International Scientific and Practical Conference Samarkand Institute of Economics and Service
Vol. 1 Issue 1 | pp. 166-173 **| ISSN:** XXXX-XXXX
Available online @ https://globalconf.net/index.php/samisi

Article

Prospects For The Development Of Small And Medium-Sized Businesses In The Tourism Sector Through Financial And Credit Support

Maxmudova Dilafruz Raxmonovna*[1]

1. Personal Manager for Corporate Client Relations, Samarkand Branch Office, "Trustbank" JSC.
* Correspondence: maxmudova0104@gmail.com

Abstract: The article examines the theoretical and methodological foundations for developing small and medium-sized enterprises in the tourism sector through financial and credit support. Drawing on the theories of information asymmetry, credit rationing and the pecking order of financing, the study substantiates the specific barriers tourism firms face in accessing finance: seasonality, a weak collateral base, the intangible nature of services and uneven cash flows. Financial support instruments are classified according to the life-cycle stages of tourism enterprises, and the role of credit guarantees in reducing bank risk is demonstrated through a simple numerical example, and the experience of Germany, South Korea, Turkey and Italy is summarised. The paper concludes with proposals on seasonal lending, partial credit guarantees, alternative credit scoring and the improvement of financial literacy.

Keywords: tourism, small and medium-sized enterprises, financial support, credit support, credit guarantee, information asymmetry, seasonality, microfinance, state support.

Citation: Mukhammedali Beriktassuly, et all Evaluating Maize Weed Detection on Unseen Drone Frames. International Scientific and Practical Conference Samarkand Institute of Economics and Service 2026, 1(1), 166-173.

Received: 12th Aug 2026
Revised: 26th Sept 2026
Accepted: 8th Oct 2026
Published: 22th Nov 2026

Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

KIRISH

Turizm bugungi kunda jahon xo‘jaligining eng tez tiklanadigan va multiplikativ ta’sirga ega tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Uning o‘ziga xos jihati shundaki, sohadagi xizmatlarning katta qismi yirik kompaniyalar tomonidan emas, balki kichik mehmonxonalar, oilaviy mehmon uylari, turoperatorlar, gid-ekskursovodlar, hunarmandlar va milliy taomlar oshxonalari kabi kichik va o‘rta tadbirkorlik (KO‘T) sub’yektlari tomonidan ko‘rsatiladi. Shu sababli turizm salohiyatini ro‘yobga chiqarish ko‘p jihatdan aynan ana shu sub’yektlarning moliyaviy barqarorligiga bog‘liq.

O‘zbekistonda so‘nggi yillarda turizmni iqtisodiyotning strategik tarmog‘iga aylantirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biriga aylandi. «Turizm to‘g‘risida»gi Qonun [1] sohadagi munosabatlarning huquqiy asosini belgilab bergan bo‘lsa, «Yangi O‘zbekistonning 2022–2026 yillarga mo‘ljallangan taraqqiyot strategiyasi» [3] va «O‘zbekiston – 2030» strategiyasi [4] ichki va kirish turizmini rivojlantirish, tadbirkorlik uchun qulay muhit yaratish hamda moliyaviy resurslardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirishni muhim vazifa sifatida belgiladi. Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risidagi qonunchilik [2] esa davlatning KO‘T sub’yektlarini moliyaviy qo‘llab-quvvatlashdagi ishtirokiga huquqiy zamin yaratadi.

Shunga qaramay, amaliyotda turizm sohasidagi kichik sub’yektlar uchun moliyaviy resurslardan foydalanish muammosi saqlanib qolmoqda. Banklar turistik xizmatlarni yuqori riskli faoliyat sifatida baholaydi: tushumlar mavsumga qarab keskin o‘zgaradi, tashqi shoklarga sezgirlik yuqori, garov sifatida taqdim etiladigan mol-mulk esa ko‘pincha

cheklangan. Natijada tadbirkor yo oʻz mablagʻiga tayanib, rivojlanish surʼatini sekinlashtiradi, yo qimmatroq norasmiy manbalarga murojaat qiladi. Bu holat muammoga faqat amaliy emas, balki nazariy jihatdan ham yondashishni – moliyaviy va kredit yordamining iqtisodiy tabiatini, uning turizmdagi oʻziga xos shakllarini ilmiy asoslashni taqozo etadi.

