ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ИЛМИЙ МАКТАБИ

«ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ЎРНИ ВА РОЛИНИ ОШИРИШ МУАММОЛАРИ»

мавзусидаги республика анъанавий илмий-амалий конференцияси

МАТЕРИАЛЛАРИ

(VI қисм)

Конференция тўплами «Ф-1-61. Ўзбекистон туристик-рекреацион салоҳиятини ривожлантиришда минтақавий геоахборот тизимини шакллантириш” номли фундаментал ҳамда “ПЗ-20170929632 – Туризм геоахборот тизимида янги туристик маршрутларни яратиш” номли амалий давлат грантлари иш режаси асосида тайёрланди.

(2019 йил 22-23 февраль кунлари)

САМАРҚАНД – 2019

Инновацион иқтисодиётни шакллантиришда хизмат кўрсатиш соҳасининг ўрни ва ролини ошириш муаммолари. / 2019 йил 22-23 февраль кунлари. Республика анъанавий илмий-амалий конференцияси материаллари (VI қисм). Самарқанд, СамИСИ, 2018. – 292 бет.

Тўпловчи ва нашрга тайёрловчи:
М.Қ.Пардаев – иқтисод фанлари доктори, профессор

Нашр учун масъуллар:
М.М.Мухаммедов – иқтисод фанлари доктори, профессор,
Ж.Р.Зайналов – иқтисод фанлари доктори, профессор,
И.С.Тухлиев – иқтисод фанлари доктори, профессор,
К.Б.Уразов – иқтисод фанлари доктори, профессор,
Т.С.Шарипов – иқтисод фанлари номзоди, доцент,
А.Н.Холиқулов – иқтисод фанлари номзоди, доцент в.б.

Саҳифаловчи: Ҳилола Очилова

Анъанавий илмий-амалий конференция материалларида хизмат кўрсатиш соҳасини стратегик ривожлантириш тенденцияси ва истиқболлари, соҳанинг алоҳида тармоқлари самарадорлигини ошириш муаммоларига оид масалалар ёритилган. Унда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг назарий ва методологик муаммолари, мазкур соҳада менежмент, маркетинг ва молиявий муносабатлар, бухгалтерия ҳисоби, иқтисодий таҳлил ва аудитни такомиллаштириш, туризм соҳасини ривожлантириш, рақобатбардош кадрларни тайёрлашни такомиллаштириш ва шулар орқали аҳоли ҳаёт даражаси ва сифатини ошириш масалаларини ҳал қилиш бўйича илмий-назарий ва амалий тавсияларга бой мақолалар ўрин олган.

Олий ва ўрта махсус ўқув юртлари профессор-ўқитувчилари, талабалари, магистрлар, таянч докторантура, докторантура, мустақил изланувчилар ва соҳа мутахассисларига мўлжалланган.

Мақолалар муаллифлар таҳририда босилмоқда. Уларда келтирилган рақамлар, фактлар, хулоса ва тавсияларга муаллифлар масъул. Уларнинг айрим фикрлари ташкилий гуруҳ қарашларига тўғри келмаслиги мумкин.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2019

I ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ИҚТИСОДИЁТ ВА АҲОЛИ ФАРОВОНЛИГИНИ ОШИРИШДАГИ ЎРНИ ВА АҲАМИЯТИ”

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
Обид Пардаев – ЎзР Молия вазирлиги масъул ходими, мустақил изланувчи

ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ЗАРУРЛИГИ ВА УНИ АМАЛГА ОШИРИШДАГИ МУАММОЛАР ЕЧИМЛАРИ

Мамлакатни ривожлантириш бўйича бешта устувор йўналишни ўз ичига олган 2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар стратегиясида белгиланган вазифалар ижросини таъминлаш мамлакат тараққиётини янги босқичига олиб чиқишга асос бўлиб хизмат қилмоқда. Мазкур стратегияда бир қанча устувор йўналишлар белгиланган. Янги босқичнинг моҳияти Ҳаракатлар стратегиясида белгиланган вазифалар ижросини жадаллик билан амалга оширишдан иборат бўлмоқда. Улардан бири инноқацион иқтисодиётни барпо қилишга қаратилган.

Бугунги кунда инновацион иқтисодиётни шакллантириш борасида таниқли иқтисодчи олимлари билан бирга тажрибали амалиётчилар ҳам инновацион иқтисодиётни шакллантириш ва уни ривожлантириш бўйича тадқиқотлар олиб бормоқда ва ушбу жараённи жадаллик билан амалга оширмоқда. Айниқса, илмий-инновацион ривожланишни макроиқтисодий моделлаштиришда халқаро тажриба ва амалиётидан фойдаланиш, иқтисодиётнинг барча соҳаларига ресурстежамкор ва инновацион омилларни кучайтириш орқали унда таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, мамлакатимиз иқтисодиёт тармоқлари рақобатбардош-лилигини ошириш, мамлакат рейтингини ҳам халқаро майдонда ошириш, шунингдек, аҳоли бандлигини таъминлаш, уларнинг яшаш даражаси ва сифатини реал даромадларини ошириш эвазига яхшилаш масалаларига ҳам алоҳида урғу берилмоқда

Жаҳон амалиёти тажрибасидан кўриниб турибдики, ҳар қандай мамлакатнинг, ундаги хўжалик юритувчи субъектларнинг иқтисодий тараққиёти асосан инновацион ғояларнинг амалиётга жорий қилинишига асосланади. Инновация фан ва техника ютуқлари сифатида иқтисодиётни модернизация қилишда ҳам, моддий-техника базасини такомиллаштиришда ҳам, ишлаб чиқариш (иш бажариш, хизмат кўрсатиш) соҳасини дверсификация қилишда ҳам, иқтисодий-ижтимоий ҳаётимизга янги ғояларни киритишда ҳам, иқтисодиётда фаолият кўрсатаётган ходимлар меҳнатини оддий жисмоний меҳнатдан ақлий меҳнатга

айлантиришда ҳам, мамлакат ва ҳудудларнинг рақобатбардошлигини таъминлашда ҳам, аҳолининг яшаш сифати ва даражасини оширишда ҳам асосий омил бўлиб хизмат қилади. Шу туфайли мазкур масалага мамлакатимизда ҳам катта эътибор қаратилмоқда.

Бу вилоятимиз учун ҳам жуда аҳамиятлидир. Буларни инобатга олиб, инновацион тараққиётга эришиш учун айрим ташкилий масалаларни ҳам амалга ошириш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Буларни қуйидагича изоҳлаш мумкин.

Ҳозирги пайтда мамлакатимиз, хусусан вилоятимиз янгиланиш, тараққиётнинг янги босқичини бошидан кечирмоқда. Шу туфайли олимларимиз ва мутахассисларимиз томонидан инновацион ғоялар кўплаб пайдо бўлмоқда. Аммо тан олиб айтиш керак, улар вилоят миқиёсида юзага чиқмасдан қолиб кетмоқда. Чунки вилоятимиз бўйича мазкур масалани мувофиқлаштирадиган бирорта ташкилот йўқлиги ҳам сабаб бўлмоқда. Буларни инобатга олиб, вилоятда “Инновацион ғояларни жамлаш ва жорий қилиш бўйича мувофиқлаштирувчи кенгаш” ташкил қилиниши мақсадга мувофиқ, деб ўйлаймиз. Агар бунга эришилса, вилоятимиз бўйича барча назарий ва амалий инновацион ривожланиш ғоялари, таклифлар жамланади ва уларни амалга ошириш йўллари жамоавий тарзда олимлар ва мутахассислар кўмагида ишлаб чиқилади.

Инновацион ғояларни мувофиқлаштирувчи кенгашнинг йўқлиги туфайли, уларни жамлаш механизми ҳам ишлаб чиқилмаган. Шу туфайли юқорида таклиф қилинган кенгаш таркибиига Олий ўқув юртларининг илмий ва инновацион ишлари бўйича проректорлари, етакчи олимлар ва мутахассислар киритилиши ва бу ташкилотни бевосита ҳокимлик қошида ташкил қилиниши лозим, деб ўйлаймиз. Ҳар бир олий ўқув юрти ўзларида мавжуд бўлган инновацион ғояларни расмий равишда тақдим этади ва Кенгашда атрофлича ўрганилади ва яроқлилари амалиётга тавсия қилинади. Инновацион ғоя муаллифига кенгаш томонидан муаллифлик ҳуқуқини сақлаб қоладиган тегишли ҳужжат берилади. Агар зарур деб топилса патент олишгача бўлган тадбирларни кенгаш томонидан амалга оширилиши мумкин.

Вилоятда хизмат кўрсатиш соҳаси жадал ривожланмоқда. Аммо бизда инновацион ғояларни синовдан ўтказиш имконияти йўқлигини алоҳида таъкидлаш лозим. Фикримча Самарқанд иқтисодиёт ва сервис билан ҳамкорликда вилоятда “Хизмат кўрсатиш соҳасидаги инновацияларни синаб кўрадиган тажриба майдони”ни ташкил этиш лозим, деб ҳисоблайман. Шундагина вилоятда яратилган инновацион ғоялар вилоят иқтисодиётига хизмат қилиш имконияти пайдо бўлади. Бунга олимлар, мутахассислар, тадбиркорлар бир ёқадан бош чиқариб ҳамжиҳатликда фаолият кўрсатишлари лозим.

Вилоятда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришдан манфаатдор ташкилотлар жуда кўп. Уларнинг бир қисми соҳада фаолият кўрсатаётган субъектлар бўлса, бошқа қисми улардан манфаатдор давлат

идоралари (солиқ, молия, статистика бошқармалари), банк, бозор кабилардир. Улар ҳам бир-бири билан айри ҳолда фаолият кўрсатмоқда. Вилоятнинг хусусиятидан келиб чиқиб, ушбу идоралар раҳбарларини ҳам мувофиқлаштирадиган ташкилотни ташкил қилиш мақсадшга мувофиқ, деб ўйлаймиз. Бунинг учун вилоятда “Хизмат кўрсатиш соҳаси кластери”ни ташкил қилиш лозим ҳам мақсадга мувофиқдир. Мазкур кластерга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ субъектлар билан биргаликда уларнинг ривожланишидан манфаатдор вилоятдаги барча ташкилотлар ҳам киритилиши лозим. Мазкур кластерда вақти-вақти билан ҳақиқий ҳолат таҳлил қилиниб ҳокимият ва бошқа ташкилотларга тегишли тавсиялар бериб борилади. Бу бошқарув қарорларининг илмий асосланганлик даражасини оширади.

Бевосита инновацияларни амалиётга жорий қилишга масъул шахслар, яъни кўпгина ташкилот раҳбарлари ва мутахассислар ҳам инновациянинг назарий масалаларини, унинг мазмун-моҳиятини чуқур билишмайди. Чунки булар яқинда пайдо бўлган. Аммо ўта зарур тадбирлардандир. Ушбу ҳолатга барҳам бериш учун вилоят миқиёсида “Инновация ва инновацион ғояларни амалга ошириш механизмлари” мавзусида иқтисодий ўқувни тишкил қилиш ва унда етакчи олимлар ва тажрибали амалиётчиларни жалб қилган ҳолда мутахассисларни тизимли равишда ўқитишни амалга ошириш мақсадга мувофиқ. Вилоятда фаолият кўрсатаётган мутахассислар инновациянинг нималигини ва унинг қандай самара беришини чуқур англаб олишлари лозим. Натижада уларнинг ҳар бирида инновацион ғояларнинг пайдо бўлиши ва уларни амалиётга тадбиқ этиш механизмни амалга ошириш имконияти ва билим савияси шаклланади. Муҳими, вилоятимиз иқтисодиёти инновацион йўл билан ривожланиш босқичига ўтади. Бу унинг сифати ва рақобатбардошлигини таъминлайдиган муҳим омиллардандир.

Хизмат кўрсатиш соҳаси, айниқса туризм соҳаларининг статистикаси етарли даражада ривожланмаган. Хизмат кўрсатиш билан боғлиқ жуда кўп маълумотлар ҳисобга олинмайди. Соҳани тўғри ҳисобга олиб боришни йўлга қўйиш учун “Хизмат кўрсатиш соҳаси статистикасини такомиллаштириш” бўйича тадқиқотлар олиб бориш ва уни амалиётга жорий қилиш мақсадида услубий тавсияни ишлаб чиқиш ва уни шакллантиришда олимлар билан амалиётчиларнинг фаолиятини мувофиқлаштириш лозим. Ҳозирги пайтда Ялпи ҳудудий маҳсулотда хизмат кўрсатиш соҳасининг улуши катта. Агар ушбу тадбирлар амалга оширилса, унинг реал ҳисоб-китобига янада аниқлик киритилади. Энг муҳими мазкур масалани ривожлантириш бўйича тегишли қарорларни қабул қилишда илмий асосланган тавсиялар ишлаб чиқиш имконияти туғилади, деб ўйлайман.

Вилоят иқтисодиётининг алоҳида тармоқлари бўйича инновацион ғоялар илмий мунозаралари тарқоқ ҳолда амалга оширилмоқда. Бу жараённи мувофиқлаштириш учун ҳар йили бир марта юқоридаги кенгаш

раҳбарлигида “Инновацион ғояларни амалга ошириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари” мавзусида илмий-амалий конференцияни ташкил қилиш ва уни анъанавий тарзда мунтазам ўтказиб бориш мақсадга мувофиқ. Олимлар ва мутахассисларнинг илмий ишланмалари, инновацион ғояларининг қайси қисми вилоятнинг қайси соҳасига жорий қилинди, ундаги кузатилган қийинчиликлар нималардан иборат ва уни қандай бартараф қилиш мумкинлиги тўғрисида тегишли илмий тавсиялар ишлаб чиқилади.

Бизнинг иқтисодиётимиз ижтимоий йўналтирилган бўлишига қарамасдан мамлакатимизда, хусусан вилоятимизда ҳам “Ижтимоий хизматлар тадбиркорлиги” суст шаклланган ва улар кескин ривожланган эмас. Натижада мазкур соҳани ривожлантириш асосан давлат ва маҳаллий бюджет ҳисобидан амалга оширилмоқда. Буларни инобатга олиб, вилоятда “Ижтимоий хизматлар тадбиркорлик тизими**”**ни яратиш лозим. Буларни ташкил қилиш ва тегишли имтиёзлар бериш бўйича меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларнинг қабул қилинишига эришиш мақсадга мувофиқ. Агар ушбу тадбирлар амалга ошса, вилоятимизда таълим, маданий, тиббий, спорт ва соғломлаштириш хизматлари, кам таъминланган ва ёрдамга муҳтож аҳоли қатламининг дам олишини ташкил қилиш, экологик муҳитни яхшилаш кабилар билан боғлиқ яшашнинг сифат даражасига кўтарилишини таъминлашга хизмат қиладиган турлари ривожланади.

Инновацион ғояларни ишлаб чиқиш ва амалиётга тадбиқ қилиш маълум даражада маблағни талаб қилади. Аммо вилоятда бундай маблағнинг йўқлиги ушбу жараённинг ривожланишини рағбатлантирмайди. Бозор муносабатлари шароитида рағбатлантириш механизмининг тўғри йўлга қўйилиши, тараққиётнинг асосий омили бўлиб ҳисобланади. Буни инобатга олиб, вилоятда “Инновацияларни жорий қилиш фонди”ни ташкил этиш ҳам мақсадга мувофиқдир. Бу фонд ҳар бир субъектлар оборотидан маълум фойизда ажратмалар (бадаллар) эвазига шакллантириши мумкин. Мазкур маблағларни инновацияларни молиялаштиришга сарфлаш мақсадга мувофиқ. Агар бунга эришилса, вилоятда инновацион ғояларни амалиётга жорий қилишни рағбатлантириш ва шу орқали иқтисодиётда юқори самарадорликка эришиш имконияти туғилади, деб ўйлаймиз.

Г.М.Шодиева – иқтисод фанлари доктори, доцент,
Озода Пардаева–Самарқанд ветеринария медицина институти ўқитувчиси

ОИЛА ХЎЖАЛИГИ ФАРАВОНЛИГИНИ ОШИРИШДА ОИЛАВИЙ БИЗНЕСНИНГ РОЛИ

Иқтисодиётнинг эркинлашуви, бозор муносабатларининг шаклланиши оила хўжалиги даромади мазмунини ва бу билан боғлиқ ҳолатларнинг тубдан ўзгаришига олиб келди. Бу ўзгаришлар қуйидагиларда намоён бўлмоқда: иқтисодий-ижтимоий ҳаётимизга янги иқтисодий категория - иш кучининг қиймати категорияси кириб келди; иш кучининг талаб ва таклиф асосида сотиладиган жойи - меҳнат бозори пайдо бўлди; иш кучига талаб ва таклифнинг ўзгариб туриши оқибатида мутлоқ ва нисбий ишсизлик пайдо бўлмоқда; аста-секинлик билан оила аъзолари, аҳоли ўзларини тадбиркорликни ривожлантириш асосида иш билан таъминлаш тамойилига ўтмоқда; оила даромади таркибида янги манбалар - мулкни ишлатиш ва тадбиркорлик фаолиятидан олинадиган даромадлар пайдо бўлди; мулкни ишлатишдан олинадиган даромадлар олдин фақат ижара ҳақидан иборат бўлган бўлса, эндиликда, дивидендлар, фоизлар, инвестиция даромади каби даромад турлари кириб келди.

Мазкур ҳолатлар жамиятнинг маълум даражада барқарорлигини таъминлаш билан бирга айрим муаммоларни ҳам келтириб чиқаради. Бу муаммолар замирида оила хўжалиги даромадларининг табақаланиши, ишсизлик ва шунинг натижасида вужудга келадиган кам таъминланган оилаларнинг пайдо бўлиш муаммоси ётади. Ушбу муаммоларни ҳал қилишнинг асосий йўли, бизнинг фикримизча, биринчи галда аҳолининг ижтимоий фаоллигини ошириш, ўзини-ўзи иш ва бошқа зарур неъматлар билан таъминлаш тамойилига ўтишнинг зарурлигини сингдириш бўлса, иккинчидан кишиларнинг ҳар қандай фаолиятини моддий жиҳатдан қизиқтириш механизмини жорий қилиш, рағбатлантиришнинг янги-янги усулларини ишлаб чиқишдан иборатдир. Бироқ, ушбу тадбирлар ҳам мамлакатимиз миқёсида, ҳукумат ва Олий Мажлиснинг қонунчилик палатаси даражасида ҳал бўлишни тақозо қилади.

Ҳозирги пайтда оила хўжалигининг инвестицияга қўйилган маблағларининг самарадорлигини ошириш йўллари ҳам ишлаб чиқилмоғи лозим. Буларга: лойиҳанинг муддатини узайтириш; лойиҳанинг дивиденд ставкасини кўпайтириш (камайтириш); пул тушумини (оқимини) кўпайтириш кабиларни киритиш мумкин. Аммо бу масалалар ҳам, оила хўжалигига мос ҳолда, етарли даражада ўрганилган эмас.

Бозор муносабатларига ўтиш даврида инфляция жараёнлари ҳамон сақланиб қолмоқда. Буни инобатга олиб, оила хўжалиги мулки ва даромадини инфляция шароитида баҳолаш ва таҳлил қилишнинг методологик жиҳатлари ишлаб чиқилиши лозим. Оила хўжалиги даромадининг номинал ва реал ставкаларидан фойдаланиб, унинг

инвестициядан оладиган даромадининг умумий ставкаси аниқланади. Бу эса, оила хўжалиги инвестициясининг бир йилдан кейинги инфляцияни инобатга олган ҳолдаги қийматини аниқлаш ва бунинг оила хўжалиги фаровонлигига таъсирини белгилаш имконини берди.

Оила хўжалиги иқтисодиётини, унинг фаровонликка таъсирини ўрганиш бўйича маълумотлар танқислиги сезилари даражада. Чунки Давлат статистика қўмитаси олиб бораётган тадқиқотлар ушбу муаммони тўлиқ ҳал қилмайди. Шу туфайли, уни фақат социологик тадқиқотлар ёрдамида амалга ошириш ва тўплаш мумкин. Бунинг учун эса анкета сўровларини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ. Бизнинг фикримизча, анкета сўровномасида қуйидаги кўрсаткичлар-нинг ўрин топмози лозимдир. Сўровнома уч қисмдан иборат:

1. Оила тўғрисидаги умумий кўрсаткичлар.
2. Оила даромадлари таркиби.
3. Оила харажатлари таркиби.

Ҳар бир қисмида бирқанча кўрсаткичлар ифода этилади.

Бизнинг фикримизча, илмий хулосалар чиқариш учун ушбу кўрсаткичлар бўйича тўпланган маълумотлар етарлича асос бўлади. Чунки, ушбу кўрсаткичлар асосида оила даромадлари ва харажатларини оилалар-нинг умумий сони, унда ишлайдиганларнинг сони, ишламайдиганларнинг улуши каби белгилари билан таснифлаш мумкин. Ушбу маълумотлардан яна бир қанча янги нисбий кўрсаткичларни ҳам аниқлаш мумкин. Булар-нинг ҳаммаси тегишли хулосалар чиқариш учун асос бўлиши мумкин.

Агарда, оила даромадлари ва харажатлари бўйича маълумотларни тўплашга оид бизнинг тавсияларимиз амалда қўлланилса, ўйлаймизки, мамлакатимиз оилаларининг даромадларини кўпайтириш, харажатларини оптималлаштириш бўйича тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш имконияти туғилади. Бу кўрсаткичлар бозор муносабатлари шароитида ўта муҳимдир. Чунки, ҳар бир оиланинг фаровонлигини таъминлаш учун уларнинг имкониятларини ҳисобга олиб боришлари лозим. Бу ахборотлар орқали амалга оширилади.

Бозор муносабатларининг шаклланиши оила хўжалиги тадбиркоридан нафақат тадбиркорлик бўйича, балки иқтисодий ишларни юритиш бўйича ҳам ўта билимдонликни, зийракликни талаб қилади. Тадбиркорнинг иқтисодий билими кенг қамровли бўлиши оила хўжалиги даромадига яна кўпроқ даромад келтиради, энг муҳими, мулкини янада кўпайтиради. Ундан ҳам муҳими, мулкнинг ҳажми мулкни ишлатиш орқали ошади. Бу эса, оила хўжалигининг, бутун аҳолининг, давлатнинг ҳам бойиши, иқтисодий қудратининг мустаҳкамланиши учун асос бўлади.

Шу ўринда оила хўжалиги бизнеси тўғрисида ҳам айрим фикрларни айтишга тўғри келади. Чунки оила хўжалиги фаровонлиги ва оила хўжалигида бизнес тушунчалари аксарият ҳолларда бир хил тушунчалар сифатида қаралади. Бу борада иқтисодий адабиётлардаги фикрларнинг назарий таҳлилига тўхталиб ўтирмасдан ўз қарашларимиз билан ўртоқлаш-

моқчимиз. Оила хўжалиги бизнесига бизнес тушунчасидан келиб чиқиб, уни фойда (даромад) келтируччи фаолият сифатида баҳолаш лозим. Агар шу назарияга асосланадиган бўлса, унга қуйидагича таъриф бериш мақсадга мувофиқ. **Оила хўжалиги бизнеси деганда маълум бир мулкга эгалик қилган ҳолда оилага даромад (фойда) келтирувчи ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва иш бажариш билан боғлиқ барча фаолиятлар тушунилади.** Бунда кимнинг мулкига асосланиши унча аҳамияти йўқ, фақат оилага даромад (фойда) келтириши нуқтаи назаридан қаралади.

Бу жараённинг аҳамияти фақат кўриб чиқилган масалалар билан чекланиб қолинмайди. Оила ёки уй хўжалигини юритиш, оила тадбиркорлиги билан шуғулланиш фақат оила фаровонлигини таъминлабгина қолмасдан, янги иш ўринларини очиш эвазига аҳолини иш билан таъминлайди, давлатни эса улардан олинадиган солиқлар эвазига бойитади, жамиятимизда тўкин-сочинликка эришилади. Оила хўжалигида ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар нафақат ўзларининг эҳтиёжини қондиради, балки, мамлакат бозорини ҳам маҳсулотлар (ишлар, хизматлар) билан тўлдиради. Энг муҳими, унинг маънавий аҳамияти ҳам беқиёсдир, чунки оммани боқимандалик руҳиятидан холи қилади, ташаббускорликни ва интилувчанликни сингдиради ва таъминлайди. Бу пировардида жамиятнинг, омманинг фаоллигини оширади, бозор муносабатлари демократик тамойилларининг шаклланиш жараёнини тезлаштиради.

Ҳозир Ўзбекистонда, таъкидланганидек, 2018 йил 1 январ ҳолатига 32,65 млн. нафар аҳоли истиқомат қилмоқда. Мамлакатимизда ўртача оила аъзолари сони 5,1 нафар кишини ташкил қилади. У ҳолда, бизнинг ҳисоб-китоблар бўйича, оилалар сони республикамизда 6,4 миллиондан зиёт роқни ташкил қилади. Агар, ҳар бир оилалардан камида биттадан тадбиркор етишиб чиқадиган бўлса, мамлакатимиз бўйича яна 6,4, млн. қўшимча иш ўрни яратилади. Бу мамлакатимиз истеъмол бозорининг тўкин-сочинлигини таъминлайдиган муҳим омиллардан биридир. Агар, ҳар бир тадбиркор ўз оиласига бир йилда ўрта ҳисобда 10000,0 минг сўмдан фойда келтирса, бу оила фаровонлиги учун Республика бўйича 64000,0 млн. сўм қўшимча фойда келтиради. Уларнинг ўрта ҳисобда 30 фоизи давлат (маҳаллий) бюджетга солиқ ва бошқа тўловлар сифатида тушадиган бўлса, бюджетга яна 19200,0 млн. сўм қўшимча даромадни вужудга келтиради.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, мамлакатимизда амалга оширилаётган ислоҳотларнинг пировард мақсади – одамларимизга, ҳар бир оилага муносиб турмуш шароитини яратиб беришдан иборатдир. Бу албатта, нақадар мураккаб ва масъулиятли вазифа. Бундай мақсадга эришиш учун фақат амалий тадбирларни амалга оширишгина етарли эмас. Ушбу соҳани чуқур тадқиқ қилиб, ҳар бир оиланинг фаровонлигини таъминлаш учун илмий асосланган тавсияларни ишлаб чиқишни ҳам тақозо қилади.

Бироқ, иқтисодиётни эркинлаштириш, бозор муносабатларининг

шаклланиши бу муаммога янгидан ёндошишни талаб қилмоқда. Шу туфайли, ҳозирги пайтда, оила хўжалигининг иқтисодий муаммосига катта эътибор берилмоқда. Ушбу соҳа иқтисодий назария фанига киритилди ва у эндиликда микроиқтисодиётнинг субъекти сифатида қаралмоқда[3].

Шундай қилиб, оила хўжалигининг микроиқтисодиётнинг субъектига айланиши нафақат иқтисодий, балки муҳим ижтимоий ва маънавий аҳамиятга эга эканлигини, унинг мамлакатда бозор муносабатларининг шаклланишини, иқтисодиётни эркинлаштириш ва жамиятни модернизациялашни тезлаштира олиши мумкинлигини ҳам кўрамиз.

С.Р. Джульматова – к.э.н., старший преподаватель СамИСИ

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ

Разработка и внедрение инноваций – выступает как решающий фактор социального и экономического развития общества. Инновационные процессы приобретают все большую значимость, их главной задачей является достижение хозяйствующих субъектов конкурентных преимуществ и более полное удовлетворение спроса потребителей в высококачественных товарах и услугах.

На сегодняшний день обеспечить это могут в основном инновации, которые широко внедряются и используются в новых условиях хозяйствования.

Сфера услуг в современных экономических условиях играет важнейшую роль в удовлетворении потребностей общества и развития экономики. По мере реализации экономических, социальных реформв нашей стране, роль сферы услуг неуклонно возрастает, поскольку потребности населения постоянно растут, а их разнообразие расширяется.

Специфика инноваций непосредственно сферы услуг обусловлена особенностями понятия услуги и ее характеристиками. Услуга является видом деятельности в результате, которого не появляется нового материального объекта. При этом процесс осуществления услуги и ее потребления неотделим друг от друга, поэтому процесс накопления или хранения услуги невозможен, также невозможно продемонстрировать услугу клиенту до ее продажи. Инновации в сфере услуг это изменение процесса оказания услуг выраженный в новом сервисном продукте, технологии или ее отдельных элементов, новом способе организации сервисной деятельности, новых подходах к управлению сервисной организацией, предназначенное для увеличения эффективности удовлетворения потребностей потребителей.

Инновации в сфере услуг основываются на создании нематериальных ценностей, предназначенных для помощи клиенту и облегчении его жизни или процесса ведения бизнеса, то есть предоставлении такой пользы для

[3] Экономическая теория. Учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по

потребителя, за которую он захочет заплатить. При этом под нематериальными ценностями можно понимать способы повышения рентабельности и производительности клиента, хорошее настроение, повышение его духовного или культурного развития либо предоставление уникального опыта.

Развитие сферы услуг и повышение ее эффективности удовлетворения потребностей общества напрямую связаны с инновациями. Основной целью инновационной политики предприятия сферы услуг является создание и развитие базы для проведения эффективных преобразований его экономики, когда на первый план выходит инновационный бизнес как объект управления.

В качестве инновации в сфере услуг выступает результат деятельности (сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация сервисной деятельности и т.д.), который способен более эффективно удовлетворять потребности потребителей.

Источниками финансирования инновационной деятельности могут быть предприятия, финансово-промышленные группы, малый инновационный бизнес, инвестиционные и инновационные фонды, органы местного управления, частные лица и т.д. Все они участвуют в хозяйственном процессе и тем или иным образом способствуют развитию инновационной деятельности.

Сфера услуг зависит не только от потребительских свойств произведенного продукта, но и от таких социальных показателей, как уровень и качество жизни, здоровье и экономическая активность населения, социальная напряженность, развитие социальной сферы.

Можно утверждать, что инновационная деятельность в сфере услуг по своей направленности должна не только охватывать сферу производства товаров и сферу их потребления в целом, но и отслеживать особенности конкретных потребителей. Развитие сферы услуг формирует новую конкурентную среду и новые потребности в товарах и услугах.

Появление нового продукта на потребительском рынке затрагивает взаимосвязи экономических хозяйствующих субъектов в предоставлении услуг потребителям. В результате инновационную деятельность можно охарактеризовать как деятельность по освоению (внедрению) в отраслях, организациях и экономике широкого спектра нововведений.

Следовательно, инновационная деятельность выступает как организационно-управленческая поддержка реализации всех этапов жизненного цикла продукта. Круг задач управления инновационной деятельностью расширяется и предполагает обеспечение маркетинговой поддержки инноваций и управления создаваемой интеллектуальной собственностью, организацию инвестирования инноваций и преодоление сопротивления изменениям со стороны персонала.

С.А. Исхакова – ТАТУ Самарқанд филиали катта ўқитувчиси,
Ю.П.Урунбаева – СамИСИ катта ўқитувчиси, PhD,
М.И.Бозорова – СамИСИ, Бх-215 гуруҳ талабаси

АҲОЛИ ТУРМУШ ДАРАЖАСИ ВА СИФАТИНИ ЮКСАЛТИРИШДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ РОЛИ

Ҳозирги кунда мамлакатда Ҳаракатлар стратегияси доирасида, уни амалга ошириш бўйича қабул қилинган барча социал-иқтисодий дастур ва режаларда аҳоли турмуш даражасини ва сифатини юксалтириш, кенг кўламли ва катта амалий натижалар беришга қаратилган ислоҳотлар орқали иқтисодий ўсиш сурьатларини жадаллаштириш, аҳоли жон бошига тўғри келадиган ялпи ички маҳсулот хажмини ривожланган мамлакатлар даражасига яқинлаштириб бориш сиёсати изиллик билан амалга оширилмоқда. Ушбу пировард мақсадга эришишда ҳар бир соҳа ва тармоқларнинг, жумладан хизматлар соҳасининг ҳам ўз ўрни ва алоҳида аҳамияти бор.

Мустақиллик йилларида хизмат кўрсатиш соҳаси жадал суръатлар билан ривожланиб, унинг миллий иқтисодиётни юксалтиришдаги, янги иш ўринларини яратиб, мамлакат аҳолисини иш билан таъминлашдаги ҳамда аҳолининг турмуш даражасини оширишдаги ва бошқа ижтимоий муаммоларни ҳал этишнинг ҳаракатлантирувчи омили сифатидаги роли тобора ортиб бормоқда. Буни мамлакатда изчиллик билан олиб борилаётган ҳамда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш, унинг мамлакат ижтимоий-иқтисодий юксалишидаги мавқеини мустаҳкамлашга йўналтирилган истиқболли ва юқори самарали макроиқтисодий стратегиянинг амалий натижаси сифатида қараш мумкин. Аҳоли турмуш даражаси ва сифати моддий неъматлар билан бирга хизматларнинг ҳам етарли даражада ва юқори сифатли бўлишини тақозо этади. Мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий салоҳияти, унинг ривожланганлик даражаси нафақат ялпи ички маҳсулот таркибида хизматларнинг улуши билан, балки унинг аҳоли истеъмол харажатлари таркибида эгаллаб турган ўрни билан ҳам белгиланади. Ушбу кўрсаткич Ўзбекистонда 28,7 фоизни ташкил этса[1], ривожланган мамлакатларда ушбу кўрсаткич 55-60 фоиз атрофида[2].

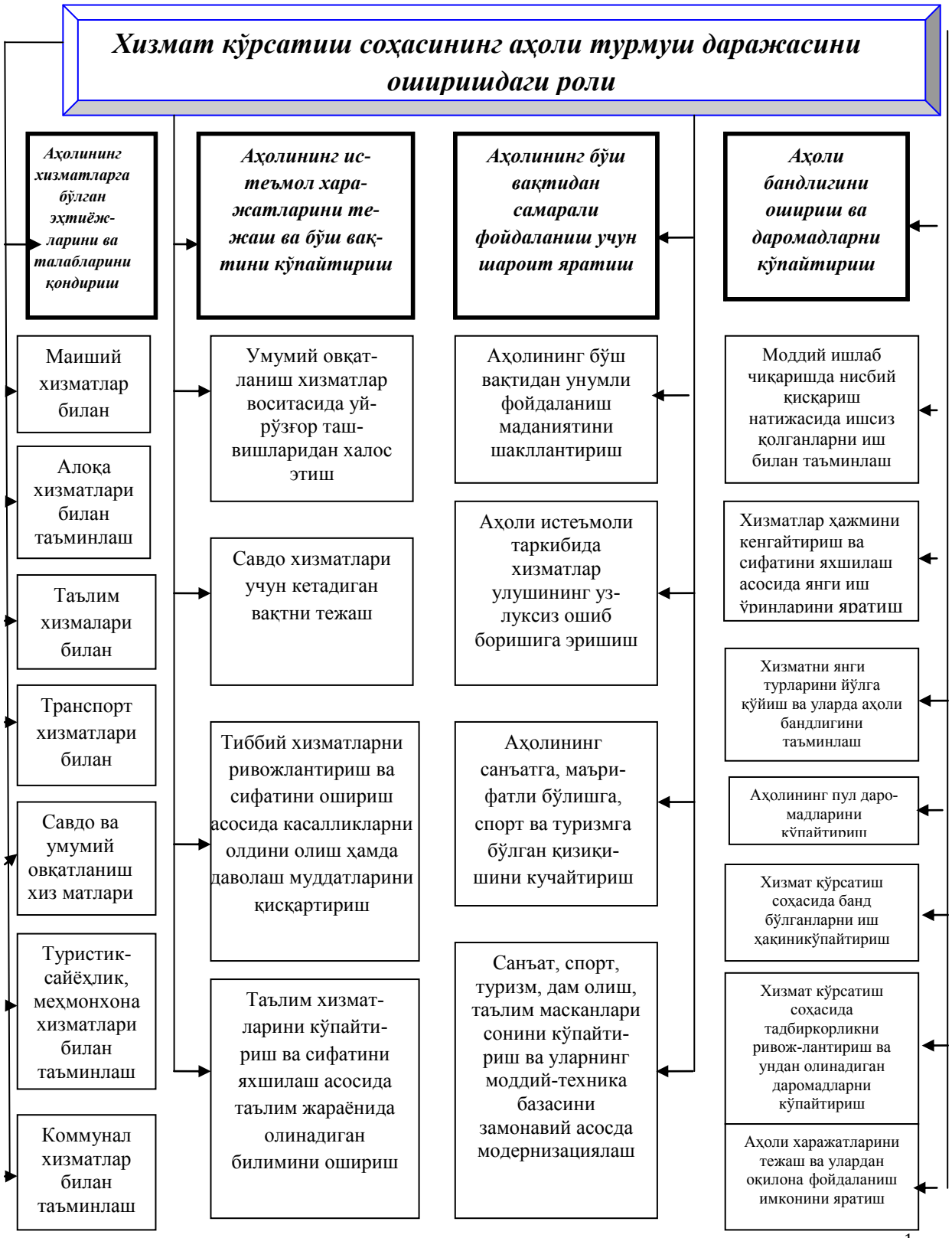
Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш соҳасини тубдан ислоҳ қилишнинг, ўтиш даври қийинчиликларини бартараф этишда ушбу соҳадан самарали фойдаланишнинг, соҳа тармоқлари ва уларнинг таркибидаги хўжалик субъектлари фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш ва бошқаришнинг, хизматлар соҳасини устун ривожлантиришнинг ҳуқуқий асослари яратилди. Ҳозирги даврда мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг назарий-методологик, услубий, иқтисодий ва ҳуқуқий асосларини такомиллаштириш бўйича қатор, жумладан, қуйидаги устувор йўналишларда тадқиқотлар олиб борилмоқда: хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш ва унинг миллий иқтисодиётдаги мавқеини мустаҳкамлаш; соҳа тармоқларини модернизациялаш ва

[1] Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси. Ўзбекистон рақамларда. Тошкент., 2017 й.
[2] John W.R. Phillips Social Security Programs Throughout the World:Europe, 2017. P. 18 ISSA.

замонавий техника ва технологияларни жорий этиш; хизмат кўрсатиш соҳасининг ижтимоий муаммоларини ҳал этишдаги ролини мунтазам равишда ошириб бориш, аҳоли истеъмоли таркибида хизматлар улушини кўпайтириш ва бошқалар.

Хизмат кўрсатиш соҳаси аҳоли турмуш даражаси ва сифатига бир неча йўналишларда таъсир кўрсатади. Тадқиқотларимиз жараёнида умумлаштирилган ҳолда хизмат кўрсатиш соҳасининг аҳоли турмуш даражаси ва сифатига таъсирини бир неча йўналишларини аниқладик. Биринчидан – глобаллашув жараёнларининг жадаллашиб бораётганлиги. Миллий иқтисодиётлар интеграциясининг тобора кучайиши, жаҳон миқёсида товарлар, хизматлар ҳамда меҳнат бозорларининг ташкил топиши ҳар бир мамлакат аҳолиси турмуш даражасини ва сифатини шакллантиришда катта таъсир кўрсатмоқда. Иккинчидан – экологик муаммоларнинг кескинлашиб бораётганлиги. Бунинг оқибатида иқтисодиётни жадал суръатлар билан ривожлантириш мақсадида ресурслардан фойдаланиш муаммоларини ҳал этишда миллий ва халқаро экологик хавфсизликни таъминлаш, ҳозирги ва келажак авлодларнинг манфаатлари тенглигини таъминлайдиган барқарор ривожланиш концепциясига риоя қилиш зарурати кучаймоқда. Учинчидан – ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиёти моделининг шаклланиб бораётганлиги, тақсимотда социал адолат тамойилларининг кучайиб бораётганлиги, айнан оқилона ижтимоий сиёсат иқтисодий ривожланишнинг бош омилига айланаётганлигини эътиборга олиш лозим. Бу давлатнинг аҳолини эҳтиёжманд қатламлари ва ижтимоий заиф гуруҳларини (ногиронлар, ёшлар, аёллар) қўллаб-қувватлаш ва бозор стихиясидан ижтимоий ҳимоялашни тақозо этади. Ўз навбатида, аҳоли кенг қатламлари турмуш даражасининг юксалиши унинг меҳнат ва ижтимоий фаолиятини кучайтиради, ишлаб чиқаришда инсон омилининг роли ва аҳамияти тобора кучайиб боради, мамлакат иқтисодиётини ривожлантириш жараёнларига қатнашиш фаоллигини оширади.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг аҳоли турмуш даражаси ва сифатига таъсири юқоридаги расмда келтирилган барча йўналишлар ўзаро чамбарчас боғлиқ ва аҳоли турмуш даражаси ва сифати кўрсаткичларига бевосита таъсир кўрсатади. Энг муҳими хизматларга бўлган эҳтиёж моддий хизматларга бўлган эҳтиёжлардан ўз моҳияти ва инсоннинг инсон сифатидаги тараққиётидаги аҳамияти жиҳатидан кескин фарқланиб туради. Хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқларини модернизациялаш ва янгидан жиҳозлаш, уларни малакали кадрлар билан таъминлаш асосида хизматлар сифатини ошириш, ушбу соҳани диверсификациялаш асосида хизматлар ассортиментини кенгайтириш, янги хизмат турларини ишлаб



Хизмат кўрсатиш соҳасининг аҳоли турмуш даражасига таъсири[1]

чиқариш, хизматлар ҳажмини жадал суръатлар билан кўпайтириш аҳоли эҳтиёжларини тўлароқ қондиришнинг муҳим шарти ҳисобланади.

Aziz Hamzaev– director of “Profi Pharm Service”(Tashkent, Uzbekistan)

[1] Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

MACRO-ENVIRONMENTAL CHALLENGES IN LUXURY CAR INDUSTRY IN THE USA AND UK

The global sales of luxury cars have been increasing steadily. According to Munoz (2018), 17,365 luxury cars were sold in 2010, whereas in 2017, 28,493 units were sold (15.9% increasing in 2017 comparing to 2010). Thus, there is a huge potential for the growing market of luxury cars segment. In terms of the sales units, USA and UK are the largest super luxury market in the world, where 8,377 units and 4,600 unites were sold in 2016, respectively (Munoz, 2017).

Bentley Motors was founded in 1919 in London by W.O. Bentley. The company is involved in the manufacturing of luxury cars. It has 212 Bentley facilities worldwide. Since 1998, Bentley Motors was owned by Volkswagen AG (Bentley Motors, 2018). The main objective of Bentley Motors was stated by its founder, W.O. Bentley: "To build a fast car, a good car, the best in its class" (Bentley Motors, 2018). The positioning of the company is the following: "The definitive British luxury car company, crafting the world's most desirable high performance grand tourers." (Bentley Motors, 2018).

In this report the challenges in macro-environment of Bentley Motors company in USA and UK markets will be analyzed.

Political

UK

According to Farmbrough (2018), British car industry has been facing great challenges after declaring Brexit referendum results in 2016. As a matter of fact, UK car makers would have to pay 10% tariffs for exporting cars to EU if there was no agreement of the trade deal, since 80% of the UK cars has been exporting abroad and about 56% to EU countries (Farmbrough, 2018). Consequently, this can influence car manufacturers to shift from the UK to EU countries, although, the industry plays a crucial role in the British economy contribution since it employs more than 169,000 people in production, and UK's manufacturing output is accounted for 9,4% (Farmbrough, 2018). Thus, CEO of Bentley Motors Wolfgang Durheimer stated that the company can shift away its production from the UK to continental EU country in the "worst case scenario" in order not to incur any fees (Sheehan, 2017) .

USA

According to Shepardson & Stone (2018), U.S. President Donald Trump is willing to increase the import tariffs of cars that are imported from European Union (EU) from 2.5% to 20% to reflect to the increasing tariffs from EU for the U.S.-built cars. Trump wrote on Twitter the following: "If the E.U. wants to further increase their already massive tariffs and barriers on U.S. companies doing business there, we will simply apply a Tax on their Cars which freely pour into the U.S." (Shepardson & Stone, 2018). This political issue can negatively effect on the sales of Bentley cars in USA. Based on Rosenblum (2017),

consumers with high income are more concerned with the prices than companies assume. Therefore, there is a lot of risk to the industry of luxury cars due to the increasing of the import tariffs in USA (Rosenblum , 2017).

Economic

UK

According to Jackson et al. (2018), UK's Gross Domestic Product growth's rate was 0.1% in Quarter 1 2018. According to Statista (2018), in 2016, UK's GDP per capita projected about 40,530 US dollars comparing to 2015, when it used to be high (around 44,238 US Dollars), considering the population of 64.6 million people (Statista, 2018).

Nevertheless, the number of billionaires has been growing considerably and increased to 134 in 2016 (Gilet, 2017). Moreover, the number of millionaires, living across the UK, accounted for 715,00 in 2015, which is more by 41% than in 2010 (Collinson, 2015).

All above statistics show that there are some economic challenges for Bentley Motors to promote its super luxury cars across Great Britain.

USA

GDP per capita in USA in 2014 was $50782, whereas in 2016 it was $52194 (TRADING ECONOMICS, 2018). Thus, it can be seen that the GDP per capita is increasing in USA. This is good signal for Bentley Motors as the income of population is increasing that will lead to the rising of the demand to the luxury items. Moreover, according to Kroll and Dolan (2018), in 2017 there were 2,208 billionaires from all countries, where 585 was from USA (Kroll & Dolan, 2018). This figure represents that the economic situation in USA can positively affect on the sales of luxury cars such as Bentley.

Cultural

UK and USA

In terms of culture, UK and USA has a common form of communication, which differs from Asian countries, such as China, Singapore and Japan. Today, the world's culture is divided into two categories known as high context and low context (Hornikx & le Pair, 2017).

British and USA cultures are characterized with the formation of explicitly stated communication, which has no confusion. However, the process can be slow down, when a message is not clear. Therefore, these cultures put a lot of emphasis on sending an accurate and precise spoken or written message directly. This form of culture is related to low context (Hornikx & le Pair, 2017).

In the USA, due to high volume of net migration, people have been facing with diverse backgrounds and sub-cultures that can be understood hardy without explicit explanations (Hornikx & le Pair, 2017).

In British culture, people tend to have short-term relationships, since they less rely on non-verbal communication. Moreover, the Brits are more task oriented and rules and standards are essential for them (Hornikx & le Pair, 2017).

Since Bentley Motors is UK originated organization and have been producing its luxury automobile since 1919, it has no difficulties to operate in Great Britain and America.

Technological

UK

Today's UK's car industry faces different automotive trends in terms of vehicle and autonomous technologies. According to Griffiths (2018), due to popularity of Hybrid and plug-in hybrid electric vehicles (PHEV), there is about 36% increased sales. Consequently, in comparison with May 2017, PHEVs accounted for 72.7% more sales than last year's May period (Griffiths, 2018) . In contrast, the popularity of conventional hybrid vehicles is increased by 22.6% (Toyota Prius), while pure electrical vehicles increased by 18.7% (Clark, 2017).

With the gaining popularity of hybrids in the UK, these factors force luxury automotive manufacturers to think deeply into new market conditions and preferences. Consequently, Bentley Motors has already begun to develop new Bentley Bentayga with 3-liter V6 petrol engine and electric motor (Smith, 2018).

USA

According to Jacobs (2017), comparing with 2016, there was 15% increase in the sales of hybrid and electric sales in USA. Moreover, the sales of plug-in hybrid cars in USA raised to 45% in 2017 comparing with 2016 (Caleb, 2017). It means that the preference of consumers towards cars in USA is switching to the new ecology saving cars such as hybrid and electric cars. Therefore, Bentley Motors in USA should focus on the production of new ecology saving cars.

Legal/Ecological

UK

According to The Society of Motor Manufacturers and Traders (2018), despite the fact that new cars have begun more efficient, there has been a rise of carbon tailpipe emissions. Updated car models of 2017 produce – 12.6% less CO_2 than those cars, which were replaced, and hence, emissions rose by 0.8% to 121 g/km in 2017. Therefore, in order to meet UK's climate change program, automotive industry called the government to make up realistic policies, which would support a low carbon transition in the future (SMMT , 2018).

Thus, if UK's government passes a policy to support diesel vehicles, Bentley Motors should adopt their vehicles for diesel or hybrid diesel engines in order to maintain climate change goal by 2021.

USA

According to Milman (2017), Donald Trump administration is willing to revise the car pollution standard in USA in order to decrease the emissions from cars (Milman, 2017). Based on the Environmental Protection Agency (EPA) standard that was approved by Barack Obama administration, cars run 27.5 miles per gallon of fuel by 2025, whereas Donald Trump would like to set 54.4 miles per gallon by 2025. Thus, the American administration is going to increase

average fuel economy two times that will lead to the decreasing of the carbon emissions dramatically by 2025 (Milman, 2017). Taking these changes into the consideration, Bentley Motors should adopt the engines of their cars to requirements of EPA in USA, otherwise there will be issues regarding the sales of Bentley cars.

Demographic

UK

According to Khomami (2017), in 2016, there were more births than deaths in the UK, which led to the increase of population. In addition, net migration boosted population, which reached 65.6 million in the UK that period (Khomami, 2017). Consequently, due to net migration, from 2004 to 2015 population grew by more than 250,000 per year. Furthermore, the inflow of immigrants to the UK accounted for about 631,500 in 2015, which doubled in comparison with the early 1990s.

Considering the points, Bentley Motors can have opportunity to operate in enlarging market automotive size.

US

US estimated population by February 2018 is 327.16 million . US population has been growing steadily at the level of 0.7% and 0.9% (World Population Review, 2018). The US population is increasing today by high immigration level. According to Cilluffo & Cohn (2017), the immigrants labor workforce in 2006 were 28%, whereas in 2016 it was 42% (Cohn & Cilluffo, 2017). The projection of US population by 2060 is 417 million (World Population Review, 2018). Therefore, for Bentley Motors company USA market is a growing market as the population is increasing steadily that lead to the increasing the level of consumption in the country.

Conclusion

In conclusion, the main challenges in macro-environment factors of the USA and UK markets were discussed. Bentley Motors may face some challenges in UK concerning business legal issues after the referendum in 2016, where UK people agreed to exit from European Union. In USA, the Donald Trump’s decision towards increasing import tariffs on luxury cars may negatively affect to the Bentley Motors as they are importing their cars to USA. In terms of social and cultural factors, Bentley Motors may not face any challenges as the culture of people in USA and UK is considered as low context. The competition in both countries in the luxury cars market is tough due to the strong positioning of competitors brands.

List of References

1. Autocar, 2017. *The winners and losers in 2017's UK car market.* [Online] Available at: https://www.autocar.co.uk/car-news/industry/winners-and-losers-2017s-uk-car-market [Accessed 21 May 2018].

2. Bentley Motors, 2018. *BENTLEY MAGAZINE*. [Online] Available at: http://www.affinity-primemedia.ch/wp-content/uploads/bentley-1.pdf [Accessed 21 May 2018].

3. Bentley Motors, 2018. *DEALER LOCATOR*. [Online] Available at: https://www.bentleymotors.com/en/apps/dealer-locator.html/country/GB-UK [Accessed 21 May 2018].
4. Bentley Motors, 2018. *DEALER LOCATOR*. [Online] Available at: https://www.bentleymotors.com/en/apps/dealer-locator.html/region/Americas [Accessed 21 May 2018].
5. Bentley Motors, 2018. *W O BENTLEY*. [Online] Available at: https://www.bentleymotors.com/en/world-of-bentley/our-story/history-and-heritage/w-o-bentley.html [Accessed 25 May 2018].
6. Bhasin , H., 2018. *Marketing Strategy of Bentley – Bentley Marketing Strategy*. [Online] Available at: https://www.marketing91.com/marketing-strategy-bentley/ [Accessed 21 May 2018].
7. Bond Jr., V., 2016. *Bentley uses social media to build up excitement*. [Online] Available at: http://www.autonews.com/article/20160314/RETAIL03/303149996/bentley-uses-social-media-to-build-up-excitement [Accessed 21 May 2018].
8. Caleb, J., 2017. *U.S. Electric, Hybrid Car Sales Up 15 Percent in May Over 2016*. [Online] Available at: http://www.thedrive.com/sheetmetal/11141/u-s-electric-hybrid-car-sales-up-15-percent-in-may-over-2016 [Accessed 20 May 2018].
9. Clark, A., 2017. *In Britain, car appreciation is ingrained in their culture*. [Online] Available at: https://www.theglobeandmail.com/globe-drive/culture/commentary/in-britain-car-appreciation-is-ingrained-in-their-culture/article34414146/ [Accessed 20 May 2018].
10. Cohn, D. & Cilluffo, A., 2017. *10 demographic trends shaping the U.S. and the world in 2017*. [Online] Available at: http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/04/27/10-demographic-trends-shaping-the-u-s-and-the-world-in-2017/ [Accessed 20 May 2018].
11. Collinson, P., 2015. *One in 65 UK adults now a millionaire, figures show*. [Online] Available at: https://www.theguardian.com/uk-news/2015/aug/27/number-of-millionaires-in-uk-rises-by-200000 [Accessed 21 May 2018].
12. Fallah, A., 2015. *PEUGEOT-CITROEN BRAND DS: "WE WANT TO BE PREMIUM"*. [Online] Available at: https://www.caradvice.com.au/382534/peugeot-citroen-brand-ds-we-want-to-be-premium/ [Accessed 21 MAy 2018].

Б.Рахматуллаев – СамИСИ мустақил тадқиқотчиси
Озода Пардаева – Самақанд ветеринария медицина институти ўқитувчиси

ОИЛАВИЙ КОРХОНАНИ ОЧИЛИШ ТАРТИБИ БЎЙИЧА МУЛОҲАЗАЛАР

Ҳозирги кунда Ўзбекистонда "Оилавий тадбиркорлик тўғрисида"ги Қонун Фуқаролик кодекси каби ҳужжатлар оилавий корхонани очиш учун қонуний асос бўлиб ҳисобланади. "Оилавий тадбиркорлик тўғрисида"ги қонуннинг 4-моддасида, “Оилавий корхона унинг иштирокчилари томонидан товарлар ишлаб чиқариш (ишлар бажариш, хизматлар кўрсатиш) ва реализация қилишни амалга ошириш учун ихтиёрий асосда, оилавий корхона иштирокчиларининг улушли ёки биргаликдаги мулкида бўлган умумий мол-мулк, шунингдек оилавий корхона иштирокчиларидан ҳар бирининг мол-мулки негизида ташкил этиладиган кичик тадбиркорлик субъектидир”, дейилган.

Оилавий корхонанинг тадбиркорлик билан умумий жиҳатлари билан бирга ўзига хос хусусиятлари ҳам мавжуд. Буни қуйидаги жадвалда кўриш мумкин (1-жадвал).

1-жадвал

Қонун ва бошқа меъёрий ҳужжатларда оилавий корхонанинг тадбиркорлик билан ўхшаш жиҳатлари[1]

Т/р	Оилавий корхонанинг тадбиркорлик билан ўхшаш жиҳатлари
1.	Оилавий корхона тадбиркорлик субъектларининг ташкилий-ҳуқуқий шаклларидан бири сифатида фаолият кўрсатади.
2.	Оилавий корхона фаолияти фақат худди тадбирколик субъекти сингари юридик шахс ташкил этган ҳолда амалга оширилади.
3.	Оилавий корхона ўз мулки ҳисобидан тадбиркорлик субъектлари сингари алоҳида мол-мулкка эга бўлади.
4.	Оилавий корхона тадбиркорлик субъектлари сингари ўз номидан мулкий ва шахсий номулкий ҳуқуқларни олиши ҳамда амалга ошириш ҳуқуқига эга.
5.	Оилавий корхона зиммасига тадбиркорлик субъектлари сингари турли мажбуриятларни олиши мумкинлиги ҳам юклатилган.
6.	Оилавий корхона тадбиркорлик субъектлари сингари судда даъвогар ва жавобгар бўлиши мумкин.
7.	Оилавий корхона қонун ҳужжатларига мувофиқ тадбиркорлик субъектлари сингари ходимларни ёллашни амалга оширади.
8.	Оилавий корхона иштирокчиларининг ва ёлланма ходимларининг умумий сони кичик тадбиркорлик субъектлари ходимларининг қонун ҳужжатларида белгиланган ўртача йиллик сонидан кўп бўлиши мумкин эмас.

[1] Қонунлар ва бошқа меъёрий ҳужжатлар асосида муаллиф томонидан тизимлаштирилган.

9.	Оилавий корхона иштирокчиларининг энг кам сони тадбиркорлик субъектлари сингари икки кишидан оз бўлмаслиги керак.
10.	Оилавий корхона тадбиркорлик субъектлари сингари тўлиқ фирма номига эга бўлиши лозим ва унинг қисқартирилган номига ҳам эга бўлишга ҳақлилиги.
11.	Оилавий корхонанинг фаолият турини белгилашда тадбиркорлик субъектлари сингари Ўзбекистон Республикаси иқтисодий фаолият турларининг классификаторидан фойдаланилади.
12.	Оилавий корхона тадбиркорлик субъектлари сингари фаолият билан шуғулланади. Масалан: савдо, ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва ҳоказо.
13.	Оилавий корхонанинг устав фонди тадбиркорлик субъектлари сингари пул маблағлари, қимматли қоғозлар, бошқа мол-мулк, шу жумладан, пул билан баҳоланадиган мулкий ҳуқуқлар ёки ўзга шахсга ўтказиладиган бошқа ҳуқуқлар ҳисобидан шакллантирилади.
14.	Оилавий корхона тадбиркорлик субъектлари сингари ўзи билан бўладиган алоқани амалга оширадиган почта манзилига эга бўлиши лозим ҳамда ўзининг почта манзили ўзгарганлиги тўғрисида ваколатли давлат органларини хабардор этиши шарт.

Булардан ташқари яна оилавий корхонанинг тадбиркорликка нисбатан ўзига хос хусусиятлари ҳам мавжуд. Буларга қуйидагиларни киритиш мумкин (2-жадвал).

2-жадвал

Қонун ва бошқа меъёрий ҳужжатларда оилавий корхонанинг тадбиркорликка нисбатан ўзига хос хусусиятлари[1]

Т/р	**Оилавий корхонанинг тадбиркорликка нисбатан ўзига хос хусусиятлари**
1.	Оилавий корхонанинг устав фонди корхонани давлат рўйхатидан ўтказиш учун ҳужжатлар тақдим этиладиган санадаги қонун ҳужжатларида белгиланган энг кам иш ҳақининг ўн баравари миқдоридан кам бўлмаслиги керак.
2.	Оилавий корхона иштирокчилари корхона мол-мулки етарли бўлмаганда оилавий корхонанинг мажбуриятлари бўйича ўзига тегишли мол-мулк билан қонун ҳужжатларига мувофиқ субсидиар жавобгар бўлади.
3.	Оилавий корхона мулки иштирокчиларининг шахсий меҳнатига асосланади.
4.	Оилавий корхона фаолиятнинг айрим турларини фақат махсус рухсатнома (лицензия) мавжуд бўлганда амалга ошириши мумкин.
5.	Оилавий корхона иштирокчилари фақат оила аъзоларидан иборат бўлган тақдирда уларга ойлик маъоши ҳисобланиши шарт эмас.

[1] Қонунлар ва бошқа меъёрий ҳужжатлар асосида муаллиф томонидан тизимлаштирилган

6.	Ягона уй (квартира) оилавий корхонанинг устав фондига киритилиши мумкин эмас.
7.	Оилавий корхонанинг тўлиқ фирма номи тадбиркорлик субъектлари-дан фарқли ўлароқ, унинг тўлиқ номини ва "oilaviy korxona" деган сўзларни ўз ичига олиши керак.
8.	Оилавий корхона акциз солиғи тўланадиган маҳсулотни ишлаб чиқаришни ва ер қаъридан фойдаланганлик учун солиқ солинадиган фойдали қазилмалар кавлаб олишни, шунингдек юридик шахслар учун қатъий белгиланган солиқ ёки ягона ер солиғи тўлаш назарда тутилган фаолиятни амалга ошириши мумкин эмас.
9.	Оилавий корхона иштирокчилари оила аъзолари таркибидан фақат муомалага лаёқатли шахслар бўлиши мумкин.
10.	Бир оилавий корхона иштирокчиси бир вақтнинг ўзида бошқа оилавий корхона иштирокчиси бўлиши мумкин эмас.
11.	Оилавий корхона иштирокчиларига мулк ҳуқуқи асосида тегишли бўлган турар жойларни улардан оилавий корхона фаолиятида фойдаланиш мақсадида тадбиркорлик субъектларидан фарқли ўлароқ, яшаш учун мўлжалланмаган жойларга айлантириш талаб қилинмайди,
12.	Оилавий корхонанинг таъсис ҳужжати мазкур корхонанинг барча иштирокчилари томонидан тузиладиган таъсис шартномаси бўлиб ҳисобланади.
13.	Оилавий корхона иштирокчиларини қонунга асосан, оила бошлиғи, унинг хотини (эри), болалари ва набиралари, ота-онаси, меҳнатга қобилиятли ёшга тўлган бошқа қариндошлари (болалари ва набираларининг эрлари (хотинлари), туғишган ҳамда ўгай ака-ука ва опа-сингиллари, уларнинг эрлари (хотинлари) ҳамда болалари, тоға ва амаки ҳамда амма ва холалари) оилавий корхона иштирокчилари бўлиши мумкин.
14.	Оилавий корхона иштирокчиларига мулк ҳуқуқи асосида ёки бошқа қонуний асосда тегишли бўлган турар жойлар ва яшаш учун мўлжалланмаган жойлар, шу жумладан, ишлаб чиқариш, хўжалик бинолари ва бошқа иморатлар оилавий корхона фаолиятини амалга ошириладиган жойдир.

Оилавий корхонанинг таъсис шартномасида қонуннинг 9-моддасига биноан қуйидагилар кўрсатилади:

• оилавий корхона бошлиғининг ва оилавий корхона бошқа иштирокчиларининг фамилияси, исми, отасининг исми ҳамда яшаш жойи (манзили);

• оилавий корхона устав фондининг миқдори;

• оилавий корхона иштирокчилари томонидан унинг устав фондига киритиладиган мол-мулкни белгилаш тартиби;

• оилавий корхонанинг фирма номи ва жойлашган ери (почта манзили) тўғрисидаги маълумотлар;

• оилавий корхона иштирокчилари ўртасида тадбиркорлик фаолиятидан олинган фойдани, шунингдек оилавий корхона тугатилганда мол-мулкни тақсимлаш тартиби;

• оилавий корхона иштирокчиларининг оилавий корхона фойдаланишига берилаётган мол-мулки рўйхати;

• оилавий корхонанинг мол-мулкига доир йирик битимнинг миқдори;

• оилавий корхона иштирокчиларининг умумий йиғилиши томонидан қарорлар қабул қилиш тартиби;

• оилавий корхона иштирокчилари муҳим деб ҳисоблайдиган бошқа шартлар.

Таъсис шартномаси оилавий корхонанинг барча иштирокчилари томонидан имзоланади[1].

Қонуннинг 6-моддасига биноан юридик ва жисмоний шахслар билан ўзаро муносабатларда оилавий корхона номидан унинг бошлиғи иш кўради. Оилавий корхона иштирокчиларидан бири унинг бошлиғи бўлиши мумкин, унга оилавий корхонанинг барча иштирокчилари бир овоздан иш муомаласида ўз номларидан иштирок этиш ҳуқуқини беради.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 24 майдаги ПҚ-357-сонли қарори билан тасдиқланган Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш ва ҳисобга қўйишнинг хабардор қилиш тартиби тўғрисидаги низомга асосан оилавий корхонани давлат рўйхатидан ўтказиш учун рўйхатдан ўтказувчи органга ариза-хабарнома билан мурожаат қилиб, унга қуйидагилар илова қилинади:

• давлат тилидаги таъсис шартноманинг икки асл нусхаси;

• давлат божининг белгиланган миқдори тўланганлиги ҳақидаги банк тўлов ҳужжати;

• фирма номларининг марказлаштирилган маълумотлар базасида қулай фирма номи захирага олинганлигини тасдиқлайдиган ягона логин ва пароль;

• уч нусхада муҳр ва штамп эскизлари[2].

