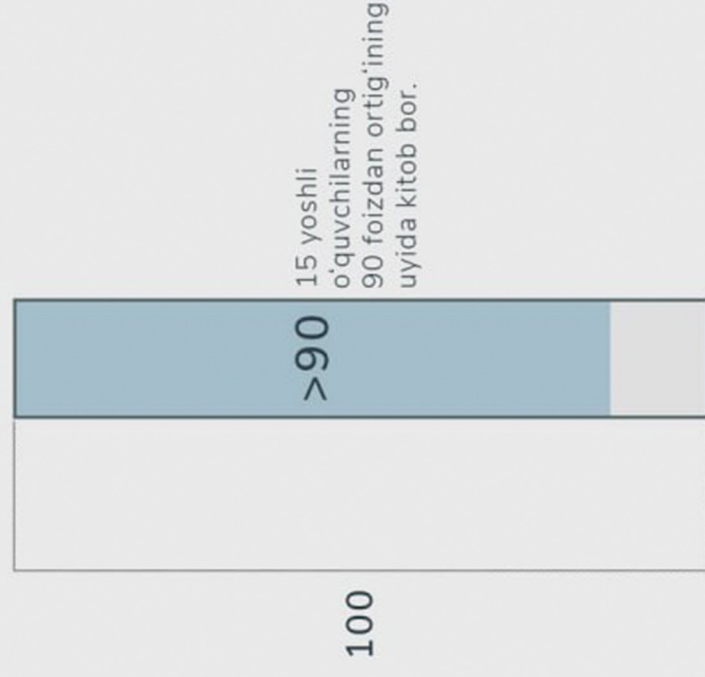


PISA 2022 MA'LUMOTLARIGA KO'RA O'QUVCHILARDA RAQAMLI VA AN'ANAVIY O'QUV RESURSLARINING MAVJUDLIGI (FOIZ HISOBIDA)

Uyali telefoni bor o'quvchilar¹
(N = 6815)



Uyida kitob bo'lgan o'quvchilar²
(N = 7190)

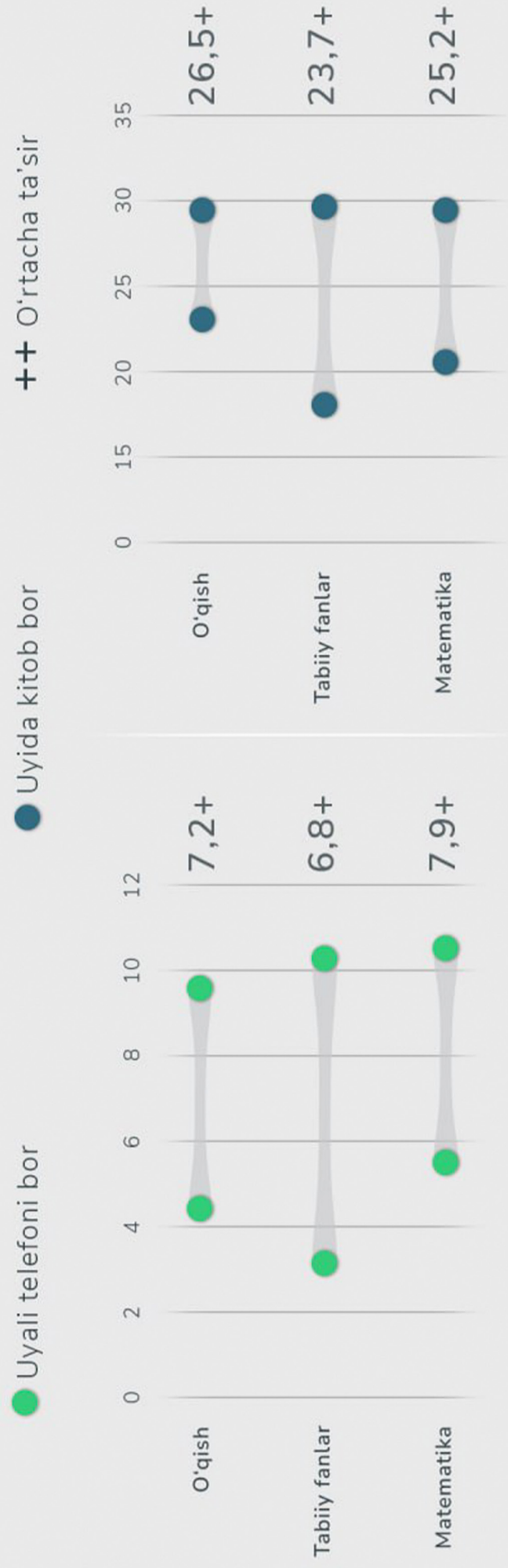


¹Savol: Quyidagilardan qaysi biri sizning yashash joyingizda mavjud? - Internetga ulangan o'z mobil telefoningiz.