Tadqiqotning maqsadi turizm sohasidagi KOʻT subʼyektlarini moliyaviy va kredit yordami orqali rivojlantirishning nazariy asoslarini tizimlashtirish hamda uni takomillashtirish istiqbollarini belgilashdan iborat. Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar qoʻyildi: moliyalashtirish boʻyicha asosiy nazariy yondashuvlarni tahlil qilish; turizm KOʻT subʼyektlarining moliyaviy resurslarga ega boʻlishidagi toʻsiqlarni nazariy jihatdan izohlash; hayotiy sikl bosqichlariga mos moliyaviy vositalar tasnifini ishlab chiqish; moliyaviy qoʻllab-quvvatlash tizimini takomillashtirish boʻyicha takliflar berish.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Iqtisodiy nazariyada kredit azaldan tadbirkorlik tashabbusini roʻyobga chiqarishning muhim sharti sifatida qaraladi: tadbirkor yangi gʻoyani amalga oshirish uchun zarur resurslarni koʻp hollarda oʻz jamgʻarmasidan emas, balki qarz mablagʻi hisobidan jalb qiladi. Bu yondashuv turizmga ham bevosita taalluqli, chunki yangi turistik mahsulot – ekotur, gastronomik yoʻnalish yoki agrouy – dastlabki investitsiyani talab qiladi, uning qaytimi esa bir necha mavsumdan keyingina taʼminlanadi. Shu bois tadbirkorlikni moliyalashtirish nazariyasi, avvalo, qarz beruvchi va qarz oluvchi oʻrtasidagi munosabatlarni oʻrganishga qaratilgan.

Kredit bozoridagi nomutanosibliklarni tushuntirishda axborot iqtisodiyoti muhim oʻrin tutadi. J. Stiglitz va A. Weiss qarz oluvchining loyihasi haqidagi axborot bankka nisbatan tadbirkorda koʻproq boʻlishi sharoitida banklar foiz stavkasini oshirish orqali emas, balki kredit miqdorini cheklash orqali riskni boshqarishini, yaʼni «kredit ratsionlashtirish» hodisasini asoslagan [5]. Ularning xulosasiga koʻra, stavka oshgan sari xavfsiz qarz oluvchilar bozordan chiqib ketadi, xavfli loyihalar ulushi esa ortadi, yaʼni salbiy tanlov yuzaga keladi. Shu bois muvozanat holatida ham kreditga boʻlgan talab toʻliq qondirilmaydi. Bu nazariya kichik turistik korxonalarning yuqori stavkaga rozi boʻlsa-da, kredit ololmaslik holatlarini izohlaydi.

S. Myers va N. Majluf moliyalashtirish manbalarini tanlashning iyerarxiya nazariyasini ishlab chiqib, korxonalar avvalo ichki mablagʻlardan, soʻngra qarz mablagʻidan va faqat oxirgi navbatda xususiy kapitaldan foydalanishini koʻrsatgan [6]. A. Berger va G. Udell esa kichik biznes moliyalashtirishini «moliyaviy oʻsish sikli» nuqtai nazaridan tahlil qilib, korxona yoshi, hajmi va axborot shaffofligiga qarab moliyalashtirish manbalari tarkibi oʻzgarishini asoslagan [7]. T. Beck va A. Demirgüç-Kunt moliyaviy resurslardan foydalanish imkoniyatining cheklanganligi aynan kichik korxonalar oʻsishini yirik korxonalarga nisbatan koʻproq toʻxtatishini empirik jihatdan isbotlagan va kredit kafolatlari kabi davlat vositalarining rolini taʼkidlagan [8]. P. Honohan qisman kredit kafolatlarining tamoyillarini umumlashtirib, kafolat risk taqsimotini oʻzgartirish orqali banklarni yangi mijozlar segmentiga kirishga undashini, biroq notoʻgʻri loyihalanganda maʼnaviy xavf va byudjet yukini keltirib chiqarishini koʻrsatgan [9].