Оилавий корхонани ташкил қилишда оилавий корхонанинг иштирокчилари эр ва хотин бўлса – никоҳ тузилганлиги тўғрисида гувоҳнома, болдари бўлса, туғилганлик ҳақидаги гувоҳнома каби ҳужжатлар тақдим қилинади. Худди шу сингари бошқа қариндошчиликни тасдиқловчи ҳужжатларни зарурияти ҳам пайдо бўлиши мумкин.

---

[1] “Оилавий тадбиркорлик тўғрисида”ги *2012 йил 26 апрелда қабул қилинган* Ўзбекистон Республикаси Қонуни.

[2] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 24 майдаги “Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш ва ҳисобга қўйишнинг хабардор қилиш тартиби тўғрисидаги низом”ни тасдиқлаш тўғрисидаги ПҚ-357-сонли қарори.// news.olam.uz

Умуман, агарда оилавий корхона таъсис ҳужжатини тайёрлашда ҳамда уни расмийлаштиришда қийинчиликлар вужудга келадиган бўлса, оилавий корхона иштирокчиларининг қарорларини баённома билан расмийлаштириш ҳамда унда қуйидагиларни назарда тутиш мумкин:

• оилавий корхонани очиш ҳақидаги қарор;
• иштирокчилар сони;
• устав фондининг миқдори;
• фирма номини тасдиқлаш;
• муҳр ва штамп эскизларини тасдиқлаш;
• корхонанинг бошлиғини сайлаш;
• ва бошқа масалалар.

Кўриниб турибдики, оилавий корхонани очилиш тартиби ҳам ўзига хос хусусиятларга эга бўлиб, бир қанча босқичлардан иборат. Ҳозирги кунда ушбу ҳужжатлар давлат хизматлари муассасалари томонидан амалга оширилмоқда. Бу анча қулайликларга эга бўлмоқда.

Зайнитдин Эшонкулов – Самарқанд вилояти имоми, СамДУ магистранти

ТИЖОРАТ ВА УНИНГ ОДОБЛАРИ

Исломда инсон ҳаётининг ҳамма жабҳаси бўйича тегишли кўрсатмалар бор. Унда оилавий ҳаётдан тортиб, жамиятдаги ўрни, инсоннинг Ватан, оила, ота-она, ҳатто ўзи олдидаги мажбуриятлари ҳамма-ҳаммаси кўрсатиб берилган. Етарли тарзда инсоннинг ҳалол ризқ топиб, ҳалол яшашигача, савдо-тижоратни қандай амалга оширишгача бўлган масалалар ҳам батафсил тарзда қаламга олинган.

Бугунги кунда мамлакатимиз аҳолиси янгиланиш ва шу асосда катта бунёдкорлик ишларини амалга оширилаётганлигининг гувоҳи бўлиб яшамоқда. Бу ўзгаришлардан кўзланган асосий мақсад нима эканлигини мамлакатимиз раҳбари ўзининг Олий Мажлисга мурожаатномасида яққол тушунтириб таъкидлади: “Юртимизда яшаётган ҳар қайси инсон миллати, тили ва динидан қатъи назар, эркин, тинч ва бадавлат умр кечириши, бугун ҳаётдан рози бўлиб яшаши – бизнинг бош мақсадимиздир”[1]. Инсон қачон эркин, тинч ва бадавлат умр кечириб, бугун ҳаётдан рози бўлиб яшайди, қачонки шу жамиятда ҳалоллик, адолат ҳукм сурса. Бунга эришиш учун эса, ҳар бир шахс маърифатли, маънавиятли, иймон-эътиқоди бутун бўлиши лозим. Бунга эришиш учун жуда кўп соҳаларни исломий йўллар билан ҳам таҳлил қилиш лозим бўлади. Биз мазкур мақолада тижорт ва унинг одобларига қисқагина тўхталишни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Чунки бугунги кунда ушбу фаолият билан ҳар куни деярли ҳамма тўхнашиб келмоқда.

[1]Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2018 йил 28 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // “Халқ сўзи” газетаси. 2018 йил 29 декабрь.

“Тижорат” сўзи арабча сўз бўлиб, луғатда олди сотди маносини англатади. Уламолар тижоратнинг тарифида бир-бирига яқин бир неча маноларни айтишган: “Тижорат”- бир нарсани савдога қўйиб, фойда олиш учун сотиб олишдир”; “Тижорат”- олди-сотди ила фойда излашдир”; “Тижорат” – фойда кўриш мақсадида молни айлантиришдир” ва ҳоказо.

Бизнинг она тилимизда эса тижорат – савдо сўзи арабча “байъ” сўзига ҳам тўғри келади. “Байъ” луғатда “ўзаро бир нарсани алмаштириш”ни англатади. Шариатда эса бир молни иккинчи бир мол муқобилига рози бўлиб қабул қилиб олишга айтилади. Қисқа қилиб айтганда, “савдо” сўзи “тижорат” сўзидан умумийроқ бўлиб, бугунги куннинг истилоҳида “бозор” муомалалари” маъносига яқинроқ келади.

Савдо ҳалол бўлиши учун икки тарафнинг – ҳам сотувчининг, ҳам харидорнинг розилиги шарт қилинган. Ушбу ҳақиқатга алоҳида этибор бериш керак. Бировга нисбатан тазйиқ ишлатиб, унинг молини ўзи истамаган тарзда паст баҳога сотишга мажбурлаш мумкин эмас. Шунингдек, ўзининг нарсасини бошқага мажбурлаб сотиш ҳам таъқиқланган бўлиб, бу борада мансабни, кучни ва бошқа чораларни ишга солиб, одамларни норози қилиб муомалага чорлаш қатъий қораланган.

Тижоратнинг шариатга киритилишига Қуръони каримда, Расулуллоҳ (с.а.в)нинг суннатларида бир қанча далиллар бор.

Аллоҳ таоло Нисо сурасида марҳамат қилади: **“Эй иймон келтирганлар! Бир –бирларингизнинг молларингизни ботил йўл билан еманг. Магар ўзаро розилик ила тижорат бўлса, майли. Ўзингизни ўзингиз ўлдирманг. Албатта Аллоҳ таоло, сизларга ўта раҳмлидир”** (29-оят). Бировнинг молини ботил йўл билан ейишга судхўрлик, қимор, порахўрлик, алдамчилик, нархни сунъий равишда кўтариш, ўғрилик, қиморбозлик, товламачилик ва бошқалар киради.

Ояти каримада ботил йўл билан бировнинг молини ейишдан “**Фақат ўзаро розилик ила бўлган тижорат бўлса, майли”,** деб истисно қилинмоқда.

Албатта, ҳалол ризқ топишнинг йўли фақат тижорат эмас. Аммо бу мақомда тижорат-савдонинг зикр қилинишига сабаб шуки, нотўғри йўл билан мол ейишниг бази турларида тижоратга ўхшашлик бор. Мисол учун, Арабистон ярим оролида судхўрлик авж олган эди. Ислом бу ишни таъқиқлаганида мушриклар судхўрлик ҳам тижоратга ўхшаш, деган давони илгари суришди. Шу каби тушунмовчиликлар ёки ноўрин даволар бўлмаслиги учун ўзаро розилик билан қилинган тижорат бундан истисно қилинмоқда. Чунки тижорат ҳалол меҳнат. Савдогар меҳнат қилиб, молу пулини ишга солиб, ишлаб чиқарувчи ва харидор ўртасида воситачи бўлади. Бу вазифани бажаришда орада анча мунча хизматларни амалга оширади. У касод бўлиши, синиб, молсиз-пулсиз қолиши эҳтимолларини ҳам бўйнига олиб, таваккалчилик билан бу ишга қўл уради. Энг муҳим омиллардан бири тижорат икки тарафнинг розилиги билан бўлади. Биров уни ўзи истамаган тарафга ва ўзи истамаган нархда сотишга мажбурлай

олмайди. Харидор рози бўлмаса, олиш олмасликда эркин, бошқа томонга кетаверади. Уни ҳам биров истамаган нарсани истамаган нархда олишга мажбурлай олмайди.

Оятнинг давомида Аллоҳ таоло мўмин бандаларига қарата: “**Ўзингизни ўзингиз ўлдирманг**!” демоқда. Сиртдан қараган одам: “ Бир-бирининг молини ноҳақ ўзлаштириш ва ўзини ўзи ўлдириш орасида қандай алоқа бор?” дейиши мумкин. Лекин чуқурроқ ўйлаб кўрилса, ҳаётий тажрибага назар солинса, ҳақиқатда бу икки нарса ўртасида бевосита алоқа борлиги кўринади. Бир бирининг молини ноҳақ йўл билан ўзлаштириш одати бор жамият ўзини ўзи ҳалокатга олиб боражагини ва бораётганини кўрамиз. Жумладан, мазкур ноҳақ йўл билан мол ейиш ҳам катта хатолик сифатида ҳалокатга сабаб бўлади. Бу ишни қилганлар ўзини ўзи ўлдирган бўлади.

“Албатта, Аллоҳ таоло сизларга ўта раҳмлидир”. У мўмин-мусулмонларга раҳм қилгани учун ҳам сизларни ҳалокатга олиб борувчи ишлардан, жумладан, бир бирингизнинг молингизни ноҳақ йўл билан ейишдан қайтармоқда. Сизни нажотга сабаб бўлувчи ишларга буюрмоқда. Бу ҳол Аллоҳнинг раҳматидир. Агар у раҳм қилиб, тўғри йўлни кўрсатиб бермаганида, нотўғрисидан қайтармаганида, катта машаққатда қолган бўлар эдингиз.

Хулоса қилиб айтганда, савдо-тижорат муаммоларини ҳалол йўл билан амалга ошириш йўлларини аниқ кўрсатиб берган ислом одобларига амал қилиб яшаган одам, ҳақиқатда ҳалол ризқ билан хотиржам умр кечиради, бу шу дунёнинг саодатига эришганлигининг, агар бировларга ўз манфаати йўлида хиёнат қилмай яшаган бўлса, у дунёнинг саодатига ҳам муяссар бўлишлигининг кафолатидир.

Қ.Собиров – СамИСИ тадқиқотчиси
М.Ж.Ашурова – СамДТИ ўқитувчиси

АҲОЛИНИ ДАВОЛАШДАН КЎРА ДАВО ТУРИЗМИ САЛОҲИЯТИНИ РИВОЖЛАНТИРИБ КАСАЛЛИКНИНГ ОЛДИНИ ОЛИШ ФОЙДАЛИ

Ҳар қандай соҳани ривожлантириш учун шу соҳанинг етарли даражада салоҳияти бўлиши керак. Даволаш туризмини ҳам ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш учун унинг ҳам салоҳияти бўлиши керак. Даволаш туризми салоҳиятининг назарий масалаларига аниқлик киритиш учун олдин “салоҳият”, “туризм салоҳияти” сўзларига аниқлик киритишни тақозо қилади.

Ҳар қандай тушунчанинг мазмунига назар соладиган бўлсак, уни биринчи галда маъносига аҳамият бериш лозим бўлади. Ўзбек тилининг 5 жилдлик изоҳли луғатида салоҳият сўзининг луғовий маъноси берилган.

Унда айтилишича ушбу сўз араб тилидан олинган бўлиб, “яроқлилик, ваколат, ҳукмдорлик; тўлиқ ҳокимият”[1], деган маъноларни англатиши қайд этилган. Шунингдек, ушбу сўзга “Қобилият, иқтидор”[2], деган нисбатлар ҳам берилган. Мазкур ҳолатда ушбу сўз инсонга нисбатан ишлатилган. Аммо хўжалик юритувчи субъектлар, бирлашмалар, тармоқ каби бирликларнинг ҳам салоҳияти мавжуд. Бу борада Ўзбек тилининг изоҳли луғатида ҳеч қандай изоҳ берилмаган. Буларни инобатга олиб таъкидлаймизки, ушбу сўзнинг маъносини янада кенгайтириш, унга фақат инсонлар нуқтаи назаридан эмас, балки бошқа субъектлар ва жараёнлар нуқтаи назаридан ҳам ёношиш лозим, деб ҳисоблаймиз.

Корхонанинг, яъни хўжалик юритувчи субъектларнинг, шу жумладан туризм соҳасининг ҳам салоҳияти дейилганда, инсоннинг кўз олдига, унинг ўз вазифасини тўлиқ бажариш учун ундаги мавжуд имкониятлари келади. Туризм салоҳияти деганда ҳам шу жараённи тўлиқ амалга ошириш учун мажуд бўлган туристик объектлар ва бошқа туристларга хизмат қиладиган бирликлар ҳамда тегишли инфратузилмалар мажмуаси тушунилмоғи лозим. Худди шундай фикрни даволаш туризми салоҳиятига ҳам жорий қилиш мумкин.

Даволаш туризми салоҳияти оддий туризм салоҳиятига нисбатан анча кенг. Чунки бунда оддий дам олиш билан бирга даволаш жараёнларини ҳам ўз ичига олади. Ушбу фикрлардан келиб чиқадиган бўлсак, даволаш туризми салоҳияти ҳақида гап кетадиган бўлса, шунга мослаштирилган субъектларнинг ўз вазифасини тўлиқ бажариши учун зарур бўлган барча мавжуд имкониятларини тушунмоқ лоим. Агар ушбу қарашдан келиб чиқиладиган бўлса ушбу тушунчанинг таърифини ҳам ишлаб чиқиш мумкин бўлади. Одатдагидек, даволаш туризми салоҳияти таърифида ҳам бошқа тушунчаларнинг таърифларидек, объектнт, субъектни, жараёнларни ўз ичига тўлиқ олган бўлиши лозим. Ушбу талаблардан келиб чиқиб, бизнинг фикримизча даволаш туризмига қуйидагича таъриф бериш мумкин.

Даволаш туризми салоҳияти дейилганда маълум бир ҳудудда даволаш туризмини ташкил қилиш ва амалга ошириш учун зарур бўлган барча санаториялар, курортлар, клиникалар ва бошқа даволаш муассасалари ва уларнинг фаолиятини самарали таъминлашга хизмат қиладиган инфратузилмалар ҳамда замонавий талабларга жавоб берадиган малакали кадрлар мавжудлиги тушунилади.

Мазкур таърифни қуйидагилар билан изоҳлаш мумкин. Биринчидан, даволаш туризми салоҳияти маълум бир ҳудуд доирасида чегараланганлиги билан характерланади. Масалан, Самарқанд вилоятида даволаш туризми салоҳияти дейиладиган бўлса, айнан шу вилоятд ҳудудидаги даволаш ресурслари инобатга олинади.

[1] Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж.III. М-Тартибли.. Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти. 2006. - Б. 432

[2] Ўша жойда. – Б. 432.

Иккинчидан, ушбу таъриф даволаш туризмини ташкил қилиш ва амалга ошириш учун зарур бўлган барча туристик ресурсларни қамраб олади. Буларга шу ҳудудда жойлашган санаториялар, курортлар, клиникалар ва бошқа даволаш муассасалари киради.

Учинчидан, ҳар қандай субъектларнинг самарали фаолияти бир қанча бошқа соҳа ва тармоқларнинг бир тан ва бир жон бўлиб ҳаракат қилишига боғлиқ. Шунинг учун асосий субъектларнинг фаолиятини самарали таъминлашга хизмат қиладиган инфратузилмалар мажмуининг мавжудлиги ҳам инобатга олинган.

Булардан ҳам кўриниб турибдики, даволаш туризмини самарали амалга ошириш учун барча имкониятлар инобатга олинган.

Туристик салоҳиятни учга: табиий, маданий-тарихй ва ижтимоий-иқтисодий гуруҳларга бўлиш мумкин.

Табиий ресурсларга шу ҳудуд флораси, фаунаси, иқлими, ландшафти, сув ҳавзалари кабилар киради. Маданий-тарихий салоҳиятга моддий объектлар билан бирга маънавий салоҳиятни ҳам ўз ичига олади. Ижтимоий-иқтисодий салоҳиятга меҳнат, ахборот ва бошқарув каби ресурсларни киритиш мумкин.

Булардан келиб чиқиб, даволаш туризми салоҳиятига: санаторияларни, курортларни, дам олиш уйларини, клиникалар, соғломлаштириш комплекслари каби даволовчи муассасаларни киритиш мумкин.

Одамларнинг яшаш даражаси яхшиланган сари, даромади ўзларининг кундалик эҳтиёжидан ортиб бориши муносабати билан даволаш туризмига эҳтиёж ошиб боради. Ҳозирги пайтларда даволовчи муассалаларнинг деярли барчасида йил давомида одамлар гавжум бўлмоқда. Бу ҳам кўрсатадики, келажакда даволаш туризмининг нуфузи ошиб бораверади. Шунга мос равишда ушбу туризмнинг салоҳиятини муттасил кенгайтириб боришни тақозо қилади.

Обид Пардаев – Молия вазирлиги масъул ходими, мустақил тадқиқотчи

ИННОВАЦИЯ ВА У БИЛАН БОҒЛИҚ ТУШУНЧАЛАРНИНГ НАЗАРИЙ ТАЛҚИНИ

Маълумки, 2018 йилни "Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш йили", деб эълон қилингач, мамлакатда "инновация" сўзини ҳамма гапирадиган, ёзадиган, амалиётга тадбиқ қиладиган бўлиб қолди. Жуда кўп соҳаларда илмий-тадқиқотлар ҳам айнан шу мавзу билан бирга олиб бориладиган бўлди. Буларнинг натижаси ОАВларининг деярли ҳамма турларида, электрон ва босма нашрларда, радио, телевидения, газеталарда ушбу сўзни жуда кўп учратдик. Мамлакатимизда инновацияни ривожлантириш вазирлиги ташкил қилинди. Бундан ташқари аксарият вазирликлар ҳам йиллик иш дастурларида ўз фаолиятларига инновацияни жорий қилиш вазифаларини

киритди. Янги вазирлик вазифалари мамлакатда илмий-тадқиқот ва инновация фаолиятининг истиқболли ютуқларини тарғиб қилиш, бу борада самарали механизмларни ишлаб чиқиш, илмий-экспериментал ихтисослашган лабораториялар, юқори технологик марказлар, технопарклар ва бошқа инновацион тузилмаларни мустаҳкамлашдан иборат. Муҳими, ғоялар, ихтиролар тарқоқлигига барҳам берилиб, бир нуқтадан бошқариладиган ва бир жойга жамланадиган бўлди.

Бу ҳолатни объектив зарурият деб баҳолаш жоиз. Чунки кундалик ҳаётимизга жуда тез кириб келган ушбу атамани, тушуниш унчалик тез амалга ошмаганлигини ҳам тан олиш керак. Чунки инновацион ғояларни ишлаб чиқиадиган, уни жорий қилиш топширилган кўпгина мутахассислар бу сўзнинг маъно-мазмуни, моҳиятини бирданига тўлиқ англаб етганларича йўқ. Натижада ушбу атаманинг мазмуни бўйича турли қарашлар шаклланди. Бу табиий албатта. Чунки ҳар бир соҳа мутахассислари, ўзларининг соҳасидан келиб чиқиб ёндошади. Улар муҳокама жараёнида бир тўхтамга келишади. Шу туфайли ушбу масала бўйича биз ҳам ўз қарашларимиз билан ўртоқлашмоқчимиз.

“Инновация” атамасини тушуниш учун энг аввало, унинг луғовий маъносига эътиборни қаратиш мақсадга мувофиқ. Ушбу атама инглиз тилидаги “innovation” сўзидан олинган бўлиб, “киритилган янгилик, ихтиро”[1] маъносини англатади. Мазкур луғотнинг ўзида унга учта изоҳ берилган. “1 *иқт.*Техника ва технологияларнинг янги турлари (авлодлари)ни жорий этиш мақсадида иқтисодиётга сарфланган маблағлар. 2 Илғор техника ва технология, бошқариш ва б. соҳасидаги янгиликлар ва уларнинг турли соҳаларда қўлланиши. 3 *тлш.* Муайян тилда, асосан унинг морфология соҳасида энг сўнгги даврларда пайдо бўлган янги ҳодисалар (тил бирликлари)”[2]. Ушбу изоҳлардан кўриниб турибдики, инновация қайси соҳада бўлмасини янгиликни ифода этади. Аммо турли соҳада уларнинг кўриниши турлича эканлигига гувоҳ бўлдик.

Бироқ шуни ҳам эътироф этиш керакки, айрим манбаларда ушбу атамага сал бошқачароқ ёндошилмоқда. Жумладан интернетда берилган изоҳда *“Инновация”* атамаси лотинча *“novatio”* сўзидан олинган бўлиб, *“янгиланиш”* (ёки *“ўзгариш”*), *“in”* қўшимчаси эса лотинчадан *“йўналишида”* деб таржима қилинади, агар буни яхлит *“Innovatio”* кўринишида таржима қилсак – *“ўзгаришлар йўналишида”*деб изоҳланади”[3].

Кўриниб турибдики, инновация кенг тарқалганлигига қарамасдан, ҳамон турли фикрлашлар сақланиб қолмоқда. Агар бунинг тарихига назар ташлайдиган бўлсак, инновацияга оид илмий манбалардан маълумки, ушбу тушунча биринчи бўлиб XIX асрнинг илмий тадқиқотларида пайдо

[1] Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж.II. Е-М. / Таҳрир ҳайати: Т.Мирзаев ва бошқалар; Ўзбекистон ФА тил ва адабиёт ин-ти. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” давлат илмий нашриёти, 2006. – 212 б.
[2] Ўша жойда. – 212 б.
[3] IT-SPEC. 9176. 30.11.2017. 19:33

бўлган. Аммо унинг янгича мазмуни иқтисодиётга XX асрнинг бошида австриялик ва америкалик иқтисодчи Й. Шумпетер томонидан киритилган. Ушбу олим иқтисодиётга ушбу терминни 1900-йилларда олиб кирган. Шу тариқа Й.Шумпетер инновацияни илмий жиҳатдан асослаган дастлабки олимлардан биридир. Шундан буён “инновацион комбинациялар”ни таҳлил қилиш, иқтисодий тизимларнинг ривожланишидаги ўзгаришларни ўзида ифода этиб келаётган инновация атамаси XXI асрга келиб, мамлакатимиз иқтисодиётини юксалтирадиган муҳим омиллардан бирига айланди.

Шунга аҳамият бериш лозимки, инновацияга ҳар қандай турдаги янгилик сифатида эмас, балки мавжуд тизимнинг самарадорлигини жиддий равишда оширадиган омил сифатида қараш лозим бўлади. Шу туфайли модернизация, диверсификация ва инновация иқтисодий ўсишнинг муҳим омиллари[1] сифатида қаралмоқда.

Интернет саҳифаларида ҳам инновацияга оддий сўзлар билан жавоб топишни истаган фойдаланувчилар кўплаб учрамоқда. Бир манбада “Ҳақиқатан ҳам, ўзбек тилига ўгирганда ҳозирча "ноодатий ечим" тарзида қўлланилаётган бу сўзнинг инсонлар кундалик ҳаётига сингдирилиши фуқаро ҳаётида қандай акс-садо беради? Инновация мамлакат тараққиётида қандай рол ўйнайди? У нима ўзи?”[2] деган саволни қўйган.

Энди инновация тушунчаси ҳақидага назар ташлайдиган бўлсак ҳам олимлар ўртасида турли қарашлар борлигини кўриш мумкин. Жумладан интернет маълумотларидан бирида, “Инновация – бу бозор талабидан келиб чиққан ҳолда жараёнлар ва маҳсулотларнинг сифатли ўсиш самарадорлигини таъминлаш учун жорий этилган янгиликдир. Инсон интеллектуал фаолияти, унинг фантазияси, ижодий жараёни, кашфиётлари, ихтиролари ва рационализаторлигининг якуний натижаси ҳисобланади”[3]. Бу ерда инновицияга иқтисодиётнинг бозор талабидан келиб чиққан жиҳатларига-гина эътибор қаратилган. Лекин бизнинг фикримизча, ушбу тушунчага жуда тор доирада қараш бироз унинг мазмунини очиб бериш учун етарли эмас. Чунки жамият ҳаётининг бирорта соҳасини алоҳида ўзгартириб бўлмайди, зеро улар бир-бири билан узвий боғлиқликда.

Инновацияга аниқлик киритиш мақсадида юқорида келтирилган интернет манбасида “Янги истеъмолчилик хусусиятлари ёки ишлаб чиқариш тизимларининг самарадорлигини сифатли ошириш орқали бозорга маҳсулот (товарлар ва хизматлар)ни етказиб бериш – инновацияга мисол бўла олади”[4], деган фикрни ҳам келтирган. Агар ушбу масалага фақат истеъмолчилик хусусиятларидан келиб чиқиб қараладиган бўлса, балки мазмунини тўлиқ ифода этади. Аммо, юқорида таъкидланганидек, ушбу масалага тор доирада қараб бўлмайди.

---

[1] Пардаев М.Қ., Мамасоатов Т.Х., Пардаев О.М Модернизация, диверсификация ва инновация – иқтисодий ўсишнинг муҳим омиллари. – Т.: “Наврўз” нашриёти, 2014. – 104 б.

[2] IT-SPEC. 9176. 30.11.2017. 19:33

[3] Read more: https://sputniknews-uz.com/analytics/20180110/7233394.html

[4] Read more: https://sputniknews-uz.com/analytics/20180110/7233394.html

Ушбу атамага яна бир изоҳни келтирамиз. Бунда: “Инновация – фойдаланиш учун киритилган янги ёки сезиларли даражада яхшиланган маҳсулот (товар, хизмат) ёки жараён, сотувларнинг янгича услуби ёки иш амалиётидаги, иш ўринларини ташкил этишдаги ва ташқи алоқаларни ўрнатишдаги янги ташкилий услуб ҳисобланади[1], дейилган. Кўриниб турибдики, бу ерда инновацияга анча кенг маънода ёндошилган. Ушбу тушунчани фақат маҳсулот (товар, хизмат) ёки жараён, сотувларнинг янгича услуби ёки иш амалиётидаги янгилик эмас, балки янги иш ўринларини ташкил этадиган омил сифатида ҳам қаралган. Шунингдек, ташқи алоқаларни ўрнатишдаги янги ташкилий услуб ҳам инновациянинг тушунчасидан жой олган.

Демак, инновация кенг маънодаги тушунча экан. Агар биргина иқтисодиёт соҳасини оладиган бўлсак ҳам бу ҳам жуда кенг қамровли. Шу туфайли ушбу тушунчанинг таърифини назарий жиҳатдан асослаш бугунги кунда олимлар ва мутахассислар олдида турган муҳим вазифалардан бири ҳисобланади. Ҳозирги кунда илмий адабиётларда инновация деганда, илм-фанни яхши ўзлаштиришни, илмий кашфиётлар ва ихтироларни тушунилаётган-лиги ҳам сир эмас. Аслида улар бир-биридан фарқ қилади. Илм-фан маъ-лум миқдордаги маблағлар эвазига амалга оширилади. Буларнинг натижа-сида турли ғоялар концепциялар пайдо бўлади. Бу эса, ўз навбатида, сарф-ланган маълум миқдордаги маблағларни билимлар ва ғояларга айлантиради.

Ихтиролар натижасида ҳаётнинг маълум бир бўғинини янги ўзга-ришларга олиб келадиган янги технологиялар, концепциялар яратилади. Бу ҳам маълум маблағлар эвазига амалга оширилади. Инновациялар эса, шу ишлаб чиқилган ғояларни, концепция, технология каби жамият ҳаётини ўнглаш ва янгиллашга сарфланган маблағларни қайтаришга хизмат қилади. Бугунги кунда нафақат иқтисодиётни, балки бутун ҳаётимизнинг барқарорлиги ва ривожланишини таъминлаш учун кенг кўламли инновацияларни бутун ҳаётимизга жорий қилишни тақозо қилмоқда.

Озода Пардаева–Самарқанд ветеринария медицина институти ўқитувчиси
Ҳилола Очилова – СамИСИ кафедра кабинет мудираси

ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ҲУҚУҚИЙ АСОСЛАРИНИ ВА УЛАРНИНГ АҲАМИЯТЛИ ЖИҲАТЛАРИ

2017-2018 йиллар давомида мамлакатимизда амалга оширилаётган ислоҳотлардан бири инвестициявий жозибадорлигини оширишга қаратилди. Бунинг натижасида:

Биринчидан, хорижий инвестицияларни жалб қилиш имконияти яратилади, хорижий инвесторлар иштирокидаги янгидан ташкил этилган

[1] Read more: https://sputniknews-uz.com/analytics/20180110/7233394.html

ишлаб чиқариш корхоналарига улар рўйхатдан ўтказилган санада амалда бўлган солиқ ставкалари ва бошқа мажбурий тўловларни қўллаш ҳуқуқи беш йил мобайнида ўзгармайдиган бўлди.

Иккинчидан, олдинги йилларда ҳар йили Давлат бюджети параметрларини тасдиқлаган пайтда солиқ ставкалари ўзгартириларди ва бу хорижий инвесторларга ҳам тегишли эди. Бу эса, уларни бироз чўчитарди, чунки солиқ бирданига ошиб кетиш хавфи ҳам улар учун бордек туюларди. Шу туфайли риск қилишни ҳоҳламас эди.

Учинчидан, хорижий инвесторлар томонидан инвестиция сифатида киритилган маблағлар миқдоридан қатъи назар, хорижий инвестициялар иштирокидаги барча корхоналарга беш йил давомида ўзгармаслик имтиёзи тўлиқ татбиқ этиладиган бўлди. Ушбу тадбир мамлакатимизданинг инвестициявий жозибадорлигини ошириш имконини беради ва мос равишда, хорижий инвесторлар учун анча қулайликларни ҳам яратади.

Мамлакат тараққиётининг янги босқичида Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси ҳузурида Тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш бўйича вакил институтини ташкил этилди. Мазкур институт тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш соҳасида қонунлар ижроси устидан Парламент назорати шаклларини кучайтириш имконини берди. Бу ҳам тадбиркорлар ҳуқуқларини ҳимоя қилишга қаратилган таъсирчан механизмлардан биридир. Ушбу тадбир, Олий Мажлиси ҳузурида Тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш бўйича вакил институтининг тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилишни таъминлашда, давлат тузилмалари билан муносабатларда уларнинг манфаатларини ифодалашда муҳим ўрин тутади. Бу эса кўпгина хорижий давлатларнинг тажрибаларига мослигини кўрсатмоқда.

Тадбиркорлик фаолиятини жадал ривожлантириш мақсадида, хусусий мулкчиликни ҳар томонлама ҳимоя қилиш ва ишбилармонлик муҳитини сифат жиҳатдан яхшилаш борасида бешта энг устувор соҳа бўйича 42 та аниқ чора-тадбир амалга оширилишини назарда тутувчи 2017 йил ва ундан кейинги даврларга мўлжалланган Комплекс чора-тадбирлар дастури тасдиқланган эди. Ушбу тадбирлар ичида коррупцияга қарши курашишнинг ҳуқуқий асосларини такомиллаштириш, давлат ва бизнеснинг ўзаро ҳамкорлигидаги маъмурий тўсиқларни бартараф этиш, давлат ресурсларидан фойдаланишнинг очиқлиги ва шаффофлигини таъминлашга қаратилган тадбирларни келтириш мумкин. Ушбу тадбирлар ҳам тегишли қонунларда ўз аксини топди. Булар жумласига умумий эътироф этилган халқаро стандартлар асосида бир қатор қонунларни: "Коррупцияга қарши курашиш тўғрисида", "Маъмурий тартиб-таомиллар тўғрисида", "Давлат харидлари тўғрисида" ва "Давлат-хусусий шериклик тўғрисида"ги қонунларнинг қабул қилинганлигини киритиш мумкин.

Ушбу Дастурга мувофиқ жиноят ишлари бўйича текширишларни тайинлаш ва ўтказиш тартибининг аниқ ҳуқуқий тартиботини белгилаш

учун "Хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини давлат томонидан назорат қилиш тўғрисида"ги қонунга, Жиноят-процессуал кодексига ва бошқа норматив-ҳуқуқий ҳужжатларга ўзгартириш ва қўшимчалар киритилганлиги ҳам мазкурикқтисодиётни либераллаштириш масаласида эришилган ютуқларимиздан бири сифатида баҳолаш лозим.

Белгиланган чора-тадбирларнинг амалга оширилиши тадбиркорлик субъектлари фаолиятига, шу жумладан, жиноят ишлари доирасида тергов қилишни амалга оширишда ноқонуний аралишиш имконини берувчи сабаблар ва шарт-шароитларни бартараф этишга кўмаклашади. Буларндан ташқари, Дастур тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш билан боғлиқ жиноят қонунчилиги нормаларини янада эркинлаштириш, жиноятлар содир этилиши натижасида етказилган зарарни аниқлаш, шунингдек, тадбиркорлик субъектлари фаолиятига ноқонуний аралишишнинг ягона мезонлари ва асосларини белгилаш, уларни амалга ошириш механизмларини ишлаб чиқишни тақозо қилади.

Амалдаги тартиб бўйича, солиққа тортиш тизими ва божхона ишини такомиллаштириш, республиканинг инвестициявий жозибадорлигини ва халқаро рейтингини ошириш масаласи ҳам кўзда тутилган эди. Бу борада ҳам бир қанча ишлар амалга оширилди. Хусусан, валютани тартибга солиш ва валюталар курси сиёсатининг илғор бозор механизмларини, банк фаолиятини тартибга солишнинг замонавий тамойиллари ва механизмлари жорий этилди, банк фаолиятини самарали амалга оширишга тўсқинлик қилувчи ғовларни бартараф этилди.

Амалдаги тартиб бўйича, солиқ маъмурчилигининг сифати ва самарадорлигини янада яхшиланди, тадбиркорлик субъектларининг экспорт контрактларини божхона органларида ҳисобга қўйиш тўғрисидаги талаблар бекор қилиниб, уларга ҳам бир қанча қулайликлар яратилди, ҳуқуқбузилишларининг олдини олишнинг асосий механизмларидан бири ва қонунга итоаткор тадбиркорлик субъектларининг барқарор фаолияти кафолати сифатида аудиторлик ташкилотлари ва солиқ маслаҳатчиларининг хизматлар сифати учун жавобгарлиги оширилди ва улар томонидан тақдим этиладиган хулосаларнинг ишончлилиги юзасидан улар фаолиятининг ҳуқуқий асосларини такомиллаштирилди.

Мамлакатимизда иқтисодиётни либераллаштиришга қаратилган бир қанча ҳуқуқий ўзгаришлар, тадбиркорлик субъектларига қулайликлар туғдиришга қаратилган. Булар:

Биринчидан, тадбиркорлик субъектлари ва уларнинг ходимларига нисбатан маъмурий жазоларни қўллаш борасидаги вазифа ва ваколатларни босқичма-босқич суд органларига ўтказиш йўли билан тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини суд томонидан ҳимоя қилишни кучайтириш чоралари ҳам кўрилмоқда. Ушбу чораларнинг амалга оширилиши тадбиркорлик субъектларини текширган назорат қилувчи орган томонидан маъмурий ҳуқубузарлик тўғрисидаги ишни мустақил кўриб чиқиш имконияти чекланади. Мазкур ҳолат маъмурий

ишларни кўриб чиқишда холисликка эришишга катта имконият яратади.

Иккинчидан, хўжалик судлари тизими ўзгартирилиб, иқтисодий ишлар бўйича судлар вужудга келди. Ушбу суд мажлисларини аудио ва видеода қайд этиш механизмларини жорий этиш тадбирларини, қабул қилинган қарорларнинг веб-сайтларда эълон қилинишини, ҳакамлар суди қарорларини мажбурий ижро этишга ижро варақаси беришга қаратилган аризалар учун тадбиркорлик субъектларини давлат божи тўлашдан озод этилганлиги ҳам уларга яратилган имтиёзлардан бири бўлиб ҳисобланади.

Учинчидан, ҳозирги пайтда мамлакатимизда рақамли иқтисодиёт, уларнинг бир йўналиши "Электрон ҳукумат" тизимини жорий этиш доирасида давлат органлари фаолиятида ахборот-коммуникация технология-ларини жадал ривожлантириш, тадбиркорлик субъектларининг ваколатли органлар билан ўзаро ҳамкорлигининг бевосита мулоқот қилмайдиган шакл-ларини кенгайтириш бўйича комплекс тадбирлар амалга оширилди. Хусу-сан, тадбиркорлик субъектларига фақат давлат хизматлари кўрсатиш бўйича ягона марказлар орқали “ягона дарча” тамойили асосида кўрсатиладиган давлат хизматлари рўйхатини кенгайтириш борасида анча ишлар қилинди. Ушбу тадбирлар ҳам бевосита тадбиркорларга қулайликлар яратиш билан бирга, уларнинг вақти ва маблағларини тежаш имкониятини ҳам яратади.

Тўртинчидан, тадбиркорлик фаолиятини текширадиган ва уларнинг айрим талабларга жавоб беришини назорат қиладиган бир қанча ташки-лотлар, жумладан, санитария, экология, шаҳарсозлик нормалари ва қоида-лари, ёнғин хавфсизлиги қоидалари, стандартлаштириш ва бошқаларнинг аралашувини ҳам бекор қилиш масаласи кўзда тутилган. Чунки, илғор хорижий тажрибалар кўрсатмоқдаки, ушбу ташкилотларнинг фаолияти бозор механизмларига тўғри келмайди, чунки улар эскирган нормалар асосида тартибга солинади. Уларнинг тадбиркорлик фаолиятига аралаши-шини бекор қилиш масаласи ҳам босқичма-босқич амалга оширилмоқда.

2017-2018 йилларда амалга оширилган натижаларга назар ташлайдиган бўлсак, қабул қилинган меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларнинг амалга оширилиши мамлакат иқтисодиётини барқарор ривожлантиришнинг асосий омили сифатида тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш йўлидаги маъмурий ғовлар ва сунъий тўсиқларни бартараф этиш чораларининг узвийлиги ва изчиллигини таъминлаш имконини беради. Пировардида, мамлакатимизнинг иқтисодий-ижтимоий юксалиши учун қулай ва самарали муҳит яратилади. Бу борада 2019 йилда ҳам тизимли чора-тадбирлар амалга оширилиши кўзда тутилган.

З.И.Абдуллаева– старший преподаватель СамИЭС,
И.С.Бададян – студент группы ИК-217, СамИЭС,
Ш.И.Раджабова – студентка группы ИК-217, СамИЭС

ПРАКТИКА ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В ЗАРУБЕЖНЫХ ФИРМАХ

Практика показывает, что в американских компаниях текущие планы составляются, как правило, в производственных отделениях.

Планы, разрабатываемые оперативными подразделениями, рассматриваются центральной плановой службой, Главным администратором. После утверждения Советом директоров план принимает директивный характер.

В японских компаниях новшества чаще вводятся "сверху вниз". Вместе с тем тактика оперативной деятельности разрабатывается обычно отделом по управлению персоналом, а принятие решений носит групповой характер.

Американские фирмы обычно используют два вида планирования: долгосрочное или стратегическое планирование и годовое финансовое планирование.

Стратегическое планирование осуществляется, как правило, небольшой группой специалистов при высшем руководстве фирмы и концентрирует свое внимание на разработке долгосрочных решений, принимаемых фирмой на основе экономического анализа рыночной ситуации. Ввиду сложности этого процесса в нем используются такие инструменты планирования, как эконометрические прогнозы или модели, разработанные соответствующими специалистами.

Стратегическое планирование имеет целью дать обоснованную оценку будущей рентабельности различных отделений, а на этой основе принимаются решения по поводу прекращения того или иного вида предпринимательской деятельности фирмы (закрытия или продажи отдельных предприятий) или внедрения в новые сферы деловой активности.

Текущее или годовое планирование основывается в американских фирмах на показателях стратегического плана. Годовой план (бюджет) - это оперативный документ, согласно которому отделение определяет планируемый на текущий год объем производства, составляет планы по использованию рабочей силы, капиталовложений, выпуска новых видов продукции.

В годовом плане детализируются планы производства и сбыт поквартально и помесячно, а также устанавливаются задания для низовых уровней управления.

Процесс разработки годового плана начинается с прогноза объема продаж товаров и услуг. Затем рассчитываются издержки производства и

намечаемая прибыль.

В рамках отделения обычно составляются планы по каждому из его подразделений (заводу, отделу), выступающих центрами издержек производства. Управление ими осуществляется на основе показателей отклонения расходов от бюджета.

Составление бюджета или сметы расходов обычно начинается с разработки нормативов трудовых затрат в долларах, затрачиваемых на единицу выпускаемой продукции. Затем определяются от достигнутого затраты на сырье и материалы исходя из установленных нормативов трудовых затрат на единицу продукции. Расходы, не зависящие от объема производства, то есть на здания и оборудование, могут быть включены в бюджет как накладные расходы к нормативу трудовых затрат или не включаются совсем. Общая норма затрат на единицу выпускаемой продукции выступает как показатель, который периодически (раз в неделю или в месяц) сравнивается с количеством действительно затраченных человеко-часов производственной работы и со стоимостью сырья и материалов.

В качестве примера организации процесса планирования представляет интерес рассмотрение двух американских фирм - "Амэлектрик" и "Амтрак"

Фирма "Амэлектрик" представляет собой диверсифицированную транснациональную корпорацию, входящую в список 100 крупнейших корпораций, публикуемый журналом "Форчун". Она производит энергетическое оборудование, предоставляет услуги по его обслуживанию и ремонту.

Процесс планирования в фирме начинается с разработки каждые два года стратегического плана в каждом отделении, на что отводится четыре месяца (формулирование стратегии в соответствии с прогнозируемой рыночной ситуацией, например, стратегия проникновения на рынок конкретных товаров или снятия товара с производства). Стратегические направления разрабатываются на трехлетний период с экстраполяцией их на пять лет. Каждая ситуация анализируется в соответствии с различными альтернативами, подготовленными руководством фирмы.

Подход к планированию в фирме "Амтрак" направлен на повышение ответственности низовых звеньев управления. Процесс годового планирования начинается с разработки стратегических целей и направлений и составления заданий для низовых звеньев.

Детальное годовое планирование включает составление прогноза продаж, разработанного отделом маркетинга фирмы, службами обслуживания покупателей и представителями предприятий.

В японских фирмах широко распространены системы стратегического планирования (в 70% крупных компаний), причем в разработке стратегических планов ведущую роль играет плановый отдел (на уровне центральных служб).

Характер планирования во многом зависит от структуры фирмы, то есть от того, является она специализированной или диверсифицированной по номенклатуре выпускаемой продукции.

В специализированных компаниях с узким ассортиментом выпускаемой продукции основной упор в планировании делается на разработку структуры фирмы и обоснование новых инвестиционных проектов. Предложение и решение этих вопросов сосредоточено на высшем уровне управления, поскольку именно там имеется вся информация. Поэтому в специализированной компании подготовка плана ведется более централизованно и "сверху вниз". Важную роль в осуществлении планирования в таких компаниях играет центральный плановый отдел. Приоритетное значение здесь играют цели: увеличение доли на рынке, рост объема продаж и массы прибыли. Ключевыми проблемами для специализированных компаний являются конкуренция и капиталовложения. Временной горизонт планирования в таких компаниях обычно равен пяти годам, а прогнозирование охватывает длительный период на перспективу. Контроль за деятельностью специализированной компании обычно осуществляется на основе финансовых показателей непосредственно высшим руководством фирмы.

В диверсифицированной компании основной задачей планирования является координация деятельности производственных отделений.

Обычная модель состоит из четырех стадий: формулирование предпосылок, постановка проблем, долгосрочная стратегия, среднесрочные планы.

Стадия 1. Формулирование предпосылок

Философия и цели компании пересматриваются с участием акционеров с учетом ресурсов. На основе собранной информации о внешней среде, как в целом, так и о состоянии и развитии отрасли и о конкуренции составляются прогнозы о положении фирмы на будущее. Анализ прогнозов выявляет возможности и угрозы. Оценка результатов прошлой деятельности и текущих итогов выявляет проблемы и дает информацию для прогнозирования будущего развития фирмы.

Стадия 2. Уточнение проблем

Исходя из вышеперечисленных предпосылок определяются уровни притязаний, например, темпы роста ежегодно должны превышать 10%. Затем прогнозируются важнейшие результаты при условии сохранения действующей политики, которые сравниваются с уровнем притязаний, и выявляются разрывы. Вырабатываются стратегии, позволяющие ликвидировать эти разрывы.

Стадия 3. Долгосрочная стратегия

Чтобы устранить разрывы между прогнозными значениями показателей и теми, на которые претендует компания, разрабатываются новые стратегии "продукт-рынок", например, исследуются возможности развития новых производств, вертикальной интеграции, создания

зарубежных филиалов, совместных инициатив. Изучаются варианты расширения производства и снижения издержек (здесь может использоваться матрица БКГ). Прогнозируются результаты при использовании той или иной из названных выше стратегий и выясняется, будут ли ликвидированы разрывы. Долгосрочная стратегия состоит из трех элементов: долгосрочные цели, подкрепленные долгосрочными стратегиями, долгосрочные стратегические проекты, долгосрочная политика в основных областях.

Стадия 4. Среднесрочные планы

Исходя из принятого решения, относительно долгосрочной стратегии намечаются среднесрочные задачи и направления и составляются среднесрочные планы.

Сюда входят планы развития производственных мощностей, планы по труду и прибыли.

Изучив практику планирования и прогнозирования в зарубежных фирмах в заключении мы предлагаем:

1.Разработать теоретические основы бизнес-планирования на основе выявления основных направлений развития и современных тенденций совершенствования бизнес-планирования в Республике Узбекистан;

2.Выработать методические положения создания эффективного современного планирования на предприятиях занимающихся предпринимательской деятельностью;

3.Разработать приоритетные направления развития малого бизнеса и частного предпринимательства, характеризующих выбор стратегии на предприятиях занимающихся предпринимательской деятельностью на основе определения подходов;

4.Разработать методические основы стратегии развития предприятий сферы услуг на основе рационального распределения задач и функций между управленческими уровнями регулирования рынка гостиничных услуг;

5.Разработать механизм стратегического управления на предприятиях сферы услуг на основе более эффективного использования предпринимательского резерва и повышения финансовой устойчивости предприятия.

М.Рахматова – СамИСИ, “Сервис ва туризм” факультети талабаси,
Т.Истамова – СамДаҚИ, “Қурилишни бошқариш” факультети талабаси

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ, АҲОЛИ ФАРОВОНЛИГИНИ ОШИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Бугунги кунда мамлакат иқтисодиёти юксалишида хизмат кўрсатиш соҳасининг роли узлуксиз тарзда ортиб бормоқда. Ушбу соҳанинг ривожланиши социал йўналтирилган бозор иқтисодиётини шаклланишида энг муҳим омиллардан бири ҳисобланади. Ўзбекистон ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг ҳозирги босқичи учун хизматлар, жумладан, социал хизматлар соҳасининг устуворлигини даврнинг ўзи тақозо этмоқда ва бу жараён халқнинг азалий манфаатларига мос келади. Ўзбекистон тараққиётининг бугунги куни ва келажакдаги ижтимоий-иқтисодий юксалиши ҳамда аҳоли турмуш даражасини оширишда хизмат кўрсатиш соҳасининг аҳамиятини белгилаш учун ушбу соҳанинг ривожланиш даражаси ва ҳажмига аниқлик киритиш зарур. Ушбу соҳанинг ривожланиш даражаси ва ҳажмидан келиб чиқиб, иқтисодиётдаги мавқеини белгилаш мумкин. Мисол учун, 2014 йилда бозор хизматлар кўрсатиш ҳажми 15,7 фоизга ўсди, уларнинг ялпи ички маҳсулоттаркибидаги улуши эса 53 фоиздан 54 фоизга ошди [1]. Хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиши социал йўналтирилган бозор иқтисодиёти шароитида энг муҳим шартлардан бири ҳисобланади. [2]

Бизнинг ижтимоий-иқтисодий сиёсатимизда кичик бизнес ва хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришга қандай катта аҳамият берилаётганини яна бир бор такрорлашнинг ҳожати йўқ. Айниқса, хизмат кўрсатиш соҳасини янада ривожлантириш бўйича амалга оширилаётган ишларни чуқурлаштириш катта аҳамиятга эга эканини алоҳида таъкидлаш лозим. Хизмат кўрсатиш соҳасининг иқтисодиётдаги роли ва аҳамиятини қуйидаги жадвал орқали ифодалаш мумкин .

Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш бўйича ҳудудий дастурларни тубдан қайта кўриб чиқиш ва қишлоқ жойларида уларни аҳоли, айниқса, ёшлар бандлигини, қишлоқ ҳаёт даражасини оширишнинг муҳим омили сифатида жадал ривожлантириш, инновацияларни қўллаш лозим. [3] Қишлокларда инновавацияларни жориш этиш туфайли нафақат қишлоқда яшаш шароити ўзгариб ривожланади балким ахоли бўш иш ўринлари билан таъминланади. Бу эса давлатимизни жадал тарзда

[1] Ўзбекистон Республикасининг биринчи Президенти Ислом Каримов “2014 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2015 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурларнинг энг муҳим устувор йўналишлар”га бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. //"Зарафшон". 2015 йил., 17 январь.

[2] http://maqolalar.uz/iqtisodiyot-va-boshqaruv/iqtisodiyot-nazariyasi/1930-aholi-bandligini-tam’minlash-ishlorida-xizmat-ko’satish-sohasining-roli.html

[3] http://maqolalar.uz/iqtisodiyot-va-boshqaruv/iqtisodiyot-nazariyasi/1930-aoli-bandligini-taminlashda-ishloda-hizmat-krsatish-soasining-rni.html



Хизмат кўрсатиш соҳасининг иқтисодиётдаги роли ва аҳамияти(1жалвал). [1]

ривожланишига катта таъсир кўрсатади.

Хизматлар соҳаси жадал ривожланиб борар экан, тобора кўпроқ ишчи кучининг банд бўлишини таъминламоқда, давлат бюджетига солиқ тушумлари, валюта захирасига қатъий валюта тушумларининг кўпайишига ҳисса қўшмоқда. Айниқса аҳолига пуллик хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ички истеъмол бозорида мутаносибликка эришишда, иқтисодий ўсишнинг муҳим шарти бўлган ички талабни кенгайтиришда, аҳолини иш билан таъминлашда муҳим роль ўйнайди.

[1]http://maqolalar.uz/iqtisodiyot-va-boshqaruv/iqtisodiyot-nazariyasi/1930-aholi-bandligini-ta’minlash-ishlarida-xizmat-ko’rsatish-sohsining-roli.html

II ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ, ТУРИЗМ ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ”

И.С.Тухлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
М.Р.Болтабаев – и.ф.д., профессор

ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИОН САЛОҲИЯТНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ МИНТАҚАВИЙ ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ

Ҳозирги вақтда мос равишдаги ахборот таъминотисиз туристик маҳсулотни шакллантириш, силжитиш ва реализация қилиш мумкин эмас. Туризмни бошқариш ташкилотлари ва туристик фирмалар ўз ишида доимо ахборот технологияларини ўзлаштириш муаммосига дуч келмоқда. Ахборот технологиялари- туризм бизнесининг халқаро интеграциясини ахборот билан тўйинган соҳаси сифатидаги зарурий шарт-шароитлари ҳисобланади. Ҳудуднинг туристик салоҳиятини тадқиқ этишда ва уларнинг дастурларини ишлаб чиқиш ҳамда ўзлаштиришда мутахассислар маконнинг турли томонларини ифодаловчи кўпгина ахборотларга тўқнаш келадилар. Бундай турдаги ахборотларга ишлов беришнинг алмаштириб бўлмайдиган воситаси бугуги кунда геоахборот тизимлари бўлиб ҳисобланади (ГАТ).

Умумий маънода ГАТ – маконда мувофиқлаштирилган маълумотларни йиғиш, сақлаш,уларга ишлов бериш, кириш, уларни акс эттириш ва кенг тарқатиш каби амалларни бажарувчи ахборот тизими бўлиб ҳисобланади.

Ўзбекистонда ягона туристик геоахборот тизимини ишлаб чиқиш бир вақтнинг ўзида туристик ресурслар ва объектлар тўғрисидаги ахборотларни йиғиш ҳамда таҳлил қилиш, ягона усул асосида туризмни ривожлантиришнинг минтақавий ГАТларини шакллантириш билан амалга оширилиши зарур бўлмоқда.

Геоахборот тизимининг хусусиятларини ва таркибини батафсил кўриб чиқамиз. ГАТ таркиби қоидага кўра қуйидаги тўртта мажбурий тизимостиларни ўз ичига олишини қайд қилишимиз зарур:

- ахборотларни киритишда турли манбалардан олинган мавҳум малумоларга ишлов бериш ва уларни киритиш учун хизмат қилади (харита ва х.к.);
- ахборотларни сақлаш ва қидиришда таҳлил қилиш, долзарблаштириш ва тузатишлар киритиш мақсадида оператив

маълумотларни олиш учун хизмат қилади;

- ахборотларга ишлов бериш ва таҳлил қилишда ҳисоб-китобли аналитик вазифаларни ечиш кўрсаткичларни баҳолаш учун хизмат қилади;

- турли кўринишдаги ахборотларни тақдим этиш (хариталар, жадваллар, блок-диаграммалар,ҳудуднинг рақамли моделлари ва ҳ.к.)

- ГАТ ҳудуд тўғрисида барча зарурий картографик ва мавзули ахборотларни олиш орқали, ҳудудда юз берадиган ҳар қандай вазиятга оператив жавоб бериш имконини беради. У исталган харита, режа ва схемаларни бир вақтнинг ўзида тузиш билан картометрик тадқиқотлар ўтказишдан иборат.

ГАТ асосида турли жараёнларни, ҳодисаларни моделлаштириш ва вақт давомида уларнинг ҳолатини ўзгаришини ўрганиш мумкин. Масалан, экологик вазиятни ўзгаришини, табиий офатларнинг ўзгаришини ва ҳ.к. ГАТ таркиби ва уни тўлдириш ечиладиган илмий ва амалий вазифалар билан аниқланади. Уларнинг ичида энг муҳим вазифалар сифатида ресурслар инвентаризацияси (кадастр), таҳлил қилиш, баҳолаш, мониторинг ўтказиш, бошқариш ва режалаштириш, қабул қилинган қарорларни қўллаб қувватлаш ҳисобланади. Интеграциялашган ГАТ, ИГАТ (интегратед ГАТ, ИГАТ) рақамли ишлов берилган таъсвири (масофали зондлаш ахборотларини) тизими ГАТнинг функционал имкониятлари интеграциялашган муҳитга мос келади [2]. Шуни қайд қилиш керакки, ГАТ хариталарини визуаллаштириш ҳисобот ҳужжатлари, уч ўлчамли таъсвирлар, графиклар, жадваллар, диаграммалар, суратлар ва мультимедиа воситалари билан тўлдирилиши мумкин. Бу элементларнинг барчасидан ГАТ ёрдамида турмаҳсулотни силжитишда кенг фойдаланиш зарур, чунки улар унинг интерфаоллигини ва жозибадорлигини оширади.

Бугунги кунда туризм геоахборот технологиялари қўлланиладиган одатий соҳа бўлиб ҳисобланади. Бизнинг мамлакатимизда уларни одатда туристик хариталар, буклетлар ва ичига харита ҳамда схемалар кирадиган бошқа электрон, нашрли маҳсулотларни тайёрлаш учун фойдаланилмоқда. Хозирги пайтда ўзида бой тарихий-маданий меъросга, ноёб табиий салоҳиятга эга бўлган минтақалар учун қуйидаги вазифаларни ечишга ёрдам берувчи кенг профилдаги амалий геоахборот тизимини шакллантириш зарур бўлмоқда: ҳудуднинг табиий ва тарихий-маданий ёдгорликларини, туризмга хизмат кўрсатувчи корхоналарни ва туризм йўналишларини ҳисобга олиш; туристлар оқимини таҳлил қилиш; ҳудуднинг ривожлашини режалаштириш ва ҳ.к. Туристик ГАТ ларни яратиш ва ундан фойдаланиш афзалликларига қарамасдан, уларни ишлаб чиқиш, жорий қилиш ва ундан фойдаланишнинг бир қанча: ахборот, техник ва молиявий муаммолари мавжуд. Туристик ресурслар тўғрисидаги маълумотларни йиғиш мураккаб ва кўп меҳнатни талаб қиладиган ҳамда катта молиявий маблағларни талаб қиладиган жараён бўлиб ҳисобланади. ГАТ нинг таркибини ишлаб чиқиш, уни тўлдириш ва фойдаланишга чиқариш, кўп йиллар давомида амалга ошириладиган ишлар ҳисобланади.

Сўнг ГАТ ни кузатиш ишлари-маълумотларни долзарблаштириш, ахборотларни қўшиш, техник кўмаклашиш ва ҳ.к.лар амалга оширилади. Шуни қайд қилиш керакки, Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг ягона геоахборот тизимини яратиш ишлари олдин бошланган, бироқ уни ишлаб чиқиш турли ташкилот, тармоқ ва муҳими давлат томонидан ҳамкорликдаги жараёнини талаб этмоқда. Туризмни ривожлантиришнинг минтақавий геоахборот тизимларини шакллантириш кўпгина вазифаларни ечишга имкон беради.

Туризм сохасини бошқаришдаги геоахборот тизимини шаклланти-ришнинг ўта муҳим ҳисобланган вазифаларини батафсил кўриб чиқамиз.

ГАТ ни шакллантиришнинг асосий муаммоларидан бири бўлиб, минтақа туристик-рекреацион салоҳияти тўғрисидаги ахборотларни йиғиш ва уни тақдим этиш ҳисобланади. [6]. Шуни қайд қилиш керакки, ҳозирги вақтда туристик ресурсларни баҳолаш ва ахборотларни йиғишнинг услубий базаси энди шакллантирилмоқда.

Ахборотларни йиғиш, туристик ресурслар ва объектларни баҳолаш

Туристик ГАТ ни услубий таъминоти туристик ресурслар ва уларни баҳолаш тўғрисида, минтақаларнинг туристик-рекреацион салоҳиятининг таркибий қисми бўлган туристик ресурсларни ва уларнинг шарт-шароитларини мажмуали баҳолаш ҳамда ахборотлар йиғишнинг стандарт услубларини аниқлаш билан боғлиқ. Албатта, туристик ресурсларни баҳолашнинг универсал усулини ишлаб чиқиш етарли даражада мураккаб иш ҳисобланади, бироқ баҳолашнинг мажмуали ёндашувидан фойдаланиш керак, яъни туристик ресурсларнинг ҳамма гуруҳларини интеграл баҳолаш зарур (табиий-иқлим, тарихий-маданий, ва минтақа иқтисодиётининг ҳолати ва туризм инфратузилмасини киритган ҳолда туристик ресурслар).

Туристик районлаштириш

Ҳудудни туристик районлаштириш туристик ГАТ ни шакллантиришнинг дастлабки босқичида амалга оширилади, чунки туманлар ва минтақалар чегарасини аниқ белгилаб олиш зарур бўлади. Баъзида маъмурий чегаралар туристик минтақанинг табиий чегаралари билан мос келмайди. Хариталарда Ўзбекистон ҳудудларининг бўлинишини икки хил ёндашувидан фойдаланиш тавсия этилади: туристик ҳудудни маъмурий чегаралари бўйича ва ҳақиқий чегаралари бўйича бўлиш (ГАТ да иккала ёндашувдан ҳам фойдаланилади, бироқ Ўз.Р ҳудудини маъмурий бўлиш асосий ҳисобланади). Демак, туристик – рекреацион салоҳиятни мажмуали баҳолаш ҳудуднинг маъмурий чегаралари бўйича амалга ошириш лозим эканлиги маълум бўлди. (4.1.параграф). Мамлакат ҳудудини бундай бўлиш минтақада туризмни бошқарувчилар ва туризмни ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш билан шуғулланувчи давлат органлари учун зарур ҳисобланади. Туризм бозорини субъектлари учун ва туризм хизматларининг сўнги

истеъмолчилари учун туризм минтақаларининг ҳақиқий чегаралари бўйича баҳолашни ўтказиш мақсадга мувофиқдир.

Минтақа туристик ресурсларининг таҳлил натижалари асосида уларни рейтинг бўйича баҳолаш амалга оширилади. Бу минтақадаги туристик – рекреацион салоҳиятни таққослаш усули билан амалга оширилади (агар балли шкаладан фойдаланилса, унда олинган балл миқдорига кўра туристик – рекреацион мажмуалар халқаро, республика, минтақавий ва маҳаллий аҳамиятга эга бўлади, ҳамда минтақани ўзлаштириш учун истиқболли ва қийин бориладиган ҳудудларга бўлинади).

Туристик-рекреацион хизматлар соҳасини паспортлаштириш

Самарқанд вилоятидаги туристик-рекреацион хизматлар соҳасининг корхоналари тўғрисидаги батафсил маълумотларни олиш ва паспортлаштиришни ўтказиш корхоналарни ишлаб чиқариш, хўжалик ва ижтимоий фаолиятини шакллантириш учун зарурий ресурс салоҳиятини бошқаришнинг ахборот аналитик тизими учун пойдеворни яратишга имкон берди.

Самарқанд вилоятининг туристик-рекреацион хизматлари соҳасидаги корхоналарни паспортлаштиришнинг асосий бўлимларига, қўшимча қилиб туризм ҳудудлари бўйича қуйидагиларни киритиш мумкин:

- мазкур ҳудуднинг номи;
- ҳудуднинг жойлашув ўрни, майдони ва чегараларининг таърифи;
- ҳудуднинг режаси;
- алоҳида қўриқланадиган табиий ҳудуд участкаларининг рўйхати ва бошқа маълумотлар;
- ГАТ ахборотлар базасига киритиладиган барча туристик ресурслар ва объектларнинг паспортини яратиш.

Маълумотлар базаси ва банкини шакллантириш.

Тарихий-маданий объектларнинг, туристик маршрутларнинг, туризм инфратузилмаси объектларини маълумотлар базасини ва банкини шакллантириш яратиладиган туризм ГАТ ининг зарурий элементи бўлиб ҳисобланади.

Туризм ахборотларини айнан мана шундай сақлаш асосида ва аналитик инструментлар ёрдамида туристик ГАТ ўзининг қимматлилигини касб этади ҳамда интерактив бўлади. У туристик маршрутларни мустақил лойиҳалаштириш, шинамлик бўйича жойлаштириш воситаларини таққослаш, қўшимча хизматлар тўпламини танлаш ва ҳ.к.лар имконини беради. Ресурс маълумотлари банкини ва базасини яратиш республика ва минтақалар реестрлари, расмий манбалар асосида шакллантирилади, лекин, лойиҳалаштириладиган ГАТларда туризм индустрияси ташкилотларининг ва минтақаларнинг мустақил ташкил қилган сайтлари ҳамда ҳаволалари бўлиши керак.

Туризм ГАТда янада кенг имкониятлари геомакон маълумотларидан фойдаланиш учун туризм объектларининг суръатини, видеороликларни, аудио ёзувларни, 3Д – таъсвирларини ва ҳ.к.ларни жойлаштириш мақсадга мувофиқ бўлади. ГАТ ёрдамида агар веб- камералар қўйилган бўлса ва

сервер билан алоқалар таъминланса, воқеали туризм тадбирларини Онлайн орқали трансляция қилиш мумкин бўлади.

Ҳудуднинг туризмга ихтисослашувини аниқлаш.

Ҳудуднинг туризмга ихтисослашувини аниқлаш, мавзули карталар ва иловаларни яратиш бу туристик ресурслар таҳлили ва ГАТнинг техник амалга ошриш натижасидир. Алоҳида гуруҳдаги ресурслар ҳолати минтақаларнинг туризмга ихтисослашувини белгилайди (масалан, шинам иқлим шароитлари ва бой табиий ресурслари, даволаниш ҳамда рекреацион туризмни ривожланишига, ҳудудда маданий ресурсларнинг кўплиги танишув туризмини ривожлантиришга имкон беради). Минтақалар йўналишлари бўйича кам ихтисослаштирилган ёки кўп профилли бўлиши мумкин. Одатда туристик фаолиятга ихтисослашув мавзули картография материалларида акс эттирилади.