²Savol: Uyingizda nechta kitob mavjud?

Manba: PISA 2022 so'rovnomasi natijalari.

RAQAMLI VA AN'ANAVIY O'QUV RESURSLARINING O'QUVCHILAR O'RTASIDAGI AKADEMIK NATIJALARGA TA'SIRI



Manba: PISA 2022 so'rovnomasi natijalari.



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

o'qish vaqti
18 soniya

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 nomdagi 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)



64,3%

Pomidor



31,9%

Banan



31,1%

Bodring



28,6%

Olma



19,3%

Kartoshka



18,2%

Lavlagi



12,8%

Tovuq go'shti (file)



11,1%

Makaron



9,1%

Sariq piyoz



7,7%

Sabzi



2,4%

Kungaboqar yog'i



1,4%

Grechka

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



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

Mintaqaning mashhurligini oshirishga yordam bergan 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'rsatilib, dron vositasida shaharning yuqoridan 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 yasilib, mamlakat bo'ylab o'rnatilgan va «Eshiklar sayohati» deb nomlangan yangi sayyohlik yo'nalishi yaratilgan.

O'zbekistonning qator hududlari ham dunyoda o'ziga xos imijga ega.

Namangan dunyoda "gullar shahri" sifatida o'zini namoyan 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'ozi 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 qirollari» qoldiqlari topilganidan bexabar. Ular hattoki mashhur tiranozavrlardan ham yirikroq bo'lgan.





Mazkur turning nomida «Ulughbega saurus uzbekistanensis» mavjudligi dinozavrlarning mintaqamizga aloqadorligini aks ettiradi va ulardan marketing kampaniyasi sifatida foydalanishga imkon yaratadi. Ya'ni, «Ulughbega saurus» 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 gologrammalar 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 sayyohlarni Surxondaryoning qishloqlariga chaqirish mumkin. Ya'ni, qishloqdagi mahalliy aholi vakili kishilar bilan onlayn suhbatga kirishadi va real vaqt rejimida hudud manzarasini ko'rsatib ularni jalb qiladi. Bu usulni Surxondaryo qishloqlarida etnografik turizmni rivojlantirish yo'lida, sayyohlarni 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 madrasasi 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 ziyoratga aylantirish mumkin.



Oliy ta'lim sohasi iqtisodiyot, inson kapitali va innovatsiyalarni rivojlantirishda muhim o'rin tutadi. **Xususlan:**

- umumiy ta'lim xizmatlarida oliy ta'limning ulushi 2017 yilda 47 foizni tashkil etgan bo'lsa, 2023 yilda bu ko'rsatkich 56,5 foizga, xizmat ko'rsatish sohasida ta'lim xizmatlarining qo'shilgan qiymati 14 foizga yetdi;
- 2017-2023 yillarda oliy ta'lim tizimidagi professor-o'qituvchilar soni 1,64 barobar oshdi;
- 2023-2024 o'quv yilida oliy ta'lim 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'lim muassasalarining ilmiy tadqiqot va tajriba konstruktorlik ishlanmalariga real xarajatlari 1,3 barobar o'sdi.

Oliy ta'lim bozorining rivojlanish tendensiyasi tahlili so'nggi besh yilda oliy ta'lim muassasalari (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'rsatdi.

Xususiy oliy ta'lim muassasalarining O'zbekistondagi jami oliy ta'lim 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'lim 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'lim xizmatlarini ko'rsatishda oliy ta'lim muassasalari o'rtasidagi raqobat darajasini hisoblash uchun Xerfindal-Xirshman indeksi (HHI yoki Herfindahl-Hirshman Index) qo'llaniladi. Indeks oliy ta'lim muassasalari talabalar bozor ulushi kvadratlari yig'indisi yordamida oliy ta'lim muassasalari o'rtasida bozor ulushining taqsimlanishini tavsiflaydi.