Turizmga xos jihatlar S. Wanhill tadqiqotlarida alohida oʻrganilgan. Muallif kichik va oʻrta turistik korxonalarning mintaqa iqtisodiyotidagi oʻrnini ochib berib, ularni davlat tomonidan moliyaviy ragʻbatlantirishning iqtisodiy asoslarini – tashqi samaralar va bandlikka taʼsirni – yoritgan [10]. R. Thomas, G. Shaw va S. Page kichik turistik firmalar boʻyicha tadqiqotlar yoʻnalishlarini umumlashtirib, ularning koʻpchiligi «turmush tarzi tadbirkorligi» asosida tashkil etilishini, yaʼni foyda maksimizatsiyasidan koʻra hayot sifati maqsadlarini ustun qoʻyishini qayd etgan [11]. Bu xulosa moliyaviy yordam dasturlarini loyihalashda muhim: barcha subʼyektlar ham tez oʻsishga intilmaydi, demak, vositalar ularning motivatsiyasi va salohiyatiga mos boʻlishi lozim.

Masalaning milliy jihatlari oʻzbekistonlik olimlar ishlarida ham yoritilgan. A.M. Karimova turizm xizmatlari sohasidagi korxonalarning innovatsion faoliyatini moliya-kredit bilan taʼminlash masalalarini oʻrganib, korxonalarning aksariyati moliyaviy resurslar yetishmasligini his qilishini va bank krediti ularning innovatsion rivojlanishida muhim manba ekanini asoslagan [13]. O.Sh. Maqsudov respublikada turizm xizmatlari subʼyektlari bozorining holati va ularni kreditlash tartibini baholab, kreditlash amaliyotini turizm xususiyatlariga moslashtirish zarurligini koʻrsatgan [14]. Biroq bu ishlarda asosiy eʼtibor amaliy tahlilga qaratilgan boʻlib, moliyaviy yordamning nazariy asoslari, xususan, riskni qayta taqsimlash mexanizmi va hayotiy sikl yondashuvi yetarlicha umumlashtirilmagan.

Xalqaro tashkilotlar hisobotlari ham nazariy xulosalarni toʻldiradi. IHTTning KOʻT subʼyektlarini moliyalashtirish boʻyicha muntazam kuzatuv maʼlumotlari koʻplab mamlakatlarda kredit kafolatlari, imtiyozli kreditlash va nobank moliyalashtirish vositalari uygʻunlashgan holda qoʻllanilayotganini koʻrsatadi [12]. Shu bilan birga, adabiyotlar tahlili turizm KOʻT subʼyektlarining mavsumiylik va nomoddiy aktivlar bilan bogʻliq xususiyatlari moliyaviy qoʻllab-quvvatlash vositalarida yetarlicha hisobga olinmayotganini koʻrsatadi. Mazkur tadqiqot aynan shu boʻshliqni toʻldirishga qaratilgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotning metodologik asosini tizimli yondashuv tashkil etadi: turizm KOʻT subʼyektlari, tijorat banklari, nobank kredit tashkilotlari va davlat institutlari yagona moliyaviy munosabatlar tizimining oʻzaro bogʻliq elementlari sifatida koʻrib chiqildi. Tadqiqot jarayonida abstrakt-mantiqiy tahlil, ilmiy abstraksiya, induksiya va deduksiya, qiyosiy tahlil hamda tasniflash usullaridan foydalanildi. Nazariy manbalar sifatida tadbirkorlik va kredit nazariyasi boʻyicha klassik ishlar, turizm iqtisodiyoti sohasidagi xalqaro tadqiqotlar, IHTT hisobotlari, shuningdek, Oʻzbekiston Respublikasining sohaga oid normativ-huquqiy hujjatlari tanlandi. Kredit riskini baholashda bank amaliyotida keng qoʻllaniladigan kutilayotgan zarar modeli oddiy shaklda tasviriy maqsadda ishlatildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqotda avvalo «moliyaviy yordam» va «kredit yordami» tushunchalarining oʻzaro nisbati aniqlashtirildi. Moliyaviy yordam kengroq tushuncha boʻlib, tadbirkorlik subʼyektining moliyaviy resurslarga ega boʻlish sharoitini yaxshilashga qaratilgan barcha davlat va bozor vositalarini oʻz ichiga oladi. Kredit yordami esa uning tarkibiy qismi hisoblanib, qaytarish, muddatlilik va toʻlovlilik tamoyillari asosida beriladigan mablagʻlarni hamda ularni olishni yengillashtiruvchi vositalarni anglatadi. Taʼsir etish usuliga koʻra moliyaviy yordamni ikki guruhga ajratish mumkin:

– bevosita yordam: grantlar, subsidiyalar, imtiyozli kreditlar, kredit boʻyicha foiz xarajatlarining bir qismini kompensatsiya qilish. Bu vositalar tadbirkorning moliyaviy resursini bevosita oshiradi, lekin byudjetga yuklama ham shunga mos ravishda yuqori boʻladi;
– bilvosita yordam: kredit kafolatlari, tijorat banklarini qayta moliyalashtirish, soliq imtiyozlari, kredit byurolari va maslahat infratuzilmasini rivojlantirish. Bu vositalar mablagʻ ajratishdan koʻra bozor mexanizmining ishlashiga sharoit yaratadi va bir birlik byudjet mablagʻi evaziga koʻproq xususiy kreditni jalb qilish imkonini beradi.

Nazariy jihatdan bilvosita vositalarning afzalligi shundaki, ular kredit qarorini qabul qilish masʼuliyatini bankda saqlab qoladi, bank esa loyihani davlat organiga nisbatan yaxshiroq baholay oladi. Bevosita vositalar esa bozor umuman ishlamaydigan segmentlarda – yangi tashkil etilgan, kredit tarixiga ega boʻlmagan va ijtimoiy ahamiyatga ega subʼyektlarda – oʻzini oqlaydi.

Nazariy tahlil turizm KOʻT subʼyektlarining moliyaviy resurslardan foydalanishidagi toʻsiqlar umumiy tadbirkorlik muammolari bilan bir qatorda tarmoq xususiyatlari bilan ham belgilanishini koʻrsatdi. Turistik xizmat nomoddiy, saqlab boʻlmaydigan va isteʼmol

joyiga bog‘langan. Mehmonxonaning bugun bo‘sh qolgan xonasini ertaga sotib bo‘lmaydi, tur dasturini esa «omborda» jamlab qo‘yish mumkin emas. Bu xususiyatlar pul oqimlarining notekisligini va aktivlar tarkibida nomoddiy elementlar – obro‘, mijozlar bazasi, xodimlar malakasi ulushining yuqoriligini keltirib chiqaradi. Aniqlangan to‘siqlar va ularning nazariy izohi 1-jadvalda umumlashtirildi.

1-jadval. Turizm KO‘T sub’yektlarining moliyaviy resurslardan foydalanishidagi to‘siqlar

To‘siq	Nazariy asos	Turizmda namoyon bo‘lishi
Axborot asimmetriyasi	J. Stiglitz va A. Weiss [5]	Kichik mehmon uylari va gid xizmatlarida to‘liq moliyaviy hisobot yuritilmasligi, bank uchun riskni baholashning murakkabligi
Garov bazasining zaifligi	A. Berger va G. Udell [7]	Aktivlarning katta qismi nomoddiy; ijaradagi binoda faoliyat yuritish hollari ko‘p
Mavsumiylik	R. Thomas, G. Shaw, S. Page [11]	Tushumning yilning muayyan oylarida jamlanishi, mavsumdan tashqari davrda qarzni to‘lashning qiyinlashuvi
Tashqi shoklarga sezgirlik	S. Wanhill [10]	Epidemiyalar, transport qatnovi va geosiyosiy vaziyatga talabning tez munosabat bildirishi
Ichki mablag‘ga ortiqcha tayanish	S. Myers va N. Majluf [6]	Biznes-reja va moliyaviy savodxonlikning yetishmasligi, o‘sish sur’atining sekinlashuvi