Шуни қайд қилиш керакки, Ўзбекистон ҳукуматининг кўмаги билан замонавий картография асосида туристик ГАТ туристик ресурслар кадастри тизимини яратиш учун платформа бўлиб хизмат қилади.

Туристик-рекреацион ресурслар ҳолатини тизимли тарзда ҳисобга олишни ва минтақада туризмни ривожлантиришнинг аҳамиятини аниқлашни фақатгина туристик-рекреацион кадастр тизимини юритиш орқали эришиш мумкин. И.С.Тухлиевнинг туризм терминлари лўғатида туристик ресурслар кадастри – бу умумлашган иқтисодий ёки экологик туристик ресурсларни истеъмол қийматини балли баҳолашдир дейилган. Кадастрни ташкил қилишдан асосий мақсад, турли минтақаларда туризмни ривожлантиришнинг барча омиллари ва шарт-шароитларидан янада самарали фойдаланиш йўлларини аниқлашдан иборат [1]. Бунинг учун кадастр барча туризм ресурслари мажмуали тавсифидан иборат бўлиши керак, унга батафсил ҳисобга олинганликни ва туристик-рекреацион ресурслар таснифини, ўзлаштиришнинг иқтисодий самарадорлигини сифат ва миқдор жиҳатини баҳолашни, ундан фойдаланишни ва асосий истиқболларини таҳлил қилишни, ҳамда туристик-рекреацион ресурслар муҳофазаси бўйича ўтказиладиган муҳим тадбирларни киритиш керак. Бу туристик-рекреацион ресурсларни тўлиқ тавсифини кўзда тутади, яъни уларнинг аттрактивлигини миқдор жиҳатдан баҳолаш, кўриш вақти, майдони, сифати, ўзлаштириш ёки ишга тушириш шарт-шароитлари, туристик ресурс тугамасдан ва экологик мувазанат бузилмасдан вақт бирлигида ундан фойдаланадиган туристлар (рекреантлар) сони.

Ҳудудни хўжалик жиҳатдан ўзлаштиришда туризм ва рекреация ролининг ошишида баҳолаш масалалари биринчи даражали аҳамият касб этади. Туристик-рекреацион ресурсларни баҳолаш жараёнининг ўзи қуйидаги босқичлардан иборат бўлади: баҳолаш объектини ажратиб кўрсатиш; баҳолашни олиб борадиган субъектни ажратиб кўрсатиш; баҳолаш меъзон-

[1]Словарь современных терминов в сфере туризма: Справочно-методическое пособие / Авт. Сост.Е.В.Голышева, Н.В.Ивонина, И.С. Тухлиев, А.П. Темирходжаев. – Самарканд: _Зарофшон_, 2018. - _407_с

ларини қайд қилиш; баҳоловчи шкала кўрсаткичларини ишлаб чиқиш.

Минтақавий туристик ГАТ (геопортал кўринишида бўлиши зарур) ҳамма учун очиқ ва интерактив бўлиши керак, яъни амал қиладиган ҳаволалар ахборотларни оператив равишда алмаштириш ва аналитик функцияларни бажариши керак. Минтақавий ГАТнинг интерактив харитасида туризмга ихтисослашган, туризмни ривожлантириш учун устувор туристик районлар акс эттирилиши мумкин.

Минтақада туризмни бошқарув соҳасидаги қарорларни қўллаб-қувватлаш.

Минтақада туризмни бошқариш соҳасидаги қарорларни қўллаб қувватлаш – ундан фойдаланиш самарадорлигини белгиловчи, туризмда ГАТ ларни қўллашнинг муҳим соҳаларидан бири бўлиб ҳисобланади. Оддий фойдаланувчилар учун минтақавий ГАТларни қатор объектларининг баъзи функциялари ва маълумотлари ёпиқ бўлиши мумкин, бироқ, туризмни бошқариш соҳасидаги давлат ҳукуматининг расмий органлари ва илмий таълим муассасаларнинг талаби бўлганида зарурий ахборотларга кириш имконига эга бўлиши керак. Юқоридагиларни ҳисобга олиб, шу нарсани қайд қилиш мумкинки ГАТ ишининг ташаббускори ва мувофиқлаштирувчиси Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш бўйича Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси бўлиши лозим. Ягона туристик ГАТнинг хақиқий фойдаланувчиларини шартли равишда қуйидаги гуруҳларга бўлишимиз мумкин:

- минтақаларда туризмни ривожлантиришни режалаштирувчи республика субъектлари маъмурияти (вазирликлар, қўмиталар, департаментлар, бўлимлар ва ҳ.к.);
- турмаҳсулотни ишлаб чиқиш билан шуғулланувчи туризм бозори субъектлари (туроператорлар, экскурсия фирмалари,турфирмалар ва меҳмонхоналар);
- инвесторлар (барча мулк шаклида);
- илмий – таълим муассасалари;
- туризм хизмати истеъмолчилари-туристлар ва саёҳатчилар.

Портал туристлар оқимини шакллантиради.

Мамлакатимиз амалиётида туристик ГАТларни шакллантириш бўйича тажриба унчалик катта бўлмаса ҳам, бироқ хорижда муваффақиятли лойиҳалар мавжуд. Жумладан туристик сайтлар, ГАТлар, Россиядаги баъзи минтақаларнинг геопорталлари, ўзига хос муҳофаза қилинадиган ҳудудларнинг ГАТлари, туристик корхоналарнинг, алоҳида туристик лойиҳа ГАТлари мувафақиятли фаолият кўрсатмоқда. Москва, Санкт-Петербург, Саратов, Нижегородский сингари шаҳарларнинг қатор университет факультетларида ўз минтақаларида туристик жараёнлар бошқарувини такомиллаштириш мақсадида «Рекреация ва туризм» ГАТларини яратиш бўйича бир неча йиллар давомида ишлар олиб борилмоқда.

Бошқарувнинг ҳудудий ташкилотларида фойдаланишга мўлжалланган туристик ГАТларни ташкил қилиш учун интеграциялашган

дастурий тизимларни ишлаб чиқиш давом этмоқда. Минтақавий ГАТ ни жорий қилиш самарадорлиги қуйидагича ифодаланади:

– туризм бозори субъектлари учун минтақа туристик ресурсларини ахборот очиқлигини таъминлаш (давлат органлари, туроператорлар,турагентлар,туристлар,мулкдорлар ва ҳ.к.лар учун);

– минтақанинг яхши туристик имиджини шакллантириш;

– туризм бозори иштирокчилари фаоллигини ошириш(минтақада туристик фаолиятнинг мультипликатив самарадорлигини яратишга имкон берувчи туристлар оқимини кўпайтиришга эришиш).

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
Р.Исломова – Навоий кончилик институти катта ўқитувчиси,
Н.Б.Тагирова – СамИСИ катта ўқитувчиси

ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ ОМИЛЛАРИ ВА УЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ САМАРАЛИ ЙЎЛЛАРИ

Туризмни ривожлантириш учун унинг ташкилий иқтисодий механизмларини такомиллаштиришни, уларнинг таъсирчанлигини оширишни тақозо қилади. Бу борада ҳам Самарқанд вилоятида сезиларни ишлар амалга оширилмоқда. Улардан бир йўналиши эркин иқтисодий зоналарни (ЭИЗ) ташкил қилишдан иборатдир. Ушбу ЭИЗларнинг ташкил бўлиши ҳам хорижий туристларни жалб қилишнинг муҳим омилларидан бири бўлиб ҳисобланади. Бугунги кунда қуйидаги ЭИЗлар ташкил қилинди ва қилинмоқда. Булардан ташқари агротуристик объектлар ва илғор технологияларни номойиш қиладиган саноат корхоналари ҳам туристик объект сифатида туристик маршрутларга киритилди. Булар ҳақидаги маълумот қуйидаги жадвалда ўз ифодасини топган (1-жадвал).

1-жадвал

Туризмни ташкил қилишга мўлжалланган туристик объектлар уларнинг жойлашган ҳудудлари ва фаолият турлари

Т/р	Эркин иқтисодий зоналар ва бошқа туристик объектлар- нинг номлари	Эркин иқтисодий зоналар ва бошқа туристик объектларнинг жойлашган ҳудудлари ва туристик фаолият турлари
1.	Ургут ЭИЗ-1	Ургут тумани ҳудудида
2.	Ургут ЭИЗ-2	Пастдарғом тумани Дустлик жамоа ҳудуди
3.	Ургут ЭИЗ-3	Нуробод тумани Сазағон жамоа хўжалиги ҳудуди
4.	“Нуробод	Нуробод тумани ҳалқаро аҳамиятдаги А-378

	агросаноат” ЭИЗ	(Самарқанд-Қарши) автомагистрали бўйида жойлашган бўлиб, мева ва сабзавотлар етиштириш ва қайта ишлаш ва агротуризмга мўлжалланган
5.	“Оқдарё агросаноат” ЭИЗ	Оқдарё тумани (М-37 Бухоро-Самарқанд-Тошкент) автомагистрали бўйида жойлашган бўлиб, гидропоника усулида иссиқхона, интенсив боғ, балиқ етиштириш, паррандачилик ва чорвачилик комплекси ҳамда бу ҳам агротуризмга мўлжалланган.
6.	Ургут туманининг “Қоратепа” ҚФЙ	Манзарали майдонда экотуризм ҳудудини ташкил этиш
7.	Ургут туманининг “Омонқўтон” МФЙда	Манзарали майдонда экотуризм ҳудудини ташкил этиш
8.	Ургут туманининг “Илонли” ҚФЙ	Манзарали майдонда экотуризм ҳудудини ташкил этиш
9.	Ургут туманининг “Кенагас” МФЙ	Манзарали майдонда экотуризм ҳудудини ташкил этиш
10.	Ургут туманининг “Илонли” ҚФЙ	Манзарали майдонда экотуризм ҳудудини ташкил этиш
11.	Ургут туманининг “Кенагас” МФЙ	Манзарали майдонда экотуризм ҳудудини ташкил этиш
12.	Ургут туманининг Қоратепа ҚФЙ	Манзарали майдонда экотуризм ҳудудини ташкил этиш
13.	Ургут туманининг Омонқўтон МФЙ	Манзарали майдонда экотуризм ҳудудини ташкил этиш
14.	Ургут туманининг Бешкон маҳалласида	Манзарали майдонда экотуризм ҳудудини ташкил этиш
15.	Ургут туманининг Тахтақорача дово-нида “Ғолиб кадас-тр қурилиш сервис” ХК	Манзарали майдонда экотуризм ҳудудини ташкил этиш
16.	Самарқанд тумани “Миронкул” қишлоғида “Original maks lux” ф/х	Экотуристик хизмат кўрсатиш мажмуасини ташкил этиш кўзда тутилган. Бунда дам олиш, хизмат кўрсатиш, умумий ва миллий таомлар шаҳобчалари, ижара асосида очиқ муҳитдаги ошхона, якка тартибда ёки оммавий тарзда тоғ ён бағрида очиқ табиатда ҳордиқ чиқариш хизматлари кабилар кўзда тутилган.
17.	Саноат туризми	Туристик маршрутларга киритилган бўлиб

	соҳасида JV MAN Auto	замонавий технология асосида автомобилларни ишлаб чиқарш жараёни номойиш қилинади.
18.	Саноат туризми соҳасида UzAUTO traller	Туристик маршрутларга киритилган бўлиб замонавий технология асосида автомобилларни ишлаб чиқарш жараёни номойиш қилинади.
19.	Саноат туризми соҳасида UzAUTO traller KAMAZ	Туристик маршрутларга киритилган бўлиб замонавий технология асосида автомобилларни ишлаб чиқарш жараёни номойиш қилинади.
20.	Саноат туризми соҳасида Самарқанд автомобил заводи МЧЖ	Туристик маршрутларга киритилган бўлиб замонавий технология асосида автомобилларни ишлаб чиқарш жараёни номойиш қилинади.
21.	Саноат туризми соҳасида 8 МАРТ МЧЖ	Туристик маршрутларга киритилган бўлиб замонавий технология асосида трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқарш жараёни номойиш қилинади.
22.	Саноат туризми соҳасида Самарқанд Бухоро ипак гилами	Туристик маршрутларга киритилган бўлиб замонавий технология асосида турли ўлчамдаги ипак гламларни ишлаб чиқарш жараёни номойиш қилинади.
23.	Саноат туризми соҳасида Яшам Эркаплан МЧЖ	Туристик маршрутларга киритилган бўлиб замонавий технология асосида ишлаб чиқарш жараёни номойиш қилинади.
24.	Саноат туризми соҳасида Самарқанд Азия гилам МЧЖ	Туристик маршрутларга киритилган бўлиб, замонавий технология асосида турли ўлчамдаги гламларни ишлаб чиқарш жараёни номойиш қилинади.

Мазкур жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, турли вилоятнинг турли ҳудудларида мева ва сабзавотлар етиштириш ва қайта ишлаш жараёнини номойиш қилишга, гидропоника усулида иссиқхона, интенсив боғ, балиқ етиштириш, паррандачилик ва чорвачилик комплекси кабилар ҳам агротуризмга мўлжалланган. Ушбу ҳудудлардаги манзарали майдонда экотуризм ҳудудини ташкил этиш кўзда тутилган. Бир қанча объектларда экотуристик хизмат кўрсатиш мажмуасини ташкил этиш кўзда тутилган. Бунда дам олиш, хизмат кўрсатиш, умумий ва миллий таомлар шаҳобчалари, ижара асосида очиқ муҳитдаги ошхона, якка тартибда ёки оммавий тарзда тоғ ён бағрида очиқ табиатда ҳордиқ чиқариш хизматлари кабилар кўзда тутилган.

Туристик объектларни диверсификация қилиш эвазига туризмни ривожлантириш бўйича бундай имкониятларнинг яратилиши нафақат

ички, балки хорижий давлатлардан ҳам келадиган туристларни кўпайтиришга, уларнинг вилоятимизда кўпроқ қолишига имконият яратади. Бу туристлар сони билан бирга уларнинг тур кунларининг ҳам ошиб бориши учун асос бўлади. Бу ҳолат туризмдан келадиган тушумни кўпайтириш билан бирга туристик хизматлар экспортини ҳам оширади. Бу борадаги айрим кўрсаткичлар қуйидаги жадвалда келтирилган (2-жадвал).

2-жадвал

Самарқанд вилоятга 2017 йил давомида ташриф буюрган хорижий туристлар тўғрисида маълумот

Т/р	**Хорижий давлатлар**	**Ташриф буюр-ган туристлар сони, минг киши**	**Ташриф буюрган туристлар улуши, %**
1.	Жанубий Корея	9,3	4,69
2.	Япония	8,2	4,59
3.	Франция	6,2	3,47
4.	Германия	5,4	3,02
5.	Италия	5,4	3,02
6.	Испания	4,5	2,52
7.	Туркия	3,6	2,01
8.	Малайзия	1,4	0,78
9.	Индонезия	1,6	0,90
10.	Сингапур	1,3	0,73
11.	АҚШ	1,3	0,73
12.	Исроил	1,2	0,67
13.	Африка	1,1	0,61
14.	Канада	1,0	0,56
15.	Австралия	0,8	0,45
16.	Бразилия	0,8	0,45
17.	Россия Федерацияси ва МДХ давлатлари	76,1	42,59
18.	Марказий Осиё давлатларига	49,5	27,70
19.	**ЖАМИ**	**178,7**	**100,0/14,32**
20.	Ички туризм	1069,0	85,68
21.	**ҲАММАСИ**	**1247,7**	**100,0**

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, 2017 йил давомида вилоятга 1247,7 минг сайёҳ ташриф буюрган. Улардан 178,7 мингтаси ёки 14,32 % хорижий сайёҳларни, 1069,0 мингтаси ёки 85,68 % ички туризмни ташкил қилган. Хорижий сайёҳларнинг кўпайиши кўзда тутилган. Бу бўйича 2018 йилга прогноз 350,0 мингта туристни ташкил қилади. Бу ўтган йилга нисбатан 195,9 %ни ташкил қилади, қарийб 2 баробар кўп.

Ушбу кўрсаткич ошиғи билан бажарилишига барча имкониятлар мавжуд, жуда катта ташкилий-иқтисодий тадбирлар амалга оширилди ва ошрилмоқда. Тегишли инфратузилмалар яратилмоқда.

Таъкидлаш жоизки, 2018 йилнинг январь-май ойларида вилоятимизга 129 та давлатлардан 100,3 минг сайёҳ ташриф буюрди. Ҳали туристик мавсум энди бошланган палла эди. Ушбу кўрсаткич белгиланган прогнозга нисбатан 28,6 %ни ташкил қилади. булардан, 11 мингтаси транзит, 28,6 мингтаси сайёҳлик визаси ҳамда 71,5 минги визасиз ташриф бўлди. Бу Президентимизнинг 2018 йил 3 февралдаги ПФ-5326-сонли Фармонига биноан амалга оширилди. Ушбу туристлар асосан 7 та давлатдан, яъни Исроил, Индонезия, Корея, Малайзия, Сингапур, Туркия ва Япония давлатлари ҳамда қўшни Қозоғистон, Қирғизистон ва Тожикистон давлатларидан ташриф буюришди. Буларнинг асосий сабаби виза режими бекор қилинганлигидандир.

Ички туризм бўйича сайёҳлар прогнози 2018 йилга 1,5 млн белгиланган эди. Шу ўтган январь-июнь ойларида, яъни шу ўтган 6 ой давомида вилоятимизга жами 952,5 минг маҳаллий сайёҳлар ташрифи амалга оширилди. Вилоят туризмни ривожлантириш депортаментининг берган маълумотлари бўйича шундан 33,7 мингтаси касаба уюшмалари, 60,1 мингтаси ёшлар иттифоқи, 32,2 мингтаси хотин-қизлар қумиталари, 1,1 мингтаси дин қумитаси, 70,9 мингтаси “Махалла” ва “Нуроний” жамгармалари, 11,9 мингтаси тадбиркорлик субъектлари томонидан туристик фирмалар кўмагида амалга оширилган. Шунингдек, 742,5 мингтаси мустақил равишда ташриф буюриб, сайёҳатни амалга оширишган. Буларнинг бир қисми қариндошларини кўришга келишган.

И.С.Тухлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
А.А.Абдувалиев – ТАТУ Қарши филиали ассистенти

ТУРИЗМ СОҲАСИДА ГЕОАХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИ ЖОРИЙ ҚИЛИШНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

Туризм – геоахборот технологияларини қўллашнинг анъанавий соҳаларидан бири. Бироқ бизнинг мамлакатимизда ГАТ ҳали ҳам асосан сайёҳлик хариталарини, буклетларни, хариталарни ва жадвалларни ўз ичига олган бошқа босма маҳсулотлар тайёрлаш учун ишлатилади.

Шу билан бирга, ноёб табиий салоҳиятга эга ёки тарихий ва маданий аҳамиятга эга бўлган ҳудудлар учун кенг кўламли профилнинг амалий геоинформацион тизимларини яратиш зарур, бу қуйидаги муаммоларни ҳал этишга ёрдам беради:

• ҳудуднинг табиий ва тарихий ва маданий ёдгорликларини ҳисобга олган ҳолда;

• туристик хизматларнинг корхоналари ҳисоботи;
• сайёҳлик маршрутларини ҳисобга олиш;
• сайёҳлар оқимини таҳлил қилиш;
• ҳудуднинг ривожланишини режалаштириш.

Бундай туризм ГАТ фойдаланувчилари доираси жуда кенг қўлланилади: маданият ва туризм бўйича минтақавий маъмурият идоралари, сайёҳлик ва рекреацион хизматларни ривожлантиришни режалаштириш, сайёҳлар учун қулай жойларни танлаш ва ёки сайёҳлик йўналишларини кўришни хоҳлайдиган оддий фуқароларга. Шундай қилиб, туристик ГАТдан фойдаланишнинг бир неча даражасини таъминлаши ва тарқатилган тизимлар сифатида қурилиши керак. Тўғри, бундай тизимларни яратиш ҳали ҳам ташкилий ва техник муаммоларни ҳал қилиш зарурати билан чекланган.

ГАТ картографияни ривожлантиришнинг янги усулини таклиф этади, бу анъанавий хариталарнинг асосий камчиликларини енгиш - статик ва чекланган имкониятларини ахборот ташувчиси сифатида тақдим этади. Сўнгги ўн йилликлар давомида ахборот тўплагани туфайли қоғоз хариталари ўқилмаяпти. ГАТ ахборотни кўришни бошқаришни таъминлайди. Экрандаги кўрсатгичларни биз кўрсатган объектлар ёки уларнинг тўпламларини кўрсатиш имконияти мавжуд. Аслида мураккаб комплекс хариталардан ўзаро боғлиқ бўлган бир қатор хариталарга ўтиш бор. Бу ахборотни тузишни яхшилайди, шунинг учун уни қайта ишлаш ва таҳлил қилиш самарадорлигини оширади.

Шундай қилиб, бугунги кунда ГАТ технологиялари амалда инсон фаолияти барча соҳаларида қўлланилади. Айни пайтда классик икки ўлчовли геоахборот тизимлар ҳам кенг тарқалган. Бироқ, 3Д моделлаш технологиялари ва компютер технологиялари имкониятларини ривожлантириш билан бирга, икки ўлчамли геоинформацион тизимларнинг (ГАТ) бир қатор камчиликлари тобора равшанлашиб бормоқда:

1) уч ўлчовли ландшафтда кўзда тутилган объектларни визуализация қилишнинг йўқлиги;

2) объектларнинг мантиқий таҳлилининг турли жиҳатлардан уларнинг аттрибутив хусусиятларини инобатга олмаслиги;

3) Объектларни топиб олиш ва объектларни кесиб ўтишда бир объектдан иккинчисига ўтиш, уларни бир-бирининг устига қўйиш ва ҳоказолар билан боғлиқ муаммолар;

4) ҳудудни режалаштириш учун бир неча муқобил вариантни, уларнинг тузатилишининг мураккаблигини қулай шаклда беришнинг энг қийин жараёни.

Ушбу ва бошқа кўпгина камчиликлар лойиҳаларни тайёрлаш ва қабул қилиш жараёнида вақт ва пулнинг ҳақиқий йўқотилишига олиб келади. Объектларнинг уч ўлчамли ҳудудга кўчирилиши янги имкониятларни очиб беради ва қуйидаги муаммоларни ҳал қилишга имкон беради:

1. Юзлаб километр миқёсдаги ҳудуднинг ландшафт, шаҳар атроф-муҳит ва инфратузилмани уч ўлчовли визуализацияни яратиш;

2. Лойиҳанинг кенг қамровли тақдимоти, шу жумладан, бир нечта лойиҳа вариантларини тайёрлаш ва 3Д-ларда фотореалистик визуализацияни тайёрлаш имконияти (бу лойиҳа тайёргарлик кўрмаган аудиторияга кўрсатилганда айниқса муҳим);

3. Ҳудудларни ривожлантиришни режалаштириш, реал вақт режимида ҳудудни ривожлантириш учун турли хил вариантларни ишлаб чиқиш;

4. Объектларнинг юқори баландликдаги характеристикаларини ва объектларнинг бир-бирлари билан ва атроф-муҳит билан ўзаро муносабатини баҳолашда ландшафт таҳлилини ўтказиш;

5. Таққослаш учун қулай бўлган шаклда таҳлил натижаларининг ҳажмида жойлардаги маълумотларни таҳлил қилиш;

6. Юқори сифатли тақдимот материаллари ва видеоларни яратиш.

Шаҳар ҳаётининг барча жабҳаларини самарали бошқариш, ривожланиш режалаштириш ва тезкор бошқариш учун ахборотни йиғиш, сақлаш, қайта ишлаш ва бошқариш қарорларини ишлаб чиқиш учун уни қўллаш бўйича тизимни ташкил этиш зарур - шаҳарнинг график объектлари тўғрисидаги маълумотларни сақлаш учун депозитарий яратиш. Минтақани иқтисодий жиҳатдан бошқаришда ГАТ ёрдамида белгиланган вазифалар доирасида қуйидаги вазифалар ҳал қилинмоқда:

• ер кадастри, кўчмас мулк реестри ва шаҳар инфратузилмаси объектларини ўз ичига олган автоматлаштирилган кўчмас мулк кадастр тизимини яратиш;

• шаҳарнинг турли хил ўлчамдаги электрон хариталарини яратиш;

• шаҳар жойларни иқтисодий баҳолаш, ер солиғи ва ер учун бошқа тўловларни режалаштириш, шаҳарсозлик зоналарининг чегараларини лойиҳалаштириш, ер солиғи ставкаларини ҳисоблаш ва бошқалар;

• ер участкаларининг кадастр участкаларини ва чегараларини лойиҳалаштириш ва таҳлил қилиш;

• Шаҳарлар инвентаризациясини инвентаризация қилиш, алоҳида ер участкалари, участкалари мавжуд чегараларини таҳлил қилиш, вазият режаларини яратиш, уер участкаларининг янги чегараларини лойиҳалаш;

• барқарор бошқариш механизмини шакллантириш ва ша ҳудудларни ривожлантириш учун шаҳар инфратузилмасининг барча объектларини ҳисобга олиш ва баҳолаш.

Маъмурий-ҳудудий бошқарувнинг вазифалари доирасида:

• автоматлаштирилган манзиллар тизимини яратиш;

• шаҳар чегараларини, маъмурий ҳудудлар чегараларини, ҳудудий бошқармаларни, маҳаллий ҳокимиятни, кўча қўмиталарини ва ҳоказоларни лойиҳалаш ва таҳлил қилиш;

• сайлов участкаларининг, туманларнинг чегараларини ва сайлов натижаларини таҳлил қилиш ва таҳлил қилиш;

• милиция бўлимлари, йўл полицияси, ёнғин хавфсизлиги учун автоматлаштирилган ахборот хизматини яратиш;

• мактаб ошхоналарига, полиция патрул йўлларига ва бошқаларга озиқ-овқат етказиб бериш учун транспорт йўналишларини режалаштиришнинг тармоқ вазифалари.

Ишлайдиган ГАТ беш асосий компонентни ўз ичига олади: аппарат, дастурий таъминот, маълумотлар, бажарувчилар ва усуллар:

1. Ускуна-бу ГАТ ишлаётган компютер. ГАТ ҳозирда марказлаштирилган серверлардан шахсий ёки тармоқ билан ишлайдиган иш столларига қадар турли турдаги компютер платформаларида ишлайди.

2. ГАТ дастури - географик (макон) ахборотни сақлаш, таҳлил қилиш ва тасаввур қилиш учун зарур бўлган функциялар ва воситаларни ўз ичига олади. Дастурий маҳсулотларнинг асосий таркибий қисмлари қуйидагилардир: жўғрофий ахборотни киритиш ва ишлатиш воситалари; маълумотлар базасини бошқариш тизими воситалари кенгайтма сўровларини қўллаб-қувватлаш ва график интерфейсларни таҳлил қилиш. Бу, эҳтимол, ГАТнинг энг муҳим компонентидир. Жойлаштирувчи жойлашиш маълумотлари (географик маълумотлар) ва улар билан боғлиқ бўлган жадваллар маълумотлари фойдаланувчи томонидан тўпланиши ва тайёрланиши ёки етказиб берувчилардан савдо ёки бошқа асосда олиниши мумкин. Майдондаги маълумотларни бошқариш жараёнида ГАТ бошқа маълумотлар манбалари билан мекансал маълумотларни бирлаштиради ва кўплаб ташкилотлар томонидан фойдаланиладиган БКМлардан фойдаланиши мумкин.

3. Ижрочилар - ГАТ технологиясини кенг қўллаш дастурий маҳсулотлар билан ишлайдиган ва ҳақиқий муаммоларни ҳал қилишда улардан фойдаланиш режаларини ишлаб чиқмаган ҳолда амалга оширилиши мумкин эмас. ГАТ фойдаланувчилари тизимни ишлаб чиқадиган ва қўллаб-қувватлайдиган техник мутахассислар ва оддий ходимлар (охирги фойдаланувчилар) бўлиб, улар ГАТ ҳозирги кундалик ишлари ва муаммоларни ҳал қилишда ёрдам беради.

ГАТ географик жойлашув асосида бирлаштирилган аниқ қатламлар мажмуи шаклида ҳақиқий дунё ҳақида маълумот беради. Ушбу оддий, лекин жуда мослашувчан ёндашув турли хил реал муаммоларни ҳал қилишда ўз аҳамиятини исботлади: транспорт воситалари ва материалларнинг ҳаракатини кузатиш, ҳақиқий вазиятни ва режалаштирилган фаолиятни батафсил намойиш этиш ва глобал атмосфера айланишини моделлаштириш.

Ҳар қандай жўғрофий ахборот географик ёки бошқа координатавий мослик ёки манзилга, почта индексига, сайлов округи ёки туманларни рўйхатга олиш участкасига, ер ёки ўрмон майдони идентификаторига, йўлнинг номи ёки магистрал йўл устидаги боғлиқлик ҳақидаги маълумотларни ўз ичига олади.

Шу каби ишоралардан фойдаланганда, обект жойлашувини ёки жойларини автоматик равишда аниқлаш учун геокодинг деб номланган тартиб ишлатилади. Унинг ёрдами билан сиз ўзингизнинг сайёҳлик компаниянгизнинг мижози бўлган у ёки сизга керакли бўлган ташкилотга тегишли объект ёки ҳодисаларга қизиққан ҳолда харитадан тезда аниқлашингиз мумкин.

ГАТ дастурининг айрим соҳаларига ва иқтисодий манфаатларига назар ташласак, улар:

- Мантиқий сўровларни яратиш ва таҳлил қилиш. ГАТнинг маълумотлар базаларида қидириш ва кенгайтириладиган сўровларни амалга ошириш қобилияти кўплаб компанияларга миллионлаб доллар пул ишлаш имконини беради.
- КБС мижозларнинг сўровларига жавоб олиш вақтини қисқартиришга ёрдам беради;
- Керакли тадбирлар учун тегишли жойларни аниқлашда;

Турли параметрлар ўртасидаги Ҳудудий давлат ҳокимияти органларида фойдаланиш учун мўлжалланган сайёҳлик ГАТни яратиш учун интеграл дастуритизим ишлаб чиқди.

Туристик ГАТнинг асосий дастурий комплекси сайёҳлик маълумотларини - харита картографик ва тавсифловчи бўлимни ўтказишга имкон беради ва шу билан бирга қуйидаги функцияларни бажаради:

- сайёҳларга қизиқиш объектларининг (табиий ёдгорликлар, маданий ва тарихий ёдгорликлар ва бошқалар) паспортларини бошқариш;
- туристик хизматлар корхоналарининг паспортларини бошқариш;
- Туристик объектлар бўйича қидирув сўровларини мантиқий (бу объектлар тавсифловчи хусусиятларининг бир тўплами учун) ва кенгайтирилаётган харитада тақдим этиш;
- ҳудудларнинг тематик хариталарини лойиҳалаш ва ишлаб чиқиш.

F.B.Ahrorov – SamVMI “Agroiqtisodiyot va buxgalteriya hisobi” kafedrasi dotsenti

A.F.Abduraxmanova – SamVMI “Agroiqtisodiyot va buxgalteriya hisobi” kafedrasi assistenti

EKOTURIZMNI O‘ZBEKISTONDA RIVOJLANISHINING KONSEPTUAL ASOSLARI

O‘lkamizni tabiati o‘zining rang- barangligi va turli- tumanligi bilan bizni hayratda qoldiradi. Sahrolar va yam-yashil vodiylar, baland qorli tog‘lar va yassi tekisliklar, suvi mo‘l daryolar va suv havzalari o‘ziga xos betakror go‘zalliklarni yaratadi. Respublikamizdagi shu kabi ajoyib geografik va tabiiy sharoitlar mamlakat hududida ekologik turizmni rivojlantirish uchun juda qulaydir.

Turizm – Vatanimiz tabiatining biror diqqatga sazovar joylarini koʻrish va bilish maqsadida uyushtirilgan sayohatdir. Turizm bir tomondan geografik bilimlarni keng ommaga tarqatuvchi vosita hisoblansa, ikkinchi tomondan, geografik hodisalarni oʻlkashunoslik materiallari asosida tushinib olishga yordam beradi.Oxirgi paytlarda biz "ekologik turizm" atamasini tez-tez uchratayapmiz. Xush, bunda oʻzi nima tushuniladi? Ekologik turizm- tabiatni muhofaza qilishga koʻmaklashadigan, unga zarar yetkazmaydigan va bunda sayohatchilarning ekologik madaniyatini oshiradigan turizmdir[1].

Ekoturizm XX asrning oxirlaridan jahon sayyohlik industriyasiga asta-sekin kira boshladi. Hozirgi kunga kelib esa jadal sur'atlarda rivojlanib borayotgan iqtisodiyot sohalaridan biriga aylandi. Bugungi kunda ekoturizm butun dunyoda eng serdaromad sohalardan biri hisoblanadi. Ekspertlarning fikricha bu tarmoqni yanada rivojlantirish nafaqat ijtimoiy- iqtisodiy masalalarni samarali hal etish, balki ekologik muammolarni bartaraf qilishda ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Turizm yangi turining paydo boʻlishi, bizning nazarimizda, ikki asosiy muammoni yechish yoʻllarini izlash bilan belgilanadi. Birinchi muammo insonlarning dam olishi uchun qanchalar yuksak darajada boʻlgan xizmat koʻrsatish, qad koʻtargan ulugʻvor binolar ham insonlarda yuzaga kelgan nerv sistemasining zoʻriqishini hatto oliy toifadagi otellar va dengiz plyajlaridagi yuqori darajada xizmat koʻrsatish ham bartaraf eta olmaydi. Ikkinchi muammo esa sayyoramizda yuzaga kelgan ekologik muammolarni qisman boʻlsada bartaraf etish bilan bogʻliq qiyinchiliklarni yechish yoʻllarini topish muammolari hisoblanadi.

Ekoturizmning rivojlanishiga yana bir sabab boʻlib ikkinchi jahon urishida tabiatga yetkazilgan zarar hisoblanadi. Bu esa tabiatni qaytadan tiklash yangi turdagi tabiiy rezervatlar, milliy bogʻlar, tabiat yodgorliklari va shu kabilar tizimini vujudga keltirish jarayoni sezilarli darajada faollashdi. Sayyoramizda turli shakl va maqomga ega boʻlgan muhofaza etiladigan tabiiy hududlar quruqlikning qariyb 15% ni tashkil qiladi va bu koʻrsatkichning oshish tendenstiyasi mavjud.

Ekoturizmning maqsadi- hozirgi va kelajak avlodlarning ekologik havfsizligi va barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun tabiatdan turistik yoʻnalishda oqilona foydalanishdir. Ekoturizm tabiatni muhofaza qilish tadbirlarini toʻla -toʻkis amalga oshirishga katta hissa qoʻshadi hamda sezilarli moliyaviy koʻmak beradi. Ijobiy ijtimoiy-iqtisodiy va ekologik oʻzgarishlar jarayonida mamlakatimizda ekoturizmning rivojlanishi muhim rol oʻynaydi. Ekoturizm tabiatni asrash zarurligi oʻrmonlarni kesishni qisqartirish, manzarali joylarni saqlanib qolishida, buzilgan tabiiy ekotizmlarni tiklashda qatnashish borasida mahalliy aholi ongida burilish yasaydi[2].

Oʻzbekiston Respublikasining koʻpgina mintaqalaridagi tajribaning

[1] Hamidov O.H., Norchayev A.N. "Ekoturizm" Toshkent TDIU, 2011

[2] Ilmiy amaliy anjuman materiallari "O'zbekistonda tabiatni muhofaza qilish va barqaror ekologik muhitni yaratish" Xorazm 2013

koʻrsatishicha ekoturizm- bu ishchi oʻrinlarini sonini koʻpaytirishga, tabiiy ekotizimlarni tiklash va saqlashga koʻmaklashuvchi ijobiy ekobiznesdir, bu esa oʻz navbatida ekoturizmni Markaziy Osiyoda keng tarqatish zarurligini koʻrsatadi. Ammo hozirgi kunda Oʻzbekiston Respublikasida ekoturizmning rivojlanishi bilan bogʻliq koʻpgina muammolar bor jumladan, mahalliy aholini ekoturistik faoliyatga jalb qilishda mutaxassislarning yetishmasligi, koʻpgina mamlakatlardagi potensial sayyohlarning Markaziy Osiyo mintaqasining ekoturistik noyob tabiiy –landshaft imkoniyatlaridan behabarligidir. Ushbu va boshqa masalalarni yechish maqsadida ekoturizmning mustahkamligiga va ustunligi toʻgʻrisida mahalliy aholi bilan uchrashuvlar oʻtkazilayapti, Iqtisodiyot unversitetida va "Oʻzbekturizm"MK da kadrlarni oʻqitish boshlandi. Mintaqaning ekoturistik imkoniyatlari toʻgʻrisida xorijiy jamoatchilikni xabardor qilish maqsadida chet ellik turistik markazlar, turfermalar bilan maslahat uchrashuvlar olib borilmoqda.

Shuni alohida ta'kidlash lozimki ekoturistlarning tashrifi natijasiga koʻra Orol boʻyi mintaqasiga yiliga 20 mln AQSH dollor miqdorida yordam koʻrsatilmoqda. Suv bilan ta'minlash tarmogʻi, ijtmoiy infratuzilmalar bunyod etilmoqda, aholi punktlarining sanitar-gigenik sharoitlari yaxshilandi. Ekoturizmning oʻtkazayotgan tadbirlari aholining ekologik ma'lumotlarini sezilarli darajada kengaytirishga yordam berayapti va mintaqa aholisining ijtimoiy- iqtisodiy holatini yaxshilashga olib keladi.

Yuqoridagilarni e'tiborga olgan holda koʻpgina sayyohlik tashkilotlari Oʻzbekiston boʻylab ekologik turlarni ishlab chiqishdi, shuningdek mamlakatda bevosita ekoturizm bilan shugʻullanadigan tashkilotlar tuzildi. Bu tashkilotlar yurtimizda yuzaga kelayotgan ekotizim xizmatlariga yetkazilayotgan zararlarni kamaytirib borish yoki butunlay oldini olishga qaratilgan ishlarni izchillik bilan olib bormoqda bu esa mamlakatimizda ekoturizimning yanada rivojlanishiga olib kelmoqda. Mamlakatimizda ekoturizmni rivojlantirish bilan bogʻliq boʻlgan ish-harakatlar olib borilmoqda. Shunday ekan, mazkur soha rivojini yanada yuksaltirish, uni ommaviy axborot vositalarida keng yoritish, ommalashtirish, targʻib qilish, shubhasiz, turizmga qiziquvchi sayyohlarni mamlakatimizga tashrifini bir necha barobar oshiradi. Ekoturizm faqat uning maqsadlari bilan belgilangani bois, ekoturistlar sonini aniq hisobga olish ancha qiyin ish. Tabiatga qarab moʻljal oluvchi turistlarning umumiy miqdorida ekoturizm prinsiplariga muvofiq sayohat qiluvchi turistlar ulushini aniqlashga jiddiy urinishlar hanuzgacha mavjud emas.

Shunday qilib, tabiat turizmi va ekologik turizm noyob va yoʻqolib borayotgan turlarni muhofaza qilish bilan uzviy bogʻliq, chunki ularning koʻpchiligi ekzotik hisoblanadi va ekoturizmning ob'ektlariga aylanadi. Bu gap faqat hayvon va oʻsimliklargagina emas, balki umuman ekosistemalar va tabiiy komplekslarga ham taaluqli.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki hozirgi kunda turizm sohasida ekoturizm bir muncha yangi koʻrinishdir. Uni ommalashtirish, ekoturizmni rivojlantirish maqsadida fuqarolarda ekologik madaniyatni, ta'lim tarbiyani

shakillantirish talab etiladi. Ayni paytda ekoturizm va unga tegishli tashkilotlar to‘g‘risida to‘laqonli tasavvur bera oladigan axborot resurslari kam. Ko‘pchilikni mamlakatimizning ekoturizm imkoniyatlari borasida to‘laqonli axborotlarning yetishmasligi masalasi tashvishga soladi. Ushbu mavzuda maxsus ixtisoslashgan nashrlar va saytlar kam uchraydi. Bu esa insonlarning ekologiya, ekoturizm, ekotizm xizmatlari to‘g‘risidagi bilimlarni oshirish imkoniyatlarni bir muncha cheklab qo‘ymoqda. Ayniqsa hozirgi kunda qishloq aholisining bu boradagi bilimlarini oshirish ekoturizmni rivojlantirish ishlarining jadallashuviga olib keladi va biz bu borada axborot yetkazuvchi manbalarni yaratish hamda tadbiq qilish orqali erisha olamiz. Xuddi shunday bir necha insonlargagina bo‘lsada buni targ‘ib qila olsak biz o‘zimizni o‘z oldimizga qo‘ygan ekoturizmni rivojlantirish ishlarining oz qismini bo‘lsada bajara olgan deb hisoblay olamiz. Buning uchun biz aynan Samarqand viloyati hududi bo‘yicha ekoturistik manzillarni aniqlash va ro‘yxatini tasdiqlash va ularning haqiqatda samaradorlik darajasini aniqlashimiz lozim. Chunki aynan bizning viloyatimizda juda ko‘p ekoturizimni rivojlantirish mumkin bo‘lgan manzillar o‘rganilmasdan qolmoqda. Shundan Nurobod tumanining Jom, Saxoba, Sarikul kabi manzarali ekoturizimni rivojlantirish imkoniyatiga ega manzillarni rivojlantirish borasida biznes rejalar islab chiqishimiz va hayotga tadbiq etishimiz lozim. Bu orqali esa aholi bandligini ta’minlashga, ekologik barqarorlikni yaxshilashga, mamlakatimiz iqtisodiy samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

И.С.Тухлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
С.А.Абдухамидов – СамИСИ тадқиқотчиси

ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИДА ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИОН САЛОҲИЯТНИ БАҲОЛАШНИНГ НАЗАРИЙ ВА АМАЛИЙ АСОСЛАРИ

Ҳудудий объектнинг туристик-рекреацион салоҳиятини объектив баҳолашга имкон берувчи асосий тамойилар сифатида, мазкур тадқиқот ишида танлаб олинган жараёнлар қуйидагилар ҳисобланади:

- рекреацион-ресурс салоҳиятини мажмуали баҳолаш, яъни ҳудуднинг мумкин бўлган барча мавжуд рекреацион ва туристик ресурслар жозибадорлигини ўрганиш ва баҳолаш;
- мазкур жойда туризмни ривожлантириш учун имкон берувчи ёки тўсиқ бўлувчи ва ҳудудга туристлар оқимини миқдор тавсифига таъсир кўрсатувчи ташқи муҳит омилларини ҳисобга олиш;
- туристлар учун янада қизиқарли бўлган туристик-рекреацион объектларни аниқлашда мазкур ахборотни навбатдаги туристик фаолиятни ташкил этишда у ёки бу туризм турига йўналтириш, туристик маҳсулот ишлаб чиқаришда фойдаланиш;

•мазкур ҳудудда мавжуд туристик-рекреацион ресурслардан келиб чиқиб, туризмни ривожлантиришга имкон берувчи туризмнинг устувор турларини танлаб кўрсатиш;

•туристик-рекреацион ресурсларни юқори миқдорини баҳолаш, яъни ресурснинг аниқ туридан фойдаланиш чегарасини аниқлаш;

• ҳудудий объектнинг ресурслар имкониятларидан фойдаланиш даражасига таъсир этувчи туристларни қабул қилиш салоҳиятини албатта эътиборга олиш зарур бўлади. Ҳудуднинг қабул қилиш салоҳияти – бу маҳаллий ресурсларга жиддий зарар кўрсатмасдан ҳамда саёҳатдан салбий таъсуротларсиз ва маҳаллий аҳолига ижтимоий-иқтисодий муаммолар келтирмайдиган ҳолатда объектнинг юқори даражада бардош бера оладиган максимал юкламасига айтилади.

Туристларни қабул қилиш салоҳиятини учта асосий гуруҳга бўлишимиз мумкин:

1. Экологик қабул қилиш салоҳияти – бу объект ёки жойнинг туристларни шундай қабул қилиш даражасики, туристларнинг ташриф буюриш даражаси ошиб кетса ёки мақбул бўлмайдиган экологик оқибатларга(ёки ҳаёт фаолиятининг табиий жараёнлари натижасида) ёки туризмга хизмат кўрсатувчи инфратузилманинг амал қилиши натижасида салбий оқибатларга олиб келиши мумкин.

2. Ҳудуд туристик ижтимоий қабул қилиш салоҳияти – туристлар ташриф буюриш даражаси ортиб кетса, бундай объект ёки жойдан туристларнинг салбий хулосалар билан қайтиши кузатилади.

3. Маҳаллий ижтимоий қабул қилиш салоҳияти –туристларни ташриф буюриш даражаси ортиб кетса маҳаллий маданият учун ва туристлар билан маҳаллий аҳолининг ўзаро муносабатларини ёмонлашуви натижасида салбий оқибатларга олиб келади.

Шундай қилиб, қабул қилиш салоҳияти туристик объект ёки жойнинг сақланиши, унинг табиий хусусиятларини сақлаб қолиш ва қайта тиклаш нуқтаи назаридан, ҳудуднинг ресурс салоҳиятидан фойдаланишнинг йўл қўйиладиган даражасини чеклайди.

Ҳудуднинг ресурс салоҳияти – бу жамиятдаги ҳаёт фаолиятининг барча мажмуасини қамраб олувчи, кўп қиррали тушунча бўлиб ҳисоб-ланади. Уни аниқлашда иқтисодий, экологик ва ижтимий жиҳатларини ўрганиш зарур бўлади. Улардан бир қисми ҳудуднинг туристик ресурсларига бевосита тегишли, бошқа омиллар эса минтақада туризмни ривожлантиришга таъсир кўрсатувчи омиллар бўлиб ҳисобланади.

Туризм учун туристик – рекреацион ресурслар биринчи даражали аҳамиятга эга бўлиб, айнан улар туристик бизнесни муваффақиятли ривожлантириш жараёнининг пойдевори бўлиб ҳисобланади. Туристик – рекреацион ресурслар туристик маҳсулотни яратиш учун тайёр бўлган, табиий ёки инсон томонидан яратилган сунъий объектлар йиғиндиси сифатида аниқланади.

Туристик ресурслар минтақада туризмни ривожлантиришнинг ўзига

хос хусусиятини аниқлайди, минтақада инвестицион сиёсатнинг устувор йўналишларини режалаштиришда, туристик маҳсулотни ишлаб чиқариш учун таянч базиси бўлиб ҳисобланади. Туристик ҳудуднинг ресурс ва қабул қилиш салоҳиятини баҳолаш учун талаб қилинадиган компонентларнинг катта тўплами ҳамда мураккаблигига ва уларнинг ҳудудий фарқланишига эътибор бериш керак.

Кўрсатилган салоҳиятнинг баъзи услубий ёндашувларини кўриб чиқамиз. Улардан биринчиси бўлиб, ҳудуднинг туристик ресурслари кадастрини ишлаб чиқиш ҳисобланади. Мазкур кадастрни яратишдан асосий мақсад турли минтақаларда туризмни ривожлантиришнинг самарали йўлларини аниқлаб, ундан фойдаланишдан иборат. Бунинг учун кадастрда туристик ресурсларнинг мажмуали тавсифномаси бўлиши керак, унда ҳар бир омил икир – чикиригача ҳисобга олиниши, таснифи, ўзлаштириш иқтисодий самарадорлигини сифат ва миқдор жиҳатини баҳолаш, ундан фойдаланишни таҳлил қилиш ва унинг асосий истиқболлари, ҳамда туристик – рекреацион объект муҳофазаси бўйича муҳим тадбирлар бўлиши шарт.

Кадастрни тузишда уни ишлаб чиқиш умумий тамойилларига яхлитлик, объективлик, узлуксизлик ва кўргазмалиликга риоя қилиниши зарур бўлади. Кадастр яхлитлиги уни ишлаб чиқишда қўлланиладиган услуб билан таъминланади. Унинг объективлигини таъминлаш учун барча кадастр маълумотларини тўлиқ ишончлилиги ва асосланганлиги талаб этилади.

Узлуксизликка уларни доимий янгилаб туриш, аниқлик киритиш ва қўшимчалар киритиш ҳисобидан эришилади, кўргазмалилик-янада аҳамиятли бўлган кўрсаткичлар,уларни тизимлаштириш, материалларни график ва картографик расмийлаштириш ҳисобидан эришилади.

Замонавий шароитда туристик-рекреацион ресурслар кадастрини тузиш айниқса долзарб ҳисобланади. Бироқ, бу масалани ечиш туристик ресурсларни ва айниқса рекреацион ресурсларни баҳолаш масалаларини етарли даражада ўрганилмаганлиги натижасида мураккаб холат вужудга келади, бу эса кўпгина қийин шакллантириладиган омилларни баҳолашни амалга ошириш зарурияти билан боғлиқ.

Ҳудудни ресурс салоҳиятини баҳолашнинг самарали усули бўлиб, жаҳон амалиётида туристик ресурслар мониторинги ўтказилади, бундай турдаги мониторинг ўтказиш учун компьютерли геоахборот тизимларидан фойдаланилади. Мазкур геоахборот тизимга мувофиқ ҳудуднинг рақамли харитасига турли маълумотлар қатлами жойлаштирилади, жумладан: табиий, географик маълумотлар; тарих ва архитектура ёдгорликлари; минтақа инфратузилмаси тўғрисидаги маълумотлар; иқтисодий, экологик ва ижтимоий маълумотлар; минтақадаги туристик ресурслар ва уларнинг иқтисодий самарадорлиги тўғрисидаги маълумотлар; туристик ресурслардан фойдаланиш ва уларга таъсир кўрсатувчи омиллар тўғрисидаги маълумотлар.

Олинган маълумотлар туристик ресурсларни ўзаро алоқаларини миқдор жиҳатдан баҳолашга, у ёки бу омилларни уларга таъсирини, у ёки бу қарорларни қабул қилишга ва моделлаштиришга, синовдан ўтказишга, мавжуд ресурслардан оптимал фойдаланиш бўйича тавсиялар ишлаб чиқишга, туризм индустриясини ривожлантиришга, минтақавий ва давлат даражасида қабул қилинадиган қарорлар ижросини кузатишга имкон беради. Бироқ бир неча маълумотлар қатламини кенг қамровли ва тезлик билан таҳлил қилиш дастурий ва тизимли воситалардан кенг қўллашдагина мумкин бўлади. Туристик ресурслар тўғрисидаги маълумотларни мониторингини ўтказиш, ахборотларни йиғиш маъсул шахсни, шунга ўхшаш маълумотларни олишдан манфаатдор бўлган ва сервер ташкилоти фойдаланувчиларни бирлаштирувчи ягона локал тармоғини ташкил қилиш зарур бўлади.

Бу каби локал тармоқ “Самарқанд вилояти туристик-рекреацион ресурсларнинг геоахборотли тизими” маълумотлар базаси асосида таклиф қилинаётган Ўзбекистон республикаси туризмни ривожлантириш қўмитаси Самарқанд вилоят ҳудудий бошқармасининг Ягона аналитик марказида ташкил этилиши мумкин.

Мазкур муаммо бўйича илмий адабиётлар кўриб чиқилганда минтақа туристик-рекреацион салоҳиятини баҳолашнинг яна бир усули бу ҳудуд маркетинг концепциясини ташкил этилиши ҳисобланади. Мазкур услубий ёндашувнинг ўзига хос хусусияти туристик ресурслар, ички ва ташқи бозорга туристик хизматлар мажмуасини силжитишнинг мумкин бўлган инструментлари билан биргаликда кўриб чиқилади. Бошқача сўз билан айтганда, ҳудуд маркетинги ҳозирги вақтда ишлаб чиқиладиган туристик хизматларни силжитишнинг юзага келган ҳамда ишлаб чиқиладиган шакллари ва усулларини таҳлил қилиш, баҳолашни кўзда тутади, туристик кўргазмалар, фестиваллар,семинарлар, симпозиумлар; ҳудуднинг туристик ресурсларига бағишланган ихтисослаштирилган оммавий ахборот воситалари ёки махсус радио ва телевидение дастурларининг мавжудлиги; туризм бозорининг турли субъектлари ўртасида (меҳмонхоналар, туристик фирмалар, транспорт ташкилотлари, ахборот агентликлари, бронлаш тармоқлари ва ҳ.к.) туристик альянсларнинг мавжудлиги ва бошқа тадбирларни кўзда тутади. Шу тарзда ҳудуд маркетинги доирасида нафақат туристик ресурслар балки, уларни мувафақиятли силжитиш ва реализация қилишнинг потенциал имкониятлари ҳам баҳоланади.

Туристик-рекреацион фаолиятни самарали ривожлантириш нуқтаи-назаридан ҳудудни баҳолашнинг янада кенг муаммоларини тушуниш, минтақа туристик мажмуасини ривожлантиришнинг махсус дастурларини ишлаб чиқиш заруриятини келтириб чиқаради. Бутун минтақада, туристик-рекреацион салоҳиятни тадқиқ қилиш даражасига боғлиқ равишда, янада маълумот кўп бўлган услубий ёндашувларга урғу бериб, юқорида қайд қилинган ёндашувлардан барчасидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Тадқиқ қилинадиган Самарқанд вилоятида мазкур жараённи олиб бориш қатор қийинчиликлар билан бажарилди, жумладан: зарурий миқдордаги маълумотларнинг мавжуд эмаслиги ва уларни етарли даражада тизимлаштирилмаганлиги, бу эса ўз навбатида рекреацион тизимни етарли даражада ривожланмаганлиги билан боғлиқ эканлиги аниқланди. Бу вилоятдаги қатор рекреацион объектларнинг тавсифини баҳолаш учун имкониятларни чеклайди.

Р. Хаитбоев – СамИСИ катта ўқитувчиси

ЎЗБЕКИСТОННИНГ ЧЎЛЛАРИДАГИ ЗИЁРАТГОҲЛАР: СУЛТОН УВАЙС ОТА ЗИЁРАТГОҲИ

Ўзбекистоннинг чўл минтақаларидаги зиёратгоҳларнинг асосий қисми чўл ҳудудларидаги воҳаларда ва шаҳарларда яхши сақланиб қолган ва ҳозирда тўлиқ таъмирланиб обод зиёратгоҳларга айлантирилган (Қорақалпоғистон Республикаси, Хоразм, Бухоро, Навоий вилоятлари). Айнан чўлларнинг ўзида жойлашган зиёратгоҳлардан зиёрат туризмида фойдаланиш масалалари ҳали тўлиғича ўрганилмаган. Чўл минтақаларида зиёратгоҳларнинг камлиги албатда бу бепаён ҳудудларда аҳолининг жуда сийрак яшаётганлиги ҳисобланади. Биз қуйида айнан чўлларнинг ичидаги ички ва халқаро зиёрат мавқеъига эга бўлган муқаддас зиёратгоҳларнинг бири ҳақида қисқача маълумотларни келтирамиз.

Ҳозирги вақтда чўлларимизда халқимизнинг қадимдан азиз, муқаддас деб билган зиёратгоҳлардан бири Султон Увайс ота зиёратгоҳидир. Қорақалпоғистон Республикасидаги Беруний туманининг Қоратоғ даҳасидаги бу тарихий-меъморий обиданинг ислом оламида ўзига хос ўрни бор.

Султон Увайс–асл номи Суҳайл бин Омир бин Румон бин Ноҳия бин Қаран бин Мурод. У Яман мамлакатининг Қаран қишлоғи муродий қабиласида милоднинг 625 йили туғилган. 659 йили (37 ҳижрий йилнинг 17 шаввол куни) Ҳазрати Алининг Форс мамлакатига исломни ёйиш учун қилган юришда Сиффин жангида 40 ёшида шаҳид бўлган.

Увайс Қараний номи билан машҳур бўлган Суҳайл бин Омир Пайғамбаримиз Муҳаммад (с.а.в.) ҳаёт вақтида дунёга келган. Пайғамбар (с.а.в.) умматининг сарвари, авлиёлар султони Увайснинг таваллуди ҳақида хабар берган. Лекин у Пайғамбар билан дийдор кўриша олмаган. Ривоятларда Расулуллоҳ билан кўриша олмаганликларига иккита сабаб келтирилади.

Биринчиси, кўзи ожиз (кўр) онаси бўлиб, уни уйда ёлғиз қолдириб кела олмаган.

Иккинчиси–шариат амрини тутиб, оналик ҳаққини адо этган. Расулуллоҳнинг васиятларига кўра, қолдирган табаррук хирқалари чоҳорёрлар тарафидан Султон Увайсга топширилганлиги тўғрисида ривоят бор.

Ҳазрати Умар дарҳол: “Ўша одамни менга кўрсатинг!” дея ёнларига Ҳазрати Алини олиб, Увайс турган жойга қараб кетди.Улар Увайснинг бир дарахт соясида намоз ўқиётганини кўриб, тугатишини кутиб туришди. Намозини битирган Увайсга салом беришди. Увайс алик олгач, ундан: “Кимсиз?” деб сўрашди. Увайс: “Ҳақ олиб ишлайдиган чўпонман”, деб жавоб берди. Ундан исмини сўрашганида эса “Абдуллоҳ” эканини айтди. Бироқ Ҳазрати Умар эътироз билдириб: “Ҳаммамиз Абдуллоҳ (Аллоҳнинг бандаси)миз. Онангиз қўйган исмни айтинг”, деганларида: “Увайсман”, дея жавоб берди.

Сўнгра икки буюк саҳобий Ҳазрати Увайс билан бир оз суҳбатлашиб, муборак омонатни -ҳирқаи шарифни унга топширишади ва ҳақларига дуо қилишини сўрашади. Увайс ҳам уларнинг Ҳазрати Умар билан Ҳазрати Али эканини билиб, жуда севинади ва ҳақларига дуо қилади.Кейинроқ бу ҳирқа қўлдан-қўлга ўтиб, Усмонли султонлари томонидан Туркияга олиб кетилади. Ҳозир у Туркияда сақланмоқда.



Султон Увайс Қараний зиёратгоҳининг ватанимизнинг мустақиллигидан олдинги ва кейинги йилларидаги кўриниши



Қорақалпоғистон Республиксидаги Султон Увайс ота масжиди

Ислом оламида Расулуллоҳга (соллаллоҳу алайҳи ва саллам) ғойибона ошиқ бўлганларнинг сардори сифатида машҳур бу зот «Абу Амр» куняси билан танилган. Ривоятларга кўра, унинг отаси Омир

яманлик бўлиб, Мурод қабиласининг қарн уруғига мансуб эди.

Ҳазрати Увайс “муҳазрамлар” дан эди. Ҳадис истилоҳига кўра, “муҳазрам” жоҳилия даврини кўрган, Пайғамбаримизнинг ҳаётлик даврларига етишгани ҳолда, у зот билан кўриша олмай, ғойибона имон келтирган кишидир.

Саҳобаи киромнинг кўплари билан кўришган Ҳазрати Увайс тобеинларнинг улуғларидан. Чунончи, Ҳазрати Умар ибн Хаттобдан ривоят қилинишича, Расулуллоҳ (соллаллоҳу алайҳи ва саллам) ора-сира Яман тарафга юзларини буриб, бундай дер эдилар: “Яман томондан раҳмат шабадалари эсмоқда. Эҳсон ва эзгуликда тобеинларнинг энг яхшиси Увайс Қаранийдир”.

Орадан йиллар ўтди. Пайғамбаримиз (алайҳиссалом) ҳаётлари сўнгида муборак ҳирқаларини ечиб, Ҳазрати Умар билан Ҳазрати Алига бердилар ва: “Буни Увайс Қаранийга беринглар!” дедилар[1].[2].

Оллоқулихон Петербург сафаридан қайтиб келаётганда ўша жойда тунайди. Султон Увайс унинг тушига кириб хон бўлиши ҳақида башорат қилади. Оллоқулихон шайхга таъзим бажо айлаб, унинг шаънига катта масжид ва алоҳида ўнта чиллахона қурдиради.

Сўфилар анъаналарида Пайғамбаримиз Муҳаммад(с.а.в.) билан Увайс Қараний ўртасида руҳий алоқа бўлганлигини келтиришади. Шунинг учун ҳам, ислом оламида, Марказий Осиё давлатларида (Ўзбекистон, Тожикистон, Қозоғистон) Увайс Қаранийнинг шуҳрати, обрўйи жуда катта ҳисобланади. Шунинг учун ҳам ўтмишдаги боболаримиз Увайс Қаранийга улуғ ҳурмати ва эътиқоди сифатида унинг ҳозирги рамзий қабрини ва бу қабр устига унинг номидаги мақбарани қуришган.

Худди шу даврларда ал Раккеда (Сурия давлати) ҳам Увайс Қараний зиёратгоҳи бўлган. 1988 йилда бу зиёратгоҳ зиёратчилар учун замонавий талаблар асосида бутун бир мажмуа ҳолида қайта қурилди. Зиёратгоҳнинг очилишида Эрон ва Суриянинг давлат раҳбарлари қатнашган. Бу муқаддас зиёратгоҳни 2014 йил 23-июн куни Суриялик қонхўр жангарилар портлатиб, харобага айлантиришган.

Увайс Қараний ҳақида жуда кўп ривоятлар, тарихий воқеалар сақланиб қолган. Бир ривоят бўйича Муҳаммад Пайғамбаримиз (с.а.в.)нинг урушда бир тиши синганлигини эшитган Увайс Қараний ўзининг 32 тишини уриб синдирган.

Яна бир ривоят бўйича Увайс Қараний вафот этганида унинг тилакларини Олоҳ қабул қилишини билган 7 шоҳ ўз мамлакатида уни дафн қилиш учун жанжалашиб қолган ва 7 та тобутни тайёрлашган, яни у қайси тобутда бўлса ўша мамлакатда дафн қилинади. Тобутларни очиб кўришса 7 та тобутда ҳам Увайс Қаранийни кўришади. Ҳозирги кунларимизда Увайс Қаранийнинг 7 та қабри борлигини ҳам шу ривоятга боғлашади.

---

[1].© Шайх Муҳаммад Содиқ Муҳаммад Юсуф © islom.uz 2003-2018.

[2]. No‘mon Abdulmajid .“Hidoyat” jurnalining 2008 yil 5-soni.

У кишининг мақбараси турли даврларда таъмирланган ёки бузиб янгидан қурилган: 998 милодий йили Султон Муҳаммад Хоразмшоҳ томонидан қурилган мақбара Чингизхон истилоси даврида хароб бўлган. Мақбарани1805–1806 йили Хива хони Элтўзархон қайта қурдирган ва учинчи маротаба 1837–39 йиллари Хива хони Оллоқулихон қурдирган. Мустақилликнинг илк йилларида мақбара қайта таъмирланиб, ўз ҳолига келтирилди.

Ўбекистоннинг чўл минтақаларида жойлашган зиёратгоҳлар ҳақидаги маълумотларни жамлаш, тасифларини, таърифларини тайёрлаш ва кенг реклама қилиш чўлларда туризмни ташкил қилиш ва ривожлантиришда энг истиқболли йўналишлардан ҳисобланади. Ҳозирда мамлакатимизнинг шимолида жойлашган Увайс Қараний зиёратгоҳига зиёратчилар оқимининг тобора кучайиб бораётганлиги хулосаларимизни тасдиқлайди.

Р.С.Амриддинова – к.э.н., старший преп. СамИЭС

ПРАВОВАЯ ОСНОВА РАЗВИТИЯ ШКОЛЬНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Принимая во внимание, что дети - будущее нашей страны, в современных экономических и политических условиях они не должны терять нравственные ориентиры, скатываться в бездуховную и криминальную среду. Перед туристическими организациями страны сегодня стоят первоочередные задачи:

- организовать молодому поколению прекрасный мир историко-патриотического, детско-спортивного и краеведческого туризма и развивать его;
- эффективно обучать молодежь жить в гармонии с окружающим его миром;
- формировать мировоззрение и пропагандировать здоровый образ жизни.