2017-2023 yillarda oliy ta'lim muassasalarida ta'lim bozorining konsentratsiya indeksi 191 dan 136 gacha kamaydi. Bu esa oliy ta'lim muassasalari o'rtasidagi raqobatning jadallashganini ko'rsatadi.

Hududlar bo'yicha oliy ta'lim bozori taqsimlanish indeksini hisoblash oliy ta'lim xizmatlari bozori hududlar kesimida mo'tadil konsentratsiyalashganini ko'rsatdi. Bu ko'rsatkich hududlarning respublika bo'yicha talabalar sonidagi ulushi asosida hisoblanadi. Oliy ta'limning 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'lim muassasalarini joylashtirish maqsadga muvofiq.

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

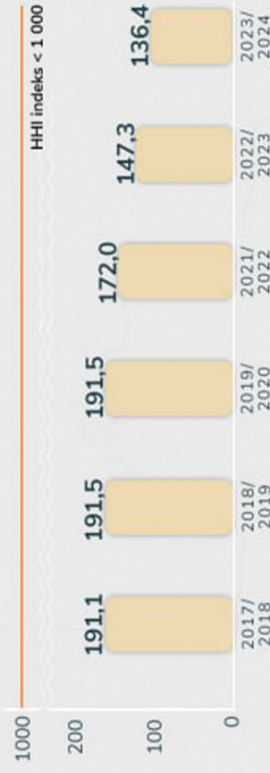
Yoshlarni oliy ta'lim bilan qamrab olish darajasini kamida 50 foizga yetkazish;

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

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

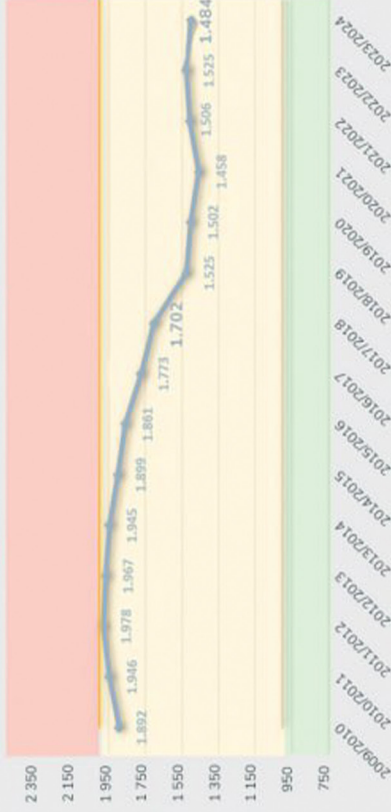
OLIY TA'LIMDA KONSENTRATSIYA DARAJASI VA RIVOJLANISH SUR'ATI (2017-2023 YILLAR)

Oliy ta'lim muassasalari konsentratsiya indeksi



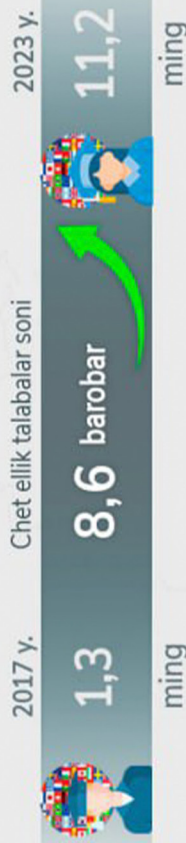
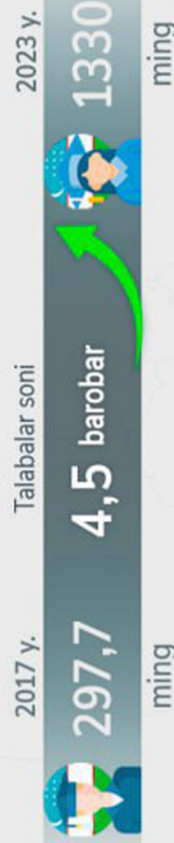
Oliy ta'lim muassasalari **past konsentratsiyali** hisoblanadi, ya'ni har bir OTM uchun talabalar soni nisbatan teng taqsimlangan (**HHI indeksi < 1000**).

Talabalarning hududlararo taqsimlanish indeksi



Oliy ta'lim muassasalari talabalari **hududlar bo'ylab notekis taqsimlangan**, lekin holat **yaxshilanib bormoqda**.

2017-2023 yillarda OTMdagi talabalar va o'qituvchilar soni



INSTITUT JAMOASI