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Jadvaldan ko‘rinadiki, to‘siqlar bir-birini kuchaytiradi. Masalan, axborot asimmetriyasi sharoitida bank garovni asosiy himoya vositasi sifatida talab qiladi, turistik sub’yektda esa aynan garov yetishmaydi. Mavsumiylik esa hatto rentabelli loyihani ham standart – har oyda teng to‘lanadigan – kredit jadvali bo‘yicha «muammoli» qarz oluvchiga aylantiradi. Demak, moliyaviy yordamning vazifasi faqat pul mablag‘i berish emas, balki bank va tadbirkor o‘rtasidagi riskni qayta taqsimlash va axborot bo‘shlig‘ini qisqartirishdan iborat. Bu yerda kredit kafolatining mexanizmini oddiy misolda ko‘rib chiqish maqsadga muvofiq. Bank amaliyotida kredit bo‘yicha kutilayotgan zarar (EL) quyidagicha baholanadi:

EL = PD × LGD × EAD × (1 – g),

bu yerda PD – qarz oluvchining to‘lov qobiliyatini yo‘qotish ehtimoli; LGD – to‘lanmagan qarzdan bank qaytara olmaydigan ulush; EAD – risk ostidagi kredit summasi; g – kafolat bilan qoplanadigan ulush. Sodda qilib aytganda, formula bank bir kreditdan o‘rtacha qancha yo‘qotishini ko‘rsatadi, kafolat esa bu yo‘qotishning bir qismini o‘z zimmasiga oladi.

Misol. Oilaviy mehmon uyi 200 mln so‘m kredit so‘radi (EAD). Bank bahosiga ko‘ra to‘lov qobiliyatini yo‘qotish ehtimoli 8 % (PD = 0,08), garov yetishmasligi sababli yo‘qotish ulushi 60 % (LGD = 0,6). Kafolat bo‘lmasa: EL = 0,08 × 0,6 × 200 = 9,6 mln so‘m. Agar davlat jamg‘armasi kreditning 50 % ini kafolatlasa (g = 0,5): EL = 9,6 × (1 – 0,5) = 4,8 mln so‘m. Bank uchun kutilayotgan zarar ikki baravar kamayadi, bu esa garov talabini yumshatish yoki riskka ustamani pasaytirish imkonini beradi. Misoldagi ko‘rsatkichlar shartli bo‘lib, mexanizm mantig‘ini tushuntirish uchun keltirildi.

Tadqiqotning ikkinchi natijasi moliyaviy vositalarni turizm sub’yektining hayotiy sikli bosqichlari bilan bog‘lashdan iborat. Berger va Udellning moliyaviy o‘sish sikli konsepsiyasi [7] asosida har bir bosqichdagi asosiy moliyaviy ehtiyoj, unga mos vosita va davlatning roli aniqlandi (2-jadval).

2-jadval. Hayotiy sikl bosqichlari bo‘yicha turizm KO‘T sub’yektlarini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash vositalari

Bosqich	Asosiy moliyaviy ehtiyoj	Mos vositalar	Davlatning roli
Tashkil etish	Boshlang‘ich kapital, jihozlash	Grant, mikrokredit, mikrolizing	Grantlar, foiz xarajatlari kompensatsiyasi
O‘sish	Aylanma mablag‘, xizmatlar hajmini kengaytirish	Bank krediti, lizing, mavsumiy kredit liniyasi	Qisman kredit kafolati
Yetuklik	Modernizatsiya, sifat standartlari, raqamlashtirish	Investitsion kredit, xususiy kapital, «yashil» kredit	Sertifikatlash va ekologik loyihalar xarajatlarini qisman qoplash
Inqiroz va tiklanish	Likvidlikni saqlash, xodimlarni saqlab qolish	Kredit ta’tili, qarzni qayta tuzish	Favqulodda kafolat va kompensatsiya dasturlari

Manba: [7; 8; 12] asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Tasnifdan kelib chiqadigan muhim xulosa shuki, bir xil vosita barcha bosqichlar uchun birdek samarali bo‘lmaydi. Yangi tashkil etilgan mehmon uyi uchun yirik investitsion kredit ortiqcha yuk bo‘lsa, yetuklik bosqichidagi turoperator uchun mikrokredit rivojlanish ehtiyojini qoplamaydi. Shu sababli moliyaviy yordam dasturlari sub’yektning rivojlanish bosqichini hisobga olgan holda tabaqalashtirilishi lozim.