До 90-х гг. XX века организация школьного отдыха была на хорошем уровне. Практически каждый ребенок, даже из необеспеченной семьи, мог поехать в пионерский или оздоровительный лагерь. В течение многих лет существования государства создавался и развивался туризм, который обеспечивал равное положение детей. Дотации государства и предприятий были существенными, зачастую путевки предоставлялись бесплатно. Переход к новому этапу развития общества изменил существовавшие представления о положении детей. Нестабильная экономическая обстановка, и, как следствие, снижение жизненного уровня многих семей, наличие значительных слоев населения, находящихся на грани или за чертой бедности, ослабление институтов здравоохранения, образования,

культуры заметно ухудшили положение детей и возможности семьи и государства по их жизнеобеспечению и социализации. Образ жизни, дефицит интереса, также является одним из ключевых факторов, негативно сказывающихся на психологическом равновесии и мироощущении ребенка. А между тем, потребности, нравственные установки и ценности, сформированные в процессе занятия туризмом, представляют собой основополагающие моменты в становлении полноценной личности, способной здраво мыслить и строить планы на будущее.

Принятый в 1999 году закон «О туризме», а также программы, концепции по развитию туризма не затрагивают конкретно такую социальную общность как дети, которые нуждаются не только в нормативно-правовом регулировании, но и в социальной защите. Нормативно-правовая база в сфере школьного туризма не представлена в виде законов, где закреплялись бы доступность детско- юношеского туризма, права детей на отдых, на организацию досуга.

Школьный туризм для государства не является средством дохода, и на его развитие не уделяется должного внимания. Школьный туризм в Узбекистане развит очень слабо. Родители школьников вынуждены тратить непосильные, в большинстве случаев, средства. В стране отсутствует регулируемый рынок в сфере школьных поездок, цены раздуты, поездки осуществляются только в период высокого сезона. Ими могут воспользоваться лишь 1-3% школьников.

Ценовая политика имеет важное значение в формировании тура для школьников. Учитывая демографическую ситуацию в Узбекистане, когда большинство семей в нашем государстве имеет более двух детей, тогда если речь заходит о детском отдыхе, то родителям приходится покупать путевки двум и более детям. Именно финансовая сторона вопроса будет играть решающую роль. Чем дешевле будут поездки в летние лагеря, тем больше детей смогут отдохнуть там.

Далее остановимся на некоторых проблемах, которые препятствуют развитию школьного туризма.

Во-первых, массовый детский отдых не должен быть дорогим. Цены на билеты порой составляют значительную часть стоимости отдыха. В вопросе снижения их стоимости государство может выступить как крупный туроператор или регулировать эти проблемы через различные экономические рычаги.

Во-вторых, существенна проблема дифференциации предлагаемых услуг. Турфирмы предлагают целый спектр предложений для клиентов любого достатка, а вот в отношении школьного отдыха такой гибкости нет. Доля родительских денег в оплате летнего отдыха детей сегодня лишь 8%, но есть серьезный потенциал, с которым нужно работать, расширяя спектр предложений.

В-третьих, отсутствие необходимых экономических знаний у администрации школьных оздоровительных лагерей. Это не позволяет

осуществлять правильную политику ценообразования, что в значительной степени влияет на заполнение лагерей и, в конечном счете, на финансовые результаты их деятельности. Следует обратить внимание и на отсутствие хорошо налаженных связей между турфирмами и оздоровительными лагерями. Администрации последних, как правило, не привлекают предприятия турбизнеса к продвижению и реализации своего продукта. А если и прибегают к их услугам, то в большинстве случаев либо не желают предоставлять скидки на турпутевки, либо дают их исключительно в период межсезонья. При этом руководство детских здравниц не контролирует цены, по которым путевки реализуются. Что приводит к перепродажам, в результате конечная цена может вырасти весьма значительно.

В Узбекистане, обладающей колоссальными туристскими ресурсами, школьный туризм постепенно достигает уровня развития, адекватного своим потенциальным возможностям.

Согласно Плану практических мер по реализации программы развития внутреннего туризма «Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил!» утвержденного постановлением Президента Республики Узбекистан (от 7 февраля 2018 года № ПП-3514) намечены следующие мероприятия,[1] которые будут способствовать развитию школьного туризма:

- Формирование перечня объектов для организации индустриального туризма (крупные комбинаты, заводы, производственные комплексы, свободные экономические зоны и другие), способствующих воспитанию у молодежи чувства гордости и патриотизма и рекомендуемых к посещению в рамках Программы развития внутреннего туризма «Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил!», с определением маршрута их посещения (для режимных объектов) и предоставление его Союзу молодежи Узбекистана и другим координаторам поездок;
- Обеспечение проведения для учащихся в период каникул в городах Самарканде, Бухаре, Хиве, Шахрисабзе, Термезе, Коканде, Маргилане и Ташкенте культурно-познавательных фестивалей «Неделя города», предусматривающих проведение различных концертных программ, театрализованных представлений и других мероприятий, направленных на повышение знаний учащихся об истории, культуре и традициях узбекского народа;
- Проведение широкой пропаганды в целях привлечения к участию в Программе развития внутреннего туризма «Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил!» трудящихся, активистов махалли, женских коллективов, ветеранов труда и учащихся, в том числе юных туристов и членов краеведческих кружков, уделяя при этом особое внимание учащимся школ из отдаленных населенных пунктов;

[1] Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по обеспечению ускоренного развития внутреннего туризма». № ПП-3514.

•Утверждение Плана комплексных мероприятий по активизации деятельности краеведческих и экологических кружков общеобразовательных школ и детских центров «Баркамол авлод», направленных на углубленное изучение детьми истории родного края, археологического и культурного наследия, ознакомление с природными богатствами страны и овладение основами знаний в области экологии и охраны окружающей среды;

•Обеспечение подготовки молодых специалистов из числа участников указанных кружков организации экскурсий и туров с последующим повышением их квалификации специалистами в сфере туризма;

•Разработку туристского продукта для школьной и молодежной целевой аудитории с использованием современных информационных технологий, включая работу в социальных сетях и создание специализированного игрового контента;

•Подготовка методических пособий (инструкций) по пропаганде внутреннего туризма среди населения преподавателями школ, колледжей и ВУЗов;

•Организация индустриальных туров на крупные промышленные предприятия, направленные на воспитание у подрастающего поколения духа патриотизма, ознакомление молодежи с их деятельностью с созданием соответствующих экспозиций, отражающих историю предприятия и технологические процессы, с предоставлением услуг экскурсовода на узбекском, русском и английском языках, а также участие посетителей в отдельных технологических процессах с вручением памятных сертификатов.

На внутреннем рынке Узбекистана у школьного туризма есть хорошие предпосылки для успешного и экономически обоснованного развития. Поэтому необходимо уделять внимание развитию такого туризма, как со стороны государства, так и со стороны туристических фирм.

I.S.Tuxliev – SamISI professori, i.f.d.,
A.N. Muhamadiyev – TATU SF o‘qituvchisi

GEOAXBOROT TIZIMINI TURIZMDA QO‘LLASH MASALALARI

Ma`lumotlarning ko`plab turlari vaqt o`tishi bilan tez-tez o`zgarib turishi, oddiy usulda tuzilgan qog‘ozli kartadan foydalanishni ancha qiyinlashtirib yubormoqda. Axborotlarni tezlik bilan olishni, ularning dolzarbligini saqlashni bugungi kunda faqatgina avtomatlashtirilgan tizim kafolatlashi mumkin. Zamonaviy GAT – bu ko`p miqdordagi grafik va mavzuli ma`lumotlar bazasiga ega bo`lgan, baza asosida ish bajarish imkoniyatiga ega modelli va hisobli funktsiyalar bilan birlashgan, fazoviy ma`lumotlarni kartografik shaklga aylantirish, turli qarorlarni qabul qilish va monitoring ishlarini amalga

oshiradigan avtomatlashgan tizim, deb qaraladi

GAT bilan ishlayotganda kompyuter ekranida bir yoki bir nechta kartani (yoki plan-sxemani) koʻrish mumkin. Ish jarayonida tasvirning detallashganlik darajasini oson oʻzgartirish, ayrim elementlarini kichiklashtirish yoki kattalashtirish mumkin. Masalan, shaharda biror bir uyni, uning pod'ezdini, atrofidagi ob'ektlarni koʻrishimiz mumkin.

Bundan tashqari, Siz ma'lumotlarning mavzuli tarkibi boʻyicha boshqarish ishlarini ham olib borishingiz mumkin, masalan, foydali qazilmalar kartasida ish paytida kerakli boʻlmagan ba'zi foydali qazilmalar tasvirlangan kartalarni yopib qoʻyish; zarur boʻlgan qatlamlarni esa koʻrsatish mumkin.

Biror ob'ektni belgilab u haqida ma'lumot olish mumkin: masalan, binoning narxini, kimga qarashli ekanini, holatini, ob'ektning oʻlchamini, uning shahar asosiy muhandislik tarmoqlariga ulanganligini va h.k. Bu koʻrsatkichlarni kompyuter monitorida bevosita oʻlchash ham mumkin.

GATda maxsus qidiruv tizimi ham mavjud. Talabingizga binoan sizni qiziqtirgan ob'ektlar koʻrsatkichlari haqida talab shartlari tuziladi va avtomatik ravishda talabingizga javob qaytariladi. Masalan, maydonning 0,1 ga dan kam boʻlmagan va temir yoʻl bekatidan 3 km uzoqda joylashgan barcha suv havzalari, 1 km dan oshmagan masofada joylashgan er uchastkalari ekranda koʻrsatilsin va h.k.

Maxsus vositalar orqali ma'lumotlarni analitik qayta ishlab, juda qiyin masalalarni ham echish mumkin, ya'ni real borliqning modelini hosil qilish. Masalan, suv va boshqa quvurlar trassasida roʻy beradigan portlashlarni kutilishi mumkin boʻlgan kungilsiz holatlarni bashorat qilish; ifloslanishning tarqalish yoʻnalishini tadqiq qilib, tabiiy muhitga etkaziladigan ofatni hisoblash, natijada unga qarab rejalarni belgilash mumkin.

Shuni alohida ta'kidlash joizki, bugungi kunda ilmiy tadqiqotlar va amaliy faoliyatda koʻplab GATlar ishlatiladi, lekin ular orasida shaxsiy GATlar keng tarqalgan. Jumladan, ularga GeoDraw, GeoGraph (Rossiya Geografiya instituti), AtlasGAT, WinGAT, ArcInfo, MapInfo (AQSH) va boshqa dasturlarni misol keltirish mumkin.

Umuman olganda kartalar yaratishning GAT-texnologiyasini quyidagicha tasavvur qilsa boʻladi:

1. Tayyorgarlik ishlari. Elektron taxeometrlar va GRS asboblaridan, tasvirlarni qayta ishlash vositalaridan, izlanishlar raqamli ma'lumotlaridan, avtorlik originallardan, mavjud fond kartalari va boshqalardan dastlabki ma'lumotlarni toʻplash. Kartografik va fond materiallarini, rastrli tasvirlarni bir xil masshtabga keltirish, soʻngra ularni kompyuter xotirasiga joylash.
2. YAratilayotgan kartaning mavzuli qatlamlarini, ularga tegishli jadvallarni ishlab chiqish va ularni taxlil qilish. Ma'lumotlar bazasini yaratish. Ob'ektlar tasnifi mavjud jadvallar (atributlar) va matn ma'lumotlarni EHM xotirasiga kiritish. Shartli belgilar tizimini ishlab chiqish.
3. Kartaning mavzuli qatlamlarini muvofiqlash, kartografik tasvirni hosil qilish va ularni taxrir qilish. Kartaning komponovkasini ishlab chiqish va

uni nashrga tayyorlash. Kartani nashr qilish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Чандра, А. М. Дистанционное зондирование и географические информационные системы / А. М. Чандра, С. К. Гош ; пер. с англ. А. В. Кирюшина. - М. : Техносфера, 2008. - 308 с.
2. Геоинформатика. Толковый словарь основных терминов // Ю.Б. Баранов, А.М. Берлянт, Е.Г. Капралов и др. — М.: ГИС-Ассоциация, 1999. — 204 с.
3. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. - Т.: “Iqtisod-moliya”, 2010 й.
4. The use of Geographic Information Systems (GIS) in Canada's National Parks http://parkscanada.pch.gc.ca/natress/inf_pa1/GIS/GIS_E.HTM

Х.Х. Бердиев – филология фанлари бўйича фалсафа доктори,
ТАТУ Самарқанд филиали

ЎТОВНИНГ МИЛЛИЙ ҚАДРИЯТЛАР ВА САЙЁҲЛИК ТИЗИМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ ЎРНИ

Ўзбекистон моддий-маданий мероси ниҳоятда бой мамлакат сифатида жаҳон ҳамжамиятида алоҳида ўрин тутади. Айни ҳозирги даврда миллий қадриятларимизни асраб-авайлашни янада такомиллаштириш, шунингдек халқаро ва ички туризм соҳасини самарали тарзда ташкил этишда ўтов ва ўтовсимон уйлардан кенг фойдаланиш, уларнинг серҳашам турларини қайта тиклаш ҳамда соҳа ривожида ундан унумли фойдаланиш долзарб масалалардан бири ҳисобланади.

Аввало, шуни таъкидлаш жоизки, ўзбек давлатчилиги тарихи кўп минг йиллик тарихий тараққиёт босқичига эга. Шу нуқтаи назардан қараганда, ўтовсозлик жуда қадимий маданий-маънавий, моддий-ашёвий мерос ҳисобланади. У, бир томондан, жуда узоқ ўтмишдаги аждодларимизнинг яшаш тарзини ифода этувчи мерос, иккинчи томондан, маданий ҳаётнинг яна бир шакли сифатида ҳозиргача турли ҳудудларда яшаб келаётган ва шу ерликлар учун қулай уйсозлик намунасининг бир кўриниши ўлароқ қадрият сифатида қарашни тақозо этади. Тилнинг луғат таркибида халқнинг ижтимоий ҳаёти, турмуши, касб-кори, қарашлари, анъаналари, урф-одатлари билан боғлиқ бўлган тушунчалар ва бу тушунчаларни акс эттирадиган лексик қатлам ҳамда унинг таркибий бир қисми бўлмиш терминологик системалари ривож топиб келди. Ўтовнинг қурилиш материаллари, материалларнинг турлари, хусусияти, вазифаси, аҳамияти, ўтов материаллари безаклари, тўшанчи ва шу каби қатор нарса-предметларни англатувчи сўз/терминлар сўзлар мавжуд. Ўтовсозлик лексикаси нафақат лингвистик манбалар ва оғзаки нутқ материаллари, шунингдек археологик, этнографик, бадиий-фольклористик тадқиқотлар

натижаларига ҳам асосланган ҳолда тадқиқ этилади. Бу терминологик қатламга оид материалларни чуқур ўрганиш ҳамда улар бўйича махсус лингвистик тадқиқот олиб бориш лозим деган хулосага келиш имконини беради. Ўзбек ва қорақалпоқ тилларининг ўтовсозлик лексикаси тил лексик системасида алоҳида ўрин тутади, қадимий мерос билан боғлиқ муҳим лингвистик қадрият ҳисобланади. Зеро, Соҳа лексикасидаги сўзлар семантикаси, турли даврларга оид лингвистик бирликлар, тарихий диалектал сўзларнинг маъно кўлами ўтов ва у билан боғлиқ сўз/терминларда акс этиб келган. Шубҳасиз, улар миллий менталитет ва тасаввурлар асосида шаклланган, тараққий этган, қадрият даражасига кўтарилган. “Ўзбек тилининг изоҳли луғати”да келтирилишича, “Менталитет [нем. Mentalität < лот. mens, mentis – ақл, идрок]” жамият, миллат, жамоа ёки алоҳида шахснинг тарихий таркиб топган тафаккур даражаси, маданий салоҳияти, уларнинг ҳаёт қонунларини таҳлил этиш кучи, муайян ижтимоий шароитлардаги ақлий қоблияти, руҳий қуввати, жамият, миллат ёки шахснинг менталитети уларнинг ўзига хос анъаналари, расм-русмлари, урф-одатлари, диний эътиқод ва иримларини қамраб олади.

Уйлар трансформацияси жараёни инсоният тарихий тараққиётидаги энг муҳим омил саналади. Қурилишга алоқадор бўлган тасаввурлар турли урф-одатларнинг пайдо бўлишига ҳам замин яратган. Аста-секинлик билан уларни бажариш анъана тусини олган ва соҳа терминларининг шаклланишида ўзига хос роль ўйнаган. Табиат ва олам ҳақидаги тасаввурларнинг яшаш жойлари билан боғланиши бу терминологик система таркибини янада бойитган. Анъанавий қурилиш тизимига эга бўлган ўтов бу жиҳатдан ўзига хосдир. Шунинг учун ҳам ўтов муҳим қадрият ҳисобланади. Ўтовсозлик маданияти ҳамда лексикаси, энг аввало, халқнинг яшаш тарзи, атроф-олам, миллий менталитет сингари маънавий томонлар билан бевосита алоқадор. У маданий ҳаёт цивилизациясининг кўпгина ҳодисаларини ўзида акс эттириб келган. Мазкур уй типи материаллари орнамент белгилари ҳам шундан далолат беради. Зеро, кундалик турмушдаги эҳтиёжлар ранг-баранг сўз - тушунча ва ибораларнинг пайдо бўлишига олиб келади. Шу нуқтаи назардан, ўтовсозлик лексикаси ўзига хослиги билан характерланади. Соҳа лексикасига хос сўзларни тадқиқ этиш, табиийки, қадриятларга алоқадор бўлган маънавий-моддий меросни ўрганиш, уларнинг лингвистик хусусиятларига оид ўзига хосликларни аниқлаш ҳамда тил луғат бойлиги хазинасида тутган ўрнини белгилашдек долзарб вазифа билан чамбарчас боғлиқдир. Ўтов ва ўтовсимон уй типидан ҳозирги пайтда ҳам мавсумий жараён ва бошқа ҳолларда, шу билан бир қаторда, туризм соҳасида фойдаланилмоқда. Ўтовнинг тикланиши, матераиалларнинг тайёрланиши, ёғоч ва мато қисмлари, тўшанчилари, кашталари, жиҳозлари, безаклари, шунингдек ўтов тиклаш урф-одатлари билан боғлиқ жуда кўпгина қадриятлар сақланиб қолган. Нуфузли лексикографик манбалар, тарихий-илмий асарлар (“Девону луғотит турк”, “Муқаддимат ул-адаб”, “Ат-

туҳфатуз фил-луғати туркия”, “Темур тузуклари”, “Тўрт улус тарихи”, “Шажарайи турк” ва б.), бадиий ижод намуналари (оғзаки ва ёзма манбалар: достонлар, топишмоқ, мақол, ибора сингари жанрлар) ҳамда жонли сўзлашув тилида мавжуд бўлган кўплаб сўз/терминлар даврлар ўтиши мобайнида ижтимоий-сиёсий, иқтисодий ўзгаришлар ўтовнинг вазифасида ҳам қатор ўзига хосликларни келтириб чиқарганидан далолат беради. Шу маънода, нафақат кишилар яшаш жойи, балки давлатчилик тарихида муҳим рол ўйнаган ҳарбий соҳада ҳам ўтовнинг ўрни алоҳида эканлигини манбалардаги маълумотлар тасдиқлайди. Марказий Осиё халқлари маданий турмуш тарзи ҳақидаги қимматли маълумотлар минтақага турли мақсадларда ташриф буюрган чет эллик муаллифларнинг эсдаликлари, муайян подшоҳлик тарихи ёки ҳукмдор фаолиятига доир асарларда ҳам мавжуд.

Маълум бўладики, ўтовни миллий қадрият сифатида кенг кўламда тадқиқ этиш, у юзасидан этнографик, этнологик, санъатшунослик, фольклошунослик, кино соҳаларида амалий ишларни яратиш ва бошқалар галдаги вазифалардан ҳисобланади.

Таклиф сифатида қуйидагиларни кўрсатиб ўтиш лозим топилди:

- Халқаро ва ички туризмни ривожлантиришда ўтовлардан фойдаланишни кенг йўлга қўйиш (айниқса, тоғ, чўл ҳудудлари зиёратгоҳларида);
- мавжуд сайёҳлик базалари негизида ўтовни тайёрлаб сотишни ташкил этиш (турли ҳажмдаги кўринишларини қайта тиклаш ва яратиш);
- ўтовни қуриш бўйича йўриқномалар ишлаб чиқиш (бошқа айрим туркий халқларда бундай кўрсатмалар бор);
- ўтовсоз усталар таркибини шакллантириш ва бу билан муайян даражада ишчи ўринларини яратиш;
- ўтовсозлик терминлари бўйича кичик ҳажмли икки тилли ёки кўп тилли расмли луғатлар ёки альбомлар яратиш.

Умуман, ўзбек тилининг луғат таркиби халқимизнинг моддий ва маданий тарихи билан узвий алоқадор ҳолда асрлар давомида бойиб келмоқда. Унда халқнинг ижтимоий ҳаёти, турмуши, касб-кори, қарашлари, анъаналари, урф-одатлари билан боғлиқ бўлган тушунчалар ва бу тушунчаларни акс эттирадиган лексик қатлам ҳамда унинг таркибий бир қисми бўлмиш терминологик системалари ривож топиб келди. Шубҳасиз, улар миллий менталитет ва тасаввурлар асосида шаклланган, тараққий этган, қадрият даражасига кўтарилган.

М.А.Куймуратова –Наманган мухандислик-технология институти катта ўқитувчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИНИ ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ВА МОДЕРНИЗАЦИЯ ҚИЛИШНИНГ ОРҚАЛИ ЯНГИ ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАРНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ ЙЎЛЛАРИ

Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга қаратилган Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4861-сонли Фармони қабул қилинган эди. Ушбу фармон ижросини таъминлашга қаратилган Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида” ПҚ-2666-сонли Қарори ҳам бир вақтда қабул қилинди. Мазкур ҳужжатлар асосида туризм соҳасида бир қанча ташкилий-иқтисодий тадбирлар амалга оширилди. Ушбу ҳужжатларнинг мантиқий давоми сифатида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралда “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармонида мамлакатимизни 2017-2021 йилларда ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишларига бағишланган ҳаракатлар стратегиясида “туризм индустриясини жадал ривожлантириш, иқтисодиётда унинг роли ва улушини ошириш, туристик хизматларни диверсификация қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтириш”[1] масаласи бугунги куннинг энг устувор вазифаси сифатида белгилаб берилди. Ушбу ҳужжатлар туризм соҳасининг ривожланишида янги даврни бошлаб берди.

Президентнинг қарори билан “Ўзбекистн Республикасида туризмни ривожлантиришнинг чоралари тўғрисидаги ўрта муддатга мўлжалланган Концепцияси” ишлаб чиқилган. Бунга мувофиқ, туризмнинг мамлакат миқёсида ва ҳудудлар бўйича барча йўналишлари кесимида соҳани ривожлантириш концепциясини ишлаб чиқиш лозим бўлади.

Туризмнинг ривожланиши учун муҳим йўналишлардан бири маркетинг концепциясини ва янги туристик маҳсулотларни ишлаб чиқишдан иборатдир. Тадқиқотларимиз кўрсатдики, туризм соҳасида маркетинг концепцияси деярли ишлаб чиқилмаган. Аммо улар бир қанча йўналишларни ўз ичга олади. Буларга:

- туристик хизматлар сифатини такомиллаштириш концепцияси;
- туристик хизматлар турларини диверсификация қилиш концепцияси;

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони билан тасдиқланган “2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҳаракатлар стратегияси” Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 6-сон, 70-модда.

- туристик хизматлар бозорини диверсификация қилиш концепцияси;
- туристик хизматларни модернизация қилиш концепцияси;
- туристик хизматларга инновацияларни жорий қилиш концепцияси;
- туристик хизматлар рақобатбардошлигини мустаҳкамлаш концепцияси кабилар киради.

Буларнинг изоҳи қуйидаги жадвалда келтирилган (1-жадвал).

1-жадвал

Туристик хизматлар маркетингининг концепцияси

Т/р	**Туризм соҳасида маркетинг концепцияларининг номи**	**Туризм соҳасида маркетинг концепциялари изоҳи**
1.	Туристик хизматлар сифатини такомиллаштириш концепцияси	Туристик хизматлар истеъмолчиси бўлган туристлар кўрсатиладиган хизматлардан ҳар томонлама қониқадиган бўлишликни таъминлаш йўлида тинимсиз изланишлар олиб бориб, хизматлар сифатини муттасил ошириб бориш стратегияси ишлаб чиқилади.
2.	Туристик хизматлар турларини диверсификация қилиш концепцияси	Туристлар турли мамлакатлардан, турли миллат ва дин вакиллари бўлганлиги туфайли ҳаммасига бир хил андозада бир хил хизматлар била ёндашиш маълум маънода камлик қилади. Шу туфайли ҳар бир турист-га мос кенг кўламли хизматлар тури бўлиш-лиги ва уларнинг турларини талабдан келиб чиқиб, муттасил кўпайтириб бориш страте-гияси ишлаб чиқилга бўлишлиги лозим.
3.	Туристик хизматлар бозорини диверсификация қилиш концепцияси	Бозор муносабатлари шароитида барча соҳалар сингари туристик бозорда ҳам рақобат муҳити мавжудлиги туфайли, турстик бозорни кенгайтириш устида муттасил иш олиб борилиши ва имкон қадар кирувчи туристларнинг сонини узлуксиз равишда ошириб бориш стратегияси ишлаб чиқилиши лозим.
4.	Туристик хизматларни модернизация қилиш концепцияси	Жаҳон миқёсида туризм тез ривожланиб, унинг инфратузилмасига, туристик индустриясига талаб йилдан-йилга, кундан-кунга ошиб бормоқда. Шу туфайли туристик хизматларни ва уни кўрсатишда қўлланиладиган воситаларни ҳам муттасил модернизация қилиш, халқаро талабларга мос хизматларни кўрсатиш стратегияси ишлаб чиқилиши айнан бугунги кун талабига мос бўлишлигини тақозо қилади.

5.	Туристик хизматларга инновацияларни жорий қилиш концепцияси	Туристик хизматларни модернизация қилиш бевосита унга инновацияларни жорий қилиш қилиш билан боғлиқдир. Шу туфайли ҳозир-ги шароитда рақобатбардош туристик хиз-матларни шакллантириш учун соҳага узлук-сиз инновацияларни жорий қилиш стратегия-си ишлаб чиқилган бўлишлиги лозим.
6.	Туристик хизматлар рақобатбардошли гини мустаҳкамлаш концепцияси	Туризмни ривожлантиришнинг муҳим жиҳатларидан бири, ҳар бир кўрсатиладиган хизматларнинг сифатини ошириш билан бир-га хизматлар нархида оптимал сиёсатни қўл-лашни тақозо қилади. Шу туқайли хизмат-ларнинг сифати ва нархининг уйғунлигини таъминлаш билан бирга уларни модерниза-ция, диверсификация қилиш мақсадида уз-луксиз равишда инноацияларни жорий қи-лиш стратегияси ишлаб чиқилган бўлишлиги лозим.

Ушбу туристик хизматлар маркетингининг концепциясининг қисқача изоҳига тўхталиш мақсадга мувофиқ.

Биринчидан, туристик хизматлар сифатини такомиллаштириш концепциясини ишлаб чиқишда ушбу хизматлар истеъмолчиси бўлган туристларга кўрсатиладиган хизматларга алоҳида аҳамият бериш лозим бўлади. Ҳар бир турист кўрсатиладиган хизматлардан ҳар томонлама қониқадиган бўлишликни таъминлаш соҳа самарадорлигини таъминлаш-нинг муҳим омили ҳисобланади. Шу туфайли туристик ташкилотларда бу борада тинимсиз изланишлар олиб бориб, хизматлар сифатини муттасил ошириб бориш стратегиясини ишлаб чиқишни тақозо қилади. Бунда қуйидаги боғлиқликни мустаҳкамлаш лозим бўлади (1-расм).



1-расм. Туризмда хизматлар сифатини ошириш концепциясининг натижадорлиги билан боғлиқлиги

Расмдан кўриниб турибдики, туризмда хизматлар сифатини ошириш концепциясининг натижадорлиги бевосита туристик хизматлар истеъмолчиларининг хизматлар сифатидан қониқишига боғлиқ экан. Шу туфайли кутилган натжадорликка эришиш учун туристларга

кўрсатиладиган хизматлар сифатини муттасил ошириб бориш чораларини кўришни бирор муддат сусайтирмаслик лозим эканлигини кўрсатмоқда.

Иккинчидан, туристик хизматлар турларини диверсификация қилиш концепцияси бевосита туристларнинг турли мамлакатлардан келаётганлиги, уларнинг турли миллат ва дин вакиллари бўлганлиги туфайли хизмат турларини кенгайтириш объектив заруратга айланади. Чунки, ҳаммасига бир хил андозада ва бир хил хизматлар билан ёндашиш маълум маънода камлик қилади. Шу туфайли ҳар бир туристнинг қайси мамлакатдан келганлигини, қайси миллатга мансублигини инобатга олган ҳолда уларнинг дидлига ва талабига мос келадиган кенг кўламли хизматлар турини кўпайтиришни тақозо қилади. Жумладан, бизнинг мамлакатимизга турли мусулмон мамлакатларидан зиёратга келиши табиий. Улар яшайдиган меҳмонхоналарда албатта номоз ўқийдиган хоналарнинг ташкил қилиниши мақсадга мувофиқ. Шу туфайли хизмат турларини туристларнинг талабдан келиб чиқиб, муттасил кўпайтириб бориш стратегияси ишлаб чиқиш лозим бўлади. Бунинг ўзаро боғлиқлиги қуйидаги расмда келтирилган (2-расм).

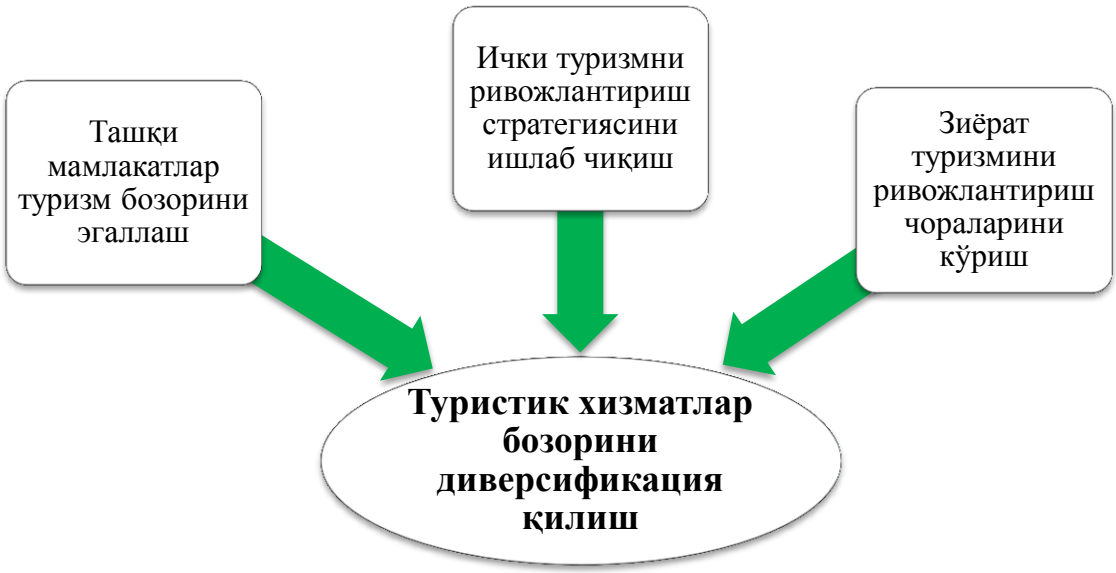


2-расм. Туризм хизматлари турларининг диверсификация қилиниши концепцияси

Расмдан кўриниб турибдики, бугунги кунда туризм хизматлари турларини кенгайтириш фақат битта ёки иккита йўналиш билан чекланиб қолмайди, балки уни бир қанча йўналишлар бўйича диверсификация қилишни тақоғо қилади. Бу эса ўз навбатида туризм хизматлари турларининг диверсификация қилиш концепциясини ишлаб чиқишни тақозо қилади.

Учинчидан, туристик хизматлар бозорини диверсификация қилиш

концепцияси ҳам бугунги глобаллашув ва иқтисодиётнинг интеграциялашув жараёнларида муҳим аҳамият касб этмоқда. Бозор муносабатлари шароитида барча соҳалар сингари туристик бозорда ҳам рақобат кундан-кунга кескинлашиб бораверади. Бундай шароитда рақобат муҳитининг мавжудлиги турстик бозорни кенгайтириш устида муттасил иш олиб боришини тақозо қилади. Бунда имкон қадар кирувчи туристларнинг сонини узлуксиз равишда ошириб бориш стратегияси ишлаб чиқилиши лозим. Чунки мамлакат иқтисодиётига шунчаки маблағ тушуриш эмас, балки валюта тушуми ҳам таъминланади, хизматлар экспорти ҳам ошиб боради. Шу туфайли туристик бозорни диверсификация қилишш масаласи ҳам муҳим аҳамиятга эга. Ушбу жараённинг ўзаро боғлиқлиги қуйидаги расмда келтирилган (3-расм).

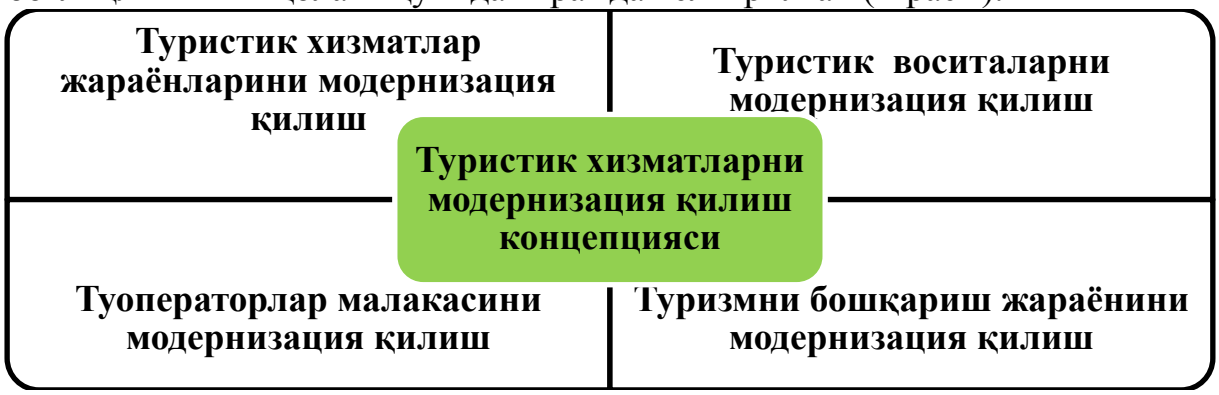


3-расм. Туристик хизматлар бозорини диверсификация қилиш концепцияси

Расмдан кўриниб турибдики, туристик хизматлар бозорини диверсификация қилишнинг ҳам бир қанча йўналишлари мавжуд. Бунда асосий эътиборни зиёрат туризмини ривожлантиришга ва ташқи мамлакатлар туризм бозорини эгаллашга, яъни кириш туризмини кўпайтиришга эришиш концепциясини ишлаб чиқиш лозим бўлади.

Тўртинчидан, туристик хизматларни модернизация қилишнинг ҳам концепциясини ишлаб чиқиш лозим. Чунки, жаҳон миқёсида туризм тез ривожланиб, унинг инфратузилмасига, туристик индустриясига талаб йилдан-йилга, кундан-кунга ошиб бормоқда. Бундай жараёнда туристик хизматларни ва уларни кўрсатишда қўлланиладиган воситаларни ҳам муттасил такомиллаштириб, халқаро андозалар даражасига етказилмаса туристларнинг ташрифини кўпайтириш жуда қийин. Шу туфайли ушбу жараён ҳам модернизация қилиниб, халқаро талабларга мос хизматларни кўрсатиш ҳолатини ташкил қилишни тақозо қилади. Шу туфайли, туристик хизматлар бозорини диверсификация қилиш концепциясини яратадиган стратегияни ишлаб чиқилиши айнан бугунги кун талабига мос

бўлишлигини тақозо қилади. Ушбу жараённинг бир-бири билан боғлиқлигининг ҳолати қуйидаги рамда келтирилган (4-расм).



4-расм. Туристик хизматларни модернизация қилиш концепцияси

Расмдан кўриниб турибдики, туристик хизматларни модернизация қилиш концепцияси асосан тўртта йўналишни ўз ичига олади. Бунда туристик хизматлар жараёнларини модернизация қилишни оладиган бўлсак, туризмни реклама қилишда, туристларни бутун дунёдан жалб қилишда аборот технологиялари имкониятларидан фойдаланишни тақозо қилади. Бунинг учун туристик хизматларни кўрсатишда қўлланиладиган воситаларни ҳам модернизация қилишни тақозо қилади. Бутун дунёга туризм салоҳиятини кўз-кўз қилиш керак бўлиб турган бир паллада уни оддий усул билан амалга ошириб бўлмайди. Демак шунга мос техника ва технология зарур бўлади. Шу туфайли туристик воситаларни ҳам модернизация қилиш объектив заруратга айланмоқда.

Туристик хизматларни модернизация қилиш концепциясидаги яна бир йўналиш, туроператорлар малакасини модернизация қилишдан иборатдир. Бунинг учун илғор замонавий техникани, бугунги кун талабидан келиб чиқадиган хизматларни кўрсатишга қодир бўлган кадрлар лозим бўлади. Бу эса, туроператорлар малакасини модернизация қилишни тақозо қилади. Яна бир йўналиш туризмни бошқаришни модернизац қилиш билан боғлиқ. Ушбу жараён ҳам соҳа самарадорлигини таъминлаш учун ўта зарурдир. Зеро, замонавий туризмни оддий усул билан бошқариб бўлмайди. Шу туфайли ушбу йўналиш ҳам ҳаётий зарурат бўлиб қолмоқда.

Бешинчидан, туристик хизматларга инновацияларни жорий қилиш концепцияси маркетинг тадқиқотларида ҳам муҳим роль ўйнайди. Зеро, туристик хизматларни модернизация қилиш бевосита унга инновацияларни жорий қилиш орқали эришилади. Шу жиҳатдан, инновацияларни жорий қилиш концепциясини ишлаб чиқишда унинг ҳар бир йўналишини ҳам инобатга олиниши лозим. Чунки, ҳозирги шароитда рақобатбардош туристик хизматларни шакллантириш учун соҳага узлуксиз инновацияларни жорий қилишни тақозо қилади. Бу ўз навбатида маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишнинг концептуал асосларига ҳам алоҳида аҳамият беришни талаб этади.

Р.Хаитбоев – СамИСИ катта ўқитувчиси,
С.Абдухамидов – СамИСИ катта ўқитувчиси

МИНТАҚА ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИДА ТУРИЗМ МАРШРУТЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ ТАМОЙИЛЛАРИ

Илмий тадқиқотларда ғоя ва назарияларни шакллантиришда ишлатиладиган принцип сўзи асос, талаб, негиз маъноларини англатгани учун давлат тилида тамойил деб таржима қилинган. Туристик маршрутлар ишлаб чиқишнинг тамойилларини ана шу маршрутлар ишлаб чиқишдаги бирламчи талаблар, мезонлар деб қабул қилиш лозим. Ҳозиргача туристик маршрутлар ишлаб чиқишнинг 7 та тамойили бор. Бу тамойилларни туристик маршрут ишлаб чиқишдаги асосий талаблар сифатида бирор бир олим ёки туризм мутахассиси таклиф қилмаган. Бу тамойиллар туристик маршрутлар ишлаб чиқишдаги кузатувлар, талаблар, амалиёт, ўй-фикр ва таклифларни жамлаган мутахассисларнинг умум хулосавий, ижодий қарашларидир.

Туризм маршрутларини ишлаб чиқишда қуйидаги тамойиллардан фойдаланилади:

1.*Туризм маршрутлариини ишлаб чиқишда жозибадорлик, бетакрорлик тамойили*. Эътибор бериш лозимки, маълум бир туристик объектга, ресурсга туристик маршрут ишлаб чиқишда туроператорнинг биринчи навбатдаги асосий вазифаси айнан ана шу туристик объектнинг энг жозибадор, бетакрор жойини, кўринишини аниқлашдир.Туризмдаги барча туристик объектларда жозибадорлик, бетакрорлик мавжуд.Жозибадорликсиз бирон-бир туристик объект туристларни ўзига жалб қилаолмайди.

Жозибадорлик ва бетакрорлик деганда маълум бир халқаро ёки маҳаллий талаб ва стандартларнинг ўлчамларига, даражаларига жавоб берадиган объектнинг тарихийлиги, мўъжизавий кўриниши ва ҳоказоларни тушунишимиз керак. Шу нуқтаи-назардан туроператор туризм маршрутларини ишлаб чиқишда асосий эътиборини қаратадиган туристик объектдаги жозибадорлиги, бетакрорликни 4 даражага бўлишимиз мумкин:

1.Туристик объектлардаги халқаро миқёсдаги жозибадорлик ва бетакрорлик.

2.Давлатлардаги туристик ресурсларнинг жозибадорлиги ва бетакрорлиги.

3.Табиатнинг биологик хилма-хиллигидаги жозибадорлик ва бетакрорлик.

4. Туристнинг ҳоҳиши бўйича туристик объектда белгиланадиган жозибадорлик ва бетакрорлик.

Туристик объектлардаги халқаро миқёсдаги жозибадорлик ва бетакрорлик деганда мазкур туристик объектнинг халқаро миқёсда маълум ва машҳурлиги, мўжизавийлигини, дунё аҳолиси билиши тан

олинади. Дунё миқёсдаги жозибадорлик ва бетакрорлик кўпинча мўжиза деб номланади. Дунё миқёсдаги туристик объектнинг мўжиза дейилиши ўтмишдаги инсоният бунёд этган улкан иншоотларнинг қай тартибда қурилганлиги, уларда ҳозиргача кўплаб очилмаган сир-синоатларнинг мавжудлигидир.

Жаҳондаги кўпгина давлатларда цивилизация қадимдан ривожланганлиги учун ўша давлат аҳолиси учун ҳам, бошқа давлатлардаги аҳоли учун ҳам ҳатто жаҳоншумул аҳамиятга, қизиқишга молик туристик объект мавжуд бўлади. Бундай давлатларга Европадаги кўплаб мамлакатларни мисол қилиб келтириш мумкин. Масалан, Франция давлатида қадимий, тарихий обидалар ҳам, маданият марказлари ҳам жуда кўп. Лекин, фаранглар халқаро миқёсда ўзларининг Эйфел минораси билан фахрланишади.



Давлатларда жойлашган туристик объектдаги жозибадорлик ва бетакрорлик. Давлатларда фақат шу мамлакат аҳолисига таниш, эъзозли туристик объект бўлиши мумкин. Бу туристик объект жаҳоншумул аҳамиятга эга бўлмаганлигидан бошқа давлатлардаги одамлар деярли қизиқишмайди, улар бу давлатга ушбу объектни кўриш учун келиб-кетувчи туристлар бўла олишмайди.

Масалан, Ҳиндистонни олсак, табиати жиҳатидан ҳам тарихий обидалари (кўҳна ибодатхоналар, тоғларни ўйиб ишланган тош ибодатхоналар ва ҳакозолар) жиҳатидан ҳам туристик ресурсларга жуда бой бўлган мамлакат. Лекин, бу мамлакатга келган халқаро туристлар деярли биринчи навбатда севги-муҳаббатдаги садоқат тимсолига қурилган Тож Маҳал мақбарасини кўриш ва зиёрат қилиш учун келишади. Бу ҳолатдан хулоса шулким, Тож Маҳал мақбараси Ҳиндистондек катта ва қадимий мамлакатдаги туристик ресурсларнинг жозибадорлиги ва бетакрорлигида ёрқин тож ҳисобланади.

Дунёнинг давлатларида жойлашган туристик объектларидаги жозибадорлик ва бетакрорликни Ўзбекистондаги туризм ресурсларида таҳлил қилганимизда кўз ўнгимизда жуда катта ва турли-туман мавзули туризм ресурслари ва бу ресурсларнинг ҳар бирида ўзига хос ва мос бўлган жозибадорлик ва бетакрорлик борлигини кўрамиз. Қисқа қилиб айтганимизда Тўмарис, Спитамен, Заҳириддин Бобур, Амир Темур, Жалолиддин Мангуберди, Шайбонийхон, Темур Малик, Инолчиқ баходир каби жаҳонга машҳур саркардалар, соҳибқиронлар бизнинг ватанимизнинг фарзандлари ва уларнинг фаолияти, ҳаёти, улар қурдирган нилий гумбазли мақабаралар, мадрасалар ва бошқа тарихий обидалардаги жозибадорлик, бетакрорлик фақатгина Ўзбекистонда бор.





Жаҳон цивилизациясининг маданияти, табобати, астрономияси, математикаси, географияси, шеърияти, геологиясининг тамал тошини қўйган, жаҳоншумул мактабларни, дунёдаги дастлабки академияларни (Маъмун академияси, Улуғбек академияси) ташкил қилган Ал-Беруний, Ибн-Сино, Ал-Хоразмий, Улуғбек, Ал-Фарғоний, Абу-Наср Фаробий, Али Қушчи, Алишер Навоий, Абдурахмон Жомий, Лутфий каби буюк сиймолар ҳаёти билан боғлиқ тарихий обидалардаги жозибадорлик ва бетакрорлик фақатгина Ўзбекистонда бор.

Ислом оламининг мукаммал таълимотини яратган, ислом оламининг буюк даҳолари бўлган Аҳмад Яссавий, Имом ат-Термизий, ат-Термизий, Мотрудий, Баҳовиддин Нақшбанд, Имом ал Бухорий, Махдуми Аъзам, Қусам ибн Аббос, Бухоролик етти пирлар, Бухоролик чор Бакрлар, ҳазрати Дониёр пайғамбар, Довуд пайғамбар, Хўжа Аҳрор Вали каби азиз авлиёлар ва бошқа кўплаб улуғ инсонлар ҳаёти-фаолияти билан боғлиқ тарихий обидалардаги ўзига хос ва ўзига мос жозибадорлик ва бетакрорлик фақатгина Ўзбекистонда бор.

Табиатнинг биологик хилма–хиллигидаги жозибадорлик ва бетакрор лик. Биологик хилма-хиллик деганда ўсимликлар олами ва ҳайвонот дунёсининг ўзи эмас, улар ўсадиган ва яшайдиган табиий муҳит ҳам тушунилмоғи керак. Шу билан бирга ҳалқаро туризмда ҳам, ички туризмда ҳам алоҳида гуруҳ туристларнинг ўз қизиқиш объекти бўлади. Кўп ҳолларда бундай туристлар ёки касбий фаолияти бўйича ёки табиатдаги бирон-бир эндемик(фақат шу давлатда ўсади, яшайди) ўсимликнинг ўсиш тарзи ёки бир ҳайвоннинг яшаш тарзининг табиатига қизиқиши, айнан ўша турни яхши кўриши, унга ана шу турнинг ҳаракатлари ёки ўсиши, гули, барги, ёки ранги кичиклиги, миттилилиги ёки улкан, кучлилиги ёки йиртқичлиги маъқул бўлади.

Лекин турист ёқтирган ўсимлик ёки ҳайвон тури ўзи яшаётган мамлакатда йўқ бўлганлиги учун у шу тур ўсадиган ёки яшайдиган бошқа мамлакат табиатига саёҳатлар уюштиради. Масалан, чўлнинг гўзал ҳайвонлари жайрон ва сайғоқлар Марказий Осиё давлатларининг барчасида камсонли бўлсада сақланиб қолган. Ана шу жайрон ва сайғоқларни кўриш, яшаш тарзини ўрганиш ва бошқа давлатлар табиатида ёки ҳайвонот боғида сақлаш ва кўпайтиришга қизиқувчилар, олимлар,

табиатшунослар ҳозирда деярли Ўзбекистонга келишади (Бухоро вилоятидаги «Жайрон» экомаркази).

Сўнгги йиллардаги кузатишлардан маълум бўлмоқдаки, юртимизга келувчи туристлар ичида қоятошларимиздаги қадимий тасвирлар, расмларга қизиқувчилар, кўҳна археологик қолдиқларга қизиқувчилар сони кўпайиб бормоқда. Яна бир мисол келтирганимизда ёввойи қўйлар архарларни кўриш учун ҳам давлатимизга кўплаб туристлар келишади. Чунки, «Нурота» тоғ–ўрмон қўриқхонасининг асосий фаолияти Марказий Осиё учун эндемик ҳисобланган «архарларни» сақлаб қолиш ва кўпайтиришга қаратилган.

2.Туризм маршрутларини ишлаб чиқишда имкониятларнинг яратилганлиги тамойили. Бу тамойилда туристга туристик маршрут давомида туристик хизматлардан фойдаланишнинг энг қулай имкониятлари яратилган бўлиши лозим. Бундай имкониятлар қуйидаги хизматлар кўрсатишдаги имкониятлардир.

2.1.*Транспорт хизматларидаги имкониятларнинг* дастлабки шароити туристларга хизмат қилувчи транспорт хилларининг замонавий бўлишлиги дадир. Маршрут бошланганидан турист биринчи набатда ўз юкларини жойлаш тириш ташвиши билан банд бўлишади. Туроператор бу ташвишни доим назар да тутиши лозим.Транспорт хизматларини таклиф қилишда албатта баланд ўриндиқларга эга бўлган автобус ёки микроавтобусларни таклиф қилиш яхши натижа беради. Баланд ўриндиқли автобусларда турист йўл-йўлакай кўп нарсани кўради.

2.2.*Маршрутнинг экскурсияларидаги имкониятлар.* Туристик маршрутлар нинг аксарият қисмида экскурсиялар ташкил қилинади. Айниқса, экотуризм маршрутларида ва туристик лагерларда дам олувчилар учун турли мавзулардаги табиий ландшафтларни кўриш, томоша қилиш экскурсиялари уюштирилади.Экскурсия вақтидаги имкониятларнинг биринчиси юриш йўллари, сўқмоқлар, маҳаллий кўприклар, даралар ёки тоғ бағридан чиқиш, тушиш, жарликлар ичидаги юриш йўллари текис, хавфсиз бўлишидир. Тоғ сўқмоқларидан, жарликлар бўйлаб юрганда товуш, шовқин самарасининг ҳалокатли бўлиши(қор ва тупроқ кўчкилари)албатта туристларга тушунтирилади.

Маршрутдаги экскурсияларда бизнинг иқлимимизда халқаро туристлар ҳам, маҳаллий туристлар ҳам ёз мавсумида тезда чанқаб қолиши ёки тоғлар ва хушхаволи табиат бағрида тезда оч қилиши мумкин. Бундай вақтларда маршрутнинг ёки экскурсиянинг раҳбари туристларга соя-салқин жойларда йиғма стул ва йиғма карроватлардан иборат дам олиш жойини таклиф қилиш керак. Бундай имкониятлардан фойдаланган турист албатта яхши кайфиятда бўлади. Маршрутдаги бошқа хил химатларда ҳам имкониятларнинг яратилганлик тамойилини қўллаш маршрутнинг муваффақиятли ўтишини таъминлайди.

3.Туризм маршрутларини ишлаб чиқишнинг мазмундорлиги тамойили. Бу тамойилдаги талаблар кўпроқ биринчи-жозибадорликни

ташкил қилиш тамойилига ўхшаб кетади. Лекин жозибадорликдан бошқа таъсуротлар мазмундорликларга эътибор берилиб ишлаб чиқилган туристик маршрут ҳар қандай даражадаги туристлар учун энг яхши туристик маршрут ҳисобланади.

Бу тамойилда туристик маршрутлар ишлаб чиқишда туристнинг оз вақт давомида кўп объектларни кўриши, билиб олиши ёки эшитиш таъминланган бўлиши керак. Бундай имкониятлардан фойдаланган турист туристик фирма нинг бошқа маршрутларига ҳам буюртма бериши мумкин.

4.Туризм маршрутларини ишлаб чиқишдаги фаолиятлилик тамойили. Бу тамойилда бир туристик маршрутдан йил давомида фойдаланиш тушунилади. Лекин мавсумлар ўзгариши билан ушбу туристик маршрутдаги хизматларнинг турлари бироз мураккаблашиши ёки енгилланиши мумкин. Масалан, тоғ дараларига, сойларга, булоқ ва дарёларга, рекреация объектларига туристик маршрут ёзда уюштирилса, худи шу маршрутдан қиш мавсумида тоғларда чанғи спортини ташкил қилишда, сойлар ва дарёлар бўйича овчилик маршрутларини ташкил қилишда фойдаланиш мумкин. Қисқаси туристик маршрут ҳаракатдан тўхтамайди.

5.Туризм маршрутларини ишлаб чиқишдаги кўп қирралик, (вариантлилик) тамойили. Бу тамойил бўйича маълум бир тур учун ишлаб чиқилган маршрутнинг бир неча вариантлари олдиндан тайёрланиб қўйилади. Масалан, об-ҳаво ўзгарган ҳолларда туристик маршрутдаги хизматлар ҳам ўзгаради. Айниқса, туристик маршрутдаги экскурсияларни ўтказиш қийинлашади (масалан, ёмғир ёғаётган вақтда). Бундай вазиятларда экскурсияга ажратилган вақтни самарали ўтказиш тадбирлари ишлаб чиқиш зарур бўлади ва маршрут дастурига киритилади. Энди бу маршрут ўзгартирилган маршрут ҳисобланади.

Маълум бир тур учун маршрутнинг ўзгартирилган вариантлари туристлар сони ўзгарганда ҳам ишлаб чиқилади. Чунки, бу ҳолатда ҳам олдинги маршрутдаги ҳажм ўзгариб кетади (масалан транспорт сонига, овқатлантиришга,экскурсияга буюртмалар). Шу ўринда туристларнинг (маълум бир гуруҳи) жисмоний тайёргарлиги, ёши билан боғлиқ ҳолатларида ҳам маршрутнинг янги вариантлари ишлаб чиқилган бўлиши лозим.

6.Туризм маршрутларини ишлаб чиқишдаги қулайлик тамойили. Бу тамойилдаги талаблар шундан иборатки, маршрутдаги барча хизматларни туристга таклиф қилишда биринчи навбатда комфортга, қулайлиликка эътибор бериш керак бўлади. Бу қулайликлар ҳақида туристик маршрутнинг олдинги тамойилларида батафсил тўхталди.

7.Туризм маршрутларини ишлаб чиқишнинг ахборотланганлик тамойили. Туристик маршрут ҳақидаги барча маълумотлар–брошюра, буклетлар, маълумотлар, газета, радио,ТВ, алоқа воситалари маршрут иш бошлаганидан олдин тайёр бўлиши лозим.Турист маршрутда нимани кўради, нималар ҳақида маълумотлар эшитади, қандай юради, транспорт турлари, дам олиш, овқатланиш тартиби, кўнгил очар ўйинлар тури,

экскурсиялар, учрашувлар ва ҳакозоларга жавоб бўлиши керак. Ахборотланганлик тамойили туризмдаги барча туристик ресурсларга ишлаб чиқиладиган туристик маршрутларда қўлланилиши шарт. Маршрут ҳақида ахборот варағи ёки буклетининг бўлиши маршрутни ўтказувчи ёки гид-экскурсиячига бўладиган саволларни кескин камайтиради.

Туризм маршрутларини ишлаб чиқиш тамойиллари туристик маршрутлар ишлаб чиқишнинг асосларини, кўрсатмаларини, йўл-йўриқларини ташкил қилади. Маълум бўладики, туристик маршрутлар ишлаб чиқиш анча мураккаб жараён бўлиб, туристик хизматларни амалга оширишда юқори малакали мутахассисларни жалб қилишни талаб қилади. Шунингдек, туристик маршрутдаги хизматларни бажарувчилар ҳам хорижий тилларни биладиган, зиммаларига олган вазифаларни сидқидилдан бажарувчилар бўлишлари лозим.

А.А.Аблақулов – ТДИУ катта илмий ходим-изланувчиси

ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАРИНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИК ОМИЛЛАРИНИ БАҲОЛАШ ХУСУСИЯТЛАРИ

Бугунги кунда мамлакатдаги хизматлар ишлаб чиқарувчилар дуч келадиган муаммолар тўпламини қуйидаги шартли равишда бир неча йириклаштирилган гуруҳларга ажратиш мумкин бўлади:

- айланма маблағларнинг доимий етишмаслиги;
- таклиф этилаётган хизматлар ассортиментнинг секин янгиланиши;
- савдо-сотиқ бозорларида хақиқий талабларнинг ўсиш суръати тўғрисида етарлича маълумотнинг йўқлиги;
- ишлаб чиқилган маркетинг стратегиясининг мавжуд эмаслиги, таклиф этиладиган хизматлар нархлари ва ишлаб чиқаришнинг хақиқий харажатлари ўртасида мутаносибликнинг йўқлиги, ташкилий тизим фаолиятининг самарасизлиги;
- шериклар ва истеъмолчиларни танлаш ҳамда улар билан ишчан хамкорлик ўрнатишда тажрибанинг йўқлиги.

Бунинг сабабларидан бири турфирма – ишлаб чиқувчи ва туристик хизматларнинг истеъмолчилари ўртасида ўзаро алоқани мустаҳкамловчи тизим йўқлигидан иборат бўлмоқда. Туризм корхоналари рақобатбардошлиги ушбу тизимдаги ўзаро таъсир кучига боғлиқ бўлмоқда. Таъкидлаб ўтилган муаммолар корхоналар ишлаб чиқариш фаолиятини рақобатбардошлик даражасига чиқишига имкон ярата олмайди. Ушбу муаммолар туризм корхоналарнинг рақобат афзалликларини шакллантиришда тўсиқ бўлиб қолмоқда.

Шундай қилиб, корхонанинг рақобат афзалликлари бевосита таклиф этилаётган хизматларнинг юқори сифати ва сервис хизмат кўрсатишнинг сифати билан боғлиқ бўлмоқда. Демак, ҳар қандай рақобат афзаллигининг

функцияси – соҳадаги ўртача даражадан юқори бўлган даромадларни таъминлаш ва хизматлар бозорида ўзининг доимий ўринни эгаллашдан иборат эканлиги маълум бўлмоқда.

Рақобатбардошлик даражасига эришиш учун туристик-рекреацион корхоналар учта вазифани хал этиши керак бўлади ва улар қуйидаги мақсадли ўлчамларда ўз аксини топади: ривожланиш, ўсиш ва фойда олишда. Шунинг учун рақобатбардошлик даражасига эришишда таклиф этиладиган хизматлар сифатини доимо назорат қилиш, туристик хизматлар сифатини яхшилаш устида ишлаш хамда ишлаб чиқариш фаолияти харажатларини пасайтиришда захираларни кўриб чиқиш зарур бўлмоқда. Туристик хизматлар сифатини нафақат яхшилаш устида ишлаб қолмасдан, балки унинг ассортиментини кенгайтириш ва сервис хизмат турларини диверсификациялаш тўпламини яратиш зарур бўлмоқда.

Ўзбекистондаги бугунги бизнес тавсифи сифатида барча корхоналар, шу жумладан туристик-рекреацион соҳа корхоналарида ҳам мақсадли тезис бўлиб, фойданинг мутлақ устиворлиги тезисини кўрсатиш мумкин. Буни Т.Коно томонидан Буюк Британия, Япония, АҚШ ва Россиядаги бизнес мақсадларининг устунлиги борасида олиб борилган тадқиқотлари ҳам исботламоқда. Мамлакатимизда бу ҳолат тадбиркорлик инвестицияларнинг етишмаслигидан, шунингдек туристик хизматларнинг рақобатбардошлиги паст бўлгани туфайли рўй бермоқда.

Тадқиқот олиб борилаётган минтақадаги туристик-рекреацион соҳа корхоналарида эса Ўзбекистондаги корхоналарга нисбатан рақобатбардош-ликнинг янада паст даражада эканлиги билан ажралиб турибди. Демак, бу минтақада асосан савдо ҳажмини ошириш устида ишлаб, бозордаги улу-шини купайишига ва натижада, фойданинг ўсишига олиб келишини таъкид-лаш мумкин. Шуни эътиборга олиш керакки, тадбиркорлик сармояларнинг тавакалчилигини камайтириш, уларни бошқариш, ҳамда туристик-рекреа-ционкорхоналарнинг рақобатбардошлигини ошириш минтақада, хусусан Самарқанд вилоятида ҳам асосий мақсадлардан бири бўлиб қолмокда.

Ҳозирги пайтда энг керакли ва кам ўрганилганилган масалалардан бири сифатида туристик-рекреацион хизматларда сервис хизматларининг даражасини аниқлашни кўрсатиш мумкин. Бу йўналишни илмий жихатдан ўрганиш, уни бошқаришда илмий-амалий воситаларга эга бўлиш билан бирга, корхоналарга таклиф этиладиган хизматлар сифатини ва хизматлар рақобатбардошлиги ҳамда бевосита корхоналар рақобатбардошлигини оширишга имкон беради.

«Корхонанинг рақобатбардошлиги» тушунчасига «Бостон консалтинг групп» маслахатчилари қуйидагича таърифни таклиф этадилар: «Хўжалик бирлигининг рақобатбардошлиги корхонада рақобат тутган ўриннинг меҳнат унумдорлигини оширишга имкон берувчи ёки энг камида, уларни ўзгармас даражада сақлашни таъминлайдиган ресурсларни тақсимлаш танловини белгилаш».

Рақобатбардошлик масалалари бўйича етакчи олим, профессор Ю.Б. Рубин фикрича, баъзи муаллифлар рақобатбардошликни компания эга бўлган атиги ресурслар еғиндиси ёки товар сифати даражаси ва компания томонидан ишлаб чиқарилган махсулот хусусиятлари еғиндиси деб билишади.[1]

Бу борада М.А.Жукова мақоласида «Рақобатбардошлик - бу товарларнинг (хизмат) рақобат-бардошлиги деганда, истеъмолчи баҳоси ва мазкур бозор талабларига ўзининг сифати ва қиймат тавсифи билан мос келадиган, бошқа ўхшаш маҳсулотлар билан таққослаганда истеъмолчи учун кўпроқ жозибадор бўлган маҳсулот хусусияти тушунилади»[2].

Ўқув қўлланмада Р.А. Фатхутдинов «Рақобатбардошлик – бу маълум бир объектни мазкур бозорда тақдим этиладиган ўхшаш объектлар билан солиштирилганда, ушбу объектнинг эҳтиёжларни қондира олиш даражасининг юқорилиги билан тав-сифланади. Рақобатбардошлик аниқ бир бозор ёки аниқ истеъмолчилар гуруҳига нисбатан аниқланади. Агар объект рақобатбардош ҳисобланган бозор кўрсатилмаса, демак ушбу объект ҳозирда дунёдаги энг яхшиси ҳисобланади»[3].

Ўқув-амалий қўлланмасида А.Ю.Юданов «Рақобатбардошлик - бу реал харидни амалга ошираётган истеъмолчи учун ушбу маҳсулотнинг мафтункорлик, жозибадорлик даражасидир. Рақобатбардошлик товарнинг бозорда тақдим этилган бошқа ўхшаш товарлар билан солиштирганда, рақобатли бозор ва харидорлар талабларига жавоб бера олиш қобилияти билан аниқланади»[4].

Бошқарув тахлил китобида М.Қ.Пардаев «Тадбиркор фаолиятининг рақобатбардошлиги деганда, рақобатбардош субъектларга нисбатан фаолиятининг кенг қўламлилиги ва истиқболлилиги харажатларни мақсадга йўналтириб, кўпроқ фойда олиш қобилиятининг кучлилиги тушунилади. Тадбиркор товари (иши, хизмати) рақобатбардошлиги деганда, рақобатбардош субъектлар товари (иши, хизмати)нинг сифати ва нархига нисбатан истеъмолчига (харидорга) қулайлиги, унга кетадиган харажатларнинг самарадорлиги ва шу товардан оладиган фойданинг кўплигини таъминловчи омиллар тизими тушунилади.»[5]

Туризм соҳасига оид луғатда профессор И.С.Тухлиев “Рақобатбардошлик” (Competitiveness) остида қуйидагилар тушунилади[6]

---

[1] Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: Учебник/ Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. - М., 2003. - С.93-95.

2.Индустрия туризма: менеджмент организации. -М: Финансы и статистика, 2003. – 78 с

3.Стратегический маркетинг как инструмент повышения конкурентоспособности России // Стандарты и качество. -2000. №8. – 42 с3Конкуренция: теория и практика: Учебно-практическое пособие. - М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», издательство «ГНОМ –ПРЕСС», 2008.-384 с.]

4.Конкуренция: теория и практика/.Юданов А.Ю.Учебно-практическое пособие/ Финансовая академия при Правительстве РФ – 3- е издание., испр. и доп., -Москва : ГНОМ и Д, 2004,-304с

5.Иқтисодий таҳлил. 3-том. Бошқарув таҳлили.: С. - 2007. - 174-175 б.

[6] Словарь современных терминов, применяемых в сфере туризма: Справочно-методическое пособие / Авт.сост. Е.В.Голышева, Н.В.Ивонина, И.С.Тухлиев, А.П.Темирходжаев,. - Самарканд : Zarafshon, 2018. - 408 с.

– 1) иқтисодиётнинг умумий ўсиб бораётган талабини қондириш ва экспортни қўллаб - қувватлаш имконияти; 2) ўз фаолиятини бозор муносабатлари шароитида амалга ошириб, ишлаб чиқариш илмий - техник ривожлантирилиши учун етарли бўлган даромад олиш, ишчиларни қўллаб - қувватлаш ва махсулотни юқори сифат даражасида ушлаб туриш учун зарур бўлган даромад ола - билиш имкониятидир. Рақобатбардошлик, даромад олиниши прогнозлаштирилиши ва зарур харажатлар билан таққослашда корхона махсулотларини сифат даражасида ривожлантириш ва харридорларнинг эҳтиёжлари ривожланишит прогнозлари асосида белгиланади. "Туризм махсулоти рақобатбардошлили" (ProducttourCompetitiveness) – бу нисбатан интеграл тавсиф бўлиб, у муайян махсулотнинг рақобатчи махсулотидан фарқи, ва демакки истеъмолчи кўз ўнгида унинг фойдалироқ эканлигини кўрсатувчи омил деб таъриф беради.

Р. С. Амриддинова "рақобат – бу истеъмолчилар манфаати учун зарурий бозор элементи бўлиб, уни ўрганиш бозорда ўтказиладиган тадқиқотларнинг асосий таркибий қисми ҳисобланади, чунки бу тадқиқотлар туризм хизматлари рақобатбардошлигини бошқаришни ташкил этишда асос бўладиган стратегия ва тактикани ишлаб чиқиш, техник даража ва сифатни оширишда тўғри йўл танлаш масалаларини ҳал қилишга ёрдам беради",[1] деб ҳисоблайди.

Бизнингча "Ракобат"- ўхшаш товар ишлаб чиқарувчи корхоналар ўртасида ўз маҳсулотини янада мақбул нархларда сотишни ташкил этиб, бошка корхоналарни зарарига ишлашга мажбур этадиган ҳолатда бозорни белгиловчи хусусияти бўлиб ҳисобланади. (яъни максимал фойда эвазига товарни сотиш еки минимал харажатлар эвазига товарни сотиб олиш). Бугунги кунда "рақобат" тушунчаси ўзининг махаллий доирасидан кенгайиб, халқаро аҳамиятга эга бўлмокда. Шу туфайли дифференциация ва диверсификациялаш стратегияларининг мавқийи биринчи ўринга чиқмокда, таннархни ҳисоблаш ва пасайтириш эса иккинчи даражага тушиб қолмокда. Дифференциация стратегияси туристик-рекреацион корхонанинг бирон бир жабхада ўзининг антиқали эканлигига интилишини билдиради ва унинг муҳимлиги эса мижозларнинг кўп бўлишида ўз ифодасини топади. Диверсификация стратегияси эса туристик-рекреацион соҳадаги корхоналарнинг янги бозорларга йўналтирилган янги қўшимча хизматларни таклиф этишга интилишини билдиради. Бу стратегияларни амалиётга тадбиқ этилишини туристик-рекреацион хизматларга кўрсатиладиган сервис хизматини кенгайтирмасдан ва рақобат мухитини яратмасдан амалга ошириб бўлмайди.

Шундай қилиб, туристик-рекреацион хизматларда рақобатбардошликни таъминлайдиган мақсадларга эришиш қуйидагилар ҳисобидан

[1] Амриддинова Р. С. Меҳнат ресурсларини бошқариш асосида туризм хизматларининг рақобатбардошлигини ошириш йўллари" мавзусидаги иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертацияси. Самарқанд, 2012.

шаклланади: сифатни ошириш бўйича харакатларнинг жадаллашуви ва хизматларнинг хаётий цикли босқичларида бўладиган харажатларни функционал-зарурий даражагача етказиш; бозор талабларига модификациялашган ва мослашган ҳолда хизматлар ҳар бир туринининг салоҳиятли имкониятлардан мақсадли йўналишда фойдаланиш; истеъмол-чилар талабини қондириш учун янги туристик-рекреацион хизматларни яратиш; туристик-рекреацион хизматларнинг сервис хизмат тизимини мақсадли йўналтирилган ривожланиши ва такомиллашувини амалга ошириш.

Туристик-рекреацион корхоналардаги рақобатбардошликни таъминловчи тизимга маркетинг тадқиқотлари, логистика ва контроллинг омиллари киритилиши лозим бўлмоқда. Бу омилларнинг бир жойда кесишуви туристик-рекреацион корхоналарнинг барқарор ишлаши учун асос яратди. Шу туфайли туристик-рекреацион хизматларнинг сервис хизмати ва туристик-рекреацион соҳа корхоналарида маркетинг, логистика, контроллинг омиллари ўртасида доимий тескари алоқа мавжудлигини ифодалаш мумкин бўлди. Натижада ушбу омилларнинг ўзаро таъсирчанлиги ва ўзаро алоқадорлиги орқали туристик-рекреацион корхонанинг рақобатбардошлик тизими шакллантирилади.

Туризм соҳаси рақобатбардошлиги кўплаб омилларни қамраб олиб, улар орасида: табиий (жуғрофий жойлашиш, об-ҳаво, пейзаж ва бошқалар); сунъий атроф - муҳит (туризм инфратузилмаси, транспорт тузилиши, меҳмонхона ва ресторанлар, кўнгилхушлик индустрияси); бозорлар умумий глобализацияси мавжуд.

Туризм индустриясида рақобатбардошлик омилларини аниқлаш ва баҳолаш Ўзбекистонда ва чет эл тадқиқотларида кенг доирадаги предмет ҳисобланади. Туризм бозорининг ўсиши, ва туризмни янги концепциялари ривожланиши сайин (байрам, экологик, конгрес, имконияти чекланган шахслар учун туризм) бу каби тадқиқотлар аҳамиятини ва долзарблигини оширади.

Туризм ички тузилмасининг ва туристик даромадлар таркибида анъанавий тармоқлар мажмуасидан иборат “тармоқ” умумий ҳажмида улардан ҳар бири аҳамиятининг ҳақиқий баҳосини олишга эришилди. Олинган барча туристик даромадларнинг 40% и транспортга тўғри келса, 19% и умумий овқатланишдан, 13% и меҳмонхоналарга жойлаштириш хизматларидан келиб тушади, 8% ини рекреация ва маданий ҳордиқ, турагентлик хизматлари ҳамда бошқа хизматлар беради. Озиқ-овқат маҳсулотлари, кийим-кечак, совғалар, китоблар, саёҳат аслаҳалари каби нотуристик маҳсулотлар савдоси, ўз навбатида, умумий даромаднинг 16%ни ташкил этиши аниқланди.

Шу туфайли мазкур тадқиқотнинг асосий вазифаси, туризм индустриясида рақобатбардошлилик омилларини аниқлаш ва туризм бозори замонавий эҳтиёжлари таҳлили учун адаптациялаштирилган СМ ***(Competitivness Monitor),*** методи ва тизимли ёндашуви асосида уларни баҳолаш имкониятини кўриб чиқишдир.

Туризм соҳаси рақобатбардошлигини баҳолаш муаммолари ва методологиясига кўплаб тадқиқотлар бағишланган. Козак ва Риммингтон фикрича[1], бундай баҳоланиш туристларнинг турли туристик дестинациялар ва шароитларда тажрибасини ўрганилиши учун туризм тадқиқотлари ва ижтимоий сўровномалари маълумотлари таҳлили ва тизимланиши орқали амалга оширилиши лозим. Бундай ёндашув, туризм индустрияси рақобатбардошлилик аниқ жиҳатлари бўйича муҳим маълумотлар йиғилиши учун фойдалидир, зеро соҳалар сифати, маҳаллий аҳоли меҳмондўстлиги, савдо сектори инфраструктураси ва бошқалар бу жараёнга тўғридан - тўғри таъсир этади. Нима бўлганида ҳам, ижтимоий сўровномаларни қўллаш билан боғлиқ турли чекловлар ҳам мавжуд. Бундай чекловлардан бири, танлашнинг чекланиши, яъни тадқиқотга киритилиши мумкин бўлган респондентлар ва туристик йўналишлари сонининг камлигидир. Шу сабабдан, бундай тадқиқотлардан фундаментал хулосалар чиқариш қийин бўлади.

Бошқа тадқиқотчиларнинг таклифича, рақобатбардошлилик мониторини қўллаш лозим (Competitiveness Monitor).[2] У TTRI илмий - тадқиқот институти ва Бутунжаҳон туризм ва саёҳат бўйича қўмита (WTTC) орасидаги ҳамкорлик натижасида яратилган эди. Рақобатбардошлик монитори, ҳар йили янгиланиб борилади. Шуни ҳам таъкидлаб ўтиш жоизки, сўровнома ёки тадқиқотлардан фарқли ўлароқ, бу усул универсалдир: унинг таркибига чегараланмаган миқдорда омиллар ва туризмни баҳоланиши лозим бўлган туристик йўналишларини киритиш мумкин.

Рақобатбардошлик монитори тузилишини яратиш ва аниқлашда (РМ) баҳолаш учун рақобатбардошлик элементларини аниқлаш зарур.[3] Қатор муаллифлар томонидан амалга оширилган тадқиқотлар бўйича, рақобатбардошлик кўп қаватли тавсифи одатда РМ тузилиши, ҳамда унинг элементлари билан боғлиқдир.

Нарх рақобатбардошлилиги, туризм соҳасидаги рақобатбардошликнинг муҳим омили бўлиб, РМ моделидан устунликка эга. Бунда, сўз икки нарх тоифаси ҳақида боради: саёҳат нархи ва яшаш нархи. Саёҳат нархлари, саёҳат умумий нархи билан боғлиқ бўлиб, шу билан биргаликда яшаш нархлари ўз таркибига турли сафарномалар, сувенирлар, кўнгилхушлик хизматлари,

---

[1] Kozak M., Rimmington M. (2008), Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings // International Journal of Hospitality Management. - 1999. - Vol. 18. - No. 3. - P. 273-283.

[2] Gooroochurn N., Sugiyarto G. Measuring Competitiveness in Travel and Tourism Industry, 2004. Prieiga per internet [http://www.nottingham.ac.uk]. ValentinasNavickas, AstaMalakauskaiteThe Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism Sector Competitiveness Factors ENGINEERING ECONOMICS. - 2009. - No 1 (61).

[3] Ritchie J. R. B., Crouch G. I. The competitive destination: A sustainable tourism perspective // Wallingford: CABI Publishing. 2009.Dwyer L., Kim C. W. Destination Competitiveness: A model and Indicators // Current Issues in Tourism. - 2009. - № 6(5). - P. 369-414.

ресторанлар, тунги клублар харажатларини ўз ичига олади.

Шуни эътиборга олиш керакки, биз умуман олганда, рақобатбардошлик монитори (РМ) модели концепциясига таянган ҳолда индикаторлардан бирини мувофиқлаштириб, қатор қўшимча омилларни киритишга мажбур бўлдик, зеро бу омиллар, туризм индустрияси замонавий ҳолати ва бунинг умумжаҳон иқтисодиёти келажагини самарали равишда акс эттиради.

Инфратузилмани ривожлантириш кўрсатгичлар тизимига биз қуйидаги кўрсатгичларни қўшишни тавсия қиламиз: умумий овқатланиш корхоналари фаолияти, транспорт ва темир йўл қулайликнинг мавжудлиги ва телекоммуникация тизимининг мавжудлиги.

Инсон ресурсларини баҳоловчи омиллар гуруҳи аҳоли гуруҳи индикатори билан тўлдирилди. Омиллар гуруҳининг асосий вазифаси, инсон ресурслари сифати ва рақобатбардошлик баҳоланиши бўлганлиги сабабли, инсон салоҳияти ривожланиши кўрсаткич интеграл индекси омилларидан бири, билан алмаштирилиши мумкин. Шу билан биргаликда, биз ижтимоий ривожланиш кўрсаткичларидан бири, персонал компьютерларининг аҳоли сонига нисбатан миқдорини икки кўрсаткичга алмаштиришни таклиф қилдик: булар сирасига интернет кафелари ва WI-FI тармоғига эркин чиқиш сонини оширишдир, яъни бизнинг нуқтаи - назаримизда, улар ахборот технологиялари ва уларнинг туристлар томонидан қўлланилиш даражаси замонавий тенденциясини акс эттиради.

Назарий нуқтаи - назардан, нарх рақобатбардошлиги энг кўп истеъмол қилинадиган товар ва хизматлар нархлари бўйича, аниқланиши мумкин (кўнгилхушлик, автомобиллар ижараси, экскурсиялар, меҳмонхона ва ресторанлар, гид хизмати ва сафарномалар). Нима бўлганида ҳам, амалиётда, белгиланаётган нархлар, кўпинча туристик дестинациялар сонига боғлиқ бўлиб, улар тадқиқот жараёнида баҳоланади. Агарда уларнинг сони катта бўлса, баҳоланиш учун элементларнинг камроқ сони танланади, чунки батафсил равишда тадқиқотлар амалга ошириш нисбатан қимматга тушади. Бундан ташқари, баъзи статистик маълумотларни олиш нисбатан қийин.Шу туфайли тадқиқотлар ноаниқ ва паст савияда амалга оширилиши мумкин. Харидорлик имкониятлари паритети индекси, иқтисодий ривожланган ва нисбатан ривожланмаган мамлакатлардаги нархларни таққослашда долзарбдир. Иқтисодий ривожланиш даражасидаги фарқлар, нарх рақобатбардошлигини оширади, чунки нисбатан паст даражада ривожланган мамлакатлар, туризм хизматлари ва махсулотлари сифатига нисбатан кўпроқ эътибор беришади, аммо одатда уларни маҳаллий истеъмол товарларига нисбатан нархларни қимматроқ белгилашади. Чет эл туристлари эса ҳар иккала тур товарларини сотиб олиб, шу орқали нарх рақобатбардошлик ҳолатини ўзгартиришади.

Атроф-муҳит билан боғлиқ кўрсаткичлар. Экологик муаммолар, алоҳида аҳамиятга эга масала сифатида кўриб чиқилиши мумкин. Атроф муҳитни ҳимоя қилиш соҳасидаги маълумот ва оммавий фикир, ўсиш имкониятига эга, демак экологик кўрсаткичларни МК усулига киритиш заруратига таъсир этади. Аҳоли сони миқдори индекси ҳар бир квадрат километрга фуқаролар сонини баҳолайди; CO2 чиқиндарининг ҳавога чиқарилиши одатда ишлаб чиқариш кўрсаткичлари ёрдамида баҳоланади (ишлаб чиқарилган газлар саноат ифлосланиши ва бошқалар).

Туризм индустрияси рақобатбардошликнинг турли омиллари, илмий адабиётда кенг таҳлил этилган. Булар қаторига бозор шароитлари, ижтимоий ривожланиш даражаси, экологик сиёсат, кадр ресурслари базаси, инфраструктура сифати, техник тараққиёт даража-си ва бошқалар киради. Уларнинг ривожланиш даражаси, сайёҳлик ҳудуди рақобатбардошлигига катта таъсир ўтказади. Рақобатбардош ҳудудлар, туризм махсулотлари кенг диапазонини таклиф этади; ўзларининг имиджи асосида потенциал туристларни жалб этишади (масалан табиий пейзажлар, соф,тоза кўллар, илғор экологик сиёсат, буларнинг барчаси экологик туризм учун идеал асос бўлиб, мамлакат экологик софлиги обрўсини кўтаради. Шу билан биргаликда, кўрсатилаётган хизматлар ҳам нисбатан юқори даражада бўлади.

Шундай қилиб рақобатбардошлик монитори модифицирланган кўриниши, математик усуллар қўлланилиши билан биргаликда, ўлчаниши мумкин бўлган рақобатбардошлик кўрсаткичлари омили тизимини қамраб олади.

Мазкур баҳолаш тизимининг моҳияти, унинг универсал тавсифи ва қўлланилишда кенг имкониятларга эгалигида (аниқлик даражаси керакли бўлган исталган миқдорда туристик йўналишларни ва индексларни киритиш мумкин). Шуни таъкидлаб жоизки, биз МК концепциясида қўлланиладиган омиллар асосий таснифини қўллаган ҳолда, айрим кўрсаткичларни такомиллаштирдик ва туризм индустриясидаги замонавий ҳолатни акс эттириш учун катта салоҳиятга эга баъзи қўшимча кўрсаткичларни киритдик.

A.N.Muxamadiyev – TATU SF o‘qituvchisi

GEOAXBOROT TIZIMLARIDA SMART-TURIZMNING AHAMIYATI

Turizm – iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri. Mavjud imkoniyatlardan samarali foydalangan holda, ushbu tarmoqni yanada takomillashtirish zarur, buni davrning o‘zi taqozo etmoqda. O‘zbekiston ham sayohat, ham ziyorat uchun qulay mamlakat. Chunki ona zaminimizda butun dunyoga ma’lum va mashhur bo‘lgan ajdodlarimiz mangu qo‘nim topgan. Ular

qoldirgan boy ma’naviy-madaniy merosga xalqaro maydonda qiziqish juda katta. Sohani yanada rivojlantirish uchun, avvalo, zarur infratuzilmani takomillashtirish shart. Birinchisi, transport, ikkinchisi logistika, deb ta’kidladi Prezidentimiz.

Darhaqiqat mamlakatimizda turizmning yangi istiqbollari ochilib, turli yo‘nalishlarda keng qamrovli loyihalar amalga oshirilmoqda. Xususan, keyingi yillarda alpinizm, otda, tuyada, velosipedda sayohat qilish, off-road sayyohatlari, baliq ovi, rafting, xeliski, geoturizm, ta’lim turizmi, tibbiy turizm kabi yangi sayyohlik yo‘nalishlari ommalashmoqda.

O‘tgan qisqa davr mobaynida O‘zbekiston turizm salohiyatini kompleks rivojlantirishga qaratilgan 16 normativ-huquqiy hujjat qabul qilindi. Ushbu huj-jatlar asosida turizm sohasi subyektlariga sezilarli soliq va bojxona imtiyozlari hamda boshqa yengilliklar taqdim qilindi.

Mamlakatimiz turizm tarmog‘ini Standartlashtirish bo‘yicha xalqaro tashkilot (ISO) talablariga mos kelishini ta’minlash maqsadida turizm terminologiyasi va mehmonxona xo‘jaliklari xavfsizligi talablari bo‘yicha yangi 2 ta davlat standarti ishlab chiqildi va ro‘yxatdan o‘tkazildi.

Toshkent viloyatining Bo‘stonliq, Parkent va Ohangaron-Angren turizm klasterlari hududlarida mehmon uylarini tashkil etish bo‘yicha komlpeks chora-tadbirlar ishlab chiqildi va bugungi kunda amaliyotga joriy etilmoqda.

Zamonaviy turizm istiqbollaridan biri – noyob tabiiy maskanlar hisoblanadi. O‘zbekiston Markaziy Osiyoda ekoturizm eng rivojlangan yetakchi davlatdir. Yurtimiz boy hayvonot va o‘simlik dunyosi, betakror landshaft manzarasi, milliy an’analar va taomlar oshxonasi bilan sayyohlar e’tiborini qozonib keladi. Ugom-Chotqol Davlat milliy tabiat bog‘i, uning tarkibiga kiruvchi Chotqol davlat biosfera qo‘riqxonasi, Aydar-Arnasoy ko‘llar tizimi va Chimyon-Chorvoq kurort-rekreatsiya zonalarida O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish masalalari doirasida salmoqli ishlar amalga oshirilmoqda.

Yevropa, Osiyo va boshqa qit’alardan keladigan sayyohlar uchun maxsus dasturlar ishlab chiqish, charter reyslar va temir yo‘llarda qatnovlar sonini ko‘paytirish, turizm rivojlangan xorijiy mamlakatlar tajribasini mukammal o‘zlashtirish, ichki turizmni rivojlantirish, sayyohlik obyektlarini takomillashtirish, xizmat ko‘rsatish sifatini yaxshilash zarur.

Hozirgi kunga kelib turizm sohasi smart kontseptsiyasining tashkiliy bir qismiga aylandi. Smart-turizm turizm sohasiga bog‘liq yangi iboradir.

Bu terminni paydo bo‘lganiga ko‘p bo‘lmasada, Smart kontseptsiyasidan jamiyatning ko‘plap zamonaviy faoliyat jarayonlarida masalan: sanoatda, ishlab chiqarishda va xizmatlar sohasida keng kulamda foydalanib kelinmoqda. Masalan: Smartfon, Smart-televizor, aqilli uy va hakozo. Hozirgi kunga kelib bu kontseptsiya turistik makonlarda Smart-turizm nomi bilan foydalanilayapdi.

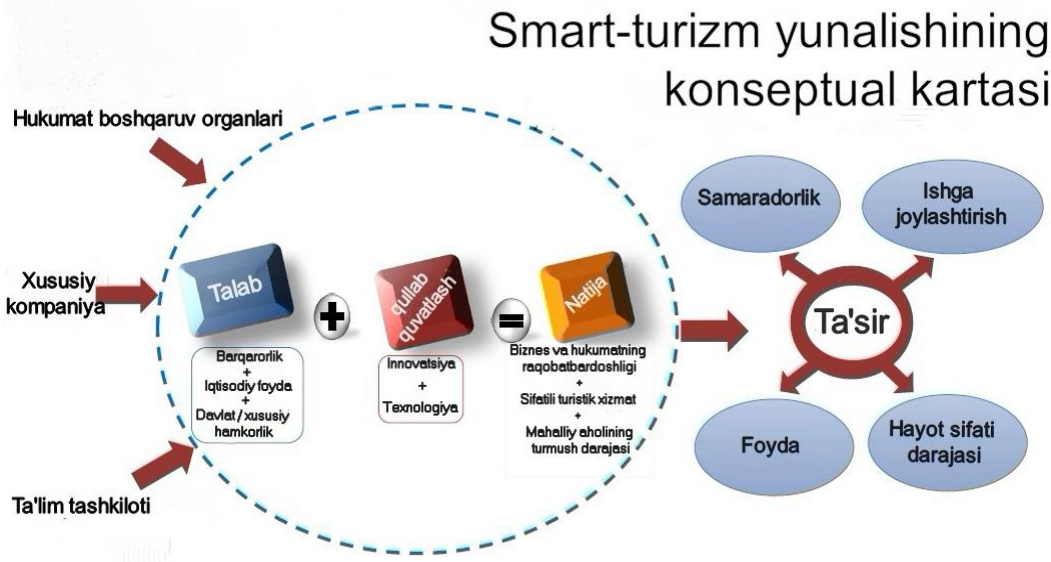
Smart-turizm tarmog‘ida axborot texnologiyalardan foydalanib faoliyatining hududiy turistik rejalarini tuzish, hisob qiymatining barqarorligiga erishish, turistik taassurotlarni shakllantirish, turistlarning talab va ehtiyojlarini qondirish, boshqaruv resurslardan foydalanish samaradorligini yuksalishiga erishilmoqda.

Sayyohlik tarmog‘ini Smart turistik tarmog‘iga aylantirish uchun quyidagi sxema ishlashi lozim.



SMART-TURIZM asosiy prinsiplari quyidagilar hisoblanadi:

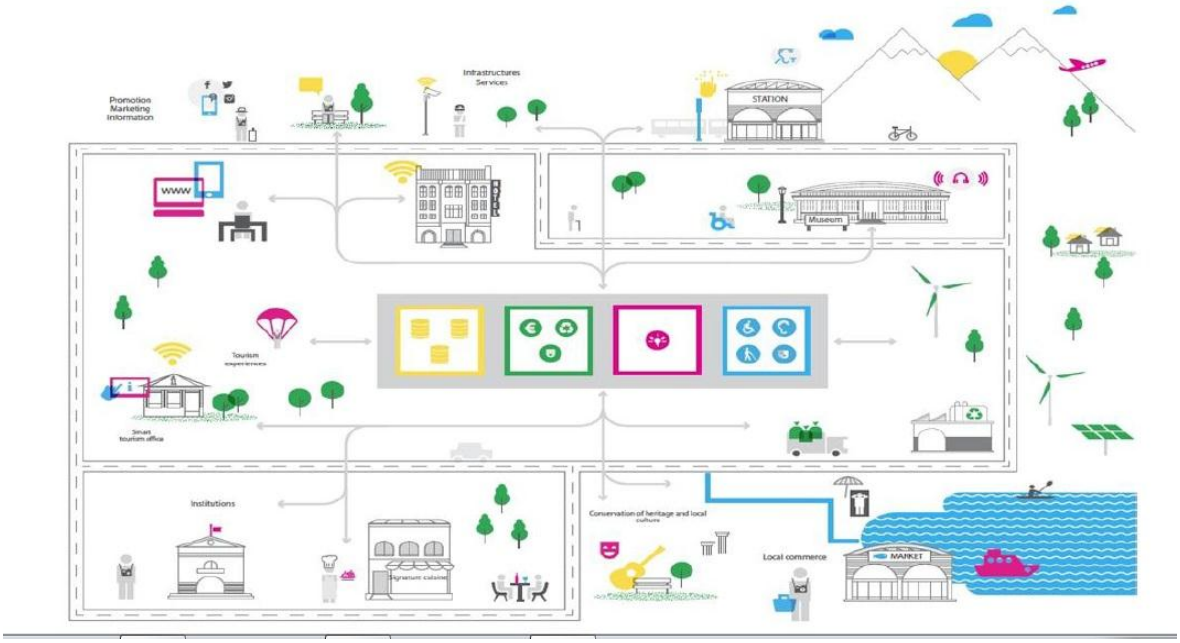
- sayyohlik taassurotlarini ishlab chiqish ustida ishlash
- Intellektual platformalarni taqdim etish
- Turistik hudud chegaralari doirasida ma'lumotlarni to‘plash va tarqatish, turistik resurslarlarni samarali tarqatish uslubyatlari
- Sayyohlik faoliyatidan mahalliy hamjamiyatga bonuslarni samarali taqsimlashni ta'minlash maqsadida etkazib beruvchilarni turistik industriyada mikro va makro darajadagi integratsiyalashuvini ta'minlash



Bundan tashqari SMART-TURIZM yo‘nalishining mavjudligi turistik sohada quyidagi tarmoqlarning mavjudligiga bog‘liq.

1. Ijod
2. Barqarorlik
3. Muvofiqlashtirish va umumiy ishtirok etish
4. Javobgarlik
5. Axborot texnologiya vositalar va ilovalardan foydalanish

Buning natijasida Smart-turizm yo‘nalishining konseptual kartasi quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi:



Bu Smart-turizm yo‘nalishining konseptual kartasida kurinib turibdiki, mamlakatimiz turizm industriyasini jadal rivojlantirishda xususiy sektorning ishtirokini ta’minlashga alohida katta e’tibor qaratish zarur. Hozir yuzlab tadbirkor va hunarmandlar turizm sohasiga jalb qilingan bo‘lib, ular suvenir mahsulotlari ishlab chiqarish, mehmonxona xo‘jaligi, sayyohlarga xizmat ko‘rsatish bilan shug‘ullanadi.

Turizmni rivojlantirishda xorij mamlakatlarida bo‘lib o‘tadigan sayyohlik ko‘rgazma va anjumanlari muhim ahamiyat kasb etadi. Yurtimiz milliy madaniy merosini chet ellarda ommalashtirish, mamlakatimizga xorijlik sayyohlarni ko‘proq jalb qilish va ichki turizmni rivojlantirish maqsadida mamlakatimiz sayyohlik tashkilotlari Madrid, Riga, Berlin, Parij, Tokio, London, Moskva, Istanbul kabi dunyoning yirik shaharlarida qator ko‘rgazmalar tashkil etmoqda yoki xalqaro ko‘rgazmalarda qatnashmoqda. Bu, albatta, o‘z samarasini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. *Тихомирова, Н. В. Глобальная стратегия развития smart-общества. МЭСИ на пути к Smart-университету [Электронный ресурс] / Н. В. Тихомирова // Smart Education. — Режим доступа: http://smartmesi.blogspot.com/2012/03/ smartsmart.html. — 22.11.2017.*
2. *Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. — М.: Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1935—1940.*
3. *Ulrike Gretzel & Marianna Sigala & Zheng Xiang & Chulmo Koo. Smart tourism: foundations and developments Electron Markets (2015) 25:179–188 DOI 10.1007/s12525-015-0196-8*
4. *Hujer, M., & Wangel, J. (2015). Smart Sustainable Cities: Definition and Challenges. In L. M. Hilty & B. Aebischer (Eds.), ICT Innovations for Sustainability, Advances in Intelligent Systems and Computing(pp. 333–349). New York: Springer*
5. *Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszczak, J., &Williams, P. (2010). Foundations for smarter cities. IBM Journal of Research and Development 54(4), 1-16.*
6. *www.uzbektourism.uz*

З.И.Усманова – СамИСИ катта ўқитувчиси, PhD,
М.Х.Хамитов – СамИСИ ўқитувчиси

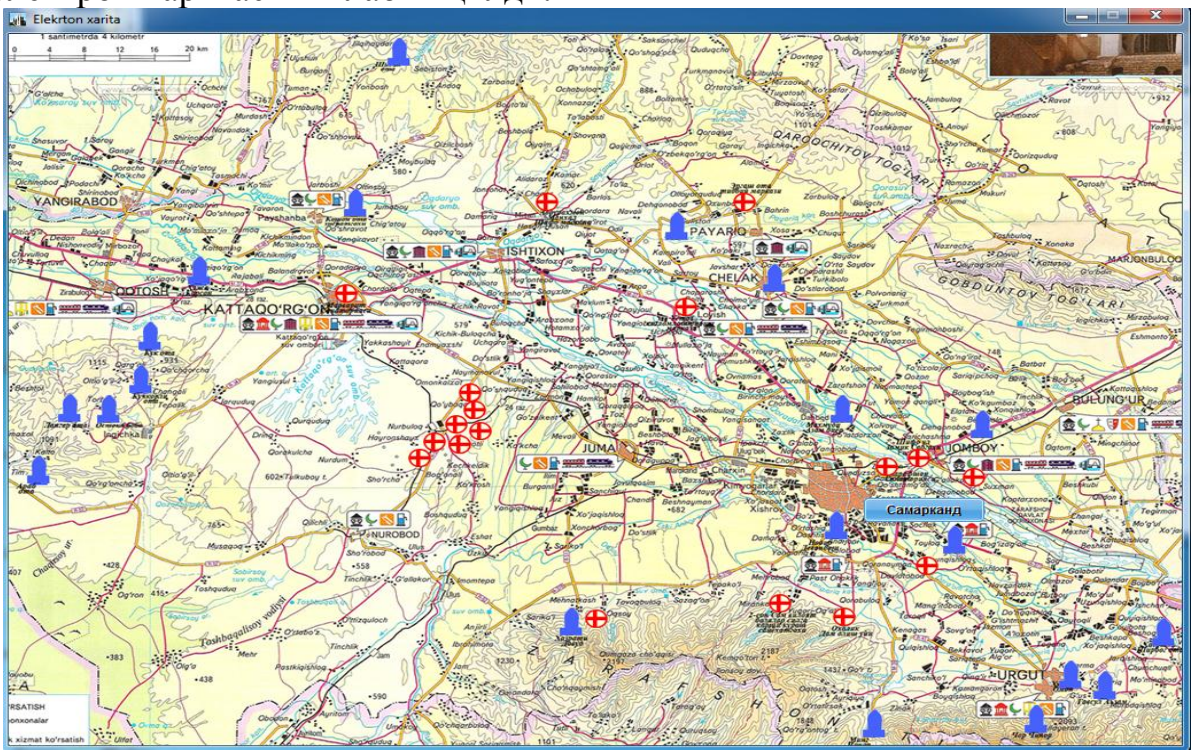
ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИ АСОСИДА ҲУДУДНИНГ ТУРИЗМГА ИХТИСОСЛАШУВИНИ АНИҚЛАШ

Ўзбекистоннинг энг истиқболли ҳудадларидан бири ҳисобланган Самарқанд вилояти ўзининг дастлабки кўринишини сақлаб қолган обидалар, бетакрор тарихий ва табиий шароитга эга бўлиб, бу эса қадимдан аҳоли яшайдиган, аҳолининг юқори зичлигига эга бўлган ҳудудлар учун жуда камёб ҳодиса ҳисобланади ҳамда туризм, дам олиш ва соғломлаштиришни ривожлантириш учун кенг имкониятларнинг мавжудлигини акс эттиради. Туристик-рекреацион хизматларни ривожлантиришда хорижий инвестицияларни жалб қилиш учун юқори инвестицион рейтинга эга бўлиб, бугун 226 та хорижий сармоя иштирокидаги корхоналар вилоят иқтисодиётининг турли соҳаларида фаолият олиб боришмоқда. Хозирги пайтда Ўзбекистон туристик-рекреацион хизматларини ривожлантириш нуқтаи назаридан Самарқанд вилояти қуйидаги асосий омиллар билан белгиланади:

- Ўзбекистоннинг барча туристик ресурсларининг 37,7 фоизи Самарқанд вилоятида жойлашган;
- Самарқанд мегаполиси ва юқори тўлов салоҳиятига эга яқин ҳудудларнинг мавжудлиги;
- қулай табиий-иқлимий ресурслар;
- ҳайвонот ва ўсимликлар дунёсининг бойлиги ва турли хиллиги;
- тарихий-маданий мерос обидаларининг салмоқли миқдори;
- вилоятда 11 та музей ва 17 та декоратив-амалий санъат меъросларнинг борлиги;
- муҳим туристик ресурслардан бири ҳисобланган халқ ҳунармандчилигининг 25та корхонасининг борлиги (миллий хунармандларнинг Самарқанд вилояти бўйича 1138 сони, шаҳар бўйича 320 ҳунармандлар);
- замонавий халқаро аэропорт ва темир йўл вокзалининг мавжудлиги;
- яхши ривожланган йўл-транспорт тизими;
- пансионатлар, дам олиш уйлари ва санаторийларни ҳисобга олганда рекреация объектларининг ривожланган тизими;
- турли даражадаги халқаро спорт мусобақаларини ўтказиш имконини берувчи замонавий спорт муассасаларининг мавжудлиги.
- туризм ва дам олишнинг моддий базасини ривожлантиришга инвестицияларни жалб қилиш учун юқори инвестицион рейтингга эга эканлиги;
- тадбиркорлик туризмини ривожлантириш истиқболларини белгиловчи йирик саноат корхоналари ва илмий муассасаларнинг мавжудлиги.

Қулай ландшафт иқлим шароити, рельефининг турли-туманлиги ва табиий ўсимликларга бойлиги Самарқанд вилоятида юқори самарали туристик-рекреацион тизимни яратишга имкон беради. Минтақанинг туристик-рекреацион салоҳияти рекреацион ресурсларнинг географик табиий жойлашувига боғлиқ бўлади. Туристик-рекреацион хизматларни ривожлантиришда мавжуд минтақа имкониятларини аниқлаш мақсадида

Самарқанд вилоятида жойлашган туристик-рекреацион объектларнинг электрон харитаси ишлаб чиқилди.



1-расм: **Макромедиа Флаш 8 дастури ёрдамида яратилган Самарқад вилояти электрон харитаси дастурининг умумий модели**

Электрон харитада тарихий зиёрат обьектлари, дам олиш ва соғломлаштириш масканлари, арт галерия ва музейлар, спорт иншоотлари, тиббиёт масканлари, ўзга конфессияларнинг тарихий обидалари фойдаланувчига тушунарли бўлиши учун алоҳида белгилар билан ажратилган. Ҳар бир туристик-рекреацион обьектлар ҳақидаги маълумотлар **.свф** форматда сақланган. Харитани ишга тушириш учун **ауторун.exe** файлини йўқлаш кифоя.

Электрон харитада ҳар бир обьект ҳақида тўлиқ маълумотни ўқиш жараёнида қуйидаги имкониятларга эга бўлиш мумкин:

- обьект ҳақида тўлиқ маълумот олиш;
- обьект расмларини қўриш;
- расмларни тўлиқ экран режимида кўриш;
- маълумотларни смортфонга кўчириш ва жўнатиш;
- орқага қайтиш.

Электрон харитада **Самарқанд** тугмасини туристлар томонидан

босилганида Самарқанд шаҳрининг электрон харитаси янги ойнада пайдо бўлади.



2-расм: **Электрон хаританинг обьектлари ҳақида маълумот олиш жараёни**

Makromdei Flash 8, Adobe Photoshop ҳамда KorelDrav дастурлари ёрдамида яратилган электрон харитада:

- Тарихий зиёрат обьектлари
- Дам олиш ва соғломлаштириш масканлари
- Арт галерия ва музейлар
- Спорт иншоотлари
- Тиббиёт масканлари
- Ўзга конфессиялларнинг тарихий обидалари

Алоҳида белгилар билан ажратилган бу обьектлар ҳақида туристлар тўлиқ маълумот олишлари мумкин. Самарқанд шаҳрининг электрон харитасида туристлар **Самарқанд вилояти** тугмасини босганида Самарқанд вилоятининг электрон харитасини кўришлари мумкин.

Ушбу муаллиф томонидан ишлаб чиқилган электрон харита ҳудуднинг туристик-рекреацион объектлари ҳақида ахборат олишда туристларнинг эҳтиёжини тўлиқ қондириш имкониятини яратади. Ундан миллий ва хорижий туристлар электрон вариантда ва буклет кўринишида Он-лайн режимида фойдаланишлари мумкин.

Хаританинг марказида жойлашган Каттакургон туманида “Марварид” санаторийсида даволаш асосан махаллий минерал сув

ёрдамида амалга оширилади ва 25 турдаги хар хил физиотерапия, парафин, балчик ва игна билан даволаш усуллари кўрсатилади. Каттакургондаги Эргаш Ота хусусий соғломлаштириш тиббиёт маркази жигар ва ўт кассалликларини, тошли холецистит, чандик коплаши, сурункали панкреатит, ошкозон ва ун икки бормокли ичак кассалликларни даволайди. Бунда ноанъанавий услубда беморларга ташхис кўйиш, беморларни шаркона услубда гиёхлар, ноёб малхамлар, шарбатлар билан даволанади. Барча турдаги ички хасталикларни профилактик йул билан олдини олиш ва даволаш жараёни амалга оширилади.

Вилоятнинг шарқий-шимолий қисмида жойлашган Окдарё туманидаги янги “Устоз” соғломлаштириш мажмуаси ички туризм бозорининг мақсадли сегментларидан бири бўлиб, асосан Самарқанд вилоят халқ таълими соҳаси ходимларига даволаниш, дам олиш хизматларини кўрсатишга ихтисослашган мажмуадир. Соғломлаштириш мажмуасида бир вақтнинг ўзида 200 кишигача дам олиб ўз саломатлигини тиклаши мумкин.

Вилоятнинг жанубида Нуробод туманидаги Нагорний ҳудудида жойлашган «Абу Али Ибн Сино» санаторийси асаб тизими, юрак–кон томир, таянч харакат, тери касалликларини даволайди. Санаторийнинг асосий хосияти родонли суви бўлиб, термал, таркиби табиий родонли (20-25 мКи,/п), хлорид-сульфат, натрийли, кам ишкорли (рн-8.1) ва азот газли сувлардан иборат. Сувларнинг хусусияти бўйича машхур Кавказдаги Цхалтуба сувларидан қолишмайди. Нуробод туманидаги бўғин, оёқ оғриғи касалликларини табиий сув асосида даволайдиган Абдусалом МЧЖ санаторияси, «Нурбулок балнеологик даволаш муассасаси», «Саратон маъданли суви» сиҳатгохлари сувларнинг таркиби ҳам шулар каторига киради.

Вилоятнинг шарқий-жанубида жойлашган Самарқанд туманидаги Оғалик кишлоғидаги “Оғалик” дам олиш уйи Самарқанд шаҳрининг марказидан 25 км.да ғарбий Тянь-Шянь тоғи этагида ўсимлик дунёсига бой қисмида жойлашган. Таббий омиллар ва иқлим хусусиятлари туристларни даволашга кенг имконият яратиб беради . Бу сиҳатгоҳ 250 ўринга мўлжалланган бўлиб, юрак-қон томир касалликлари, нафас олиш йуллари касалликлари, асаб тизимининг функционал бузилишлари касалликларини даволашга қаратилган. Даволаш жараёнида Нуроботдаги хлорли сульфат натрийга ўхшаш минерал суви ишлатилмоқда. Бундан ташқари Оғалик қишлоғида 2-сон Самарқанд вилоят болалар силга карши курашиш санаторияси жойлашган. Сиҳатгоҳда болаларнинг даволаниши ва таълим олиши учун ҳамма шарт-шароитлар яратилган бўлиб, асосий эътибор таббий омилларга қаратилмоқда.

Соғломлаштириш муассасалари сифатида Самарқанд шахрида жойлашган **“**Панорама Гранд” меҳмонхонаси асосан ички маҳаллий туристларга, шунингдек хорижий туристларга хизмат кўрсатиб келмоқда. Асосий мақсадли бозори бу соғломлаштириш, ўз соғлиғини тиклаш ҳамда

даволаниш истагида бўлган истеъмолчиларга хизмат кўрсатади. Шунингдек мамлакатимиздаги энг йирик корхоналардан ҳисобланган Қашқадарё “Шуртан-газ” унитар корхонаси, “Навоий-азот” ОАЖ, “Навоий-цемент” ОАЖ кабилар билан тузилган шартномага кўра корхоналарнинг ишчи ходимларини дам олиши, соғлиғини тиклаши мақсадида 10 кунга 100 кишилик гуруҳ қилиб истеъмолчилар қабул қилинади. Юқори мавсум ҳисобланган апрел, май, август, сентябр, октябр ойларида хорижий туристлар ҳам қабул қилинади. Хорижий туристларни қабул қилишда асосан “Кентрал Асиан Стар”, “Согда-Тур”, “ Шеҳерезаде Воягес” каби туристик фирмалар билан ишлайди. Хорижий туристлар эса асосан жойлаштириш хизматларидан сотиб олинган турпакетлари ҳисобидан меҳмонхона хизматларидан фойдаланишади. Бундан ташқари қўшни Тожикистон, Туркманистон, Қирғизистон ва Қозоқистон давлатларидан ҳам якка ва оилавий бўлиб меҳмонхонанинг санатория-даволаниш хизматларидан фойдаланмоқда.

Шунингдек бевосита Самарқанд шахрида жойлашган соғломлаштириш муассасалари сифатида аҳолига ва туристларга хизмат кўрсатиб турган қуйидаги объектларни келтириш мумкин: Хуршида Насимова А. (А.Темур кучаси), Доктор, Зармед (Исаева кучаси), Сангизар (Сиёб бозори ёнида), Бионур (кавровый комбинат), Доктор М, Дардгир шифо Саттепа масканида, Доктор Кан Владимир, Евромедик клиникаси, Азия Медик Нео, Гавҳар кўз клиникаси ва бошқалар.

Шаҳар чегарасида жойлашган “Зарафшон” санаторияси 110 ўринга мўлжалланган бўлиб, таянч-харакат тизими касалликлари, юрак-қон томир касалликлари, нафас олиш йуллари касалликлари, асаб тизимининг функционал бузилишлари касалликларини даволашга қаратилган. Оҳирги йилларда санатория янги тиббий даволаниш ва диагностик аппаратлар билан таъминланди.Сихатгох булоғидан чиқарилган хлор-натрийли гидрокарбонат кучсизланган минерал сув - даволашнинг асосий манбаи бўлиб ҳисобланади.

Ушбу туристик-рекреацион муассасаларнинг асосий мақсадли бозори бу соғломлаштириш, ўз соғлиғини тиклаш ҳамда даволаниш истагида бўлган истеъмолчиларга хизмат кўрсатишдан иборат бўлмоқда.

Республикамиз бўйича 35 та ноёб тоғ ўрмонзорлари муҳофаза қилинмоқда. Шулардан бири Самарқанд шаҳридан 40 км жануби–ғарбида, яъни Зарафшон тизмасининг ғарбидаги Омонқўтон тоғ ўрмонидир. Омонқўтон ўрмон хўжалиги 1887 йилда ташкил этилган бўлиб, 2158 гектар майдонни эгаллайди. Омонқўтон ҳудудининг иқлими ва ўсимлик дунёсининг ўзига хослиги, бу жойда кўплаб дам олиш зоналари, оромгоҳлар қуриш имконини беради. Аммо туристларга Омонқўтон ҳавзасидаги ўрмонзорларни кўрсатиш учун қўлай шарт-шароитлар яратиш, махсус йўлакчалар қуриш лозим бўлмоқда. Вилоятнинг яна бир қатор туманларида ва қишлоқларида минг йиллик даврга тенг қадимий ноёб дарахтлар (арчалар, чинорлар) ҳанузгача сақланиб қолган. Улар қаторига

Ургут шаҳридаги юқори Чор Чинор (1020 йиллик), Каттақўрғон тумани Қорадарё қишлоғидаги чинор (565 йиллик), Нуробод тумани Тим қишлоғидаги арча 1000 йиллик, Жомбой тумани Холвойи қишлоғидаги минг йиллик арчаларни мисол келтириш мумкин. Айниқса, Жомбой туманида жойлашган Зарафшон дарёси бўйидаги Зарафшон қўриқхонаси бетакрор ўсимлик ва ҳайвонат дунёсининг хилма-хиллиги билан алоҳида ажралиб туради ва мавсумий ҳамда қисқа муддатли туризмни ташкил қилиш учун қулай имкониятлар яратади. Қўриқхона рекреацион ресурс сифатида дам олиш кунлари шаҳар аҳолисини ва хорижий туристларни хордиқ чиқаришини ташкил этишда катта ижтимоий аҳамиятга эга. Бу борада ўрмонинг табиий ҳолатини , уларнинг бой ҳайвонот дунёсини сақлаб қолиш ва яхшилаш, дам олиш учун келадиган туристларга махсус жойларни ажратиш, маршрутлар тизимини ишлаб чиқиш, ҳамда муҳофаза қилишни фаоллаштириш лозим бўлмоқда.

Янада кенг рекреацион имкониятлар билан вилоятнинг ғарбий ва шимолий-ғарбий йўналиши тавсифланади, унда жойлашув воситаларининг ярми жойлашган, шунингдек муҳим қисми (20 % га яқини) вилоятнинг жанубида жойлашган. Бу табиати гўзал ерларнинг мавжудлиги, кичик қишлоқларнинг алоҳида жойлашуви ва йирик қишлоқлар сонининг камлиги Самарқанд вилоятида катта туристик салоҳият бўлган қишлоқ туризмини ва экотуризмни ривожлантиршга имконият яратади.

Самарқанд вилоят туристик-рекреацион хизматлар бозори мавсумий характерга эга бўлиб, бу айниқса жойлаштириш хизматларида ўз ифодасини топмоқда. Самарқанд шаҳри меҳмонхоналари қувватидан фойдаланиш даражаси туристик мавсум маҳалида, яъни баҳор ва куз вақтида ҳамда байрамларда юкланиш 70 % ни ташкил қилса, номавсумий маҳалда эса бу кўрсаткич 50 % ни ва қишда эса аттиги 30 % ни ташкил этади.

А.А.Абдувалиев – ТАТУ Қарши филиали ассистенти

ТУРИЗМ СОҲАСИДА ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИДАН ФОЙДАЛАНИШ МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

Миллий иқтисодиётни модернизация қилиш шароитида ҳар қандай давлатнинг иқтисодий ривожланиш истиқболлари иқтисодиётнинг барча соҳаларида самарали инновацион фаолиятга ҳар томонлама боғлиқ бўлмоқда. Ҳозирги вақтда ривожланган мамлакатларнинг ялпи ички махсулотдаги (ЯИМ) инновацион технологиялар, маҳсулотлар ва қурилмаларнинг улуши 60% ни ташкил этмоқда. Жаҳондаги кучли рақобат муҳитида инновацион фаолият интенсивлик ҳолати иқтисодий ривожланиш даражасига таъсир кўрсатади. Рақобат муҳитида инновацион фаолият учун қулай шарт-шароит яратган мамлакат ёки ҳудуд бугунги кунда иқтисодий ўсишга эришмоқда.

Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида миллий инновацион тизимни шакллантиришнинг барқарор ривожлантириш механизмларини яратиш омиллари сифатида Ўзбекистонда инновацион фаолиятнинг турли жиҳатларига тегишли бўлган ҳуқуқий-меъёрий база яратилган бўлиб, айниқса охирги икки йил мабойнида хукуматимиз томонидан бу борада муҳим фармон ва қарорлари қабул қилинди.

Хозирги пайтда инновация тушунчасига нафақат турли хил таърифлар берилмоқда, балки бирини иккинчиси билан қиёслаб бўлмайдиган кўпгина ҳодисаларни ҳам қўшиб юбориш ҳолатлари кузатилмоқда,бу борада Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга мурожаатномасида такидлаганидек “Инновация-бу келажак дегани” катта маънога эга бўлиб, инновация келажакда жамият талаб қилган иқтисодий, ижтимоий, экологик, илмий-техник ёки бошқа турдаги самарага эришиш мақсадида янгиликни жорий этишнинг якуний натижаси бўлиб ҳисобланади.

Ушбу масалалар Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида ҳам ўз аксини топгани бежис эмас. Стратегиянинг “Иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришнинг устувор йўналишлари”га бағишланган 3-бўлимида таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, миллий иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳисобига унинг рақобатбардошлигини ошириш ҳамда вилоят, туман ва шаҳарларни комплекс ва мутаносиб ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш, уларнинг мавжуд салоҳиятидан самарали ва оптимал фойдаланишга қаратилган бир қатор вазифалар белгиланди. Жумладан, хизмат кўрсатиш соҳасини жадал ривожлантириш, ялпи ички маҳсулотни шакллантиришда хизматларнинг ўрни ва улушини ошириш, кўрсатилаётган хизматлар таркибини, энг аввало, уларнинг замонавий юқори технологик турлари ҳисобига тубдан ўзгартириш, туризм индустриясини жадал ривожлантириш, иқтисодиётда унинг роли ва улушини ошириш, туристик хизматларни диверсификация қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтириш, ижтимоий-иқтисодий ривожланишни жадаллаштириш, халқнинг турмуш даражаси ва даромадларини ошириш учун ҳар бир ҳудуднинг табиий, минерал-хомашё, саноат, қишлоқ хўжалиги, туристик ва меҳнат салоҳиятидан комплекс ва самарали фойдаланишни таъминлашга эътибор қаратилган.

Геоахборат тизими унинг ўзига хос хусусиятлари, туризмда фойдаланиш имкониятларини тадқиқ этиш ва соҳага оид илмий тадқиқот ишлари билан кўплаб хорижлик олимлар шуғулланишган. Жумладан, А.М.Берлянт, С.А.Кадничанский, Т.А.Трифонова, И.В.Мищенко, А.Н.Краснощеков, И.К.Лурье, B.Plewe, A.H.Robinson, J.L.Morrison, P.C.Muchrcke, A.J.Kimerling ларнинг олиб борган илмий-тадқиқотлари алоҳида эътиборга лойиқ. Шунингдек Э.Ю.Сафаров, И.М.Мусаев, Х.А.Абдурахимов, И.С.Тухлиев, З.И.Усманова, А.А.Абдувалиев,

С.А.Абдухамидов, А.Н.Муҳаммадиев ва бошқа мамлакатимиз олимлари хам геоахборот тизимлари ва туризмда геоахборт тизимларидан фойдаланиш масалалари билан шуғулланишган. Шунингдек, ушбу олимларнинг илмий-тадқиқот ишларида геоахборт тизимининг хусусиятлари, геоахборот тизимларидан самарали фойдаланиш бўйича илмий тавсиялар ишлаб чиқилган.

Туризм хизматларини диверсификация қилишда XX1 аср жаҳон ҳамжамияти ўз ривожланишининг янги даврига кирди – жамият ҳаётида ахборот ҳал қилувчи ролни ўйнайди. Ушбу жараён туризм соҳасиниҳам четлаб ўтмади. Бугунги кунда туризм маҳсулотини шакллантириш, сотиш ва реализация қилиш етарли даражада ахборотни қўллаб-қувватламасдан мумкин эмас. Уларнинг иши туризм ва саёҳат бошқаруви органлари доимий ахборот-интенсив сектори сифатида туристик бизнес халқаро интеграцияси учун асос бўлиб келмоқда.

Бугун туризм мутахасислари ҳудудларни туристик салоҳияти ва айни пайтда Узбекистоннинг барча ҳудудларида ривожланиши учун дастурлар ишлаб чиқишни ўрганиши ва турли дистенация-макон жиҳатларини тавсифловчи маълумотлар тури билан шуғулланиш керак бўлмоқда. Ушбу турдаги ахборотларни қайта ишлашнинг ажралмас қисми географик ахборот тизимлари (ГАТ) ҳисобланади.

"География ахборот тизими – бу ахборат умумий комплекс, яъни янгилаш, манипуляция, таҳлил қилиш ва географик мос ёзувлар қилинган маълумотлар барча шаклларини кўрсатиши мумкин бўлган дастурий таъминот ва аппарат тизими". ГАТнинг хусусиятларига фазовий; маълумотлар тузилмаси; амалий-муаммоли йўналиши; геологик ўрганиш ва комплекс хариталашга ва тизимли ёндашувни таъминлаш; мослашувчанлик ва кўп ечимли масалаларини ҳал қилиш, муҳим параметрларни тавсифловчи геоахборотларни таҳлил қилиш имкониятини беради ва б.қ.

ГАТ ҳудуддаги юзага келадиган ҳар қандай вазиятга зудлик билан жавоб беришга имкон беради, бу ҳақда барча керакли картографик ва тематик маълумотларни олиш мумкин. Улар ҳар қандай хариталар, режалар ва схемаларни бир вақтнинг ўзида қуриш имкониятини беради. ГАТга асосланиб, турли жараёнларни, ҳодисаларни ифода қила оласиз ва ўша вақт ичида уларнинг ҳолатини ўрганишингиз мумкин бўлади.

ГАТ нинг тузилиши, одатда, тўртта мажбурий кичик тизимни ўз ичига олади:

• турли манбалардан (хариталар, ва ҳоказо) олинган кенгайтириладиган маълумотларни киритиш ва ишлашни таъминловчи маълумотларнинг киритилиши;

• таҳлил қилиш учун ўз вақтида маълумотларни олиш, уларни янгилаш ва уларни тўғирлаш имконини берадиган сақлаш ва олиш;

• параметрларни баҳолаш, ҳисоблаш ва аналитик муаммоларни ҳал қилиш имконини берадиган тавсиф ва таҳлил;

• турли шакллардаги маълумотларни (хариталар, жадваллар, блок диаграммалар, жойларнинг рақамли модели ва ҳк) тақдим этиш.

Геоахборот тизимлар ҳудудий равишда тарқалган ахборот ишлатилган ва ҳудудий таҳлил, ҳудудий баҳолаш ва ҳудудий прогнозга эҳтиёжи мавжуд бўлган ҳар бир жойда илмий ва амалий фаолиятларда жой топади.

Хозирги пайтда ГАТ технологиялари туристик дизайни ва туристик ресурсларни эксплуатация қилиш жараёнида ва туризм индустриясининг объектларида тобора кўпроқ фойдаланилмоқда. ГАТ харитаси яратилган бўлса, ГАТ дастури, ҳудудларнинг салоҳияти, режалари, хизмат кўрсатиш сифати тўғрисидаги маълумотлар, хоналарнинг суратлари, туристик ресурслар, оригинал маҳаллий таомлар номлари ва бошқаларни кўрсатиш мумкин.

ГАТ минтақада туризмни узоқ муддатли режалаштириш лойиҳаларини ишлаб чиқишда алоҳида ўрин тутади. Мамлакатимиз туризм соҳасида улкан салоҳиятга эга. Давлатимиз раҳбари раҳнамолигида туризм соҳасини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Ўзбекистон туристик кўлами ва тарихий обидалари кўплиги бўйича дунёдаги етакчи ўнта мамлакат қаторидан жой олган. Мамлакатимизда етти мингдан зиёд тарихий ва маданий ёдгорлик бор. Самарқанд, Бухоро, Хива ва Шаҳрисабз шаҳарлари ЮНЕСКОнинг жаҳон мероси рўйхатига киритилган.

Мамлакатимизда туристик инфратузилмасининг барча тармоқларини изчил ривожлантириш мақсадида янги замонавий меҳмонхоналар, дам олиш масканлари, аэропортлар ва транспорт коммуникациялари барпо этилмоқда, янги туристик маршрутлари ишлаб чиқилмоқда, сервис хизмати тубдан яхшиланмокда.

Туризм борасидаги улкан салоҳиятни чет элларда оммалаштириш, юртимизга туристларни янада кўпроқ жалб қилиш мақсадида мамлакатимиз туристик ташкилотлари йирик халқаро туристик кўргазмаларида мунтазам иштирок этмоқда. Мамлакатимизнинг барча ҳудудларида туризмни ривожлантиришга доир манзилли дастурлар, экотуризм, альпинизм, отда, туяда, автомобилда саёҳат қилиш, балиқ ови, рафтинг, геотуризм, маданий-маърифий туризм каби янги туристик турлари амалга оширилмоқда.

Мамлакатимизда халқаро туризм билан бир қаторда ички туризмни ҳам изчил ривожлантиришга катта эътибор қаратилмоқда. Зеро, ички туризм иқтисодиётни ривожлантириш ва аҳоли фаровонлигини юксалтиришнинг муҳим омилидир. Шу боис мамлакатимизда ҳудудларнинг туристик имкониятларини ошириш ва тарғиб этиш, санаторий-курортлар ҳамда туристик ташкилотлари фаолиятини такомиллаштиришга қаратилган кенг кўламли ишлар олиб борилмоқда. Ҳар бир ҳудуднинг ўзига хос жиҳатлари, ички имкониятларидан келиб чиққан ҳолда манзилли ГАТ дастурларини амалга ошириш лозим бўлмоқда.

Мамлакатимизда янги туристик маршрутларни ишлаб чиқиш,

тарихий-археологик боғлар барпо этиш, қишлоқ жойларда туризм ва туристик хизматларни ривожлантириш, автомагистрал йўллар, сервис хизмати кўрсатиш мажмуаларини барпо этиш борасида амалга оширилаётган изчил ишлар юртдошларимизнинг мамлакатимиз бўйлаб саёҳат қилиши учун қулай шароит яратиш имконини бермоқда.

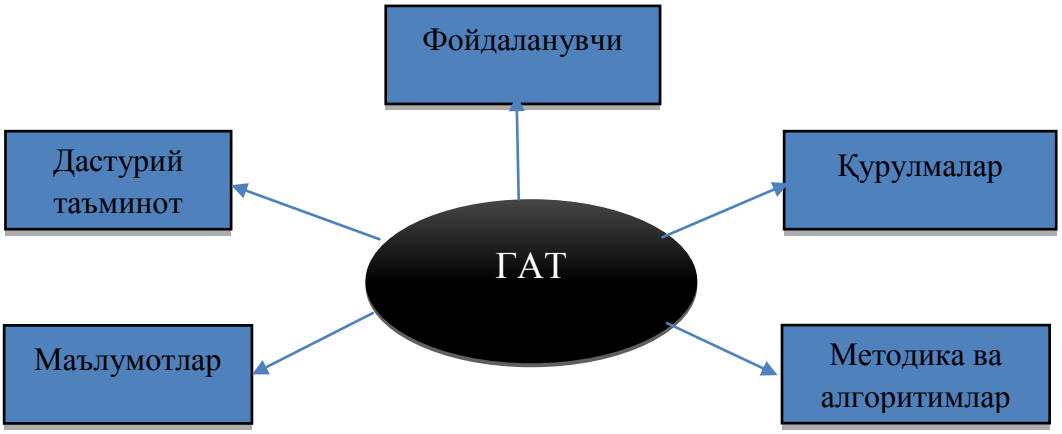
Туризм бозорининг барча тузилмалари – туроператорлар, турагентлар, йирик тармоқли меҳмонхона мажмуалари ҳамда хусусий отеллар, санаторийлар, курортлар, автотранспорт компаниялари, авиаташувчилар, глобал буюртма тизимлари, турбизнес ва бошқа туристик хизматларининг дастурий таъминотчилари, музейлар ҳамда маданий ҳордиқ чиқариш ва дам олиш саноати корхоналарининг хизматлари, туризм соҳасига ГАТтехнологияларни жорий қилиш таклиф этилади.

ГАТтехнологияси кенг камровли тармок булиб, унда бизнес, экологик, спорт ва маърифий саёҳат, экскурсия, меҳмонхона ва ресторан сервиси, соҳага доир кўчмас мулк ва суғурта, соғломлаштириш каби йўналишларга оид бўлимлар иш олиб боради.

Туризм соҳасини бошқариш ташкилотлари ва туристик фирмалар ўз ишида доимо ахборот технологияларини ўзлаштиришмуаммосига дуч келмоқда. Ахборот технологиялари-туризм бизнесининг халқаро интеграциясини ахборот билан тўйинган соҳаси сифатидаги зарурий шарт-шароитлари ҳисобланади. Ҳудуднинг туристик салоҳиятини тадқиқ этишда ва уларнинг дастурларини ишлаб чиқиш ҳамда ўзлаштиришда мутахассислар туризм дистенациянинг турли томонларини ифодаловчи кўпгина ахборотларга тўқнаш келмоқдалар.



Бундай турдаги ахборотларга ишлов беришнинг алмаштириб бўлмайдиган воситаси бугунги кунда геоахборот тизимлари бўлиб ҳисобланади (ГАТ). Умумий маънода ГАТ – маконда мувофиқлаштирилган маълумотларни йиғиш, сақлаш, уларга ишлов бериш, кириш, уларни акс эттириш ва кенг тарқатиш каби амалларни бажарувчи ахборот тизими бўлиб ҳисобланади.



Геоахборот тизимининг тузилиши

Ўзбекистонда ягона туристик геоахборот тизимини ишлаб чиқиш бир вақтнинг ўзида туристик ресурслар ва объектлар тўғрисидаги ахборотларни йиғиш ҳамда таҳлил қилиш, ягона усул асосида туризмни ривожлантиришнинг минтақавий ГАТ ларини шакллантириш билан амалга оширилиши зарур бўлмоқда.