Uchinchi natija xorijiy tajribani nazariy nuqtai nazardan umumlashtirish bilan bog‘liq. IHTT ma’lumotlariga ko‘ra, KO‘T sub’yektlarini moliyaviy qo‘llab-quvvatlashda rivojlangan mamlakatlar asosan bilvosita vositalarga, xususan, kredit kafolatlari va tijorat banklari orqali beriladigan imtiyozli kreditlarga tayanadi [12]. Ayrim mamlakatlarning tajribasi 3-jadvalda keltirildi.

3-jadval. KO‘T sub’yektlarini moliyaviy va kredit yordami bilan ta’minlashning xorijiy modellari

Mamlakat	Asosiy institut	Mexanizm	O‘zbekiston uchun ahamiyati
Germaniya	KfW taraqqiyot banki, yerlardagi kafolat banklari	Imtiyozli kredit tadbirkor xizmat ko‘rsatuvchi «uy banki» orqali beriladi; garovi yetarli bo‘lmagan kreditlar kafolat banklari tomonidan kafolatlanadi	Davlat mablag‘ini tijorat banklari tarmog‘i orqali taqsimlash; kredit qarorini bankda saqlash
Janubiy Koreya	Koreya kredit kafolat jamg‘armasi (KODIT)	Davlat kafolat jamg‘armasi KO‘T kreditlarini kafolatlaydi va sub’yektlarning kredit qobiliyatini baholaydi	Kafolat jamg‘armasi qoshida ixtisoslashgan skoring tizimini shakllantirish
Turkiya	KOSGEB agentligi, Kredit kafolat jamg‘armasi (KGF)	Foiz xarajatlarini qoplash dasturlari va kafolat mexanizmlarining uyg‘unligi	Bevosita va bilvosita vositalarni yagona dastur doirasida birlashtirish
Italiya	KO‘T uchun kafolat jamg‘armasi (Fondo di Garanzia per le PMI)	Davlat jamg‘armasi bank kreditlarining bir qismini kafolatlaydi va mintaqaviy kafolat tashkilotlariga qayta kafolat beradi	Hududiy kafolat tuzilmalarini rivojlantirish

Manba: [8; 9; 12] asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Jadvaldan koʻrinadiki, xorijiy modellarning umumiy jihati – davlatning kredit qarorini oʻzi qabul qilishdan koʻra, riskning bir qismini oʻz zimmasiga olib, banklarni KOʻT segmentiga jalb qilishidir. Shu bilan birga, bu mamlakatlarda kafolat institutlari koʻpincha hududiy tuzilmalarga ega boʻlib, mahalliy bozorni yaxshi biladigan tashkilotlar orqali ishlaydi. Turizmda bu ayniqsa muhim, chunki Samarqand, Buxoro, Xiva yoki togʻli hududlardagi turistik talabning mavsumiy xususiyatlari bir-biridan farq qiladi.

Toʻrtinchi natija kredit toʻlov jadvalining shakli bilan bogʻliq. Standart annuitet jadvalida qarzdor har oy bir xil miqdorda toʻlaydi. Mavsumiy jadvalda esa toʻlovlar tushum yuqori boʻlgan oylarga koʻproq, mavsumdan tashqari oylarga kamroq taqsimlanadi, umumiy summa va muddat esa oʻzgarmaydi. Nazariy jihatdan bu bank riski oshishini anglatmaydi: aksincha, toʻlovlar korxonaning haqiqiy pul oqimiga moslashgani uchun muddati oʻtgan qarzlar ehtimoli pasayadi.