Хозирги пайтда ўзида бой тарихий-маданий меъросга, ноёб табиий салоҳиятга эга бўлган минтақалар учун қуйидаги вазифаларни ечишга ёрдам берувчи кенг профилдаги амалий геоахборот тизимини шакллантириш зарур бўлмоқда:

ҳудуднинг табиий ва тарихий-маданий ёдгорликларини, туризмга хизмат кўрсатувчи корхоналарни ва туризм йўналишларини ҳисобга олиш; туристлар оқимини таҳлил қилиш;

ҳудуднинг ривожлашини режалаштириш ва ҳ.к.

Туризм соҳасида геоахборот тизимини зарурий элементи бўлиб тарихий-маданий объектларнинг, туристик маршрутларнинг, туризм инфратузилмаси объектларини маълумотлар базасини ва банкини шакллантириш, ҳисобланади. Ягона туристик ГАТнинг хақиқий фойдаланувчиларини шартли равишда қуйидаги гуруҳларга бўлишимиз мумкин:

-минтақаларда туризмни ривожлантиришни режалаштирувчи республика субъектлари маъмурияти (вазирликлар, қўмиталар, департаментлар, бўлимлар ва ҳ.к.);

-турмаҳсулотни ишлаб чиқиш билан шуғулланувчи туризм бозори субъектлари (туроператорлар, экскурсия фирмалари, турфирмалар ва меҳмонхоналар);

- инвесторлар (барча мулк шаклида);

- илмий - таълим муассасалари;

- туризм хизмати истеъмолчилари-туристлар ва саёҳатчилар.

Мамлакатимизда туризм соҳасини янада ривожлантириш, унинг ЯИМ даги улушини ошириш, катта ишчи кучи салоҳиятига эга аҳолини янги ишчи ўринлари билан таъминлаш мақсадида инновацион фаолиятнинг геоахборат тизимини туризмда жорий қилиш ва тегишли дастурлар ишлаб чиқишга асос яратадиган мукаммал илмий тадқиқотларни олиб бориш зарур бўлмоқда.

П.А.Муртазакулова – магистрантка группы МТФ-118, СамИЭС,
Р.С.Амриддинова – к.э.н., старший преп. СамИЭС, научный рководитель

ВЛИЯНИЕ ШКОЛЬНОГО ТУРИЗМА В ВОСПИТАНИИ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ

Школьный туризм оказывает ощутимое воспитательное воздействие на подрастающее поколение. Важен так же оздоровительный, лечебный и профилактический аспект организованного отдыха: он помогает школьнику, воодушевленному, окрепшему и здоровому продолжать учебный процесс.

Ситуация на рынке школьного туризма в Узбекистане следующая. Если, большей частью населения Узбекистана являются люди в возрасте до 35 лет, то из общего количества населения отдыхать себе могут позволить лишь небольшое количество юношей и молодежи. Все больше и больше сокращается количество школьных лагерей. Практически полностью сократилось численность туристических баз и домов отдыха.

Из-за дороговизны туристических услуг немногие родители способны отправить детей на отдых. Дети все больше посвящают свой досуг домашним посиделкам, общению с соседями, переписке с друзьями по интернету, компьютерным играм, что приводит к ослаблению культурных запросов и росту агрессивности. Реальный объем доступных туристических услуг, предоставляемых школьникам, не обеспечивает полноценного и гармоничного, физического развития и укрепления здоровья подрастающего поколения.

В школах недостаточно уделяется внимания таким учебным гуманитарным дисциплинам как экология, эстетика, этика, а это формирует в сознании детей пренебрежительное отношение к природе, чистоте, порядку. Телевизионные же программы, показывающие большое количество фильмов ужасов, боевиков, а также многочисленные компьютерные игры откладывает в сознании детей агрессивность ко всему окружающему. Институт семьи, являясь, агентом социализации не в полной мере, выполняет функции в области прибытия туристической активности. Отсюда увеличивается число детей, имеющих отклонения, как в состоянии здоровья, так и в поведении.

Школьные программы не обеспечивают систематического общения детей с природой, что не позволяет формировать опыт поведения в природной среде на основе соблюдения правовых и этических норм, а, следовательно, полноценно воспитывать такое важнейшее гражданское свойство личности, как способность активно действовать по защите, уходу, улучшению окружающей среды.

Экологическому образованию в школе уделяется внимание, но у него есть существенные недостатки: оторванность от жизни, невозможность применять полученные вербальным путем знания, овладеть практическими умениями и навыками и, наконец, применять все это на практике. Кроме того, выезды на природу требуют определенных финансовых затрат, которые не предусматриваются школьной программой, а личный бюджет учителя недостаточен. Сказывается также чрезвычайная занятость учителей основной работой. Ездить с детьми в туристические поездки приходится в свое личное время, которого у учителя всегда не хватает.

Средства массовой информации практически не пропагандируют здоровый образ жизни и ценность туризма для детей и подростков. Туристическая литература из-за недостатка финансовых средств также не поступает в массовые школьные библиотеки.

Следует обратить внимание и на отсутствие хорошо налаженных связей между турфирмами и оздоровительными лагерями. Руководство оздоровительных лагерей, как правило, не привлекают предприятия туристического бизнеса к продвижению и реализации своего продукта. А если и прибегают к их услугам, то в большинстве случаев, либо не желают предоставлять скидки на турпутевки, либо дают их исключительно в период межсезонья. При этом руководство профсоюзов, через которых производится реализация, не всегда может контролировать цену. Что приводит к перепродажам, в результате конечная цена может вырасти весьма значительно.

Для решения этой проблемы необходимо сотрудничество между туристическими фирмами и администрацией летних лагерей. Благодаря такому сотрудничеству будет реализовано больше путевок в летние лагеря. Также в большинстве лагерей, последние потоки практически пустуют, эти потоки можно реализовывать не только местным жителям, но и соседним государствам.

Также, одной из проблем в сфере школьного туризма, а именно в сфере летних лагерей является то, что наши лагеря работают по старой отжившей себя системе. Необходимо улучшить материально техническую базу наших лагерей, вводить инновации и расширить спектр деятельности лагерей.

В Узбекистане на сегодняшний день таких инновационных лагерей, отвечающих мировым стандартам, существует только два. Это летний лагерь «HappySummer» и «WestCamp». Из всех имеющихся лагерей особо выделяется летний лагерь HappySummer. Данный лагерь основан

компанией “HappyChildhoodGroup” 1-апреля 2011 года и зарегистрирован в качестве общества с ограниченной ответственностью.

Лагерь расположен в живописном уголке Узбекистана, расположенном в зоне гор и предгорий неподалеку от Чарвакского водохранилища. В данном лагере помимо отдыха предоставляется возможность подтянуть уровень английского языка. Также в течение отдыха проводится огромное количество различных игр, конкурсов, походов. Подросток в таком лагере получает полноценный отдых и знания.

Отдыхающие проживают в уютных кирпичных корпусах с удобной мебелью, уборными, душевыми и раковинами для умывания, которые всегда находятся в зоне досягаемости и исправны. Важнейшим принципом для организаторов является создать комфорт для каждого школьника. «HappySummer»позволит каждому ребёнку почувствовать себя частью дружной и сплоченной команды.

Программа лагеря тщательно продумана и уникальна:

- Всё общение проходит на английском языке;
- Небольшие отряды по 20 человек (двое профессиональных вожатых на отряд);
- Каждая смена уникальна по тематике и содержанию (можно приезжать на две-три смены подряд и получать удовольствие от новых впечатлений);
- Тщательно продуманный и насыщенный интересными событиями распорядок дня;
- Дружеская атмосфера взаимопомощи и поддержки;
- Совершенствование умений работать в команде, чувствовать партнёров, достигать целей;
- Раскрытие лидерских качеств и эмоционального интеллекта;
- Развитие познавательных способностей через игры, творческие задания, командную работу;
- Уровень владения английским не имеет значения - важна готовность к активному общению без страха ошибок, с целью снятия языкового барьера.

«Happy Summer» включает в себя развлекательную, оздоровительную программу, ежедневные занятия с преподавателями - носителями английского языка. В первый день дети проходят письменное и устное тестирование и распределяются в группы по знаниям: младшая, средняя и старшая. Занятия по английскому языку проходят ежедневно в группах по два часа.

Необходимо как можно больше создавать таких лагерей не только в Ташкенте, но и по всей республике. Также помимо языковых лагерей можно активно развивать специализированные лагеря отдельно для мальчиков, и отдельно для девочек. В такие лагеря широко распространены в Европе. Особенно учитывая наш менталитет, так как не всех девочек отправляют в лагеря, такие лагеря пользовались бы особой

популярностью.

Ну и самое главное, массовый тур для школьников не должен быть дорогим. Дети, отдыхающие в летних лагерях не столь требовательны к уровню комфорта, нежели взрослые. Они согласны жить в комнатах по пять шесть человек и более. Будут рады путешествовать в плацкартных вагонах. Все эти преимущества помогут снизить значительную часть затрат на транспортные расходы. А именно транспортные расходы, составляют большую часть стоимости отдыха. В вопросе снижения их стоимости государство может выступить как крупный туристический оператор или регулировать их.

В Узбекистане существует три типа лагерей, а именно загородные, дневные и специализированные. Наибольшее количество от общего числа лагерей относится к дневным лагерям. Практически в каждой области имеются дневные лагеря. Чаще всего они расположены при школах, для того, чтобы дети могли на каникулах посещать их. Занятия в таких лагерях проводятся учителями школы, либо набирается персонал.

Хотя, загородных лагерей меньше по количеству, однако, больше всего детей принимают именно загородные лагеря. Большинство из них расположено на природе, в красивейших уголках нашего государства, поэтому многие дети с большой охотой хотят проводить свои каникулы именно в загородных лагерях.

За время летних каникул школьные лагеря могут принят пять смен, причём наиболее популярными являются вторая и третья смены. Как показало наше исследование, именно в этих сменах наблюдается самое большое количество отдыхающих. Менее всего лагеря загружены в первую и пятую смены.

Анализ показал, что школьные лагеря Узбекистана оснащены основным инвентарём (кровати, мебель), не предназначенным для отдыха детей и подростков. Так. большинство лагерей Самаркандской области образованы испод помещений домов, либо из старых детских садов. Это говорит о том, что эти лагеря не соответствуют государственным стандартам, в них нет необходимых условий для отдыха детей.

Лагеря, помимо дневных, загородных и специализированных, могут быть и тематическими. Такие лагеря пользуются огромной популярностью среди школьников. Так, к примеру, это лагерь HappySummer. Каждая смена имеет свою тему, и родители могут выбрать ту тему, которая понравится самому школьнику.

М.А.Куймуратова –Наманган мухандислик-технология институти катта ўқитувчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИДА ИННОВАЦИЯНИНГ ТУРЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ТАСНИФИ

Ҳозирги пайтда иқтисодий адабиётларда инновациянинг турлари бўйича турли фикрлар мавжуд. Жумладан, бир гуруҳ олимлар (М.Қ.Пардаев, Т.Х.Мамасаотов, О.М.Пардаевлар) инновацияларни 7 та белгиси бўйича таснифлашни тавсия қилган [1] . Муаллифлар ушбу таклифларини ҳар бир субъектнинг инновацияни жорий қилишдан манфаатдорлиги нуқтаи назаридан келиб чиқади. Зеро, инновацияни яратувчиларининг манфаати, ундан фойдаланувчилар манфаати билан фарқ қилса, уни жорий қилишда ҳар бир тармоқнинг ўзига хос хусусиятларини ҳам инобатга олишни тақозо қилиши, ушбу жараённа вақт нуқтаи назаридан ҳам фарқ қилинишини асослаб, уларни қуйидаги белгилар бўйича таснифлашни тавсия қилганлар:

1. Инновацияни яратувчилари бўйича таснифи.
2. Инновацияни рақобатбардошлик омили бўйича таснифлаш.
3. Инновациянинг манфаатдорликни ифодалаши бўйича таснифи.
4. Инновацияни амалиётга жорий қилиш нуқтаи назаридан таснифлаш.
5. Инновацияни иқтисодий мазмуни бўйича кенгайтирилган ишлаб чиқариш бўғинлари нуқтаи назаридан таснифлаш.
6. Инновацияни тармоқлар бўйича таснифлаш.
7. Инновацияни вақт нуқтаи назаридан таснифлаш[2].

Шуни қайд этиш жоизки, юқорида келтирилган инновациянинг ҳамма турлари ҳам туризм соҳасида қўлланилмайди. Чунки ушбу соҳа ҳам ўзига хос хусусиятларга эга.

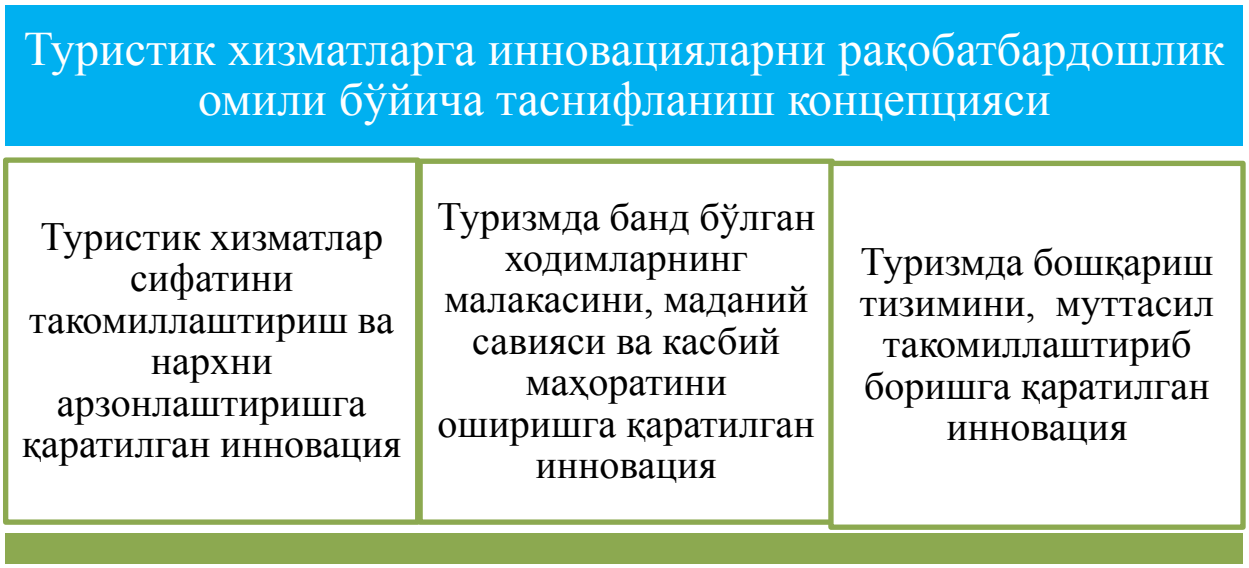
Ҳозирги пайтда модернизация, диверсификация, инновация ва уларни амалиётга жорий қилишга қаратилган стратегик йўналишларнинг ҳаммаси туризм соҳасининг маркетинг концепциясида ўзаро боғлиқ тушунчалар сифатида қаралиши соҳа самарадорлигини оширишга хизмат қилади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, туристик хизматларга инновацияларни жорий қилишда асосий йўналиш сифатида унинг рақобатбардошлигини таъминлаш масаласига қаратишни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Шу туфайли инновацияларни ҳам айнан туристик хизматларнинг рақобатбардошликни таъминлаш бўйича таснифланиши мақсадга мувофиқ, деб топдик. Буларнинг ўзаро боғлиқлиги қуйидаги

[1] Пардаев М.Қ., Мамасоатов Т.Х., Пардаев М.Қ. Модернизация, диверсификация ва инновация – иқтисодий ўсишнинг муҳим омиллари. Монография. – Т.: “Наврўз” нашриёти, 2014. – 43 бет.
[2] Пардаев М.Қ., Мамасоатов Т.Х., Пардаев М.Қ. Модернизация, диверсификация ва инновация – иқтисодий ўсишнинг муҳим омиллари. Монография. – Т.: “Наврўз” нашриёти, 2014. – 43 бет.

расмда ўз аксини топган (1-расм).

Туристик хизматлар соҳасида фаолият юритувчи субъектлар учун ҳам инновация ўзига хос хусусиятларга эга. Ушбу соҳада фойдаланиш усуллари принципиал жиҳатдан янги ёки технологик жиҳатдан такомиллаштирилган (сифатли) хизматлар – технологик инновациялар ҳисобланади. Ушбу соҳада технологик инновацияларни қўллаш орқали туристлага кўрсатиладиган хизматлар сифатини оширишга эришиш мумкин. Туристик хизматлар ишлаб чиқариш ва етказиб беришнинг сезиларли даражада такомиллаштирилган усулларидан фойдаланиш ҳам технологик инновациялар ҳисобланади. Ишлаб чиқаришда технологик инновациялар асосан техникани такомиллаштириш билан боғлиқ бўлса, туристик хизматларни кўрсатишда бевосита хизмат жараёнлари ва усулларини такомиллаштириш билан боғлиқдир. Бунда соҳада банд бўлган ходимларнинг иштироки, уларнинг малакаси ва амалий кўникмаси, нозик табиатлилиги ўта муҳимдир.

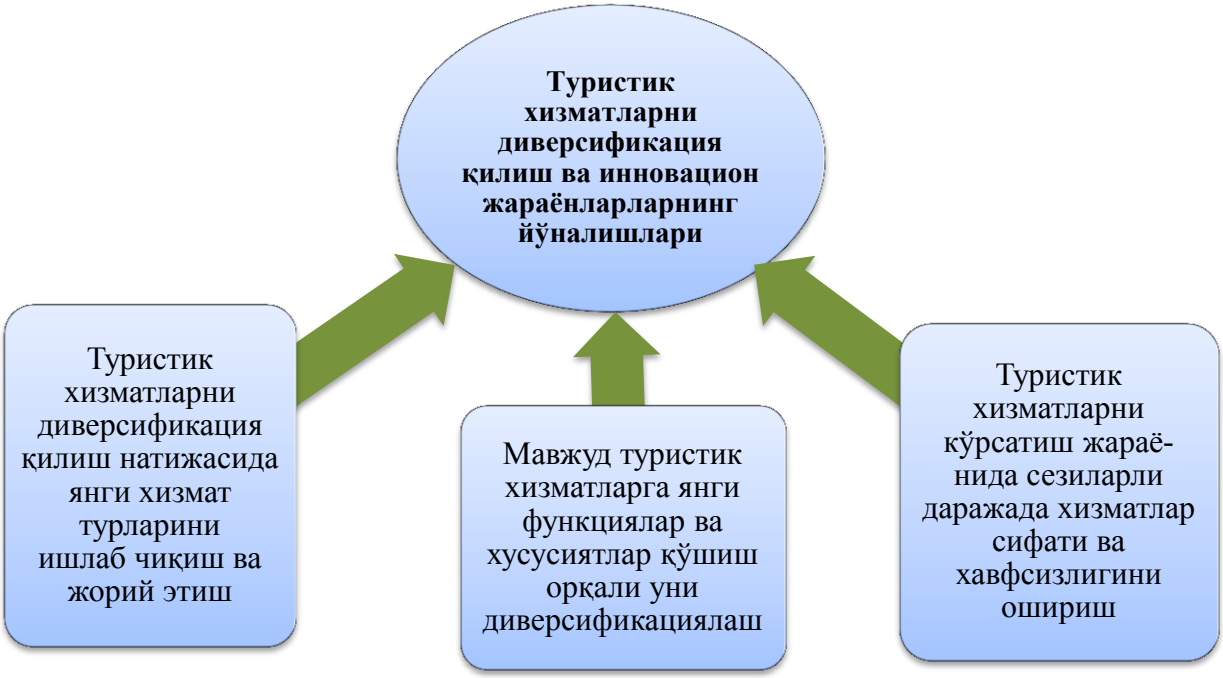


1-расм. Туристик хизматларга инновацияларни рақобатбардошликни таъминлаш бўйича таснифланиши[1]

Туристик хизмат кўрсатиш соҳасида инновацияларнинг жорий қилиниш ва диверсификацияни амалга ошириш жараёни мавжуд ишлаб чиқариш усулларидан фойдаланган ҳолда ёки мавжуд хизматларни ишлаб чиқариш ёки етказиб беришнинг самарадорлигини оширган ҳолда, янги ёки сезиларли даражада такомиллаштирилган хизматларни ишлаб чиқариш ёки етказиб бериш билан боғлиқ бўлган асбоб-ускуналардаги ёки ишлаб чиқаришни ташкил қилишидаги ўзгаришларни ҳам қамраб олиши мумкин. Бунда инсчон омили билан бирга ёрдамчи восита сифатида асбоб-ускуналардан ҳам фойдаланилади.

[1] Юқорида номи зикр этилган адабиётлардаги тавсияларни туризмга мослаштирган ҳолда муаллиф томонидан ишлаб чиқилди.

Туризм соҳасида ҳам инновацион хизматлар бутунлай янги ёки сезиларли даражада такомиллаштирилган хизматлардан иборат бўлиши мумкин. Уларни ишлаб чиқариш, етказиб бериш усулларини принципиал жиҳатдан янги технологияларга ёки мавжуд технологияларнинг янги комбинацияларига, шунингдек янги билимларга асосланган ҳолда жорий этишни тақозо қилади. Бундай жараён туристларга туристик хизматларни кўрсатишдаги инновацияларни ташкил қилади. Шундай қилиб, туристик хизматлар соҳасидаги маҳсулотлар бўйича инновациялар ўз ичига қуйидагиларни қамраб олади (2-расм).



2-расм. Туристик хизматларни диверсификация қилиш ва инновацион жараёнларнинг ўзаро боғлиқлиги ва йўналишлари

Мазкур расмда келтирлган йўналишларга эътиборни қаратадиган бўлсак, энг аввало, туристик хизматларни диверсификация қилишда принципиал жиҳатдан янги хизматларни ишлаб чиқиш ва жорий этишга қаратилганлигини кўрамиз. Чунки, инновацион жараёнларнинг мақсади янгилик яратиш, буни хизмат соҳасига, айнан туризмга тадбиқ қилинадиган бўлса, туристик хизматларнинг янги турларини яратишдан иборат бўлади.

Яна бир йўналиш мавжуд хизматларга янги функциялар ва хусусиятлар қўшиш орқали уни такомиллаштириш мумкинлиги қайд этилган. Ҳақиқатда қарайдиган бўлсак, анъанавий давом этиб келаётган хизматларни бирданига бутунлай янгилаб бўлмайди. Шу туфайли мавжуд хизматларни такомиллаштириш учун уларнинг функцияларини янгилаш орқали амалга ошириш ҳам мумкин. Шу туфайли туристик хизматларни диверсификация қилиш ва инновацион жараёнларнинг бир йўналиши айнан шу масалага қаратилганлиги ҳам бежиз эмас.

Хулоса қилиб айтганда, туризм соҳасида хизматларни диверсификация ва модернизация қилиш ҳамда инновацион жараёнларнинг маркетинг концепциясини яратиш орқали янги туристик маҳсулотларни ишлаб чиқиш соҳа самарадорлигини оширишида ва мос равишда, аҳолининг иш билан бандлигини таъминлашда, ҳудудлар иқтисодиётининг мутаносиб ривожланишини таъминлашда муҳим аҳамиятга эга бўлади.

А.А.Абдувалиев – ТАТУ Қарши филиали ассистенти,
М.Х.Хамитов – СамИСИ ўқитувчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИДА ВЕБ ва ГАТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИНГ ИМКОНИЯТЛАРИ

Географик ахборот тизими (КБС), ГАТ - кенг қамровли мувофиқлашган маълумотларни тўплаш, сақлаш, қайта ишлаш, кириш, кўрсатиш ва тарқатишни таъминловчи ахборот тизими.

Замонавий туризм сектори жаҳон иқтисодиётининг жадал ўсиб бораётган тармоқларидан биридир.Бугунги кунда туризм дунё аҳолисининг қарийб учдан бир қисмига кундалик ҳаётга кирган бир ҳодиса бўлди. Бундан ташқари, XXI асрнинг бошларида туризм соҳаси бошқа тармоқлар орасида учинчи ўринни эгаллади. 2005 йил якунларига кўра, туризм соҳаси жаҳонда ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг 12 фоизини ташкил этди ва истеъмол харажатларининг 14 фоизидан кўпини истеъмол қилди. Кўплаб мамлакатлар ва минтақаларда туризм асосий даромад манбаи ҳисобланади.

Давлатни таҳлил қилиш ва сайёҳликнинг можаро жиҳатини ҳисобга олган ҳолда, замонавий геоахборот технологияларидан фойдаланиш жуда истиқболли. Бугунги кунда туризм соҳасидаги ГАТ асосан сайёҳлик хариталари, буклетлар ва бошқа босма маҳсулотлар тайёрлаш учун ишлатилади. Айни пайтда ноёб табиий салоҳиятга эга ёки тарихий ва маданий аҳамиятга эга бўлган ҳудудлар учун туризм соҳасидаги интерактив картографик Интернет ресурсларини яратиш учун геоинформацион тизимларни ривожлантириш муҳимдир.

ГАТнинг ахборот компоненти сайёҳлик инфратузилмаси (меҳмон-хоналар, озиқ-овқат, транспорт, шифохоналар, дорихоналар, идоралар) ҳақида кўп маълумотларга эга бўлган географик маълумотлар ва сайёҳлик объектларидан иборат бўлиб, ушбу сайтларда батафсил маълумот олиш имконияти мавжуд.“ Ҳуиккбирд” космик қурилмасидан юқори аниқлик-даги космик тасвирни киритганингиз туфайли, ерни "таниб олиш" осонроқ, табиий равишда қабул қилинади. Космик тасвирлардан фойдаланиш жўғрофий маълумотлар билан биргаликда ернинг ҳозирги ҳолати ва амалга оширилган ўзгаришлар тўғрисида, шунингдек маршрутда кўпроқ хабардор

қарорлар қабул қилиш ва сайёҳлар учун хавфсизлигини янада ишончли таъминлаш борасида энг аниқ маълумот олиш имконини беради. Маълумотлар базасининг асосини ташкил этадиган ахборот тўплами турли манбалардан, шу жумладан босма материаллар, Интернет-ресурслардан, объектлар объектларини ўрганиш ва уларнинг жойлашган жойларини аниқлаб олишдан иборат. Маълумотлар мавзули тоифаларга бўлинади, уларнинг ҳар бири объектни аниқлаш ва ундан қўшимча маълумот олиш қобилияти билан бир нечта картографик қатламларни тақдим этади.

Барча туристик жойлар қуйидагича таснифланади:

1. Архитектура ва шаҳарсозлик ёдгорликлари:

- фортификация қилиш архитектураси ёдгорликлари (тупроқ пештоқлари ва майсалар, қалъалар);

- диний бинолар (турли динлардаги диний бинолар: черковлар, монастирлар, соборлар, синагогалар);

- фуқаролик мақсадлари меъморий мероси (маъмурий бинолар, саройлар, маҳаллалар, маъмурий бинолар, шаҳар зали, саройлар, мулклар).

2. Археологик ёдгорликлар (қалъалар, қабристонлар, қадимий посёлкаларнинг қолдиқлари, автоуловлар, мустаҳкамловчи жойлар, ҳарбий қароргоҳлар, саноат, ирригация иншоотлари, йўллар).

3. Тарихий обидалар: бинолар, иншоотлар, уларнинг комплекслари (ансамбллари), алоҳида кўмиш ва некрополлар, муҳим тарихий воқеалар билан боғлиқ машҳур жойлар, машҳур халқларнинг ҳаёти ва фаолияти, халқлар маданияти ва турмуш тарзи билан.

4. Санъат объектлари (театрлар, саройлар, уйлар ва маданият марказлари, музейлар, санъат мактаблари, филармонлар)

5. Табиатни муҳофаза қилиш жамғармаси:

- табиий ҳудудлар ва объектлар: табиат қўриқхоналари, миллий табиат боғлари, ҳудудий ландшафтлар, заказниклар, табиат ёдгорликлари (табиат ёдгорликлари бўлган ғорлар);

- сунъий равишда яратилган объектлар: ботаника боғлари, дендрологик боғлар, зоология парклари, парклар - ландшафт санъати ёдгорликлари.

Ҳар бир объект тасвирга боғланган ва сайёҳлар ГАТси АркСИС ва АркИМС каби АркГАТ ЭСРИ технологияларини биргаликда ишлатишга асосланган. АркИМС Интернетдаги географик маълумот билан ишлашга мўлжалланган дастурий воситалар мажмуасидир.

Тизим мижоз ва сервер даражасидан иборат.

ГАТнинг мижоз қисми Интернет-браузерлар ёрдамида амалга оширилади. Истеъмолчилар фақат мижоз интерфейсининг функцияларини кўриб чиқишади ва барча маълумотлар АркИМС серверига юборилади. Сўровларни ишлаш натижалари браузер томонидан шарҳланади ва экранда кўрсатилади.

Қуйидаги функциялар амалга оширилади:

- объектлар, маршрутлар, ҳудудларни кўрсатиш;

- Харитада ҳаракат қилинг, экраннинг ўлчамини ўзгартиринг;
- дисплей қурилмасидан олдин маълумотларни уланг ва узинг;
- космик тасвирларни экранга улаш;
- хаританинг танланган қисмини чоп этиш;
- алоҳида объект ва маълумотлар ҳақида батафсил маълумотни кўрсатиш;
- макон ва аттрибутив сўровларни бажариш;
- масофани ўлчаш;
- қидирув имконияти;

Аммо, бу тизимнинг имкониятларнинг тўлиқ рўйхати бўлмаса, керак бўлса, у осонлик билан узайтирилиши мумкин. Туристик ГАТ АркГАТ формат шаклидаги форматларда яратилган. ГАТ / РС технологиялари асосида Интернетга кириш имконига эга бўлган туристик ахборот тизимларини яратиш сайёҳлик соҳасида ГАТни қўллашнинг истиқболли вариантидир. Жамиятимиздаги маълумотларга бўлган талаб тобора ортиб бораётганлиги Интернетдаги қоғоз варақалари ва электрон каталоглардан тўлиқ қондирилмайди. Ушбу ресурсларнинг асосий камчиликлари объектни географик жойлашувидан аниқлайдиган маълумотлар изолацияси бўлиб, у улардан фойдаланиш соҳасини сезиларли даражада қисқартиради. Интернетда картографик интерфейсга эга бўлган маълумотнома ва ахборот тизими ГАТ ва Интернет каталогининг барча афзалликларини бирлаштириб, аҳолининг компютерлаштирилган қисмини мос ёзувлар тизимининг оптимал шаклига хизмат қила олади. Бундай тизимлардан фойдаланиш сизга объектив ахборотни олиш ва ўзингизга ерни янада аниқроқ кўрсатиш имконини беради.

ГАТ ўзининг рақамли ваколатхоналари шаклида обектлар ҳақидаги маълумотларни ўз ичига олади:

- минтақавий қамров ҳудудида глобал ёки сайёравий ГАТ;
- суб-континентал ГАТ;
- кўпинча давлат мақомидаги минтақавий ГАТ;
- субрегионал ГАТ;
- маҳаллий ГАТ.

ГАТ маълумотни моделлаштириш соҳасидаги таснифиуларга, шаҳарнинг ГАТи ёки шаҳарлашган КБС, экологик ГАТ ва бошқалар каби фарқланади. Улар орасида махсус номи, айниқса кенг тарқалган бўлиб, ер ахборот тизимлари ўз ичига олди. ГАТнинг муаммоли йўналтирилганлиги ресурсларижумладан, кадастр, таҳлил қилиш, баҳолаш, мониторинг қилиш, бошқариш ва режалаштириш, қарорларни қўллаб-қувватлаш каби ечимлар (илмий ва амалий) билан белгиланади. Интегратед ГАТ ИГАТ (интеграция ГАТ, ИГАТ) ягона интеграциялашган муҳитда ГАТ ва рақамли тасвир ишлаш тизими узоқ масофадаги маълумотлар функцияларини бирлаштиради.

ГАТни лойиҳалаштириш, яратиш ва улардан фойдаланишнинг илмий, техник, технологик ва амалий жиҳатлари геоинформатика бўйича

ўрганилади.

Агар сиз умумлашмаган ва тасвирларсиз қилсангиз, ГАТ - ҳақиқий дунё объектларини хариталаш ва таҳлил қилиш ҳамда сайёрамизда юз берадиган воқеалар учун замонавий компютер технологияси.

Географик ахборот тизимларини яхши билмаган одамнинг биринчи саволига, албатта, "нима учун бу керак?" Биринчи қарашда ГАТ хариталарни тайёрлаш ва чоп этишда ва, эҳтимол, ҳаво ва космик тасвирларни қайта ишлашда ишлатилганлиги аниқ. ГАТ дастурларининг ҳақиқий оралиғи анча кенгроқ ва уни баҳолаш учун умуман шахсий компютерлардан фойдаланиш керак, кейин ГАТнинг жойи аниқроқ кўринади.

Компютерлар нафақат ҳужжатлар билан машҳур операцияларни бажариш учун кўпроқ қулайликларни таъминламайди, улар инсон фаолиятининг янги йўналишини олиб боради

Фикримиздаги маълумотлар ҳарфлар, рақамлар ва тасвирлар кўринишида бўлиши мумкин бўлган ҳар бир нарса деб номланиши керак. Шундай қилиб, барча методлар, техникалар, асбоблар, тизимлар, назариялар, йўналишлар ва маълумотларни тўплаш, қайта ишлаш ва улардан фойдаланишга қаратилган. ГАТ - улардан бири. Ушбу технология маълумотлар базалари билан ишлашда анъанавий операцияларни бирлаштиради, масалан, сўровлар ва статистик таҳлиллар, харитани тақдим этадиган тўлиқ визуализация ва географик (мекансал) таҳлиллар.

Харита ва географик таҳлиллар бутунлай янги эмас. Бироқ, ГАТ технологияси муаммоларни таҳлил қилиш ва бутун инсониятга дуч келадиган муаммоларни ҳал қилиш учун, айниқса, муайян ташкилот ёки гуруҳ одамлар учун янги, долзарброқ замонавийликни, самаралироқ, қулай ва тезроқ ёндашувни таъминлайди. Таҳлил ва прогнозлаш жараёнини автоматлаштиради.

Ҳозирги кунда ГАТ дунёдаги юз минглаб одамларни жалб қилган мултимиллион долларлик саноатдир. ГАТ мактаблар, коллежлар ва университетларда ўрганилади. Бу технология инсон фаолиятининг деярли барча соҳаларида ишлатилади - оптимал танлаш сўнгги ва саргузашт туризм - бу каби ҳаддан ортиқ аҳоли, ҳудудининг ифлосланиши, ўрмон,ер, табиий офатларини камайтириш ва бундай нуқталар орасидаги энг яхши маршрутни топиш каби махсус муаммоларни ҳал қилиб глобал муаммоларнинг таҳлили ёки турли соҳалардаги янги офис манзилларни,уларнинг вазифаларини шаҳарлар бўйлаб қидиради.

ГАТ иккита асосий маълумотлар - вектор ва растер билан ишлаши мумкин. Координаталари Х мажмуи сифатида кодланган ва сақланади, чизиқлар ҳамда полигонлар вектор модел маълумотларидир, Й (замонавий ГАТ кўпинча учинчи ва тўртинчи оралиқ, масалан, қўшимча вақт ўқини мувофиқлаштиради). Бир нуқта (обект), Масалан Аноним тош, ер координаталар томонидан тасвирланган. Йўллар, дарёлар ёки трубопровод каби чизиқли объектлар координата мажмуи сифатида сақланади. Дарё

ҳавзалари, эр участкалари ёки хизмат кўрсатиш жойлари каби кўпбурчак объектлар ёпиқ координаталар тўплами сифатида сақланади.

Растер модели доимий хусусиятлар билан ишлаш учун мақбулдир. Растер тасвир - ҳар бир оддий элемент учун қадриятлар тўплами, сканер қилинган харитага ёки расмга ўхшайди. Ҳар иккала моделда ҳам афзалликлар ва камчиликлар мавжуд.Агар ГАТ ва географик маълумотларингиз бўлса, сиз оддий савол сифатида жавоб олишингиз мумкин (бу ернинг эгаси, меҳмонхона, дам олиш маскани, бу объектлар қанчалик узоқда, бу меҳмонхоналардаги рақамлар қаерда?) Ва янада мураккаб, (Янги лагерни қуриш учун жойлар қаерда?) Чорвачилик ўрмонлари остидаги тупроқнинг асосий тури нимани англатади? Янги йўлнинг қурилиши транспорт оқимига қандай таъсир қилади?. Сўровларни фақат маълум бир объектга сичқончани босиш орқали ёки ривожланган аналитик воситалар орқали созлаш мумкин.

ГАТ ёрдамида сиз қидириш учун шаблонларни белгилашингиз, "агар нима бўлганда ..." туридаги скриптларни ижро этишингиз мумкин. Замонавий ГАТда таҳлил қилиш учун жуда кучли воситалар мавжуд, уларнинг орасида энг муҳими иккита: яқинлик таҳлили ва таҳлил қилиш таҳлили.

Объектларнинг ГАТда бир-бирига нисбатан яқинлигини таҳлил қилиш учун буферлаш деб аталадиган жараён ишлатилади. У қуйидаги саволларга жавоб беришга ёрдам беради: Бу уйнинг 100 м атрофида қанча уйлар мавжуд? Ушбу дўкон яқинида қанча харидор яшашади? Шаҳар хазинаси бо;лган соҳилни бир қисмидатуризам бизнесининг даромадлари қандай? Хизмат томонидан етарли даражада таъминланмаган дам олиш жойлари мавжудми?Турли хил аниқ қатламлардаги маълумотларни интеграциялашишни ўз ичига олади. Энг оддий ҳолатда, бу хариталаш жараёни бўлиб, бир қатор аналитик операцияларда турли қатламлардан олинган маълумотлар физик жиҳатдан бирлаштирилади.

Кўплаб операциялар учун, натижа маълумот харитаси ёки график шаклида тақдим этилиши. Харита географик маълумотни сақлаш, тақдим этиш ва тарқатишнинг жуда самарали ва информацион усули ҳисобланади. Илгари карталарбир неча асрлар давомида яратилган. ГАТ картография санъатини ва илмий асосларини кенгайтириш ва ривожлантириш учун янги ажойиб воситаларни тақдим этади. Унинг ёрдами билан, карточкаларнинг осонлик билан ўзларини кўришлари, уч ўлчамли тасвирлар, графикалар, жадваллар, диаграммалар, фотосуратлар ва бошқа воситалар билан тўлдирилиши мумкин.

ГАТ бир қатор бошқа ахборот тизимлари билан чамбарчас боғлиқдир. Унинг асосий фарқи барча маълумотларни таҳлил қилиш ва уни бошқариш қобилиятидир. Ахборот тизимларининг умумеътироф этилган ягона таснифига эга бўлмаса-да, қуйидаги тавсиф КБСни иш столи хариталаш тизимлари, САПР тизимлари, масофадан зондлаш, маълумотлар базасини бошқариш тизимлари (ДБМС ёкиДесктоп маппинг маълумотлар

тизимлари) билан фойдаланувчи ҳаракатларини тартибга солиш учун картография ваколатини ишлатади. Бундай тизимларда харита асосида тузилган, харитада маълумотлар базаси мавжуд. Иш столи хариталаш тизимларининг аксарияти чекланган маълумотларни бошқариш қобилиятига эга. ГАТни пакетлар компютерларнинг иш столида - ПК, Макинтош ва УНИХ иш станцияларининг кичик моделларида ишлайди.

Бугунги кунга келиб, Россия сайёҳлик бизнесининг бу соҳада катта муваффақиятга эришгани йўқ, фақатгина энг катта шаҳарлар муваффақиятга эришди: Москва ва Санкт-Петербург. Кейинчалик маълумот бир йўналишда - электрон харитада тақдим этилади (масалан, Москва http://map.obninsk.ru.) бу катта театрда бугунги томошалар рўйхатини, фасаднинг расмини ёки , ҳеч бўлмаганда, унинг расмий веб-сайтига алоқадор.

Ушбу соҳанинг энг юқори чўққисида дунёдаги етакчи ЭСРИ компанияси томонидан ишлаб чиқарилган ГАТ технологиясига асосланган "Евенинг Лондон" сайти бундай имкониятлар тақдим этади ва тадбирлар ҳақидаги маълумот бугунги кунга тўғри келади.

Бундай имкониятлар дарҳол намоён бўлмагани, ушбу лойиҳани амалга оширишда қандай воситалар мавжудлигини тасаввур қилиш қийин эмас, лекин кўп ҳолларда бундай ҳажмга эҳтиёж йўқ.

У маълумотлар билан таъминлаш компанияси бу ҳудудларни, бинолар, хизмат маълумотлар сифатини, хона, саёҳларни расмларини, оригинал маҳаллий овқатлар ранг-баранг таомлар ва ҳоказо номларини жорий этиш, энг йирик дам олиш жойлари ҳам белгиланган тартибдаГАТ харитада ичига қўйиш қийин эмас Бундай ГАТ саёҳати компаниясига ёки дам олиш масканига Интернет орқали кириш бундай хизматнинг бошқа сотувчиларига нисбатан катта афзалликларга эга бўлади, чунки ГАТ интерактив технология бўлиб, фойдаланувчи сўровларига деярли жавоб беради.

Аммо ГАТга харитани киритиш қийин эмас, чунки бу компания билан ҳамкорлик қилган энг йирик дам олиш жойларини харитада кўрсатиш, ушбу ҳудудлар учун режалар, биноларнинг хизмат кўрсатиш сифати тўғрисидаги, хоналарнинг фотосуратлари, саёҳларни жалб қилиш, маҳаллий рангли ошхонмаълумотларини кўрсатади.

Бундай ГАТ саёҳати компаниясига ёки курорт шаҳрига интернет орқали киришни таъминлаш ушбу хизмат турининг бошқа сотувчиларига нисбатан катта афзалликларга эга бўлади, чунки ГАТ интерактив технологиядир, фойдаланувчи сўровларига деярли жавоб беради, фойдаланувчи қулайроқ ҳис қилади. Спрингфиэлд (АҚШ) Университетининг талабалари томонидан яратилган Ню-Йорк Паркининг сайти шу тарзда амалга оширилди.

Бугунги кунда иккита сунъий йўлдош тизими мавжуд: Американинг "Навстар" (Навигация тизими), бизга ГПС (Глобал Поситионинг Сйстем) ва маҳаллий "ГЛОНАСС" деб ном берилган. Ушбу тизимларни ташкил

этадиган сунъий йўлдошларнинг асосий вазифаси ердаги (самолёт, кема, автомашиналар, қўлда ва бошқалар) қабул қилувчилар томонидан олинган узатишларнинг доимий узатилиши ҳисобланади. Ушбу тизимлар қабул қилувчи бир вақтнинг ўзида бир нечта сунъий йўлдошни "кўради". Турли сунъий йўлдошлардан келган сигналларнинг кечикишларидан фарқли равишда, қабул қилгич ўзи масофани ҳисоблаб, кейин унинг координаталарини аниқлаш учун тенгламалар тизимини ечади.

Навигацияларни ҳар бир киши ҳар доим керакли деб даъво қилмоқда. Авиация, денгиз ва автотранспорт, диспетчерлик ва геоинформацион тизимлар, дизайн ва қуриш, қутқарув хизматлари, сайёҳлик, овчилик, балиқ овлаш ва ҳк. Координаталарини билишнинг имкони йўқ бўлган жойлар учун сунъий йўлдош навигацияси орқали талаб қилинади.

Навигация алгоритмига эга бўлганингизда сиз координаталарини, ҳаракатланиш тезлигини ва ҳаракат йўналишини бир неча метр аниқлиги билан танлашингиз мумкин. Жойлашувнинг электрон харитаси (ГАТ) ва уяли алоқа билан биргаликда диспетчерлик тизимларини яратиш учун энг кучли восита қўлга киритилди. Уйдагиларни навигация қилиш имкониятларини биринчи марта фуқаролар банклар томонидан баҳоламоқда: пул қийматларини ташиш учун мониторинг тизимлари яратилди. Шу каби тизимлар "фавқулодда вазиятлар" хизматлари учун, чет элларда экстремал туристик сайёҳлик операторлари учун ишлаб чиқилмоқда.

А.А.Аблақулов – ТДИУ катта илмий ходим-изланувчиси

ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИОН ХИЗМАТЛАРГА БЎЛГАН ТАЛАБНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА МАРКЕТИНГ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИНГ ЎРНИ

Самарқанд вилоятидаги туристик-рекреацион хизматлар соҳасида моддий-техникавий ҳолатни баҳолаш ҳамда молиявий ва меҳнат салоҳиятини мажмуали таҳлили ундан фойдаланиш самарадорлигига тўсқинлик қилувчи қуйидаги асосий сабабларни аниқлашга имкон берди: норационал ҳудудий жойлашув, туристик-рекреацион хизматлар соҳасида (ТРХС) ресурслар салоҳияти ҳолати тўғрисида тўлиқ ва ишончли маълумотларнинг мавжуд эмаслиги, инфратузилманинг етарли даражада ривожланмаганлиги, туристик-рекреацион хизматлар соҳасида ресурс салоҳияти ривожланишини прогноз(башорат) қилишга имкон берувчи илмий маълумотларнинг мавжуд эмаслиги,ТРХС ресурслари ҳолати ва ривожланишнинг ўзгариб турувчи салоҳиятини баҳолаш шулар жумласига киради. Юқорида қайд қилинган зиддиятлар мазкур соҳада ресурслар салоҳиятини бошқариш тизимини такомиллаштиришни талаб этмоқда.

Шу нуқтаи назардан, илмий тадқиқот ишимизнинг устувор йўналиши

бўлиб туристик-рекреацион жараённинг барча босқичлари ва даражасини ҳамда мулкчилик шаклидан, соҳа ташкилий тузилмасидаги ролидан қатъий назар унинг барча субъектларини қамраб олувчи ТРХС ни ягона ахборот – аналитик бошқарув тизимини яратиш бўлиб ҳисобланади. Бунинг учун қуйидаги масалаларни амалга ошириш зарур деб ҳисоблаймиз:

- туристик-рекреацион корхоналар фаолияти статистикаси ва мониторингининг автоматлаштирилган минтақавий туристик-рекреацион ахборот тизимини ишлаб чиқиш;
- ТРХС корхоналарини рўйхатдан ўтказиб қайд қилиш йўли(паспортлаштириш) билан БТТ талабларига жавоб берувчи статистик ҳисоботни босқичма-босқич юритиш учун ташкилий-иқтисодий ва илмий-методик шарт-шароитларни яратиш (бу эса нафақатгина ТРХС иқтисодий фаолият натижаларини баҳолашга балки, ўз вақтида ҳаққоний бошқарув қарорларини қабул қилишга ҳамда олинган маълумотларни халқаро ҳамжамият маълумотлари билан таққослашга имкон беради);
- туристик-рекреацион ресурслар кадастрларининг ахборот тизимларини ташкил этиш (табиий, тарихий-маданий, ижтимоий-маданий ёдгорликлар), муҳандислик инфратузилмаси, ер, ўрмон, сув, шаҳарсозлик кадастри ҳамда минтақадаги бошқа экологик мониторинг тизимлари билан методик ва технологик жиҳатдан мослигини аниқлаш;
- Интернет тармоғида маълумотлар портали тизимини яратиш, турли нашр қилинадиган маҳсулотлар хилма-хиллигини кенгайтириш ва уларнинг сифатини янада яхшилаш, чет эл оммавий ахборот воситаларида минтақанинг жозибадор нуфузи рекламасини ташкил этиш асосида минтақавий туристик-рекреацион хизматларни халқаро бозорга силжитишни фаоллаштириш;
- фуқароларга ва юртимиз меҳмонларига хавфсиз рекреацион фаолиятни ташкил этишнинг барча масалалари бўйича оммавий ахборот воситаларида тизимли тарғибот ишларини фаоллаштириш, профилактика ишларини амалга ошириш ҳамда мос равишдаги реклама маҳсулотларини тайёрлаш ва жойлаштириш орқали ахборотлар етказиш даражасини янада ошириш.

Туристик-рекреацион хизматлар соҳасини самарали ва узлуксиз ривожлантириш мазкур соҳадаги мавжуд ресурслар салоҳиятининг ҳолати, унинг хўжалик юритувчи субъекти, инвестицион салоҳияти, корхона иқтисодиётидаги тенденциялар ва хўжалик фаолиятининг шартлари тўғрисида етарли даражадаги тўлиқ ҳамда ишончли маълумотларга асосланиши зарур бўлади. Бу ТРХСни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг ишончли прогнозларини ишлаб чиқишга, ҳукумат органлари ҳаракатларини режалаштиришга, туристик-рекреацион салоҳиятни самарали ҳамда оқилона бошқаришга имкон беради.

Туристик-рекреацион хизматлар соҳасида ресурслар салоҳиятининг ягона ахборот-аналитик бошқариш тизимини шакллантириш мониторинг, маркетинг, прогнозлаш, моделлаштириш, стратегик режалаштириш сингари функцияларни назарда тутади.ТРХС нинг ресурс салоҳиятини бошқариш Самарқанд вилоятидаги молиявий, меҳнат, табиий ресурслар салоҳияти ва унинг моддий-техника базаси ҳолати тўғрисидаги маълумотлар

базаси мавжудлигини талаб этади. Мавжуд маълумотлар танқислиги қоидага кўра, мониторинг тадқиқотлари ўтказиш орқали бартараф этилади.

Мониторинг тушунчасини икки хил йўналишда кўриб чиқиш мумкин: биринчидан, маълум жараённинг боришини кутилаётган натижага ёки бошланғич тахминга унинг мослигини аниқлаш мақсадида устидан доимий кузатиш; иккинчидан, инсоннинг хўжалик фаолияти билан боғлиқ атроф муҳит ҳолатини кузатиш, баҳолаш ва прогноз қилиш. Минтақадаги рекреацион фаолият хўжалик юритувчи ва мулк субъектларининг ишлаб чиқариш фаолиятлари оқибатларини бартараф этиш билан узвий боғлиқ, шу сабабли мазкур жараёнда мониторинг бизнинг тадқиқотлар учун ўта муҳим бўлиб ҳисобланади.

Минтақадаги табиий ресурслар салоҳияти ва экологик вазиятни бошқаришнинг зарурий шарти бўлиб, атрофимиздаги табиий муҳит ҳолати ва унинг ўзгариш тенденциялари тўғрисидаги тезкор маълумотларнинг мавжудлиги ҳисобланади. Атрофимиздаги табиий муҳитнинг экологик мониторингини ўтказиш рекреацион фаолият ҳамда ҳудуднинг манфаатдорлигидаги долзарб илмий-амалий соҳалардан бири бўлиб ҳисобланади. Минтақадаги экологик мониторингнинг амалий аҳамияти нақадар юқори эканлигига қарамасдан, ҳозирга қадар у кўп холларда декларатив тавсифга эга бўлмоқда.

Экологик риск назариясининг дунёда тан олинган назариясига мувофиқ, минтақада унинг туристик-рекреацион салоҳиятдан фойдаланишнинг чегаравий, меъёрий даражаси аниқланган бўлиши зарур. Мазкур вазифаларни ижобий ечиш ҳамда ҳал этиш фақатгина мониторинг тадқиқотларини тўғри ташкил этиш орқалигина амалга оширилади. Минтақа (атрофи)даги табиий муҳитни экологик мониторингида асосий эътибор мониторингнинг мавзули соҳалари ўртасида аналитик-маълумотлар алмашинувини ташкил этишга берилади. Бунда энг аввало, республикамизда ва минтақалардаги экологик хизматларнинг мавжуд ҳамда режалаштирилаётган илмий-услубий базасини ишлаб чиқиш талабларига жавоб берадиган ўлчов жихозлари мажмуасини яратиш кўзда тутилади. Шунинг учун, минтақа бошқарув маъмурияти ижтимоий-иқтисодий жараёнларнинг мониторинг тадқиқотлари сингари технологиялардан фойдаланиши зарур бўлади. Бу эса минтақадаги мавжуд иқтисодий ҳолатни тезкор ва прогнозли баҳолашга ҳамда тўғри ва асосланган бошқарув қарорларини қабул қилиш учун мониторинг индикаторларини излаш, уларни гуруҳлаш ҳамда мажмуали ишлов бериш имконини беради.

Ижтимоий-иқтисодий вазият устидан назоратни ушлаб туриш ва минтақани тезда ўзгариб турувчи ташқи муҳитда умумий ривожланиш тенденциясини сақлаб қолиш зарурияти, мониторингни тезкор жорий назорат сингари ташкил этишни талаб этмоқда. Ижтимоий-иқтисодий мониторинг тизими минтақани ривожлантиришнинг барча асосий макроиқтисодий кўрсаткичларини ўз ичига олади: минтақадаги умумий маҳсулотлар ҳажми, жумладан, йирик ва кичик корхоналар бўйича; товар ва хизматларга бўлган истеъмол нарх ва тарифлар индекси, ўртача ҳисобланган иш ҳақи ва ҳ.к.

Назарий ва амалий тадқиқотлар таҳлили қуйидаги хулосаларни олишга имкон берди, минтақавий мониторинг: ҳудудий бошқарувнинг ўзига хос

специфик инструменти бўлиб ҳисобланади; минтақада ички ва ташқи ижтимоий-иқтисодий маконни шакллантириш қонуниятлари тўғрисидаги билимларни тўплашнинг усулидир; вазиятларни меъёрида ривожланиши, унинг четланиш сабабларини аниқлаш, ҳамда прогнозлаш, дастурлаш ва режалаштириш учун асос бўлиб ҳисобланади.

Туристик-рекреацион хизматлар соҳасининг ресурслар салоҳиятини бошқариш тизимида мазкур методни самарали қўллаш учун жамиятни мазкур хизматларга бўлган эҳтиёжини аниқлаш зарур бўлди. Шу мақсадларда хизмат кўрсатиш ёки янги фаолиятни прогноз қилишда жаҳон амалиётида кўп йиллардан бери қўлланиб келинаётган минтақавий маркетингдан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Мазкур ҳолатда минтақавий маркетинг қуйидаги тадбирларни амалга оширишга имкон беради:

минтақада туристик-рекреацион салоҳиятни мақсадга йўналтирилган таркибий қайта қуришни;

мулкчиликнинг республика, минтақавий ва маҳаллий шаклларини қайта тақсимлаш (хусусийлаштириш), ҳамда мулкчиликни оқилона таркибини шакллантириш;

минтақавий даражада хўжалик юритишни ва иқтисодиётни турли секторларида, жумладан давлат секторида ва давлат мулкида бошқарувнинг янада илғор шаклларини жорий этиш.

Маҳаллий минтақавий маркетинг мутахассисларининг таъкидлашича, “ўтиш даврида минтақавий маркетинг концепциясининг глобал мақсадини қуйидаги кўринишда тасвирлаш мумкин: минтақа иқтисодиётини таркибий қайта қуришни таъминлаш, минтақа аҳолисининг турмуш даражаси, шакллантириладиган бозорлар ҳолати ва ўзгариш суръатини чуқур ўрганиш, ҳамда уни таҳлил қилиш асосида иқтисодиётни аралаш ижтимоий йўналтирилган моделини шакллантириш”[1]

Бозор муносабатлари шароитида Ўзбекистон аҳолисининг минтақаларда туристик-рекреацион фаолиятларга: туризм, соғломлаштириш, шаҳар ташқарисида дам олишга бўлган талаби сақланиб қолмоқда, қатор ҳолатларда бу талаб ўсиб бормоқда. Бунга фуқароларнинг чет эл туризмига бўлган қизиқишларининг ўсиб боришини мисол сифатида келтириш мумкин. Баҳолаш натижасида чиқувчи туризм Ўзбекистон фуқароларининг туристик истаклари географиясининг кенгайганидан далолат бермоқда, унга кўра туристик мақсадларда чет элга 2016 йилда жами чиқиб кетганлар сонида (294625 киши) Ўзбекистон фуқароларининг МДҲ мамлакатларига кетганлар бўйича тақсимотида,биринчи ўринда Россияни танлашмоқда 15,9% (46889 киши), иккинчи ўринда Қозоғистон 12,9 % (38284 киши), учунчи ўринда Озарбайжон 2,5 % (3395 киши).

Юқоридаги рақамлардан шундай хулоса қилиш мумкинки, ҳар йили

[1]Лавров А.М.,СурнинБ.К. Реформирование экономики: региональные аспекты.- 4.2.- Региональный маркетинг и тенденции его развития.- Кемерово: «КУЗБАССВУЗИЗДАТ», 2006.-С. 138.

мамлакатдан катта миқдордаги валютанинг оқиб кетиши кузатилмоқда. Агар туризм ва дам олишга янада диққат эътиборлироқ бўлганимизда мазкур валюталар Республикамиз ва унинг минтақаларининг моддий-техникавий ва молиявий базасини мустаҳкамлашга сарфланиши мумкин эди. Ўзбекистон аҳолисининг рекреацион эҳтиёжларини аниқлаш учун, истеъмоли минтақада туристик-рекреацион соҳани ривожланиш даражасини белгилайдиган туристик-рекреацион хизматларга бўлган талаб минтақани бошқаришда маркетинг технологияларидан фойдаланишни кўзда тутади.

З.Т.Бакаев – СамДУ, “Кадрлар менежменти ва бизнес” кафедраси ассистенти

ЎЗБЕКИСТОНДА ИЧКИ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИЯТЛАРИДАН САМАРАЛИ ФОЙДАЛАНИШ ЙЎЛЛАРИ

“Бизнинг минтақамиз, авваломбор, бугунги Ўзбекистон замини ислом илм-фани ва маданиятининг қадимий бешикларидан бири ҳисобланади”[1]

Ҳудудларни барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг муҳим омилларидан бири сифатида ички туризмни жадал ривожлантириш, фуқароларни мамлакатимизнинг маданий-тарихий мероси ҳамда табиий бойликлари билан таништириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида» 2018 йил 7 февралдаги ПҚ-3514-сон қарори[2] қабул қилинди. Унга кўра «Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил!» ички туризмни ривожлантириш дастурини амалга ошириш бўйича амалий чора-тадбирлар режаси тасдиқланди ва амалга оширилмоқда.

Ўзбекистонда биринчи маротаба ички туризмни ривожлантириш бўйича 2018 йил 10 февралдан бошлаб 3 йил муддатга қуйидаги иқтисодий механизмлар жорий этилди:

- ✓ иш берувчининг туризм соҳасида фаолият кўрсатиш бўйича лицензияга эга бўлган субъектлардан ходимлар ва уларнинг оила аъзолари учун республика бўйлаб туристик йўлланмаларни сотиб олиш харажатлари ходимнинг даромади сифатида кўриб чиқилмайди ҳамда юридик шахсдан олинадиган фойда солиғини ҳисоблаб чиқишда чегириб қолиниши лозим;
- ✓ жисмоний шахсларнинг солиққа тортиладиган даромадлари Ўзбекистон Республикаси бўйлаб туристик йўлланмаларни туризм соҳасида фаолият кўрсатиш бўйича лицензияга эга бўлган субъектлардан сотиб олишга йўналтирилган харажатлар суммасига камайтирилади. Бунда

[1] https://kun.uz/uz/news/2017/06/16/savkat-mirzieev-madrasalar-makbaralar-mukaddas-kadamzolar-va-islom-madaniat-markazi-akida

[2] Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 08.02.2018 й., 07/18/3514/0672-сон

туристик йўлланма (айирбошланадиган ваучер), авиа ва темир йўл чипталари, автотранспорт ташкилотларининг ҳисоб-фактуралари (чипталари) ва жойлаштириш воситалари чеклари тасдиқловчи ҳужжатлар ҳисобланади;

✓ туризм соҳасида фаолият кўрсатадиган субъектларнинг солиқ солинадиган базаси Ўзбекистон туризм бренди ва «Uzbekistan.travel» сайти рекламаси бўлган босма маҳсулотларни (хариталар, рисолалар, буклетлар, флайерлар ва бошқалар), сувенир ва қадоқлаш маҳсулотларини (сумкалар, пакетлар, мактаб дафтарлари, ёрлиқлар, ғилофлар, кийим-кечаклардаги ва ошхона анжомларидаги ёзувлар) тайёрлаш ва чоп этишга йўналтириладиган харажатлар суммасига камайтирилади.

Ўзбекистон Республикаси фуқароларига туризм соҳасида фаолият кўрсатиш бўйича лицензияга эга бўлган субъектлардан Ўзбекистон Республикаси бўйлаб сайёҳлик турларини сотиб олиш учун 10 миллион сўмгача истеъмол кредитларини ажратиш ва кредитни иш ҳақи ҳисобидан қоплаш имкониятини бериш тавсия этилди.

Яқин келажак учун прогнозларда «Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил» номли ички туризмни ривожлантиришга йўналтирилган дастур доирасида маҳаллий туристлар сонини ҳам деярли икки бараварга - 14 миллиондан 25 миллионгача ошириш кўзда тутилмоқда. Ушбу вазифани ижросини таъминлашда айни пайтда мамлакатимиз ҳудудларида замонавий туризм инфратузилмасини яратиш чора-тадбирларига алоҳида эътибор қаратилган бўлиб, Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга мурожаатномасида такидлаганидек “Юртимизда 7 минг 300 дан ортиқ маданий мерос объектлари мавжуд ва уларнинг аксарияти ЮНЕСКО рўйхатига киритилган. Самарқанд, Бухоро, Тошкент шаҳарларидаги муқаддас қадамжолар ва ёдгорликларни зиёрат қилишдан иборат бўлган “кичик ҳаж” дастурини ривожлантириш ва жадаллаштириш зарур. Ички туризм соҳасидаги катта имкониятларни ҳам тўлиқ ишга солиш лозим”[1].

Ҳақиқатдан ҳам Президентимиз таъкидлаганларидек “Ўзбекистон ҳам саёҳат, ҳам зиёрат учун қулай мамлакат. Чунки она заминимизда бутун дунёга маълум ва машҳур бўлган аждодларимиз мангу қўним топган. Улар қолдирган бой маънавий-маданий меросга халқаро майдонда қизиқиш жуда катта”[2]. Шу туфайли Ўзбекистоннинг ҳудудлар кесимида туризмнинг зиёрат ва танишув турларини ривожлантириш борасида ўз ечимини кутиб турган масалалар мавжуд.

Мамлакатимизда 7 минг 300 дан ортиқ маданий мерос объектларидан бугунги кунда 3/1 қисмидангина туризм соҳасида туристик маҳсулот сифатида фойдаланиб келинмоқда, қолганлари эса туристик инфратузилманинг шаклланишини, илмий-тадқиқот ишларини

[1]Ўзбекистон Республикаси Президентининг расмий веб сайти. http://prezident.uz/uz/lists/view/1371// ЎзбекистонРеспубликасиПрезидентиШавкатМирзиёевнингОлийМажлисгаМурожаатномаси
[2] http://sputniknews-uz.com/tourism/20171004/6451356.html

олиб боришни, маълумотлар базасини яратишни ва улардан янги туристик маршрутлар тайёрлаш жараёнида фойдаланишни талаб қилмоқда.