MUHOKAMA

Olingan natijalar Stiglitz va Weiss [5] hamda Beck va Demirgüç-Kunt [8] xulosalariga mos keladi: KOʻT subʼyektlari uchun asosiy muammo kredit narxi emas, balki uning mavjud emasligi yoki shartlarning faoliyat xususiyatiga mos kelmasligidir. Shu bois faqat foiz stavkasini subsidiyalashga qaratilgan siyosat cheklangan samara beradi. Agar bank riskni yuqori baholasa, arzonlashtirilgan kredit ham turizm subʼyektiga yetib bormaydi. Riskni qayta taqsimlovchi vositalar – kafolatlar va mavsumiy toʻlov jadvallari – bu borada koʻproq natija beradi.

Shu bilan birga, Honohan [9] taʼkidlaganidek, kafolat ulushi juda yuqori belgilansa, bankning qarz oluvchini sinchiklab tekshirishga boʻlgan qiziqishi susayadi va maʼnaviy xavf yuzaga keladi. Bizning fikrimizcha, turizm sohasi uchun kafolat ulushini 50–70 % oraligʻida, kredit tarixiga ega boʻlmagan yangi subʼyektlar uchun yuqoriroq, tajribali subʼyektlar uchun esa pastroq belgilash oqilona yondashuv boʻladi. Bu bankning ham riskda ishtirokini saqlab qoladi.

Thomas, Shaw va Page [11] qayd etgan «turmush tarzi tadbirkorligi» hodisasi Oʻzbekistonning Samarqand, Buxoro, Xiva kabi tarixiy shaharlari va togʻli hududlaridagi oilaviy mehmon uylari faoliyatida ham kuzatiladi. Bunday subʼyektlar koʻpincha tez kengayishdan koʻra oilaviy daromadni barqarorlashtirishga intiladi. Shu sababli ular uchun yirik kreditdan koʻra kichik hajmli mikromoliyalash, maslahat xizmatlari va moliyaviy savodxonlik dasturlari maqsadga muvofiqroqdir. Wanhill [10] taʼkidlagan tashqi samaralar – mahalliy bandlik, hunarmandchilik va qishloq xoʻjaligi mahsulotlariga talab – esa davlatning ushbu subʼyektlarni qoʻllab-quvvatlashini iqtisodiy jihatdan oqlaydi.

Tadqiqotning cheklangan jihati shundaki, u asosan nazariy xarakterga ega. Taklif etilgan tasnif va mexanizmlarning samaradorligini turizm subʼyektlari va banklar boʻyicha empirik maʼlumotlar asosida baholash kelgusi tadqiqotlarning vazifasi hisoblanadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Oʻtkazilgan tadqiqot natijasida quyidagi xulosalarga kelindi:

birinchidan, turizm sohasidagi KOʻT subʼyektlarining moliyaviy resurslardan foydalanishidagi qiyinchiliklar axborot asimmetriyasi va kredit ratsionlashtirish kabi umumiy omillar bilan bir qatorda mavsumiylik, nomoddiy aktivlar ulushining yuqoriligi va tashqi shoklarga sezgirlik kabi tarmoq xususiyatlari bilan belgilanadi;

ikkinchidan, moliyaviy va kredit yordamining iqtisodiy mohiyati faqat mablagʻ ajratishda emas, balki bank va tadbirkor oʻrtasidagi riskni qayta taqsimlash va axborot boʻshligʻini qisqartirishda namoyon boʻladi;

uchinchidan, moliyaviy qoʻllab-quvvatlash vositalari subʼyektning hayotiy sikli bosqichiga mos ravishda tabaqalashtirilganda yuqori samara beradi.

Ushbu xulosalar asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. Tijorat banklari va nobank kredit tashkilotlarida turizm subʼyektlari uchun mavsumiy toʻlov jadvalli kredit mahsulotlarini joriy etish, bunda toʻlovlarni mavsum oylariga

ko‘proq taqsimlash va mavsumdan tashqari davrda asosiy qarz bo‘yicha imtiyozli davr berish.

2. Turizm KO‘T sub’yektlari uchun tabaqalashtirilgan qisman kredit kafolati mexanizmini takomillashtirish: kredit tarixiga ega bo‘lmagan yangi sub’yektlarga yuqoriroq, tajribali sub’yektlarga pastroq kafolat ulushini belgilash.
3. Garov yetishmasligini qoplash maqsadida muqobil skoring tizimini rivojlantirish: onlayn bronlash platformalaridagi reytinglar, elektron to‘lovlar bo‘yicha tushumlar va soliq to‘lash intizomi kabi ma’lumotlarni kredit qobiliyatini baholashda hisobga olish.
4. Oilaviy mehmon uylari va hunarmandchilik sub’yektlari uchun mikromoliyalash va mikrolizing vositalarini kengaytirish, ularni maslahat xizmatlari bilan uyg‘unlashtirish.
5. Turizm sub’yektlari uchun moliyaviy savodxonlik va biznes-rejalashtirish bo‘yicha o‘quv dasturlarini oliy ta’lim muassasalari, jumladan, turizm va servis yo‘nalishidagi institutlar bilan hamkorlikda tashkil etish.
6. Tabiiy va iqtisodiy shoklar davrida ishga tushiriladigan, oldindan belgilangan mezonlarga asoslangan kredit ta’tillari va qarzni qayta tuzish tartibini ishlab chiqish.

Takliflarning amalga oshirilishi turizm sohasidagi kichik va o‘rta tadbirkorlik sub’yektlarining moliyaviy barqarorligini oshirishga, xizmatlar sifati va xilma-xilligini kengaytirishga hamda hududlarda yangi ish o‘rinlari yaratilishiga xizmat qiladi.

REFERENCES

1. O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonuni. 18.07.2019 y., O‘RQ-549-son // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz
2. O‘zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida»gi Qonuni. 02.05.2012 y., O‘RQ-328-son (keyingi o‘zgartish va qo‘shimchalar bilan). – URL: https://lex.uz
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «2022–2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida»gi Farmoni. 28.01.2022 y., PF-60-son. – URL: https://lex.uz
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «“O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida»gi Farmoni. 11.09.2023 y., PF-158-son. – URL: https://lex.uz
5. Stiglitz J.E., Weiss A. Credit Rationing in Markets with Imperfect Information // American Economic Review. – 1981. – Vol. 71, No. 3. – P. 393–410.
6. Myers S.C., Majluf N.S. Corporate Financing and Investment Decisions When Firms Have Information That Investors Do Not Have // Journal of Financial Economics. – 1984. – Vol. 13, No. 2. – P. 187–221.
7. Berger A.N., Udell G.F. The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle // Journal of Banking & Finance. – 1998. – Vol. 22, No. 6–8. – P. 613–673.
8. Beck T., Demirgüç-Kunt A. Small and Medium-Size Enterprises: Access to Finance as a Growth Constraint // Journal of Banking & Finance. – 2006. – Vol. 30, No. 11. – P. 2931–2943.
9. Honohan P. Partial Credit Guarantees: Principles and Practice // Journal of Financial Stability. – 2010. – Vol. 6, No. 1. – P. 1–9.
10. Wanhill S. Small and Medium Tourism Enterprises // Annals of Tourism Research. – 2000. – Vol. 27, No. 1. – P. 132–147.
11. Thomas R., Shaw G., Page S.J. Understanding Small Firms in Tourism: A Perspective on Research Trends and Challenges // Tourism Management. – 2011. – Vol. 32, No. 5. – P. 963–976.
12. OECD. Financing SMEs and Entrepreneurs 2024: An OECD Scoreboard. – Paris: OECD Publishing, 2024. – URL: https://www.oecd.org
13. Karimova A.M. Turizm xizmatlari sohasidagi korxonalarning innovatsion rivojlanayotgan faoliyatini moliya-kredit bilan ta’minlash // «Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar» ilmiy elektron jurnali. – 2023. – № 1 (11). – B. 409–417. – DOI: 10.55439/EIT/vol11_iss1/a44

14. Maqsudov O.Sh. Assessment of the Current State of the Market and Procedure for Lending to Subjects of Tourism Services of the Republic of Uzbekistan // Green Economy and Development. – 2023. – Vol. 1, No. 10. – P. 79–83. – DOI: 10.55439/GED/vol1_iss10/a15