Бугунги кунда мамлакатимиздаги муқаддас қадамжолар ва зиёрат масканларини ободонлаштириш ҳамда тамирлаш борасида ҳам кенг кўламли ишлар амалга оширилмоқда. Бу борада, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 15 февралдаги 120-сонли "Муқаддас қадамжолар, зиёратгоҳлар, масжидлар ва қабристонларни ободонлаштириш ишларини самарали ташкил этиш тўғрисида"ги қарорининг қабул қилиниши ва чора-тадбирлар дастурининг ишлаб чиқилганлиги, ҳудудларда ҳали ўрганилмаган ва туризм соҳасида фойдаланилмаган маданий мерос объектлардан самарали фойдаланиш имкониятини беради. Биргина, Самарқанд вилояти бўйича қуйидаги туманлардаги муқаддас объектларни мисол қилиш мумкин:

✓ Пайариқ туманидаги Наврўзтепа, Ғилмонсойтепа, Оқтепа табиий тепаликлари;

✓ Нуробод туманидаги Остона-бобо зиёратгоҳи, Тим қишлоғидаги қадимий арчалар, Қарнобчўл эколандшафтлари;

✓ Қўшрабод туманида Қайнар авлиё булоғи, Эргаш Жуманбулбул ўғли достончилик мактаби;

✓ Нарпай туманидаги Хужа Каризон ота зиёратгохи, Кук ота, Тим кишлоғида Аработа мақбараси, Қўчқорли ота зиёратгоҳи, Саловат ота зиёратгоҳи, Қўтирбулоқ дам олиш маскани ва шифобахш булоғи, Қўштепа иккита табиий тош тепалиги;

✓ Каттақўрғон туманидаги Хўжакарсон , Андоқий зиёратгоҳи ва булоғи, «чўккан туя» шаклидаги табиий ёдгорликлар, Шовкий кабристони ва Каландархона масжиди, Кашан ота зиёратгохи;

✓ Иштихон туманидаги Қорадарё соҳиллари, шайхлар қўрғони;

✓ Пахтачи туманидаги Имом Бахри Ота мақбараси, Добуссия қалъа харобалари;

✓ Булунғур туманидаги қадимий Туятортар канали, Фозил Йўлдош ўғли уй музейи;

✓ Жомбой туманидаги Холвойи қишлоғидаги зиёратгох, Зарафшон дарёси ва Зарафшон қўриқхонаси;

✓ Ургут туманидаги "Чор чинор" чинорлари ва булоқлар, Ғовсул Аъзам зиёратгоҳи, Хўжабтол ота, Миққиллоқ тош, Хужа Омон (Хўжа Мухаммад Абдулло Ал-Живлоний) зиёратгоҳи, Тешиктош, Қайнар, Ширвоғота зиёратгоҳи ва дам олиш масканлари, «Тошқўй» табиий ҳайкали, Буғжаматош, Тошкелинчак, Гўримор табиий тош шакллари, Қайнарбулоқ, Роҳатбулоқ булоқлари, Омонқўтон дам олиш масканлари, эски давон йўллари, тахти Қорачабегим саройи хароболари;

✓ Тайлоқ туманида Тайлоқ ота қўрғони зиёратгоҳи, Бандикушон зиёратгоҳи ва бошқалар шулар жумласига киради.

Бугунги кунда юқоридаги ҳудудларда жойлашган туристик ёдгорликлар ҳақида аниқ тарихий-археологик маълумотларнинг ва

рекламанинг йўқлиги туфайли бу муқаддас кадамжолар фақат маҳаллий аҳоли томонидан зиёрат қилиниб келинмоқда. Натижада ушбу тарихий обидаларимиз юртбошимиз такидлаганидек ички туризмни ривожлантиришда ҳали фойданилмаган катта салоҳият сифатида ўз ечимини кутиб турибди.

Бунинг учун ҳудудларда маҳаллий аҳамиятга эга бўлган моддий маданий мерос объектларни аниқлаб, маҳаллий давлат ҳокимияти органлари, шунингдек юридик ва жисмоний шахсларнинг таклифлари асосида маҳаллий рўйхатларга киритиш лозим бўлмоқда. Объектларнинг тегишли ҳужжатлари тўпланиб, белгиланган шаклда расмийлаштирилган ҳужжатлар тарихий-маданий экспертизадан ўтказишга юборилиши керак. Олинган экспертиза хулосаси асосида объектнинг рўйхатга киритилиши ҳал этилади. Янги объектларни рўйхатга олиш ва рўйхатдан чиқариш ҳисобига рўйхатлар доимий равишда янгиланиб туриши мақсадга мувофиқ.

Ўзбекистондаги муқаддас қадамжолар ва ёдгорликларни зиёрат қилишдан иборат бўлган “кичик ҳаж” дастурини шакллантиришда ва ҳудудларни 2019-2029 йилларда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг ички туризмни ривожлантириш қисмини ишлаб чиқишда қуйидаги масалаларни ҳисобга олиш лозим:

- ҳудудлардаги ўрганилмаган тарихий обида ва ёдгорликларни бакалавр, магистрлар, тарихчилар, туроператор ва бошқа тегишли мутахассислар билан биргаликда илмий-тадқиқот ишларини олиб бориш ҳамда маълумотлар базасини яратиш;
- туризм соҳасидаги олий ўқув юртлардаги мутахассислик фанларини ўқитиш жараёнида ҳудудларда жойлашган тарихий обида ва ёдгорликлар билан яқиндан таништириш бўйича жойларда амалий дарсларни ташкил қилиш;
- ҳудудларда маданий мерос объектларининг маҳаллий рўйхатларини шакллантириш ва доимий янгиланиб боришини таминлаш;
- маҳаллий хокимият ва тегишли соҳа ходимлари билан ҳамкорликда минтақаларда жойлашган тарихий обида ва ёдгорликларига олиб борувчи инфратузилмани шакллантириш мақсадида уларнинг электрон хариталарини, паспортлари ва кадастр хужжатларини тайёрлаш;
- ҳудудларда жойлашган муқаддас қадамжолар ва ёдгорликларни туристик дастурларга киритиш чораларини кўриш, ушбу қадимий ёдгорликлар тарихи ва у ерда сақланиб қолган анъанавий маданиятни кенг тарғиб этиш;
- туризм соҳасининг мазмун-моҳияти, унинг аҳамияти, ривожланиши натижалари, иқтисодий ва ижтимоий функциялари бўйича турли семинар-тренинглар ташкил қилиш ва бу орқали маҳаллий ва хорижий фуқороларнинг ушбу муқаддас қадамжоларга нисбатан қизиқишларини ошириш ва бошқалар.

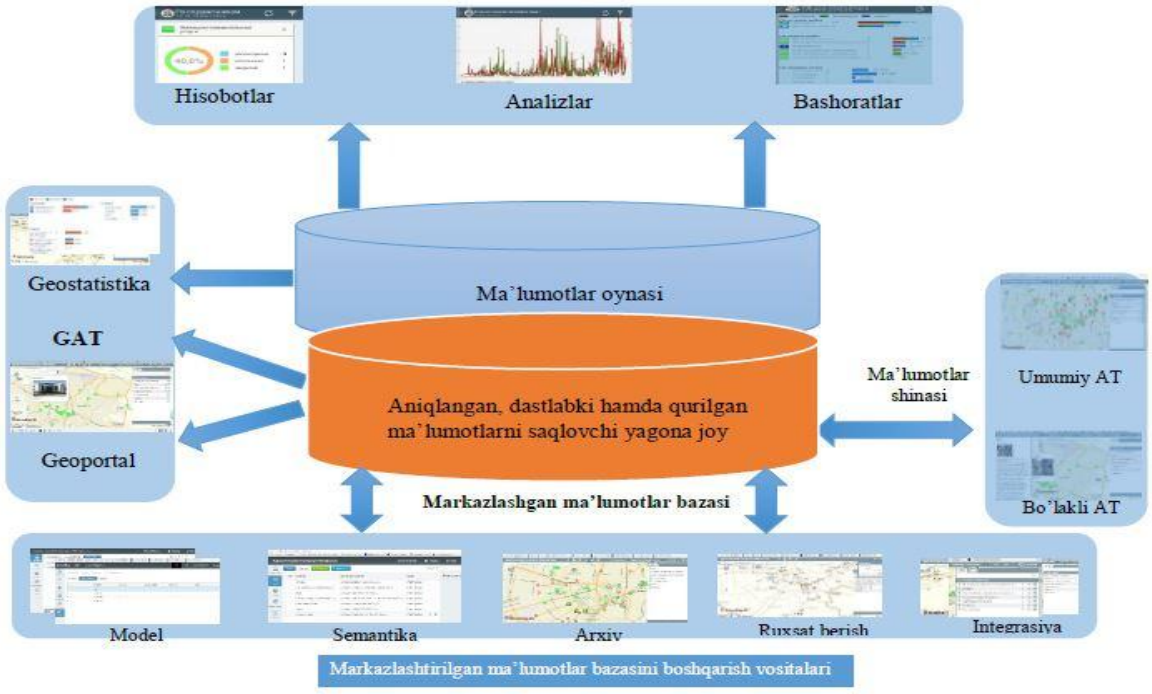
A.N.Muhamadiyev – TATU SF o‘qituvchisi

TURISTIK GEOPARTAL TIZIMINING UMUMIY ARXITEKTURASI

GATni bilishning eng oddiy usuli - u bilan ishlash, uning imkoniyatlarini ish jarayonida bilib olishdir. Aslida GAT- bu bitta texnik vosita, u yordamida nafaqat chiroyli qilib kartani jihozlash, balki yechimi mavjud bo`lmagan ba`zi masalalarni ham yechish mumkin. shu sababli GATning imkoniyatlari juda katta. Demak GAT- turli usul va uslublar yordamida real borliq to`g‘risida to`plangan katta hajmli axborotlarni o`zining ma`lumotlar bazasida jamlab, ishlay oladigan keng rivojlangan tizimdir.

Shu nuqati nazardan olib qaraydigan bo‘lsak, turistik geopartal tizimining umumiy arxitekturasi quyidagi bloklardan tashkil topgan bo‘ladi: (1-rasm)

- Barcha saqlangan ma’lumotlarni analiz qilish uchun asosi vitrinali ma’lumotlar orqali atributiv va qurilayotgan ma’lumotlarni qurish bilan birga ma’lumotlar fazosi va atributlarini integrallashgan bazasi;
- Fazoviy ma’lumotlar bilan ishlash komponentalari;
- Ma’lumotlar bazasini boshqarish komponentalari;
- Namoyishlar va ma’lumotlar analizi komponenti
- Integrallashgan ma’lumotlar shinasi



1-rasm. Turistik geopartal tizimining umumiy arxitekturasi

Integrallashgan ma’lumotlar ombori turli ko‘rinishdagi – fazoli, jadvalli va hujjatli ma’lumotlarni saqlash uchun optimal qaror qabul qilishni ta’minlaydi. Uning asosiy xususiyatlari:

- Barcha komponentalar uchun yagona kirish nuqtasi;

- Ma’lumotlar va funksiyalar darajasida komponentalar o‘rtasida o‘zaro integrallashish;
- Shinali ma’lumotlar orqali online rejimda webservislar yordamida tashqi axborot tizimlari va resurslari orasida o‘zaro bog‘lanish;

Ma’lumotlar bazasini boshqarish komponentalari funksional vizualizatsiya modeli va geoaxborot tizimidagi qurilgan ma’lumotlarni qayta ishlash hamda geofazoli analitikani shakllantirish vazifalarini o‘z ichiga oladi.

- ✓ Fazoviy ma’lumotlarni ifodalovchi geoaxborot tizimi vositalari;
- ✓ Xaritada fazoviy va axborot xususiyati bilan ishlash uchun asboblar
- ✓ Tayyor xarita va alohida fazoviy qatlamlardan erkin foydalanish uchun ruxsat
- ✓ Jadvalli va hujjatli ma’lumotlarni fazoviy ko‘rinishlar bilan integrasiyalash
- ✓ Hisobotlarni axborot-tahliliy quyi tizimi bilan fazoviy ko‘rinishlarni integrasiyalash
- ✓ Fazoviy ko‘rinish hamda analitik ko‘rsatkichlar orasida integrasiyalash’
- ✓ Tahliliy ko‘rsatkichlarga qarab xaritaga avtomatik rang berish
- ✓ Turli ko‘rinishdagi grafik ko‘rsatkichlarni xarita bilan bir xil ko‘rinishda qurish

Namoyishlar va ma’lumotlar analizi komponenti analitik funksiyalar tizimi shaklida, hisobotlarni onlayn rejimda formatlashni hamda tezkor tahliliy ma’lumotlarni bajarishni va maxsus algoritmlar yordamida bashoratlarni formatlashni amalga oshiradi. Yana quyidagi funksiyalarni ham bajaradi:

- Ko‘p o‘lchamli ma’lumotlar ko‘rinishini turli formalarda;
- Axborot resurslarini aniq ko‘rinishini
- Belgilangan vaqtda ko‘p o‘lchamli ma’lumotlarni tahlili
- Belgilangan vakolat doirasida tahliliy materiallarga kirishni tashkil etish
- Analitik hisobotlar, diagrammalar va grafik elementlarini yaratish asboblari
- Fazoviy, jadvalli hamda hujjatli ma’lumotlar bilan integrasiyalash

Markazlashgan ma’lumotlarni bazasini boshqarish vositalarining imkoniyatlari:

- Markazlashgan ma’lumotlar bazasida ma’lumotlar modellarini tasvirlash
- Qidirish, tahrirlash, import va eksport, semantik va hujjatli axborotlarni tasvirlash
- Axborotlarni mohiyati turiga qarab yoki alohida obyektlar uchun foydalanuvchilarga ruxsat berish qoidalarini o‘rnatish
- Tizimda mavjud bo‘lgan oydalanuvchilarning barcha harakatlarini monitoring qilish

Integrallashgan ma’lumotlar shinasida – Kompleks axborot tizimlari va bo‘lakli axborot-tahliliy tizimlari o‘zaro integrallashadi. Integrallashgan ma’lumotlar shinasi orqali aniqlangan dastlabki hamda qurilgan ma’lumotlarni saqlovchi yagona joy hamda ma’lumotlar oynasi yordamida kompleks hamda bo‘lakli axborot tizimlariga murojaat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Геоинформатика : учебник для студ. вузов : в 2 кн. Кн.1 / под ред. В. С. Тикунова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Академия, 2008. - 374 с.
2. Tuxliyev I.S., Hayitboyev R. va boshq. “Turizm asoslari”. Darslik. T.: “Fan va texnologiya”, 2014 y.
3. Трифонова Т.А. Геоинформационные системы и дистанционное зондирование в экологических исследованиях : учеб. пособие для студ. вузов / Т. А. Трифонова, И. В. Мищенко, А. Н. Краснощеков. – М.: Академ. Проект, 2005. - 350 с.
4. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника. [Текст]: учебник для вузов по специальности "Социально-культурный сервис и туризм" / М. А. Морозов, Н. С. Морозова, М: Академия, 2006. – 240 с.
5. Геоинформатика. Толковый словарь основных терминов // Ю.Б. Баранов, А.М. Берлянт, Е.Г. Капралов и др. — М.: ГИС-Ассоциация, 1999. — 204 с.
6. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. - Т.: “Iqtisod-moliya”, 2010 й.

У.Х. Каландаров– преподователь СамИЭС,
Д.Б. Эгамкулова– студентка СамИЭС,
Э.У.Каландарова – студентка СамГИИЯ

ЭФФЕКТ МУЛЬТИПЛИКАЦИИ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

К настоящему времени туризм превратился в один из ведущих секторов мировой экономики. В этой связи в Узбекистане уделяется особое внимание модернизации туристической индустрии, разработке и совершенствованию нормативно-правовой базы для устойчивого развития отрасли, организации обслуживания зарубежных гостей в соответствии с международными стандартами. В годы независимости Узбекистан сделала существенный прорыв в этой области вкупе с сохранением и приумножением историко-культурного наследия народа, возрождением национальных традиций и обычаев, восстановлением и обустройством достопримечательностей республики.

Эффективность в общем понятии означает получение какого-то определенного эффекта, то есть действенность результата.

Экономическая эффективность - это процесс хозяйствования, результат которого выражается определенной выгодой, достигнутой при определенных затратах денежных, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы.

экономическая эффективность туризма означает получение выигрыша (экономического эффекта), от:

- организации туризма в масштабах государства;
- туристского обслуживания населения региона;
- производственно-обслуживающего процесса туристской фирмы.

Экономическая эффективность туризма является составным

элементом общей эффективности общественного труда и выражается определенными критериями и показателями.

Под критерием следует понимать основное требование к оценке правильности решения поставленной задачи. Необходимость критерия возникает потому, что следует четко определить, с каких позиций следует подходить к расчету эффективности производственно-обслуживающего процесса туризма.

Общественное производство функционирует в интересах всего общества, поэтому его эффективность следует оценивать исходя из степени достижения целей общества.

В соответствии с теорией оптимального функционирования экономики эффективность на отдельном "участке" должна оцениваться с позиций общего эффекта, то есть частные критерии эффективности должны соответствовать глобальному критерию, "вытекать" из него.

Общий критерий эффективности общественного производства заключается в достижении в интересах общества наибольших результатов при наименьших затратах средств и рабочей силы. [5]

Проблемы эффективности туризма целесообразно рассматривать с помощью системного подхода.

Системный подход предполагает установление разных критериев и показателей для разных уровней управления и определенную иерархию целей и соответственно им критериев эффективности.

Организационная структура управления туризмом состоит из ряда звеньев:

- системы как диверсифицированного межотраслевого комплекса социально-бытовой инфраструктуры;
- отрасли как самостоятельного хозяйственного звена в масштабах региона;
- туристского хозяйствующего субъекта (туристской фирмы).

Поэтому проблему определения народнохозяйственного критерия эффективности туризма следует рассматривать в трех аспектах: на уровне общества (народного хозяйства в целом), отрасли, отдельной туристской фирмы.

Чтобы сформулировать весь комплекс системы критериев эффективности туризма, необходимо показать, как общая цель деятельности системы на уровне общества распадается на частные цели деятельности отдельных подсистем. Для этого используем прием, называемый "дерево целей и критериев", где каждой цели соответствует определенный критерий, выражающий ту меру, с помощью которой можно судить об успешности достижения цели.

Положительное влияние туризма на экономику государства происходит лишь в том случае, когда туризм в стране развивается всесторонне, то есть не превращает экономику страны в экономику услуг. Другими словами, экономическая эффективность туризма предполагает,

что туризм в стране должен развиваться параллельно с другими отраслями народнохозяйственного комплекса.

Туризм непосредственно участвует в создании национального дохода страны.

Доля туризма в национальном доходе составляет: в Германии - 4,6%, в Швейцарии - 10%. Совокупный вклад туризма в экономику страны включает как прямой, так и косвенный вклад.

Прямое влияние туризма на экономику страны (региона) - это результат расходов туриста на покупку услуг и товаров туризма. Деньги, потраченные туристами в месте пребывания, создают доход, который приводит к цепной реакции: расходы - доходы - расходы - доходы и т.д.

Этот процесс означает косвенное влияние туризма на экономику страны (региона). Туризм генерирует вторичный спрос на товары и услуги. Косвенный вклад туризма в экономику страны проявляется в эффекте повторения затрат туристов на покупку услуг и товаров в определенное время и в определенном месте. Этот эффект называется "эффект мультипликации" или "мультипликатор".

Мультипликатор - это соотношение отклонения от равновесного чистого национального продукта (валового национального продукта за вычетом отчислений на потребление капитала) и исходного изменения в расходах на инвестиции, вызвавшего данное изменение реального чистого национального продукта.

Действие мультипликатора доходов от туризма покажем на следующем условном примере. Группа иностранных туристов тратит в одном из регионов России на услуги туристской фирмы и на покупку товаров и услуг у других предприятий определенную сумму.

Доход - это выручка фирмы и предприятий от продажи туристам услуг и товаров. Доход региона - это налоги, полученные из этой выручки и оставляемые в распоряжение региона.

Деньги туристов начинают полностью работать на экономику региона, когда туристская фирма покупает местные (региональные) товары и услуги. Продавцы этих товаров и услуг, получив деньги от туристов, выплачивают из них заработную плату своим работникам, которые, в свою очередь, тратят их на покупку товаров и оплату услуг и т.д.

Цикл повторяется. Часть денег, полученных от туристов, уходит на уплату налогов, создание фонда накопления, покупку импортных товаров и товаров, произведенных в других регионах, то есть представляет собой утечку денег из данного цикла.

Мультипликационное влияние туризма проявляется в том, что в результате цепной реакции "расходы - доходы" доход, получаемый от одного туриста, превышает сумму денег, израсходованных им в месте пребывания на покупку услуг и товаров,

По оценке швейцарских ученых, мультипликатор дохода от производства услуг туризма существенно дифференцируется в

зависимости от страны или региона и составляет от 1,2 до 4,0.

Экономический эффект от развития туризма в регионе проявляется прежде всего в создании дополнительных рабочих мест в туристской индустрии, повышении занятости населения, а также в стимулировании развития слабых в экономическом отношении регионов. [1, 4]

Качество рабочих мест в туристской индустрии имеет свои особенности, к которым относятся:

- сезонный характер занятости в туристском обслуживании населения;
- значительный удельный вес работников, занятых неполный рабочий день;
- большой удельный вес низко квалифицированного физического труда;
- ограниченные возможности автоматизации и компьютеризации рабочих мест в туристской индустрии (особенно в гостиничном и ресторанном хозяйствах).

Развитие туристской индустрии в регионе и повышение качества туристского обслуживания являются дополнительным источником формирования доходной части территориального бюджета.

Создание предприятий туристской индустрии в удаленных малонаселенных и индустриально слаборазвитых регионах, но представляющих интерес для туристов (из-за красивого ландшафта, богатых охотничьих угодий, мест, удобных для занятий спортом, и т.п.) способствует развитию таких регионов.

Туристский поток - это постоянное прибытие туристов в страну (регион). К показателям, характеризующим объем туристского потока, относятся: общее количество туристов, в том числе организованных и самодеятельных; количество туродней (количество ночевок, койко-дней); средняя продолжительность (среднее время) пребывания туристов в стране, регионе. [2, 3]

Количество туродней определяется путем умножения общего количества туристов на среднюю продолжительность (в днях) пребывания одного туриста в стране (регионе).

Туристский поток - явление неравномерное. Для характеристики неравномерности туристского потока применяют коэффициент неравномерности. В зависимости от цели и задачи анализа динамики туристского потока используют три способа расчета коэффициента неравномерности.

Показатели, характеризующие состояние и развитие материально-технической базы туризма, определяют ее мощность в данной стране (регионе).

Развитие туризма и увеличение объема услуг туризма требуют взвешенного подхода, так как очень высоки социальные последствия принимаемых решений.

Развитие туризма для каждой страны (региона) имеет как преимущества, так и недостатки.

Вывод эффекта мультипликации состоится из увеличивается денежный поток в регион, в том числе приток иностранной валюты, растет валовой национальный продукт, создают новые рабочие места, реформируется структура отдыха, которая может быть использована как туристами, так и местным населением, привлекается капитал, в том числе иностранный. А недостатки развития туризма проявляются атом, что туризм влияет на рост цен на местные товары и услуги, на земельные и другие природные ресурсы, на недвижимость, способствует оттоку денег за границу при туристском импорте, вызывает экологические и социальные проблемы. Бесконтрольное развитие туризма может негативно повлиять на экологическую обстановку в стране, изменить стиль жизни коренного населения.

Список использованных литератур:

1. Дурович А. Маркетинг в туризме. М.: Новое знание, 2013
2. Кабушкин Н. Менеджмент туризма. М.:. Новое знание, 2012
3. Корнетова Е., Дурович А. Маркетинговые исследования в туризме: учебное пособие. М: Новое знание, 2012
4. Сергеев Т. Организация туризма. М.: Новое знание, 2013
5. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма. Учебное пособие. М.: РДЛ, 2012

М.Х.Хамитов – СамИСИ мустақил изланувчиси,
С.А.Абдуҳамидов – СамИСИ мустақил изланувчиси,
О.З.Ҳайдаров – СамИСИ ўқитувчиси

МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СИФАТИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Хизмат кўрсатиш соҳаси инсонлар ҳаётини яхшилашга қаратилган. Инсонларнинг ҳаётини яхшилаш эса бениҳоят кенг қамровли жараён. Шу туфайли хизмат кўрсатиш соҳасининг тармоқлари ва кўлами жуда кенг. Ушбу соҳа одамларга муносиб шароит яратиб бериш билан бирга мамлакат ялпи ички маҳсулотида ҳам ўзининг сезиларли ўрнига эга бўлиб бормоқда.

Мамлакат иқтисодиётининг стратегик тармоғи сифатида туризмни жадал ривожлантириш учун қулай иқтисодий ва ташкилий-ҳуқуқий шарт-шароит яратиш, ҳудудларнинг туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, туризм тармоғини бошқаришни тубдан такомиллаштириш, миллий туризм маҳсулотларини яратиш ва уларни жаҳон бозорларида тарғибот қилиш Ўзбекистоннинг ижобий қиёфасини шакллантиришдаги муҳим омиллардан бири саналади.

Ушбу вазифаларни амалга оширишда Президентимиз Ш.Мирзиёевнинг ташаббуси билан 2016-йил 2-декабрда эълон қилинган “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармонига асосан Ўзбекистон

Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ташкил этилиши мазкур соҳадаги ислоҳотларни янада янги босқичга кўтарди[1].

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга қилган Мурожатномаларида барча соҳалар қаторида туризм саъноати борасида қуйидаги фикрларни билдирди: «Ҳозирги кунда миллий иқтисодиётга юқори даромад келтирадиган истиқболли тармоқлардан бири - бу туризмдир. Ўзбекистон туризм соҳасида дунё бўйича улкан салоҳиятга эга бўлган давлат ҳисобланади. Юртимизда 7300 дан ортиқ маданий мерос обектлари мавжуд ва уларнинг қарийб 200 таси ЮНЕСКО рўйхатига киритилган.[2]

Статистик маълумотларга кўра 2016 йилда юртимизга 1 миллион 800 минг сайёҳлар ташриф буюрган ва 2017 йилда бу кўрсаткич қарийб 2 миллион 700 мингга етди, 2018 йилда эса мамлакатимизга 5 миллион 300 мингдан ортиқ сайёҳлар ташриф буюрганини кўрсатмоқда.[3]

Туризм соҳасининг ривожланиши бевосита меҳмонхона хўжалигининг ривожланишига катта туртки беради. Ҳозирги кунда меҳмонхона билан боғлиқ бўлган тадбиркорлик дунёда энг ривожланган бизнес ҳисобланади. Меҳмонхона бизнеси деганда нафақат йирик меҳмонхоналар, балки кичик хусусий меҳмонхоналар бизнесини ҳам инобатга олиш зарур, чунки ҳар қандай меҳмонхона безнеси билан шуғулланиш нафақат, туризм соҳаси, балки иқтисодиётда ҳам энг даромадли бизнес бўлиб қолмоқда.

Бу борада Давлатимиз раҳбарининг 2019 йил 5 январдаги "Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги Фармони асосида яна 45 та давлат фуқаролари учун 30 кунлик визасиз тартиб жорий этилди, бундан ташқари 70 дан зиёд мамлакат фуқароларига электрон виза олиш имконияти яратилди.[4]

Замонавий меҳонхона корхоналарида хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш муҳим омил ҳисобланади. Бунга сифат стандартларини ишлаб чиқиш ва жорий этиш, персонални ўқитиш, меҳмонхона фаолиятининг барча жабҳаларида хизмат кўрсатишни назорат қилиш, тўғрилаш, такомиллаштириш киради.

Меҳмонхоналарда сервис хизматларини жаҳон андозаларига мослаштириш, улардаги хизмат турларини такомиллаштириш ва сифатини ошириш, уларни ўрганишда макро ва микро муҳити тадбирларини қўллаш соҳа ривожини таъминлайди. Демак, ушбу соҳани ривожлантириш мамлакат иқтисодиётини юксалишига олиб келар экан, бугунги кунда унинг жаҳон миқёсидаги ҳолатини таҳлил қилиш мақсадга мувофиқдир.

---

[1] «Ўзбекистон Республикаси туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори.2016 йил 2 декабр, ПҚ-2666-сон.

[2] Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга қилган Мурожатномаси 2017-yil 23-dekabr.

[3] www.stat.uz

[4] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги ПҚ-4095-сонли “Туризм тармоғини жадал ривожлантиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори

Меҳмонхона саноати корхоналари фаолиятини хориж тажрибасини ўрганиш, шубҳасиз, меҳмонларга хизмат кўрсатиш сифатини яхшилашда катта рол ўйнайди. Хизматчилар меҳмонлар томонидан замонавий хизмат даражасига қандай талаб қўйилиши ҳақида тасаввурга эга бўлмаса улардан мижозларга юқори даражада хизмат кўрсатишларини талаб қилиш жуда қийин. Ўзбекистондаги меҳмондустлик саноати ўзига хос шароитларда фаолият кўрсатаётганлигини эътиборга олиш керак.

Меҳмонхона хизматлари ишлаб чиқариш ва истеъмолида сифат масалалари жуда муҳим рол ўйнайди. Сифатли хизмат кўрсатмайдиган меҳмонхона корхонаси ўзининг асосий мақсадларига эриша олмайди. Турли меҳмонхона корпорациялари ривожланишининг тарихи фойда сифатнинг маҳсули эканлигини кўрсатади.

Меҳмонхона корхонаси олдида хизмат кўрсатиш сифатини керакли даражада сақлаб туриш, камчиликларни ўз вақтида бартараф этиш, хизмат кўрсатиш сифатини ошириш стратегиясини ишлаб чиқиш вазифаси туради.

Мехмонхонларда хизмат сифатини бошқариш муҳим омил ҳисобланади. Бу сифат стандартларини ишлаб чиқиш ва жорий қилиш, персонални ўқитиш, меҳмонхона фаолиятининг барча буғимларида хизмат кўрсатишни назорат қилиш, тўзатиш ва такомиллаштиришни англатади.

Меҳмонхона раҳбарлари ўз бошқарув амалиётларига ижобий ўзгаришлар киритиш жавобгарлигини ҳис қилишлари жуда муҳим. Ресурсларни бошқариш маҳсулот сифатига бўлган аксиома ва одатий концепцияларга скептик ёндошиб, қадриятлар балансига янги, самаралироқ ёндашувларни қабул қилиш лозим. Шубҳасиз даромадларни бухгалтерия ҳисоби бошқарув назоратининг устувор йўналишларидан бўлиб қолади. Шунга қарамасдан замонавий шароитларда корхонанинг режа ва вазифаларининг бажаралиши ресурслар ва сифатни бошкаришнинг даромад ошишига таъсирини кучайтиради. Бу эса меҳмондўстлик саноатининг фаолиятига ижобий таъсир кўрсатади.

Халқаро ва миллий мувофиқлик сертификатига эга ҳамкорлар билан ишлаш хизмат кўрсатишни юқори даражали бўлишини таъминлайди. Бундан ташқари, таклиф этиладиган хизматлар сифати учун мажбуриятни таъминловчи самарали суғурта институтларини ташқил этиш ҳам зарурдир. Бу институт иқтисодий жараёнда иштирок этаётган барча иштирокчилар (истеъмолчи, тадбиркор, давлат) манфаатига тўғри келсагина мақсадли ҳисобланади. Демак, сифат менежментининг мажмуали тизимига кирувчи туризм хизматлари сифатини баҳоловчи мезонларни ишлаб чиқиш, олинган мезонлар ёрдамида сифат мониторингини олиб бориш, туризм бизнесини такомиллаштириш бўйича тадбирлар жорий этиш зарур.

Меҳмонхона ва туристик фирмаларнинг имкониятларини кенгайтирувчи, стратегик вазифаларидан бири таклиф этиладиган хизматлар сифатини баҳолаш ҳисобланади.

Меҳмонхона хўжаликларида хизмат кўрсатиш сифатига таъсир кўрсатувчи омилларни чуқурроқ ўрганишни талаб қилади. Чунки ушбу кўрсаткичнинг даражаси бошқа жуда кўп иқтисодий-ижтимоий кўрсаткичларнинг ҳолатига боғлиқдир ва бу омилларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

✓ Моддий-техника базасининг ҳолати, яъни: меҳмонхона биноларнинг қулай режалаштирилганлиги ва сифатли жиҳозланганлиги, жамоат ва яшаш хоналарининг қулай мебел ва ускуналар билан жиҳозланганлиги, тўлиқ комплектли юқори сифатли чойшаблар, замонавий ошхона жиҳозлари, қулай лифтлар ва ҳ.к.

✓ Хизмат кўрсатишнинг илғор технологияси. Бунга: жамоат ва турар хоналарни тозалаш тартиби ва усуллари; мижозларни рўйхатга олиш ва улар билан ҳисоб-китоб қилиш, ресторан ва барларда овқатлар ва ичимликларни тайёрлаш ресептлари, савдо залларида хизмат кўрсатиш шакллари ва бошқалар киради.

✓ Хизмат кўрсатувчи персоналнинг юқори даражада профессионаллиги, унинг меҳмонга аниқ, тез ва маданиятли хизмат кўрсатишга қодирлиги ва тайёрлиги.

✓ Меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш. Бунга сифат стандартларини ишлаб чиқиш ва жорий этиш, персоналнинг малакасини муттасил ошириш, меҳмонхона фаолиятининг барча жабҳаларида хизмат кўрсатишни назорат қилиш, тўғрилаш, такомиллаштириш кабилар киради.

✓ Шунингдек, сифат менежментининг мажмуали тизими ҳисобланган туризм хизматлари сифатини баҳоловчи мезонларни ишлаб чиқиш, олинган мезонлар ёрдамида сифат мониторингини олиб бориш, туризм бизнесини такомиллаштириш бўйича тадбирлар жорий этиш тавсия этилади.

III ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

Н.А.Ибрагимов – д.э.н., профессорСамИЭС, директор по развитию ООО “MARAKANDA TRAVEL”

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПЛАН ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

Туризм определен наиболее приоритетной отраслью экономики страны, созданы благоприятные условия предпринимателям, туристам из 45 стран установлен безвизовый режим сроком на 30 дней, принята и реализуется государственная программа развития туризма.

Благодаря усилиям государства, в течение последних двух лет существенное развитие получил местный туризм, лучше знать собственную историю, страну проживания, интерес населения собственными глазами увидеть грандиозные изменения, происходящие в разных областях Узбекистана способствовали интенсивному росту туристического потока между регионами.

Инициированая государством позитивные изменения в развитии туризма способствуют дальнейшему ускоренному развитию предпринимательства в этой сфере и появляется возможность каждому туропературу разработать собственную стратегию развития или внести существенные изменения с учетом новых возможностей роста с большими амбициозными планами.

Как разработать этот важный для туристической компании документ?

Подготовительная работа. Работы этого этапа заключается:

во-первых, в проведении тщательного анализа финансового, техническо - технологического, имущественного, людского потенциала компании;

во-вторых, в анализе рыночной позиции компании;

в-третьих, анализ наработанного опыта компании, других нематериальных активов (долгосрочные партнеры, присутствие в Интернет ресурсах и социальных сетях и др.).

Анализ финансового состояния туристической компании должен ответить на такие вопросы, как способность привлечения денежных ресурсов для инвестиций на развитие имеющихся и разработки новых направлений деятельности.

Технико-технологический анализ заключает в себя наличие у пред-

приятия необходимой инфраструктуры для современного офиса (компьютерная и организационная техника), транспортной и специальной техники, необходимой для оказания высококачественных услуг.

Офис современной туристической компании должен быть оснащен компьютерами, объединенными в единую сеть и подключенными в сеть Интернет, наличие сканера, цветного принтера, копировальной машины, цифрового фотоаппарата с высокой разрешимостью будет способствовать ускоренной и качественнойразработки необходимых документов, рекламных и других материалов.

Туристические компании для оказания туристических услуг используют различные виды транспорта и только при использовании автотранспорта может максимально обеспечивать лучшее качество, поэтому наличие собтсвенного автотранспорта (автобус, микроавтобус, автомобиль седан и др.) или арендованного с жесткими условиями будет работать на имидж компании.

Кроме того, отдельные виды туризма требует специальной техники. Например, велотур можно организовать при наличии специальных велосипедов и техники для их перевозки в промежуточных к велопробегу участках (автомашина или автоприцеп).

Наличие собственного здания офиса является более предпочтитетльным чем арендованное для дальнейшего ускоренного роста компании. Если в балансе предприятия имеется другое имущество (движимое и/или недвижимое), появляется возможность прилечения кредитных ресурсов для софинансирования меропритяий по развитию.

Квалификация персонала, их опыт в туристической сфере, владение иностранными языками, уровень менеджмента также имеет важное значение для разработки стратегии развития компании.

При анализе рыночной позиции компании необходимо установить сегментацию деятельности компании. Структура услуг, а именно, удельные веса услуг, оказанных иностранным туристам, и местным туристам – необходимо анализировать в денежном выражении и по количеству туристов и туристо/дней. Результаты анализа наряду с определением рыночной позиции, оценки ее сегментов, будут показывать возможности роста по направлениям деятельности компании.

Из года в год компаии пробретают важный для дальнейшего роста опыт, надежных и долгосрочных партнеров, узнаваемость и имидж, присутствие в Интернет ресурсах и социальных сетях. Каждый из этих нематериальных активов и оценка их масштабов важны для обозначения возможностей компании в будущем.

Разработка стратегического плана развития.Обычно стратегический план сожержит достижимые результаты через 3-5 лет, поскольку ряд мер в рамках плана развития будут нацелены на долгосрочную перспективу.

На наш взглад, первая часть стратегического плана должна содер-

жать мероприятия и инвестиции по развитию той деятельности, благодаря которой компания достигла текущего состояния развития. Кроме этого, в сферах функционирования предприятия оно лучше и больше может наметить направления развития с минимальными временными и материальными затратами и риском.

Например, туристическая компания занимается въездным туризмом и предлагает иностранным туристам туристические услуги на территории Узбекистана. У этой компании наибольше туристов допустим из Германии, Франции, им предлагается в основном классические туры по историческим достопримечательностям, частично велотуры по стране. Стратегический план развития должен найти ответы на следующие вопросы:

- Какие меры необходимо предпринимать для увеличения количества туристов от нынешных зарубежных компаний-партнеров?
- Какие возможности по увеличению дней пребывания в стране с нынешными партнерами по классическим турам?
- Какие пути продвижения велотуров с нынешными партнерами?
- Какие новые турпакеты можно предложить нынешным партнерам, с которыми связывает компанию долгосрочное и доверительное сотрудничество (диверсификация турпродуктов)?

Находя ответы на каждый из этих вопросов, необходимо наметить мероприятия, их финансовое, материальное и людское обеспечение, временные рамки и прогнозировать ожидаемый результат от каждого мероприятия.

Улучшение эффективности использования имеющихся транспортной и специализированной техники является следующим разделом Стратегического плана компании. Изучение показывает, что ни один туроператор пока еще не смог дастичь полной загруженности своего автотранспорта принимающими туристами, поэтому оказание сторонних услуг по перевозке туристов и других пассажиров может служить увеличению денежного притока, повышению финансовой стабильности, следовательно, создает финансовые условия для реализации стратегических целей компании.

Также обстоят ситуация со специальной техникой. Например, для организации велотуров для группы иностранных туристов компания приобрела более двух десятков велосипедов должного класса, провела велотур на высоком уровне. Однако, велосипеды были задействованы лишь только на время велотура одной группы. Компания, наряду с продвижением велотуров среди потенциальных получателей услуг, должна работать по предоставлению в аренду велосипедов с автоприцепом, что также будет способствовать увеличению притока денежных средств.

Следующий раздел Стратегического плана необходимо посвятить вопросам диверсификации туристических продуктов, стран и найти ответы на следующие вопросы:

- Какие меры может привлечь дополнительных туроператоров из тех же стран, в которых осуществляют деятельность нынешные партнеры?
- В каких новых странах сделать усилия по продвижению своих услуг?
- Какие новые туристические продукты может предлагать компания?

В этом же разделе необходимо разработать новые для компании направления развития. Например, если она занимается преимущественно занимается приемом иностранных туристов, необходимо разработать мероприятия по организации выездного туризма (отправка отечественных туристов на зарубежные туристические поездки, лечение, деловые поездки), налаживания продвижения местного туризма. Они приобретают для любой компании особую актуальность если учесть то, что прием иностранных туристов носит сезонный характер и примерно половина календарного года все ресурсы туркомпании простаивают.

Заключительные рекомендации.Разрабатывая каждый пункт Стратегического плана необходимо обрпатить внимание на их выполнимости со стороны персонала, обеспеченности финансами и техническими ресурсами, возможностей и условий внешней среды, поскольку нереализованное мероприятие может поставить под угрозой выполнение дальнейшее развитие компании.

Реализация стратегического плана приравнивается выполнению миссии и целей компании, ибо без амбициозных, реально просчитанных целей не моежт быть ни одна успешная компания, в том числе и в туристической сфере.

В.Бердиқулов – СамИСИ , Маркетинг кафедраси мудири , и.ф.н.

ЎЗБЕКИСТОН ЧИҚАРАЁТГАН ЕВРОБОНДЛАРНИНГ ЖОЙЛАШУВИДА МАРКЕТИНГ СИЛЖИТИШЛАРИНИНГ РОЛИ

Ўзбекистоннинг жаҳонга ва жаҳон молия бозорларига танилишида, шунингдек, хорижий инвесторлар маблағларини мамлакатнинг ҳар хил ижтимоий муаммоларини ҳал этишга жалб қилиш имкониятини яратишда евробонднинг аҳамияти жуда катта.

Дунё инвесторларига Ўзбекистон тўғрисида очиқ манбаларда ахборотлар етарли даражада эмас,шунинг учун чуқур маркетинг тадқиқотлари коммуникациялари талаб этилади,бунинг натижасида, евробонд чиқарилганда мамлакатимиз ҳақидаги маълумотлар ва эмиссия проспекти инвесторларга тақдим қилинади,уларда Ўзбекистон ҳақида кенг кўламда, ҳар томонлама таҳлил қилинган иқтисодий-молиявий кўрсаткичлар кўрсатилган, бундан ташқари евробонд учун муҳим бўлган суверен рейтинг орқали мамлакатнинг кредит имконияти ҳақида дунё тан

олган рейтинг агентликлари берган ҳаққоний мустақил баҳога эга бўлишади.

Маркетинг коммуникациялари орқали, дунёнинг етакчи молия марказлари (Лондон,Нью-Йорк,Бостон,Лос-Анжелес,Сан-Франсиско,Ҳонг-Конг,Сингапур) да инвесторлар билан ҳар хил маркетинг тадбирлари ёки "роудшоу" ларини ўтказиш ҳам инвесторларга Ўзбекистон тўғрисида тўғридан-тўғри ахборотлар бериш имконини беради.

Евробонд Ўзбекистонда йирик ва узоқ муддатли инвестицияларни молиялаштиришнинг манбаи ҳам ҳисобланади, у чет эл валютасида маблағларни ўрта ва узоқ муддат билан (30 йилгача) жалб қилишга хизмат қилади, суверен эмитентлар учун ҳар бир евробонд миқдори 500 миллион АҚШ доллари ва ундан юқори бўлиши мумкин, бу маблағларни эмитент-Ўзбекистон ўзи истаган соҳалардаги зарур лойиҳаларга йўналтириш имкониятига эга бўлади.

Бундан ташқари, евробонд инвесторлар доирасини кенгайтириш ва инвестиция манбаларини диверсификация қилиш шароитини ҳам яратади, амалга оширилаётган маркетинг тадқиқотлари натижаларига кўра, ҳозирги пайтда Ўзбекистонга берилаётган кредитларнинг структураси ҳамда мазмун, моҳияти жиҳатидан уларнинг аксарият қисми халқаро молия институтлари ва бошқа расмий ташкилотлардан берилаётганлигини, улар имтиёзли ва паст фоиз ставкаларида эканлигини, лекин, буларнинг ҳажми, ишлатиш йўналишлари ва муддати чекланганлигини ёки давлатга қўшимча шарт ва мажбуриятлар юклатилганлигини кўрсатди.

Евробондни эса кам эмас, юзлаб инвесторлар сотиб олишади, уларнинг аксарияти хусусий инвесторлар бўлиб, қўшимча ҳеч қандай шарт ва мажбуриятлар қўйишмайди, евробонд яна барқарор иқтисодий сиёсат юритиш барометри сифатида ҳам хизмат қилади, чунки уни чиқариш орқали Ўзбекистон иқтисодий ривожланиш, барқарор монетар ва фискал сиёсат олиб боришга тайёр эканлигини дунё инвесторларига намойиш этади, иккиламчи бозорда евробонд нархлари тушиб, фоиз ставкалари ошиб кетмаслиги учун мамлакатда ижобий ривожланишни давом эттириш муҳим рол ўйнайди, агар нотўғри иқтисодий сиёсат олиб борилса, мамлакатнинг иқтисодий ёки молиявий салоҳияти пасайса, бу Ўзбекистон чиқарган евробондларга талабни камайтириб, уларнинг нархларига салбий таъсир этиши мумкин.

Шунингдек, евробонд Ўзбекистоннинг корпоратив (банк) эмитентларига катта ёрдам беради, чунки у орқали мамлакатимизнинг йирик банклари ва компанияларининг халқаро маркетинг коммуникацияларига қўшилиши ҳамда жаҳон молия бозорларига чиқишлари осон кечади, у улар учун суверен " бенчмарк " яратиб беради. Корпоратив евробондлар чиқариш мамлакат корхоналаридан ўта юқори стандартларда молиявий ҳисоботни ҳамда бизнес учун имконият ва хатарларни очиқлашни талаб этади, бунда мустақил рейтинг агентликлари, аудитор, юридик фирмалар, инвестицион банклар ва халқаро биржа

вакиллари фаол қатнашиб, корхона-эмитентнинг кредит ҳолатини чуқур ва кенг таҳлил қилади.

Шу билан бирга, давомли ҳисобот мажбурияти ва иккиламчи бозордаги евробонд нархи масъул ширкат раҳбарларини самарали фаолиятга ундайди, пировардида, евробонд Ўзбекистон корхоналарида корпоратив бошқарувни жаҳон даражасига олиб чиқишга туртки бўлади ва турли соҳаларга тўғридан-тўғри инвестициялар оқимига ижобий таъсир этади.

Жаҳон амалиётидан маълумки, дунёнинг кўплаб мамлакатлари евробонддан тушган пулларни аввало, бюджет камомадини қоплашга, олтин-валюта заҳираларини мустаҳкамлашга, давлатнинг ташқи қарзларини оптималлаштиришга ёки давлат инвестицияларини жадаллаштиришга сарфлашади.

Маркетинг прогнозларининг маълумотларига кўра Ўзбекистон бу пулларни кўпроқ инфраструктурани яхшилашга қаратилган давлат инвестициялари учун ишлатишга ҳаракат қилиши мумкин, чунки, мамлакатда давлат ташқи қарзи мўътадил миқдорда. Хорижий инвесторлар ҳам евробонд орқали олинган маблағни асосий капиталга инвестиция қилинишини, яъни мамлакатнинг иқтисодий салоҳиятини қуради.

Ўзбекистонда евробонд орқали олинган маблағлар вилоятларда инфратузилма объектларини қуриш, яъни вилоятларнинг чекка ва чегараолди ҳудудларида автомобиль ва темир йўллари қуриш, канализация, сув ва электроэнергия тармоқларини яхшилаш, ўрта ва кичик қувватли муқобил энергия тизимларини, жумладан, қуёш ва шамол энергиясини ҳудудларда ривожлантириш каби лойиҳаларга йўналтириши айни муддао бўлади, шунингдек, ушбу маблағлар “Обод қишлоқ” ва “Обод маҳалла” давлат дастурлари доирасидаги инфратузилма объектлари лойиҳалари ҳамда давлат хусусий шерикчилик асосида янги иш ўринлари яратишга қаратилган истиқболли инвестиция лойиҳаларига ҳам йўналтириши кўзда тутилган.

2019-йилги қабул қилинган давлат бюджетида тақчиллик кўрсатилгани туфайли маблағлар бюджет камомадини ёпишга ҳам сарфланиши мумкин.

Ҳар бир мамлакатнинг тараққиёти учун етарли даражада олтин-валюта заҳираларини сақлашмуҳим аҳамиятга эга, улар миллий валютанинг, монетар сиёсат ва тўлов балансининг барқарорлигини таъминлайди. Мустақил рейтинг агентликлари ва инвесторлар ҳам олтин-валюта заҳираларининг етарли даражада бўлишига эътибор қаратишади.

Ўзбекистоннинг 27 миллиард АҚШ долларидан ортиқ олтин-валюта заҳиралари бор, аммо барибир ҳам евробонд чиқариб, жаҳон молиявий ҳамжамиятида ўзининг имкониятларини яна бир бор таъкидлаш билан биргаликда, иқтисодий ва ижтимоий йўналишлардаги муаммоларини евробонд тушумларидан оқилона фойдаланиб, ҳал этишга интилмоқда, зеро бундай заҳиралари жуда юқори бўлган Саудия Арабистони (456 млрд.доллар), Россия (366 млрд. доллар), Польша (106 млрд. доллар) каби

давлатлар ҳам жаҳон молия бозорида фаол иштирок этишади ва евробондлар чиқаришади.

Халқаро молия институтларининг имтиёзли ва мақсадли кредит фонд ставкалари кўп ҳолларда хусусий сектор ҳисобланмиш евробонд инвесторларининг фоиз ставкаларидан паст бўлади, Ўзбекистондаги лойиҳалар бундай ташкилотларнинг арзон кредитларига муносиб бўлса, албатта биринчи ўринда бу молия манбасидан фойдаланишда давом этиш керак, евробонд унга қўшимча равишда бошқа лойиҳалар учун ортиқча сиёсий шартларсиз чиқарилади, ундан ташқари халқаро молия институтлари ҳар бир давлатга белгиланган миқдордан ортиқ маблағ бераолмайди ва узоқ муддатда Ўзбекистоннинг ривожланиш стратегияси фақатгина бу ташкилотларга таянмаслик лозимлигини, бошқа шиддат билан ривожланаётган (Туркия, Жанубий Африка Республикаси, Польша, Руминия) мамлакатлар мисолида кўриш мумкин.

Одатда молия бозорлари барқарор бўлмайди, чунки унинг мувозанатига талаб ва таклифдан бошқа кўп омиллар (масалан, геосиёсат, АҚШ билан Европа Марказий Банкининг монетар сиёсати ва ҳакоза) таъсир ўтказади, 2018-йилнинг иккинчи чораги шундай ўзгарувчанликка бой бўлди, бу евробондлар эмиссияси учун ҳам салбий таъсир кўрсатди, эмитентларга бозор тинчлангунча кутиш тавсия қилинади, акс ҳолда кутилгандан юқорироқ фонд ставкаси тўлашига тўғри келиши мумкин, бу хатар афсуски эмитентнинг назоратида эмас, лекин, бозорга чиқиш санасини қатъий белгиламай, бозор яхшиланишини кутиш учун имконият яратиш бу хатарнинг салбий таъсирларини камайтиради.

Одатда евробонд шартнома ҳужжатлари инглиз қонунига асосан тузилади, инвесторлар ва эмитент ўртасидаги келишмовчиликлар Англия судларида кўрилади, бундан ташқари, жаҳон молия бозорида АҚШ, Европа иттифоқи, БМТ нинг санкциялари жуда қаттиқ назорат қилинади.

Масалан, Россиянинг давлат тасарруфидаги айрим банклари ва компаниялари шундай санкциялар остида эканлигини инобатга олсак, евробонд орқали жалб қилинган маблағлар Россиянинг мазкур ширкатларига тўланиши мумкин эмас.

Ўзбекистондаги амалга оширилаётган иқтисодий-молиявий муносабатларининг асосида жаҳон андозаларига тўлиқ мос келадиган ҳуқуқий меъёрий ҳужжатлар мужассамлашган бу эса мамлакатимиз чиқараётган евробондлар дунё ишбилармонларининг сармояларини юртимизнинг равнақи ва халқимизнинг фаравон ҳаёти учун қилинаётган саъй-ҳаракатларга ҳеч қандай хавф-хатарларсиз жалб қилаверади деган умиддамиз.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Мирзиёев Ш.М. Қонун устиворлиги ва инсон манфаатларини таъминлаш юрт тараққиёти ва халқ фаравонлигининг гарови. “Ўзбекистон”, НМИУ, 2017й.
2. Ўзбекистон Республикасининг қонуни. Қимматли қоғозлар тўғрисида.
3. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Ахборотномаси. 1999 й.
4. Абдувоҳидов А.М. Туризмда коммуникация. Ўқув қўлланма. Т. ТДИУ. 2011 й.
5. Молиявий қонунлар. Журнал. 2016 й.

Ш.М.Исломов – СамИСИ катта ўқитувчиси, и.ф.н.,
С.Ш. Уразов– СамИСИ ассистенти,
Ж.Н.Ахмедов – СамИСИ ассистенти

ИШЛАБ ЧИҚАРИШ КОРХОНАЛАРДА МЕҲНАТ САМАРАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ МЕЗОНЛАРИ ВА КЎРСАТКИЧЛАРИ ТАСНИФИ

Ҳозирги инновацион ривожланиш шароитида ишлаб чиқариш корхоналарида ушбу йўналишда комплекс баҳолашда ягона хулоса мавжуд эмас. Шу сабабли меҳнат самарадорлигини комплекс баҳолаш услубиятини ишлаб чиқиш долзарб муаммолардан бири ҳисобланади. Меҳнат самарадорлигини комплекс баҳолаш услубиятини ишлаб чиқишда уни аниқловчи мезон ва кўрсаткичларни назарий жиҳатдан тадқиқ қилиш муҳим аҳамиятга эга.[1]

Ҳар бир ишлаб чиқариш корхонаси фаолиятида меҳнат самарадорлигини комплекс таҳлил қилиш фақат самарадорлик мезонини ўз ичига олиши билан чегараланиб қолмаслиги зарур, чунки мезон асосан самарадорликни оширишнинг моҳияти ва асосий вазифаларини ифодалайди, лекин ўлчов ҳамда баҳолаш воситаси бўлиб хизмат қила олмайди. Ушбу вазифани меҳнат самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ҳал қилади.

Меҳнат самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичларини тизимлаштириш керак, чунки ҳар қандай тармоқ корхона ва ташкилотлари хўжалик фаолиятининг мураккаблиги меҳнат самарадорлигининг мавжуд кўрсаткичларидан корхона, ташкилот хўжалик фаолиятини меҳнат муносабатларининг барча томонларини ҳисобга олувчи ҳамда баҳоловчи кўрсаткичларини асосий кўрсаткич сифатида ажратиш нотўғри ҳисобланади.

Иқтисодий адабиётларда самарадорлик кўрсаткичлари турлича:

а) баҳолаш миқёси бўйича;

б) ресурслардан фойдаланиш даражаси бўйича;

в) кўрсаткичларнинг аҳамияти бўйича; г) уларнинг қарорлар қабул қилишдаги роли бўйича;

д) умумлаштирилган даражаси ва бошқа таснифлари учрайди.

Ишлаб чиқариш иқтисодиётида оддий меҳнат туринининг ўзгариши “меҳнат самарадорлиги” тушунчасини янада кенгроқ қўлланилишига олиб келди. Инсон эҳтиёжларини қондириш мақсадида якуний натижага эришиш учун нафақат амалдаги меҳнат харажатлари, балки жамиятдаги барча ресурс захиралари, жумладан, интелектуал ресурслар ҳам жалб этилади. Шу сабабдан замонавий бозор иқтисодиёти мавжуд ресурслар ва билимлардан фойдаланган ҳолда инсон эҳтиёжларини самарали қондириш масаласида максимал натижага эришади. Бозор иқтисодиётида турли

[1] Ж.Ш.Тухтабаев “Меҳнат самарадорлигини оширишнинг ижтимоий-иқтисодий мазмуни”. Т.: // Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. 2014. № 5 (610), - 45 б.

ишлаб чиқариш ресурсларини ва жонли меҳнатни баҳолашда унинг қиймати асосий ўрин тутади.

Меҳнатнинг мақсади ва ресурслар сарфини белгилаб берувчи эҳтиёжларнинг кўп қирралиги меҳнат самарадорлиги мезонини яратишни тақозо қилади. Кенг маънода "Мезон" – бу бирор нарсани тартибга солиш, аниқлаш ёки баҳо беришда асосий ўрин тутувчи белги, асосдир. Мезон тушунчасининг кенг маъноли таснифидан келиб чиққан ҳолда самарадорлик мезони қуйидаги мақсад ва вазифаларни ўзида акс эттиради: "ижтимоий эҳтиёжни тўла маънода қондириш ва чекланган ресурсларни сарфлашни минимал даражага қисқартириш. Шу сабабдан ҳам ижтимоий-иқтисодий тарафдан қараганда, моддий ва маънавий жамият эҳтиёжини қондириши мумкин бўлган ҳар қандай меҳнат тури самарали ҳисобланади. Техник ишлаб чиқариш нуқтаи-назаридан қараганда эса ижобий натижага эришиш учун ҳар қандай меҳнат турини замонавий техник воситалар орқали минимал даражага қисқариши самарадорлик мезонини белгилаб бериши мумкин"[1].

Меҳнат самарадорлигининг моҳиятидан келиб чиққан ҳолда меҳнат самарадорлиги мезонини умумий меҳнат сарфи ва қўлга киритилган фойда орасидаги муносабат орқали қуйидаги 1-формула тарзида акс эттириш мумкин:

МсМ = ИИчМс + ИжИМс + ИжМс / МИчМС + НмИчМС

бу ерда: МсМ – меҳнат самарадорлиги мезони; ИИчМс – иқтисодий ишлаб чиқариш меҳнат самарадорлиги; ИжИМс – ижтимоий-иқтисодий меҳнат самарадорлиги; ИжМс – ижтимоий меҳнат самарадорлиги; МИчМС – моддий ишлаб чиқариш меҳнат сарфи; НмИчМС – номоддий ишлаб чиқариш меҳнат сарфи.

Бундан келиб чиқадиган бўлсак, меҳнат инсоннинг турли кўринишдаги эҳтиёжларини қондиришга йўналтирилганлигини ҳисобга олган ҳолда унинг самарадорлик мезонини аниқлаш қийин эмас: у ҳар бир натижа қийматининг ошиши ва унга сарфланадиган турли кўринишдаги харажатларнинг қисқариши натижасида ортиб боради.

Тармоқли ҳамда корхона меҳнат самарадорлиги мезонини белгилашда чет эл тажрибасидан келиб чиққан ҳолда кўриб чиқиш мумкин. Ғарб иқтисодиёти фани замирида микроиқтисодиёт даражасида самарадорлик мезонини ўрганишда учта асосий йўналиш – самарадорлик модели ишлаб чиқилган[2].

Биринчи гуруҳ модел, корхоналарнинг ўз олдига қўйган мақсадларига эришишини тизимли равишда ташкил этишдан иборат. Бунда корхоналарнинг самарали фаолиятини ташкил этувчи ўзига хос гуруҳлар ташкил этилади, улар эса маълум бир мақсадга эришиш учун

[1] Алле М. "Условия эффективности в экономике" // Морис Алле: Пер. с франц. – М.: Научно-издательский центр "Наука для общества", 1998. - с.8.

[2] Менар К. "Экономика организации". (пер.с фран. подред. А.Г.Худокармова. XI. Менар) - М.: ИНФРА – М, 2009. – с.131-132.

аниқ йўналиш орқали иш кўришади (масалан, фойдани максимал даражада ошириш). Бу назарияни ҳаётга татбиқ этишдаги ягона муаммо – мазкур йўналишдаги ривожланиш ҳажмини ҳисоблашдаги қийинчиликлардир.

Иккинчи гуруҳ модели тизимли мезонларга асосланади. Бунда, ҳар бир корхона аввалдан белгиланган ва ўзига боғлиқ бўлмаган ташқи муҳит қонун-қоидаларига бўйсунган ҳолда иш юритиши кўзда тутилади. Бундай вазиятда асосий мақсаддан четга чиқиш мумкин эмас, зеро, ҳар қандай корхонада бундай мақсад ягона бўлиши мумкин. Масалан: ички тартиб ва бирликни сақлаб қолиш. Аслида, ташқи таъсирларга бўй сунган ҳолда ҳеч бўлмаганда, энг қисқа муддатга бўлсин, ўз ички тартибини ўзгартирмаган корхонани топиш мушкул бўлса керак. Қолаверса, агар корхона ташқи таъсирларга тўла маънода чидамли ва ўзгармас бўлса, демак, унинг захирасида узоқ муддатда йиғилган ва фойдаланилмаган ресурслар сақланиши шубҳасиз. Шу сабаб, ички тизимнинг доимийлиги ва бозордаги фаолият усуллари самарадорлик ўлчови бўлиши қийин.

Учинчи гуруҳ модели эса меҳнат самарадорлиги мезонини ҳар бир корхонада унинг минимал босқичдаги субъектлари, мақсад ва истаклари турлича бўлган қисмларга бўлган ҳолда ўрганишни таклиф қилади. Уларнинг алоҳида қисмлари сифатида маълум бир бўлим ёки ташкилотнинг фаолиятига бевосита алоқадор бўлган мазкур корхона вакиллари олиниши мумкин. Бу моделнинг ўзига хос камчиликлари шундаки, корхона фаолияти танқидий томондан боғлиқ бўлган компонентлар ва бу боғлиқликнинг моҳиятини ўрганиш ва стратегик жиҳатдан уларни тенглаштириш мушкуллигидир.

Фаолият кўрсатаётган ишлаб чиқариш корхоналари ўз фаолиятлари жараёнида у ёки бу томонлама боғлиқ бўлган барчанинг эҳтиёжларини қондиришни ўз ичига олади. Масалан, ҳар қандай корхона фаолиятидан унинг ишчилари, акциядорлари, ҳамкорлари ва истеъмолчилар манфаатдор бўладилар. Асосли равишда, ижтимоий-иқтисодий меҳнат самарадорлиги замирида иқтисодий ишлаб чиқариш натижаси ётади. Шундан келиб чиққан ҳолда иқтисодий ишлаб чиқариш меҳнат самарадорлигини икки турга бўлиш мумкин:

1) хусусий самара – меҳнат натижасининг умумий харажатлардан устун келиши;

2) барча турдаги меҳнат фаолиятидан унумли фойдаланиш.

Самарадорлик кўрсаткичи ўзи тасвирлаётган жараённинг иқтисодий моҳиятига максимал даражада аниқлик билан мос келиши лозим. Меҳнат самарадорлиги кўрсаткичи ушбу категориянинг сифат даражасини акс эттирувчи омил сифатида маҳсулот истеъмол қийматини белгилаш жараёнида лозим бўлган ишчи кучи меҳнат фаолиятидан унумли фойдаланиш даражаси ҳамда у билан боғлиқ бўлган моддий ресурсларни акс эттириши лозим.

Маҳсулот истеъмол қийматини яратишда ишлаб чиқариш омилларидан самарали фойдаланиш кам харажат ҳисобига юқори фойда

олиш ишлаб чиқариш натижасининг ошишига олиб келади.

Натижа ҳамда харажат ўртасидаги мунобатлар нафақат натижа/харажат нисбат тарзида балки (натижа – харажат) кўринишида ҳам бўлиши мумкин. Бу ёндашув самарадорликнинг барча кўрсаткичларини кўриб чиқиш имконини беради:

1) ресурслардан фойдаланишнинг умумий кўрсаткичи;

2) алоҳида кўрсаткичлар, жумладан, меҳнат унумдорлиги, фонд қайтими, моддий унум ва ҳ.к.

Бундай ҳолатда ягона умумловчи кўрсаткич самарадорликнинг турли даражаларини акс эттирувчи алоҳида кўрсаткичлар тизими заруриятини тўла кўрсата олмайди. Иқтисодий ишлаб чиқариш меҳнат самарадорлигини яққол намоён этувчи энг тўғри кўрсаткич, бизнинг фикримизча, бу фойда, зеро, у маҳсулот ишлаб чиқаришда сарфланган ҳар қандай ресурснинг қийматидан қатъи назар, умумий фойда барча сарфланган ресурслардан устунроқ эканлигини намоён этади. Бозор иқтисодиёти шароитида истеъмол қийматига эга бўлмаган маҳсулот ишлаб чиқараётган корхоналар ўз фаолиятларини давом эттира олмайдилар ва маҳсулот ишлаб чиқаришга сарфланган ресурс харажатларини қоплашнинг ҳам имкони бўлмайди.

Айрим ишлаб чиқариш ресурслари харажатини тавсифловчи алоҳида кўрсаткичлар орасида меҳнат унумдорлиги муҳим аҳамиятга эга, унинг моҳияти шундаки, унда маълум бир вақт оралиғида одамларнинг ишлаб чиқариш самарадорлиги акс этади.

Ижтимоий-иқтисодий меҳнат самарадорлиги кўрсаткичини аниқлашда жисмоний ва иқтисодий иш ўринларини фарқлаш лозим бўлади. Жисмоний иш бир пайтнинг ўзида бир неча киши эгаллаши мумкин ва бу корхонада иш вақти қандай ташкил қилинганлиги билан боғлиқ бўлади. Иқтисодий иш ўрни – бир шахснинг бандлигини таъминловчи бир қатор ижтимоий-иқтисодий шароитлар жамланмасидан иборат.

Бизнинг фикримизча, ижтимоий-иқтисодий меҳнат самарадорлигини корхона, тармоқ ва ҳудудий жиҳатдан ҳисоблашда меҳнатга ҳақ тўлаш фонди асосий манба (база) сифатида олинади. Бу шу учун муҳимки, одатда ишчиларнинг реал даромади ҳисоблангандан ҳам кўп бўлади, бунга моддий ёрдам ва ижтимоий моддий тўлов (тиббий таътил, ҳомиладорлик таътили) фондларидан ажратилаётган маблағлар бевосита таъсир кўрсатади ва бу эса даромадларнинг солиқ тўловларига тортилмасдан қолишига сабаб бўлади. Тегишли равишда асосий иш ҳақи фонди умумий банд бўлганларга нисбатан ҳисоблаганда минимал иш ҳақидан кам бўлмаслиги лозим.

Шуни ҳам таъкидлаш жоизки, меҳнат самарадорлигининг ошиши – иш ҳақининг кўтарилиши учун зарур бўлган талабдир. Бошқа томондан олганда эса, иш ҳақининг кўтарилиши ишчиларни руҳлантиради ва бу орқали меҳнат самарадорлиги ошишининг муҳим омили ҳисобланади. Бундан келиб чиққан ҳолда ижтимоий-иқтисодий меҳнат самарадорлигини

қуйидагича акс эттириш мумкин (2-формула):

ИжИМс = АИХФ / Бс * М (2)

бу ерда: ИжИМс – ижтимоий-иқтисодий меҳнат самарадорлиги; АИХФ – асосий иш ҳақи фонди; Бс – умумий банд бўлганлар сони; М – минимал иш ҳақи, сўм.

Мақолада таҳлил қилинган ижтимоий-иқтисодий меҳнат самарадорлиги ва иқтисодий ишлаб чиқариш меҳнат самарадорлиги мезонларини таснифлашда уларнинг натижалар яхлитлигини (мезоннинг мақсади, натижа кўрсаткичи) қуйидаги жадвалда ифода этилган.

1-жадвал

Меҳнат самарадорлигини ифодаловчи мезонлар.[1]

	Мезонлар таснифи	**Мезоннинг мақсади**	**Натижа кўрсаткичи**
1.	Ижтимоий-иқтисодий меҳнат самарадорлиги: инсонларнинг моддий ва маънавий эҳтиёжларини тўлиқ қондириш	Шахсий персоналнинг эҳтиёжини қондириш	Ички меҳнат самарадолиги
		Инсонларнинг эҳтиёжини қондириш	Ташқи меҳнат самарадорлиги
2.	Иқтисодий ишлаб чиқариш меҳнат самарадорлиги: ишлаб чиқаришда сарфланадиган ресурсларни минимал даражадан фойдаланиб, юқори ишлаб чиқариш унумига эришиш	Сарфларнинг юқори натижадорлиги	Кутилган натижа (фойда)
		Ҳар бир ресурс сарфини минималлаштириш	Шахсий: меҳнат унумдорлиги, фонд қайтими ва ҳ.к.

Юқорида келтирилган таҳлиллардан қуйидагиларни хулоса қилишимиз мумкин:

– турли тармоқ корхоналари ва ташкилотлари хўжалик фаолиятида меҳнат самарадорлигини аниқлашда самарадорликни аниқловчи кўрсаткичлар тизимидан фойдаланган ҳолда аниқлаш лозим;

– меҳнат самарадорлиги мезони умумий меҳнат сарфини эришилган ижтимоий-иқтисодий меҳнат самарадорлиги, иқтисодий ишлаб чиқариш меҳнат самарадорлиги ва ижтимоий меҳнат самарадорлиги кўрсаткичлари нисбати асосида аниқланади. Меҳнат самарадорлиги мезонини ифода этувчи кўрсаткичлар меҳнат муносабатларида турли мақсад ва вазифаларини ифода этувчи кўрсаткичлар тизимидан иборат.

Ишлаб чиқариш корхоналарида меҳнат самарадорлиги мезонини аниқловчи кўрсаткичлар тизими барча тармоқ корхоналарида меҳнат самарадорлигини аниқлаш учун кенг қўллаш имконини беради.

[1] http://www.biznes-daily.uz электрон журнал, №4(100)-2016

В.Бердиқулов – СамИСИ, Маркетинг кафедраси мудири, и. ф.н.

САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА ТУРИЗМ СОҲАСИНИ ЯНАДА РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИНИНГ МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИ

Бугунги кунда Самарқанд вилоятида 541 та туристларни ўзига жалб қилувчи объектлар, 119 та меҳмонхона ва 23 та меҳмон уйлари (4722 ўрин), 100 тадан ортиқ миллий ва европа таомларини пиширадиган ресторан ҳамда миллий услубдаги чойхоналар, 127 та туроператорлик субъектларини бирлаштирган, шунингдек, сайёҳларга хизмат хизмат кўрсатувчи 152 та туристик синфга мансуб автотранспорт воситалари, 184 та ҳамроҳ-таржимонларга эга салоҳияти мавжуд, уларнинг самарали фаолияти натижасида 2018-йилда вилоятда жами 2.4 млн. туристлар меҳмон бўлган , шундан 351 минг нафари хорижлик сайёҳлар,уларнинг сони ўтган йилга нисбатан икки баробарга ошган, сайёҳларнинг асосий қисми Европа (46.4%- Италия, Буюк Британия, Франция, Испания, Германия), қўшни мамлакатлар 27.4%, Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатлари 12.6% дан ташриф буюрган.

Маркетинг тадқиқотлари шуни кўрсатаяптики, ушбу салоҳият жаҳон мамлакатлари минтақаларида амалга оширилаётган туристик фаолиятлар орасида ўртача имконият ҳисобланар экан, вилоятимизда бу соҳани янада ривожлантириш учун очилмаган, ўрганилмаган йўналишлар ва қилиниши керак бўлган ишлар бор, уларни вақтида аниқлаб, фойдалансак вилоятнинг ушбу соҳадаги салоҳияти яна ҳам ортади.

Ўтказилган маркетинг тадқиқотлари сайёҳлар энг кўп ташриф буюрадиган маданий мерос объектларида якка тартибдаги келувчиларга маданий мерос объектлари тўғрисида тўлиқ маълумот етказишни таъминлаш мақсадида, махсус хизмат турлари бўлган радио ва аудио гидларни ташкил қилиш кераклигини кўрсатди, маркетингнинг нарх сиёсати таҳлил қилинганда ушбу маданий мерос объектларига кириш чипталари нархларини категориялаш зарурлигини, яъни, масалан МДҲ мамлакатларидан келаётган сайёҳларга “ дўстлик ва биродарлик” меъзони асосида кириш чипталарини маҳаллий сайёҳлар билан тенглаштириш, туристлар оқимини бир неча баробарга ошириш имконини беришини кўрсатди, ёки маданий мерос объектларига кириш электрон чипта савдосини йўлга қўйиш ҳам туристлар учун кенг имкониятлар яратади (масалан, Римдаги Колизей амфитеатрига дунёнинг исталган бурчагидан чипта харид қилиш мумкин), электрон чипта харид қилиш натижасида турист олдиндан ўз вақтини ва машрутини режалаштириши, ёшлар туризми, ижтимоий туризмга яратилаётган имкониятлар сезиларли даражада имтиёзлар ва ёшга доир самарали фаолиятни йўлга қўйишга эришиши мумкин.

Кейинги масала, иқтисодий манфаатларнинг маркетинг тадқиқотларидир, уларнинг натижасига кўра, маданий мерос объектларига хусусий

ва хорижий инвесторларни кўпроқ жалб қилиш учун инвесторларнинг манфаатдорлигини солиқ имтиёзларини қўллаш, ижара шартномаларини соддалаштириш, ижарачилар истиқболини кафолатлайдиган чора-тадбирларини белгилаш каби тадбирлар орқали ошириш ҳам маданий меросларнинг сайёҳларни жалб қилиш жозибадорлигини кучайтиради.

Маданий мерос объектларида амалга оширилаётган савдо хизматларига маркетолог нуқтаи назаридан қараганда, уларда салқин ичимликлар савдо дўконлари ва Cofe-break жойларининг камлиги яққол кўзга ташланади, улар тармоғини кўпайтириб, иш фаолиятини кун давомида узайтириш, замонавий харитасини шакллантириш ҳамда унда сайёҳлар учун қулай ва зарур бўлган маълумотларни киритиш лозимлиги кўринади.

Яна бир муҳим масала, яъни Ҳазрати Хизр масчити- Афросиёб музейи-Хўжа Дониёр мақбаралари машрутига элетромобиллар қатновини йўлга қўйса мақсадга мувофиқ бўларди, бу тадбирни тадбиркорлик субъектлари билан ҳамкорликда амалга оширса бўлади, бу биринчидан, сайёҳлар учун Самарқанд шаҳрининг янада мафтункорлигини намойиш қилса, иккинчидан, тадбиркорлик субъектларига қўшимча даромадлар ҳам келтиради.

Самарқанд вилоятига келаётган сайёҳларнинг сувенир ва совғалар хариди жараёнлари устидан, сайёҳлар билан ўтказилган директ-маркетинг сувинер ва совғалар туристларнинг эҳтиёжларини тўлиқ қондирмаётганини кўрсатди, бу муаммони ҳал қилиш учун авваламбор, сувинер маҳсулотларини етарли даражада ишлаб чиқариш керак,сувинер маҳсулотларини ҳунармандлар нафақат қўлда балки янги замонавий технологиялар орқали ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш лозим бўлади, масалан, шаҳардаги “ Чинни “ заводига сайёҳлар талаби ва қизиқишини ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқаришни ташкил этиш билан бир қаторда барча маданий мерос объектларида сувинер дўконларини ташкил этса мақсадга мувофиқ бўлади.

Маданий мерос объектларида китоб дўконлари ҳам етарли даражада эмас, шунингдек, уларда валюта айирбошлаш терминаллари ўрнатилмаганлиги ҳам сайёҳларда қатор муаммоларни келтириб чиқармоқда, ташриф буюрувчилар сони кўп бўлган объектларда турникетлар ўрнатиш, барча маданий мерос объектларида маҳаллий ва хорижий сайёҳларга анча қулайликлар яратади.

Сайёҳлар ташриф буюрадиган барча объектлар, маданий мерос объектлари, зиёратгоҳлар, музейлар, меҳмонхона хизмати, ҳунармандлар уйлари, ресторанлар,ошхона, тўйхона, кафе, АЁҚШ, аҳоли гавжум жойлар бозорлар, шоҳбекатлар, йўл бўйи хизмат кўрсатиш шаҳобчалари , истироҳат боғларидаги ҳожатхоналарни архитектура-қурилиш ҳамда санитария-гигиена қоидалари ва меъёрларига мос келтириш зарур бўлган ишлардан биридир.

Сайёҳларни Самарқанд вилоятига ташрифини янада кўпайтириш учун

“Самарқанд Сити” туризм зонасининг инфратузилмаси объектларини жойлаштириш режасини қайта кўриб чиқишни тезлаштириш, шунингдек, Имом Ал-Бухорий ҳудудидаги йўлларни таъмирлаш ва замонавий ёритиш мосламаларни ўрнатиш, канализация тармоқларини тўлиқ таъмирлаш, қаттиқ маиший чиқиндиларни утилизация қилиш механизмини жорий этиш, ичимлик суви таъминотини яхшилаш каби ишларни мумкин қадар тез фурсатларда амалга оширишни тақоза қилади, бу эса ўз навбатида ҳудуднинг сайёҳлик жозибадорлигини янада бойитади.

Самарқанд вилояти маданияти ҳамда маҳаллий аҳолининг ҳаёт тарзи ҳамда тарихий қаҳрамонлари ҳақида ҳикоя қилувчи сифатли бадиий ва ҳужжатли фильмларни яратиш, сайёҳларни улар билан таништириш ҳам туризм соҳасини ривожлантиришга муҳим ҳисса қўшади, чунки бу заминда дунёга танилган жуда кўп азизу- авлиёлар, халқ қаҳрамонлари ўтган.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1.Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси.Т; Ўзбекистон, 2001.
2.Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017-йил 7-февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли фармони.Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами. 2017.
3.Маркетинговые коммуникации: учебник для вузов. Под ред.Л.П. Дашкова.2006.
4.http/www/elib/me-электронные учебники по маркетингу.

И.Ҳ.Ибрагимов – СамИСИ, Маркетинг кафедраси катта ўқитувчиси,
Ш.Х .Пардаев – СамИСИ, Маркетинг кафедраси ассистенти

ХАРИДОРЛИК ФЕЪЛ-АТВОРИНИНГ МОТИВАЦИОН МЕХАНИЗМЛАРИ

Инсоннинг кўплаб психик жараёнларининг (фикрлаш, хотира, қобилият, темперамент ва бошқалар) орасида алоҳида бир субстанция мавжудки, у ҳам бўлса бошқа ички ҳиссиётлардан алоҳида, ажралиб турадиган ва устувор бўлиб саналадиган тўйғу - бу эҳтиёждир. Бу тўйғу инсоннинг яшаш учун кураш инстиктив кучи бўлиб, инсоннинг шахс сифатида мавжуд бўлишлигини, ҳамда ривожланишини таъминлаш мақсадида уни ҳаракатга келтирувчи куч сифатида намоён бўлади.

“Эҳтиёж” ибораси кўҳна тарихда, яъни Аристотель асарларида учраган, бироқ, унинг амалий жиҳатлари XX-асрнинг 20-йилларида ўрганила бошланди (немис психологи Курт Левин илмий ишланмалари).

Ўз даврида Абу Райҳон Беруний кишилик эҳтиёжи тўғрисида тўхталиб, *“Инсоннинг эҳтиёжлари шунчалик кўпки, унинг бир ўзи уни ҳал қилишга имконияти камлик қилади, шу сабаб бировлар кўмагига муҳтож бўлади, жамоага бирлашади”* деб таъбир қилган эди.

Ўтган асрнинг иқтисодчи олимларидан бири - Й.А. Шумпетер

ўзининг “Иқтисодий ривожланиш назарияси” китобида “Оқил инсон” қиёфаси тўғрисидаги концепцияни асослар экан, *“Кишилик феъл-атвори билан шуғулланадиган фанларда илгари сўрилаётган таълимотлар тўғрисида гапирар эканмиз, инсон ҳатти-ҳаракатларини тушунтиришда диний ва фалсафий жиҳатларни инобатга олиш зарур”* деб ўқтиради.

Ҳар бир киши очлик ва ташналикни ўзига хос ҳис қилади ва у ташналикни бартараф этмагунга қадар ҳеч нарсани ўйламайди, ҳеч нарсага қўл ўрмайди. Ҳамун қадар**,** зарурат-муҳтожлик қондирилмас экан, инсонда субъектив тарзда ушбу етишмовчилик кўнгилсизлик ҳолатларини келтириб чиқаради, ташвишли ҳолатларга дучор қилади, нормал ҳаёт тарзини издан чиқаради. Кундалик турмуш кечириш учун зарур бўлган неъматларнинг кутилганлик даражасида бўлмаслиги ёки унинг қисман етишмаслиги инсоннинг ички дунёсини пала-партишликка, (дискомфортликка), тушкунликка олиб келади. Бу жараён кейинги босқичда эса инсондан чора-тадбир излашга, тўсиқларни енгиб чиқиш учун жанговорликка руҳлантиради. (Э.Кант). Умуман инсониятнинг ҳозирги кунга қадар келиб, яшаб қолиши, айнан ҳаёт кечириш учун тўсиқларни енгиб ўтиш борабарида юзага келган. Тўсқинликлар инсонни курашга шайлайди, унга куч бағишлайди, тўсиқларсиз инсон заиф мавжудотга айланиб қолади.

Инсон ўз эҳтиёжларини ҳал этиш воситаларини излар экан юзага келган тўсиқларга дуч келганда манфаатлари доирасини ҳамда унга эришиш воситаларини чамалашга киришади. У ўз қадриятлар ва маданият даражасида неъматларни ўзлаштиришга ҳаракат қилади. Агар инсонда орият, уят тўйғулари кучли бўлса, у неъматларни ўзлаштиришни қонун доирасида белгиланган тартиб-қоидалардан ўз эҳтиёжини қондириш йўлларини излайди.

Эҳтиёжнинг психологик моҳияти бир-бирини тақозо этган иккита воқейликка боғлиқ бўлади. Дастлаб, у ёки бу нарсанинг етишмаслигини, фаолиятга тўсқинлик қилаётган тўсиқни ҳис қилиш (ваҳимали тушкунликдан то оқилона ечимгача бўлган давр) сўнгра, бу муҳтожликни бартараф этиш бўйича фаол ҳаракатни амалга ошириш. Муҳтожлик ҳолатини қайд этиш, уни қондириш манбаларини (предметларни) белгилаш, уни ўзлаштиришдаги тўсиқларнинг баландлиги ёки қийинчиликларни аниқлаш, предметни ўзлаштириш йўлларини ўрнатиш маълумотларни ахтариб топиш, қайта ишлаш жараёнларига боғлиқ.

Информация инсонни ҳаяжонга солувчи, уни руҳлантирувчи алоҳида психологик механизм ҳисобланади. Эмоция – неъматларга эришиш мақсадида инсон организмини сафарбар этувчи ўзига хос энергетик восита сифатида намоён бўлади.

Информация, эмоция ва эҳтиёждан иборат ушбу “учлик” - таянч тушунчалар “Эмоциянинг информатив назарияси” деб аталадиган хулқ-атвор мотивациясининг базавий тушунчалари ҳисобланади. Мазкур назария асосида “завқланиш принципи” ётади. Қадимдан донишмандлар

инсон хулқ-атворининг асосий белгиларини“ азоб-уқубатлардан қутулиш” ва “завқланишга интилиш”да деб ҳисоблаганлар. Инсон муҳтожликни ҳис қилар экан хотира, ҳаёт тажрибаларига суянган ҳолда қачонлардир, ҳис-ҳаяжон ва завқ ўйғотган буюмлар, вазиятлар тўғрисида хўрсиниш билан эслайдилар, воқеалар қайтадан жонланади. Сўнгра, ўша мақсадни такрорлаш учун эришиш эҳтимолини прогнозлаш механизми ҳаракатга келади. Мавжуд имкониятлар баҳоланади (жисмоний ҳаракат, малака ва кўникмалар, вақт, иқтисодий, техник воситалар ва бошқалар) ва зарурий ресурслар таққосланади.

Эҳтимолнинг паст даражаси салбий прогноздан далолат беради ва у негатив ҳаяжонни вужудга келтиради (алам, қайғу, ғам-ғусса, қўрқув, жаҳл, ўкинч, армон каби ҳислар). Аксинча, эҳтиёжнинг қониқиш эҳтимоли юқори бўлса, кўтаринки руҳ, завқ-шавқ, умид, тетиклик, шижоат каби эмоцияларни (ҳаяжонни) юзага келтиради. Агар сайёҳ чарчоқни сезса, у информация йиғишга тутинади (қаерда эканлигини картадан аниқлайди, манзилга қанча масофа борлиги хусусида хулоса қилади, об-ҳавони кузатади, соатига қарайди, йўл ҳаражати учун қанча озиқ-овқат борлиги тўғрисида йўл халтасини кўздан кечиради, агар олинган маълумотлар мўлжалга мос (прогнози) ижобий бўлса, яъни олдинда турган машаққатни енгиб ўтиш учун керакли ресурслар мавжуд бўлса ва бу тўғрида маълумот олган кишида ишонч, пайдо бўлади, шижоати жўш ўради, кучига куч қўшилади.

Юқорида кўриб чиқилган ҳолатлар эҳтиёж тушунчасига аниқлик киритиш зарурлигини илгари суради. Аввалдан айтиш лозимки, инсондаги марказий тўйғу-эҳтиёж тўғрисида ҳозирга қадар унинг табиати ва динамикаси хусусида тадқиқотчилар орасида аниқ бир, ягона фикр шаклланмаган. Мавжуд луғавий манбаларни таҳлил қиладиган бўлсак, уларда масалан, Катта совет энциклопедиясида “эҳтиёж” инсон ҳаёт фаолиятини қўллаб-қувватлаш учун зарур бўлган нарсанинг етишмаслиги, психология дарслигида “эҳтиёж – инсоннинг муайян ҳаёт шароитларида ва ривожланиши учун заруриятни ҳис қилишидир”, яна бир манбада “эҳтиёж –муайян шароитга шахснинг кун кечириши учун боғлиқлиги” каби таърифларни учратамиз. Ушбу келтирилган тушунчалар инсоннинг фақат истеъмол жараёнидаги ҳоҳиш-истакларидагина юзага келадиган психик ҳолатларни, ҳаракатларни ифода этади холос.

Бироқ, масалан театр томошасига борадиган киши физиологик муҳтожликка нисбатан каби оч одамдай ташланмайди, балки у вақт, имкониятлар ва шароитларни ҳисобга олган ҳолда *“вақтини пойлаб”,* режали ёндошади.

Инсон ижтимоий эҳтиёжларини қондириш билан боғлиқ ҳаракатларини содир экан, у аввало, инсонлар орасидаги мавқеи ҳамда маданий ўрнатмалар доирасида амалга оширади. Атрофда танқислик, етишмовчилик йўқдай, бироқ эҳтиёж доимо мавжуд. Кўпчиликнинг ижодий ишларга (хобби, спорт, қўшиқ кўйлаш, шеърлар ёзиш,

ҳунармандлик ишлари, рассомчилик) эҳтиёж унинг онгли ҳаётида доим мавжуд бўлади. Бундан чиқди, юқорида зикр этилган - муҳтожлик, зарурат каби базавий тушунчалар шахс эҳтиёжининг мазмун-моҳиятини тўлиқ очиб бера олмас экан.

Демак, келтириладиган таъриф бизни ҳаракатга келтирувчи кучнинг қудрати нимага боғлиқ эканлигини ва бу куч қаердан пайдо бўлади? бу ҳодисанинг умум психологик тизимдаги ўрни қандай? эканлигига жавоб бериши зарур. Масалан, агар анъанавий ҳолда маркетингнинг бош объекти – эҳтиёжни "эҳтиёж-бу муҳтожлик" десак, эҳтиёжни шакллантириш муаммоси ўз-ўзидан интиҳо топади. Киши учун қадрли бўлган нарса олиб қўйилса, муҳтожлик, ўз-ўзидан эҳтиёжни пайдо қилади. Масалан, эстетик эҳтиёжни ҳосил қилиш учун муҳтожликни рўёбга чиқариш шароитларини барпо этиш лозим. Билетнинг нархи кўтарилиши орқали кишининг концертга тушиши қийинлашса, ундаги эстетик эҳтиёж кучайиб боради.

Биринчи жаҳон урушида иштирок этишдан бош тортган Буюк Британиялик художўйларни диетага ўтказишган. Натижада, улар ибодатни ҳам унутиб фақат овқатдан, унинг рецептлари, улар мазаси тўғрисида суҳбатлашадиган бўлиб қолишган.

Демак, эҳтиёж тўлалигича кишининг шахсига боғлиқ хусусиятлар ўртасидаги муносабатлардан иборат.

Бундан ташқари, эҳтиёжнинг ўзи ҳаракатни фаоллаштирувчи куч сифатида намоён бўлмайди. Шахс фаолиятини ҳаракатга келтириши учун унда муайян *"руҳлантирувчи"* куч бўлиши керак. Бу психологик механизм эса мотив деб аталади. Мотив эҳтиёжни қондириш йўлида уни қондирадиган объект томон "етаклайди". Мотив фаолият мақсадини белгилаб беради. Ушбу психологик механизмнинг кўплаб таърифлари мавжуд. Демак,

- *мотив – ўзгаришларнинг келажакдаги мақсадларга эришишни таъминланиш ҳолатини тасаввур қилган ҳолда эҳтиёжни амалга ошириш ҳаракатлари;*
- *мотив - ҳоҳиш-истак, ниятни амалга ошириш ҳаракатларини ўйғотувчи ички қувват.*

Эҳтиёжни у ёки бу даражада англашнинг даслабки босқичидан бошлаб хотирада уни қондириш билан боғлиқ предметлар ёки қимматдорликлар хусусида тасаввурлар жонлана бошлайди, булар – ***неъматлар*** деб аталади. Сўнгра, инсон уша неъматларга эришиш йўлларини хотирадан қидиради ёки янги усул ва воситаларни "ихтиро қилади", уларни ўз имкониятларига мувофиқ чамалаб кўради. Кўп ҳолларда мотив фавқулодда пайдо бўлади. Агар мақсад қилинган неъматга эришиш "қимматга" тушадиган бўлса (сичқон сиғмас инига, ғалвир боғлар думига, кўрпангга қараб оёқ узат), қарордан воз кечилади, бошқа объектни ахтаришга ўтилади.

Алқисса, неъмат аниқланди, унинг қийматининг юқорилиги тан олинди, ўзлаштириш усуллари белгиланди, ундан сўнг эса, ҳаракат қилиш

лозимлиги пайдо бўлади.

Мотивнинг эҳтиёждан фарқли ўлароқ, ҳамда унинг психологиядаги ўзига хос ўрнига мувофиқ муайян эҳтиёж турлича бўлган мотивлар воситасида қондирилиши мумкин. Масалан, биргина мулоқотга бўлган эҳтиёж турлича йўллар ва усулларда-телефон орқали, учрашиб суҳбатлашиш орқали, бир пиёла чой атрофида, бирор бир тадбир ёки маракада амалга оширилиши мумкин.

Шу каби, турлича кўринишдаги мотивлар биргина мотивланган ҳаракат асосида ҳам амалга ошиши мумкин: бирор бир томошага боришга ўйғонган фикр, шахснинг ўзини "намойиш" қилиш ёки ўзаро муносабатга бўлган эҳтиёжларини қондиришни таъминлаши мумкин ва ҳ..

Таъкидлаш керакки, эҳтиёж ва мотивнинг қўшалоқ пайдо бўлиши ёки бирини – бири тақозо этиши – яъни, улар маъно жиҳатидан ўхшаш бўлгани билан улар бир нарса эмас. Агар эҳтиёж инсоннинг ижтимоий муносабатлари доирасида аниқланса, (яъни, субъект-объект алоқаларининг ҳосиласи бўлса) мотив ҳар бир инсонда алоҳида субъектив ҳолда пайдо бўлади.

Эҳтиёж барча инсонларда бир ҳил бўлади, бироқ унинг пайдо бўлиши, инсондаги динамик ҳаракатланиши ҳар бир шахснинг индивидуал тавсифига боғлиқ бўлади.

Маълумки, базавий эҳтиёжлар сон жиҳатдан чегараланган, мотивлар эса, инсон эҳтиёжларини қондирувчи предметлар, неъматлар ва инсон ҳаёт фаолияти қийматликлари кўп сонли, чексиздир. Масалан, ҳар бир инсон инсоний муносабатга-мулоқатга ҳамиша эҳтиёж сезади, ҳар киши ёлғизликдан азият чекиши мумкин, бироқ инсон шахсининг ноёблиги, бетакрорлиги айнан, ҳамма учун бир ҳил бўлган эҳтиёжнинг пайдо бўлиши ва уни ҳал этилиш мотивлари турлича бўлган ҳохиш-ироданинг кучи, қондиришга қаратилган ҳаракатларнинг фаоллиги, усулларнинг ҳилма-ҳиллиги, қониқиш даражасининг тўлиқлиги билан аниқланади.

Ҳар ким эстетик эҳтиёжга мойил, лекин баъзиларнинг мотивлари рок мусиқалар билан чегараланган бўлиши мумкин, бошқа бировда театр томошалари, санъат асарларида, яна баъзиларда табиат кўринишларидан завқланишда ўз ифодасини топади.

Кўп ҳолларда мотив ўрнида *мойиллик, ҳохиш-истак, қизиқиш, диспозиция, мақсад, мўлжал, орзу-ният, ўрнатма, эътиқод* каби тушунчалар қўлланилиб келинади. Булардан ташқари, муомаламизга *"драйв", "импульс", "эрг", "трейд",* каби ўзбек тилида таржимаси қийин бўлган сўзлар ҳам кириб келди, қувват олиш, рағбатланиш сўзлари ҳам шулар жумласидан. Бу ҳали ҳаммаси эмас, инсоннинг шахс ҳислатларига боғлиқ ўзига баҳо бериш (статус – мақом билан боғлиқ), майиллик даражаси, натижага эришиш ҳисси каби ботиний тўйғулар ҳам мотивни асословчи субстанциялар ҳисобланади. Инсондаги турли одатлар, ахлоқий принциплар, юриш-туришдаги стериотиплар ҳам ўйламасдан ҳаракатни фавқулодда содир этишда ўз ўрнига эга.

Бир турдаги мотив шакллари масалан, қўйи тизим эҳтиёжларни рўёбга чиқариш мотивларсиз амалга ошса (физиологик ва хавфсизлик эҳтиёжлари), юқори даражали ижтимоий муносабатлар ёки ҳурматга бўлган эҳтиёжлар учун тегишли мотивлар асосида амалга ошади. Шу боис, эҳтиёжларни инсонни "эҳтиёжлар ассортименти" сифатида эмас, балки уни "бетакрор, ноёб мавжудот" парадигмасини илгари сурилади.

Юқоридаги далиллар ёрдамида "мотивнинг" умумий ва унинг хусусий кўринишларини ифодаловчи тушунчаларнинг ўзаро боғлиқлик жиҳатларини психологик ҳодиса сифатида ойдинлик киритиш қанчалик зарур бўлсада, унинг юзага келиш механизмлари инсоннинг ижтимоий субъект сифатида ва унинг эҳтиёжининг табақаланганлиги бу масалани алоҳида тизим сифатида ўрганишнинг иложи йўқлигига яна бир марта ишонч ҳосил қилиш мумкин.

Шундай қилиб, умумий ҳолда *кишини илҳомлантирувчи мотивация* муайян ҳаракатларни амалга оширишга "етакловчи" куч сифатида талқин этилади. Бу кучлар инсонда ҳам ботиний ҳам зоҳирий ҳолда мавжуд бўлади ва алоҳида кучлар шунингдек, ҳаракатлар ўртасидаги ўзаро таъсирларни ўзида мужассам этган мураккаб тизим каби эътироф этилади. Шунга мувофиқ, турли конституцияли кишилар бир турдаги кучлар ва таъсирларга нисбатан турлича мотивланадилар. Бундан ташқари, инсоний таомиллар асосида юз берадиган ҳаракатлар ўз навбатида таъсир кучларга нисбатан ўзига хос жавоб реакцияси сифатида феъл-атвор йўналишларига ўз таъсирини ўтказиши муқаррардир.

Ш.Йўлдошев – СамДУ доценти, и.ф.н.,
Д.Ш.Ҳакимов – СамДУ магистранти

БАРҚАРОР ИҚТИСОДИЙ ЎСИШДА КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИНГ РОЛИ

Мамлакатимизда аҳолининг бандлиги ва даромадларининг барқарор ўсишини таъминлашга доир вазифаларини ҳал этишда тобора муҳим ўрин тутаётган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, рағбатлантириш ва қўллаб-қувватлашга янада устувор аҳамият берилмоқда. Бу борада, "2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси"да кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни рағбатлантириш муҳим вазифа сифатида белгилаб берилди[1].

Ўзбекистонда мустақиллик йилларида тадбиркорлик муҳитини яра-

[1] Ш. Мирзиёев. Эркин ва фаровон, демакратик Ўзбекистон давлатини мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. Шавкат Мирзиёевнинг Ўзбекистон Республикаси Президенти лавозимига киришиш тантанали маросимига бағишланган Олий Мажлис палаталарининг қўшма мажлисидаги нутқи. Халқ сўзи. 2016 йил 15 декабр.

тишнинг дастлабки босқичида унинг ҳуқуқий асослари яратилди. Шу жумладан, “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида”, “Оилавий тадбиркорлик тўғрисида”, **“Рақобат тўғрисида”** ва **“Хусусий мулкни ҳимоя қилиш ва мулкдорлар ҳуқуқларининг кафолатлари тўғрисида”**ги қонунлар қабул қилинди. Бугунги кунда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг нафақат товар ва хизматлар ишлаб чиқаришда балки аҳоли бандлиги ва фаровонлигини таъминлашдаги ижтимоий аҳамиятидан келиб чиққан ҳолда, бу соҳани қўллаб-қувватлашнинг самарали механизмлари жорий қилинмоқда. Бу борада кичик тадбиркорлик субъктларини рағбатлантириш ва кўллаб-кувватлашда солиқ юки даражасини оптималлаштириш иқтисодий фаолликни оширишда муҳим омил сифатида қаралиб, йиллик товар айланмаси 100 млн. сўмдан 1 млрд.сўмгача бўлган якка тартибдаги тадбиркорлар учун ялпи тушумдан 4 фоиз солиқ тўлаши белгиланди (2019 йил 1 январдан)[1].

Мамлакатимизда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик соҳасида амалга оширилаётган изчил сиёсат барқарор ўсиш сураътларида ўз ифодасини топмоқда. Жумладан, соҳада амалга оширилаётган ислоҳотлар натижасида, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ЯИМдаги улуши 2017 йилда 54,9 фоизни, саноатда 45,3 фоизни, қишлоқ хўжалигида 98,2 фоизни ташкил этган [2].

КБХТ мамлакатимиз иқтисодиётининг 2000-2017 йиллардаги ривожланишининг муҳим омили сифатида уни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш ва рағбатлантирилиши натижасида унинг ЯИМдаги улуши 2000 йилдаги 31,0 фоиздан 2017 йилда 54,9 фоизгача ошди (1-расм).

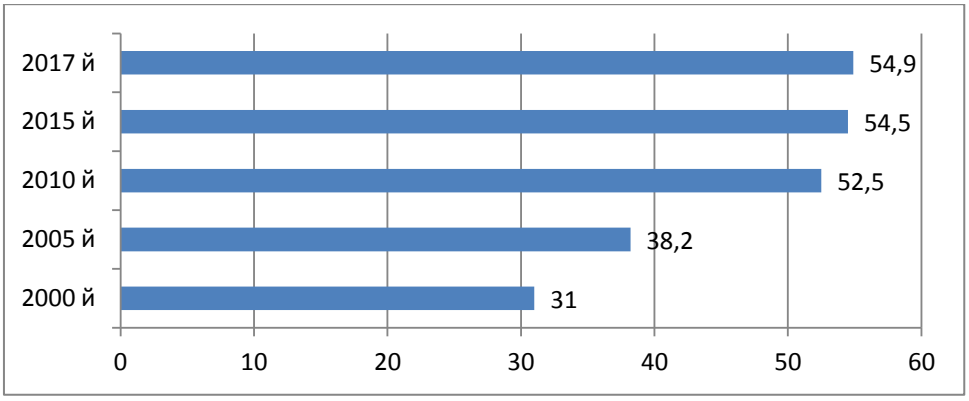
Шунингдек, 2000-2017 йилларда унинг иқтисодиёт тармоқларидаги улуши ҳам сезиларли даражада ўсиб, саноатда 12,9 фоиздан 45,3 фоизга, қишлоқ хўжалигида 73,6 фоиздан 98,2 фоизга, қурилишда 38,4 фоиздан 67,8 фоизга, савдода 74,1 фоиздан 89,6 фоизга ошган.

Кейинги даврларда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг аҳоли бандлигини таъминлашдаги роли ҳам ортиб бермоқда. Агар 2000 йилда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда банд бўлганлар сони 4,5 млн. киши иш билан банд бўлган бўлса, 2017 йилда бу кўрсаткич 10 587,7 минг нафарга етган. Бу эса жами иқтисодиётда банд бўлганларнинг 78,3 фоизини ташкил этади. Ёки 2000-2017 йиллар давомида соҳада бандлик 2,3 мартага ошган. Бундай ўсиш эса мазкур йилларда йирик саноат корхоналари билан кооперациялашиш негизида касаначиликнинг фаол ривожланиши натижасида рўй берган. Ушбу фаолият ҳисобига иш билан банд бўлганлар иқтисодиётдаги жами банд бўлганлардаги улушида ҳам салмоқли ўрин тутмоқда. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда банд бўлганларнинг иқтисодиётда банд бўлганлар умумий сонидаги улуши 2000 йилда 49,7 фоизни ташкил қилган бўлса, 2017 йилда эса 78,3 фоизни

[1] 2019 йилда солиқ қонунчилигига киритилаётган ўзгаришлар юзасидан ў қ у в қ ў л л а н м а. Ўзбекистон Республикаси Давлат солиқ қўмитаси. Тошкент – 2018 йил -78б.

[2]Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг маълумотлари

ташкил этиб, 2000 йилга нисбатан 28,5 фоизга ошган. Фаолият кўрсатаётган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъктлари сони эса 218170 тани ташкил этган.



Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг тегишли йиллардаги маълумотлари асосида тузилди.

1-расм. Ўзбекистонда 2000-2017 йилларда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ЯИМдаги улуши,(фоизда)

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг қўллаб-қувватланиши кўп жиҳатдан ажратилаётган кридитлар салмоғига ҳам боғлиқ. КБХТнинг тижорат банклари кредит хизматларидан фойдаланиш имкониятларини ўрганиш натижаларига кўра, уларнинг ривожланишига салбий таъсир этувчи омилларни бартараф этиш мақсадида қуйидаги йўналишларда молиявий қўллаб-қувватлаш механизми самарали бўлиши мумкин:

- тадбиркорлик фаолиятини бошлаш мақсадида дастлабки капитални шакллантириш учун энг кам фоизли микрокредитларни (4,0-4,5 млн. сўм) ажратиш ва иқтисодий-ҳуқуқий маслаҳат хизматларини кўрсатиш;
- ишлаб чиқариш имкониятларини кенгайтириш мақсадидаги КБХТ субъектларига, янги бино ва иншоотларни қуриш, хом ашё ва ярим тайёр махсулотлар сотиб олиш учун узоқ муддатли банк кредитларини ажратиш ва асбоб-ускуналарни лизингга бериш;
- барқарор юқори самарали фаолиятни йўлга қўя олган, банк кредитларини олиш учун етарли гаров таъминотига эга бўлган КБХТ субъектларининг экспорт фаолиятига кўмаклашиш лозим.

Мамлакатимизда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг 2017-2021 йилларга мўлжалланган асосий концептуал йўналишлари сифатида қўйидагилар белгилаб қуйилди:

- хусусий мулк ҳуқуқи ва кафолатларини ишончли ҳимоя килишни таъминлаш, хусусий тадбиркорлик ва кичик бизнес ривожи йўлидаги барча тўсиқ ва чекловларни бартараф етиш, унга тўлиқ эркинлик бериш, «Агар халқ бой бўлса, давлат ҳам бой ва кучли бўлади» деган тамойилни амалга ошириш;
- кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни кенг ривожлантириш учун қулай ишбилармонлик муҳитини яратиш, тадбиркорлик

тузилмаларининг фаолиятига давлат, ҳуқуқни муҳофаза килувчи ва назорат идоралари томонидан ноқонуний аралашувларнинг катъий олдини олиш;

- давлат мулкини хусусийлаштиришни янада кенгайтириш ва унинг тартиб-таомилларини соддалаштириш, хўжалик юритувчи субъектларнинг устав жамғармаларида давлат иштирокини камайтириш, давлат мулки хусусийлаштирилган объектлар базасида хусусий тадбиркорликни ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар яратиш;
- инвестиция муҳитини такомиллаштириш, мамлакат иқтисодиёти тармоқлари ва ҳудудларига хорижий, энг аввало, тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларни фаол жалб қилиш;
- корпоратив бошқарувнинг замонавий стандарт ва усулларини жорий этиш, корхоналарни стратегик бошқаришда аксиядорларнинг ролини кучайтириш;
- тадбиркорлик субъектларининг муҳандислик тармоқларига уланиши бўйича тартиб-таомил ва механизмларни такомиллаштириш ва соддалаштириш;
- мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш жараёнларини тартибга солишда давлат иштирокини камайтириш, давлат бошқаруви тизимини марказлаштиришдан чиқариш ва демократлаштириш, давлат-хусусий шерикликни кенгайтириш, нодавлат, жамоат ташкилотлари ва жойлардаги ўзини ўзи бошқариш органларининг ролини ошириш.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш учун ушбу тадбирлар асос бўлиб қолади. Чунки, бугунги эҳтиёж ва талабдан келиб чиқиб, белгиланган тадбирлар, ушбу соҳани ривожлантириш учун муҳим аҳамиятга эга.

Қ.С.Махмудов – СамИСИ катта ўқитувчиси

СИФАТНИ НАЗОРАТ ҚИЛИШ ТИЗИМЛАРИ ВА УЛАРНИНГ СИФАТНИ БОШҚАРИШДАГИ ЎРНИ

Бугунги кунда корхонанинг сифат назорати бўйича фаолияти кенгайиб ва мураккаблашиб бормокда. Сифатни ҳар томонлама назорат қилиш биринчи даражадаги вазифага айланмокда. Бундай назорат маҳсулотларни яратиш босқичида унинг алоҳида сифат хусусиятига эътибор қаратиш, маҳсулот сифатининг тушиб кетиши ҳақида ёки шунинг эҳтимоли борлиги ҳақида ахборот олиш, ҳамда корхона раҳбариятига сифатни таъминлаш бўйича бошқариш имконини беради.

Назорат - бу ташкилот олдига қўйган мақсадларга эришишни таъминлаш жараёнини ўзида ифодаловчи, бошқаришнинг асосий функцияларидан биридир.[1]

[1] Литвак. Разработка управленческого решения. Москва Дело-2002 г

Назорат ёрдамида ташкилот раҳбарияти қабул қилган қарорларининг тўғрилик даражасини баҳолайди ва уларга тузатишлар киритиш заруратини белгилайди. Назорат жараёни-бир жиҳатдан меъёрларни ўрнатиш, ҳақиқатда эришилган натижаларни ва ўрнатилган меъёрлардан четланишларни ўлчаш жараёни бўлса, иккинчи томондан қабул қилинган бошқариш қарорларининг бажарилишини кузатиб бориш ва эришилган натижаларни уларни бажариш даврида баҳолаб бориш жараёнидир.

Назоратнинг зарурлиги қабул қилинган бошқарув қарорлари натижасининг ноаниқлигидан келиб чиқади.

Ишончли назорат тизимлари, шунингдек самарали тескари алоқанинг йўқлиги ташкилотни инқироз ҳолатига олиб келади. Яхши йўлга қўйилган назорат тизими мавжуд муаммони ўз вақтида аниқлаб беради. Бошқаришнинг ҳар қандай функцияси ишончли назорат тизими ёрдамида самарали амал қилади.

Назорат дастлабки, жорий ва якунловчи турларга бўлинади. [1] Дастлабки назорат ишларни белгилашгача бўлган даврда ўтказилиб, бунда ишлар тўғри йўналишда ривожланишига ишонч ҳосил қилиши учун қоидалар, тадбирлар ва йўналишлар назорат қилинади. Ушбу босқичда қоида бўйича инсон, моддий ва молиявий ресурслар назорат қилинади.

Жорий назорат бевосита ишларнинг бориш жараёнида амалга оширилади. Бу назорат раҳбар томонидан олиб борилиб, бунда бажариб бўлинган ҳақиқий иш натижаларини ўлчашга асосланилади.

Якунловчи назорат иш бажариб бўлингандан сўнг амалга оширилади.

Назорат жараёнининг асосий ташкил этувчилари меъёрлар ва чегара шартларини ишлаб чиқиш, улар билан ҳақиқий эришилган натижаларни солиштириш, тўғрилаш ҳаракатларини олиб бориш ҳисобланади.

Меъёрлар – бу ўлчаш мумкин бўлган аниқ мақсад, натижа даражасидир.

Сифатни таъминлаш жараёнида назорат функциясининг аҳамияти муҳимдир.

Сифат назорати кишилар, машиналар ишини мувофиқлаштириш ва корхонанинг асосий бўлинмаларини ахборотлар билан таъминлаш орқали амал қилади, шунинг учун ҳам сифат назорати функцияси самарали, тежамли ташкил этилган бўлиши ва корхона фаолиятининг қуйи бўғинидан юқори бўғинигача қамраб олган бўлиши лозим.

Сифат назоратининг бундай тизимини ишлаб чиқиш ва ундан фойдаланиш учта асосий жиҳати билан тавфсифланади.

Биринчидан, бу бутун меҳнат жамоасининг биргаликдаги ва ҳар бир мутахассиснинг алоҳида бажарадиган ишларини аниқлаш ва тасдиқлашдир. Бунда корхона маҳсулоти сифатини таъминлашда уларнинг мажбуриятлари, ҳуқуқлари, жавобгарлиги ва муносабатлари белгиланади.

Иккинчидан, бу белгиланган вазифани ҳал этишда корхона

[1] Макино Т. , Охаси М., Докэ Х, Макино К. Контроль качества с помощью персональных компьтеров. М. Машиностроение – 1991 г.

раҳбариятига ёрдам берувчи асосий тамойилларни аниқлаш ва тасдиқлашни ифодалайди.

Учинчидан, бу сифат назорати хизматини яратиш ва ишончли амал қилишида корхона раҳбариятининг етакчилигини таъминлашга асосланади.

Сифат меъёрлари тизими бундай хизмат доирасида ишларни олиб бориш ва муносабатларни ўрнатиш учун муҳим асос ҳисобланади. Сифат меъёрларининг ишончли тизимисиз сифат назорати фаолиятга яроқли бўла олмайди. Корхона нуқтаи назаридан сифат назорати ички ва ташқи тизимларга асосланади. Сифатни назорат қилишнинг ички тизими сифатни бошқаришнинг асосий элементи бўлиб ҳисобланади. Ички сифат назорати корхона томонидан амалга оширилиб, бунда ишлаб чиқариш кўрсаткичларининг белгиланган меъёрларга мувофиқлиги назорат қилиб борилади. Илмий адабиётларда сифатни назорат қилишнинг кўплаб шакллари ва турлари тадқиқот қилинган бўлиб, бу тадқиқотларда сифатни назорат қилиш жараёни алоҳида белгилар бўйича тасниф қилинган. Сифат назоратини технологик, операцион ва техник назорат турларига ажратиш таснифнинг кенг тарқалган йўлларидан бири ҳисобланади.

Сифатни ошириш муаммосини ҳал қилиш биринчи ўринда корхоналарда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларни мажбурий сертификатлашни йўлга қўйиш билан боғлиқ. Мажбурий сертификатлаш истеъмолчи ҳуқуқини химоя қилиш, сотиш жараёнини тартибга солиш чоралари паст сифатли маҳсулотлар билан боғлиқ вазиятни бирмунча яхшилайди.

Ўзбекистон Республикасида сертификатлаштириш мллий тизимининг сертификатлаш меъёрий асосини ЎзДСТ-1.0:1998, ЎзДСТ-1.10:1998, ЎзДСТ-1.19:2000, ЎзДСТ-5.0:98, ЎзДСТ-5.2:2001, ЎзДСТ-5.5:1999, ЎзДСТ ISO / IEK-7.2000, ЎзДСТ ISO-9000:2002, ЎзДСТ ISO-9001:2002 ва бошқа меъёрий ҳужжатлар ташкил этади.

Сифат ва ишлаб чиқариш тизимлари сертификацияси натижалари маҳсулот етказиб беришга шартномалар тузишда, маҳсулот сертификациясида, давлат органларининг давлат буюртмаларини жойлаштириш учун корхоналарни танлашда, банк муассасалари томонидан корхоналарга кредит беришнинг мақсадга мувофиқлиги ва сиёсатини белгилашда қўлланилиши мумкин. Шу нуқтаи назардан сифат назорати корхонанинг асосий мақсади ҳисобланувчи маҳсулот ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш билан боғлиқ барча жараёнларини қамраб олиши лозим.

Саноат корхонасида назорат- бу услуб ва шакллар мажмуидан ташкил топган техник ҳужжатлар, воситалар ва ишлаб чиқариш жараёнини текшириш тизимидир. [1]

Назорат объекти бўлиб, ишлаб чиқариш жараёнинг барча элементлари, хусусан меҳнат предмети, одамлар меҳнати(жонли меҳнат), меҳнат воситалари хизмат қилади.

[1] П.А.Морозов Служба контроля качества на предприятии

Маҳсулот сифати назорати – бу маҳсулотнинг сифат кўрсаткичларининг белгиланган, ўрнатилган талабларга тўғри келишини текширишдир[1].

Ишлаб чиқаришнинг барча босқичларида (бошланғич материалларнинг келиб тушишидан бошлаб якуний маҳсулотни синовдан ўтказиш ва сотувга чиқаришгача) самарадорликни ошириш мақсадида техник назоратни олиб бориш лозим.

Назоратнинг сифатни бошқаришда аҳамиятини ошириш учун унинг профилактик мазмунига асосий эътибор қаратилиши талаб этилади. Шунинг учун назоратнинг зарурий объекти бўлиб ишланаётган партиянинг дастлабки ва охирги деталлари, техник ускуналарни созлаш хизмат қилади.

Юқорида ўтилган таърифлар ва мулохазалардан келиб чиқиб, ҳозирги техник ва иқтисодий омиллар сифат назорати фаолиятига янги талабларни тақозо этади. Шу нуктаи назардан сифат назорати бўйича қуйидаги тўрт йўналишни ажратиб кўрсатиш мақсадга мувофиқ деб ўйлаймиз:

1. Сифат назоратига махсус бошқарув функцияси сифатида ёндашув. Маҳсулот сифати назоратининг анъанавий дастурларига кўра корхона бошқарувининг алоҳида функцияси сифатида қаралган. Аммо ҳозирги пайтда сифат назоратига бошқа функциялар билан ўзаро мувофиқлашган тадбирларнинг тизимли гуруҳи сифатида ёндашиш лозим.
2. Аввалларн сифат назорати дастурлари бир элементнинг иккинчи элемент устига кетма-кет қўйилиши билан амалга ошган. Бунда уларнинг корхона маҳсулоти ёки хизматига истеъмолчининг талаблари билан ҳамда ўзаро бир-бири билан боғлиқлиги аниқ кўрсатиб берилмаган. Ҳозирда корхоналар сифат назорати тизимини истеъмолчиларнинг маҳсулотга қўядиган талаби билан боғлайдилар.
3. Сифат назорати муаммолари корхона ичидаги у ёки бу муносабатлар ташкилий тизими доирасига кирмайди. Шунинг учун ҳам сифат назорати тизими ташкил этилиши керак.

Murod Ibragimov – Deputy director of “Profi Pharm Service”, Tashkent, Uzbekistan, MBA Marketing Graduate, University of Sunderland (UK)

SOCIAL MEDIA MARKETING AS AN ESSENTIAL TOOL TO INCREASE CONSUMERS’KNOWLEDGE OF PHARMACEUTICAL PRODUCTS

Social Media Marketing. Due to the rapid development of the technology, the social media sites become an important platform, where companies can reach to different segments of consumers by expanding their marketing campaigns. Based on the Chi (2011), Social Media Marketing is a “connection between brands and consumers, while offering a personal channel

[1] ЎзДСТ-1.0:1998 «Маҳсулот сифати. Терминлар»

and currency for user centered networking and social interaction." Because of the development of social media, the way of communication with consumers has been changing dramatically. Thus, companies should learn how to apply the social media to their business plan effectively in order to get the competitive advantage in the market (Mangold and Faulds, 2009).

In order to define social media as a marketing tool the pharm companies should evaluate every detail. Without defining Web 2.0 social media cannot be properly understood. Web 2.0 is a term, which represents a new method of the using World Wide Web by end users (Kaplan and Haenlein, 2010). Web 2.0 is a platform where content is being changed by operators continuously using collaborating and sharing tools (Kaplan and Haenlein, 2010). According to Campbell et al. (2011), "Web 2.0 is much more to do with people are doing with the technology than the technology itself, for rather than merely retrieving information, users are now creating and consuming it, and hence adding value to the websites that permit them to do so." Web 2.0 is not only involved in the information gathering, but in collaboration and interactivity (Campbell et al, 2011).

According to Kaplan and Haenlein (2010), social media is "a group of internet-basedapplications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and allow the creation and exchange of user generated content." Based on O'Reilly's (2005) definition, "social media is a broad term that describes software tools that create user generated content that can be shared." Nevertheless, websites must have some basic features that are needed to be as a social network website (Cox, 2010):

- User profiles and content must be contained in the site.
- A way that allows users to connect with each other must be in the site.
- Writing comments on each other's pages must be included.
- Uniting groups based on interests must be available.

The term "social networking sites" is often stated as similar with "social media". Nevertheless, social media differs as it allows users to consolidate by creating personal information profiles and attracting friends to those profiles by having an access (Kaplan and Haenlein, 2010). Therefore, social media is the environment, where social networking exists and allows consumers to get information and make purchasing decisions.

"Consumers' Sentiment toward Marketing (CSM)" is a factor to evaluate the readiness of the consumers to perceive social media marketing. CSM is a concept that relates to the consumers' feelings toward marketing activities (Mady, 2011). Person's perception toward the marketplace has a crucial role in weather or not they are involved in the buying activities (Mady, 2011). In order to develop a prosperous marketing campaign by using social media tools, a consumer should be ready to be open to the new technology. **"Consumer technology readiness"** is defined as "people's propensity to embrace and use new technologies for accomplishing goals in home and work" (Mady, 2010). "Consumer technology readiness" is the crucial factor for the companies in the

creating the marketing campaign as if the target consumers are not using the social networks, the social media marketing will not be useful in that case.

"The innovation Adoption Process (IAP)" is the tool that gives the valuable information on an acceptance of new technology by consumers. IAP consists of the five processes (Mady, 2011):

- "Knowledge of the innovation"
- "Forming an attitude toward the innovation"
- "Deciding to adopt or reject the innovation"
- "Implementation of the innovation"
- "Confirmation of the decision"

So, IAP helps companies to get the valuable information in the developing marketing campaign.

Social media is not only a platform for people to communicate with their family and friends, but also it contains more advanced features. Nowadays, social media is a place, where consumers have the opportunities to know more about the companies and their products 24 hours/7 days. So, companies use the social web sites as different way to communicate with consumers by providing them valuable information. According to Shankar et al. (2011), "technology related developments such as the rise of powerful search engines, advanced mobile devices and interfaces, peer-to-peer communication vehicles, and online social networks have extended marketers' ability to reach consumers through new touch points."

Pharmaceutical companies on Social Media. In the recent years, pharmaceutical companies have been actively using direct-to-consumer advertising (DTCA) of pharmaceutical products (Gilbody et al., 2005). According to Gibson (2014), electronic DTCA (eDTCA) is a rapidly growing marketing strategy. However, it was recently stated as "global health challenge" (Liang and Mackey, 2011). Social media's features (Web platforms where people can communicate, collaborate and interchange content) provide some complexity to the marketing of pharmaceutical products. For example, pharmaceutical companies can fast and cheaply communicate with targeted consumers online through interactive and promotional activities (Gibson, 2014). Despite the increasing of the anxiety, there is a shortage of academic reports concerning eDTCA (Greene et al., 2010).

People can take the valuable information about medicines directly from the companies' sites, but they can also get the information in the popular social media sites. On the of the most popular three social media sites are Twitter, Facebook and You Yube, which gives the opportunity to users to search for information (Dugan et al., 2015). Based on the research done by the Heath Research Institute (2012), 40% of the most popular social media users searched for the information related to the healthcare and pharmaceutical products. So, the information that is in the social media sites could have a great influence on the users' decisions toward the medical treatment.

According to the research done by Tyrawski and DeAndrea (2015), the

social media sites of the pharmaceutical companies are followed by the about 45,000 active users. Moreover, the users are actively communicating with the pharmaceutical companies and sharing their posts (Tyrawski and DeAndrea, 2015). For example, users put "like" to the posts and shared these posts in order to spread this information among the friends. So, the larger amount of users could see the shared posts (Tyrawski&DeAndrea, 2015). Based on the Smith and Christakis (2008), "health behaviors and attitudes often spread through social networks and a number of social media-based interventions have shown that exposure to health information on social networking sites leads to health behavior change." Therefore, the messages, which are shared by the pharmaceutical companies via social media sites, could reach and have great positive influence on the millions users worldwide (Tyrawski&DeAndrea, 2015). "The Technology Acceptance Model" will be discussed further in order to explain why social media sites is accepted by consumers.

The Technology Acceptance Model (TAM). In 1989 Davis designed the "The Technology Acceptance Model (TAM)" in order to explain theoretically the behavior toward the computer technology. The TAM was developed from another famous theory that is called TRA (Theory of Reasoned Action), which was created by Fishbein and Ajzen in 1975. TRA is focused on the explanation of the human behavior via their intentions. Based on TRA theory, intention is derived from the two attributes: "individual attitudes toward the behavior" and "social norms" or "the belief" that certain individuals or some group would accept or reject of the behavior. (Fishbein and Ajzen, 1975) TRA and TAM theories are shown below.

TRA was developed in order to analyze the human behavior in general, but TAM examined specifically the determinants of acceptance of computer through the behavior of the users of computer technologies (Davis, 1989).

TAM consists of two constructs in order to evaluate the behavior of the computer usage: "perceived usefulness (PU)" and "perceived ease of use (EU)". According to Davis (1989), PU is determined as "the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance". In the organization, the usefulness can develop the performance of employees that will bring the financial and non-financial benefits. Perceived UE is determined as "the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort" (Venktatesh and Davis, 2000). The human's attitudes toward computer technology (intention) are influenced by the PU and Perceived EU. Based on TAM theory, individuals will accept the technology if they have intentions to utilize the technology. TAM has been examined by many studies in order to address to particular technology that was analyzed. One of the crucial revisions of TAM was including of social influence in the analyzing of the users behavior toward new technology usage (Venktatesh and Davis, 2000).

Since the beginning of 2000s, many social sites have been launched such as: Facebook, Instagram, Vkontakte, Linkedln, Odnoklassniki and etc. One of

the famous social media sites in all countries are Facebook. By the end of 2017, 2.2 billion active users were in Facebook, while in the end of 2016 active users were 2 billion (Statista, 2018). So, 200 million users joined Facebook during the year. Moreover, 1.74 billion users are active in Facebook via mobile application of Facebook by the end 2017 (Statista, 2018). This kind of huge interest toward social media sites is the result of the overall conducive social media experience by the users.

By relating the Technology Acceptance Model (TAM) to social media sites, "perceived usefulness" is defined as the degree to which users of social media expects that employing some social media sites helps to satisfy the needs of the users. Social media sites have some primary services and offer different types of applications to the users. For instance, Facebook is used mainly in communication with friends and relatives, and Instagram is for photo sharing. In Facebook people can share photos, express their current feelings and ideas, and make comments to each other's posts. Moreover, in Facebook companies can lay out the information concerning their profile and their products, and people can see the posts and make comments on it.

According to Madden's (2010) research, the percentage of adult Facebook and Linkedlnusers (aged 50-64) raised dramatically by 88% between April 2009 and May 2010. Based on the Carmichael's report (2011), 40% of the Facebook users are above 35 years. So, increasing the number of people involved in the social media sites with various age, especially above 35 years, means that it is easy to create an account and use the services of social media. So, "perceived EU" is defined as the degree to which the social media site is free of effort." The EU concept refers to the Zip's (1949) "principle of least effort", which says that "each individual will adopt a course of action that will involve the least average work from the person". "The principle of least effort" can be used to forecast that users of social media will be more grateful of the minimum effort needed to analyze characteristics, applications of activities in the social media sites such as uploading videos, sharing posts, writing comments and etc. According to Madden (2010), "the importance of perceived EU signifies the degree to which an innovation is perceived not to be difficult to understand, learn, or operate." In the terms of social media, the individuals can use the social media site if it is easy to use and how it is important for the users in the accomplishing their needs.

To take all the points into the consideration, the social media platforms are not only involved in the communication between friends and relatives, but it is a crucial mode of exchanging the valuable information concerning products. Through social media sites, companies are trying to give customers the essential information that helps them to make right decisions. The main reasons why social media sites are becoming so popular is that people prefer communication remotely rather than face-to-face. Therefore, the pharm companies also are trying to use these changes to be in contact with costumers in order to satisfy their needs and wants.

List of References

1. Chi, H (2011) "Interactive Digital Advertising VS Virtual Brand Community: Exploratory Study of User Motivation and Social Media Marketing Responses in Taiwan" *Journal of Interactive Marketing* [Online] 12(1) July. pp. 44-61. Available at: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15252019.2011.10722190?journalCode=ujia20 [Accessed: 10 January. 2018]
2. Cox, S (2010) "Online social network member attitude toward online advertising formats" Available at: http://scholarworks.rit.edu/theses/4592/ [Accessed: 11 January. 2018]
3. Dugan, M & Ellison, N & Lampe, C & Lenhart, A & Madden, M (2015) *"While Facebook remains the most popular site, other platforms see higher rates of growth"* Available at: http://www.pewinternet.org/files/2015/01/PI_SocialMediaUpdate20144.pdf [Accessed: 8 January. 2018]
4. Davis, F (1989) "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology" *Management Information Systems Research Center* [Online] 13(3) September. pp. 319-340. Available at: https://pdfs.semanticscholar.org/bf17/26dc842f91576c97037674c00a712bb5ba8a.pdf[Accessed: 12 January. 2018]
5. Mangold, G & Faulds, D (2009) "Social media: The new hybrid element of promotion mix" *Business Horizons* [Online] 52(1) September. pp. 357-365. Available at: http://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/190.pdf [Accessed: 11 January, 2018]
6. Kaplan, A &Haenlein, M (2010) "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media" *Business Horizons* [Online] 53(1) November. pp. 59-68. Available at: http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf [Accessed: 10 January. 2018]
7. Campbell, C & Leyland, P & Parent, M & Berthon, P (2011) "Understanding Consumer Conversations around Ads in a Web 2.0 World." *Journal of Advertising* [Online] 40(1) March. pp. 87-102. Available at: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.462.4850&rep=rep1&type=pdf [Accessed: 11 January. 2018]
8. O'Reilly, T (2005) "What is Web 2.0?" Available at: https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html? [Accessed: 11 January. 2018]
9. Mady, T (2011) "Sentiment toward marketing: Should we care about consumer alienation and readiness to use technology?" *Journal of Interactive Advertising* [Online] 10(1) July. pp. 16-27. Available at: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/cb.329 [Accessed: 11 January. 2018]
10. Shankar, V & Inman, J &Mantrala, M & Kelley, E &Rizley, R (2011) "Innovations in Shopper Marketing: Current Insights and Future Research Issues" *Journal of Retailing* [Online] 1(87) August. pp. 29-42. Available at: http://www.venkyshankar.com/download/Shankar-Inman-Mantrala%25E2%2580%25A6JR-2011.pdf [Accessed: 11 January. 2018]
11. Show, A (2007) *"Direct-to-Consumer Advertising (DTC) of Pharmaceuticals "* Available at: https://propertibazar.com/article/direct-to-consumer-advertising-dtc-of-pharmaceuticals-citeseerx_5add1fd3d64ab2b784581594.html [Accessed: 11 January. 2018]
12. Gibson, S (2014) "Regulating Direct-to-Consumer Advertising of Prescription Drugs in the Digital Age" *Laws* [Online] 3(1) July. pp. 410-438. Available at: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi19Oaz7LHbAhXCNJoKHTLZD3wQFggwMAE&url=http%3A%2F

%2Fwww.mdpi.com%2F2075-471X%2F3%2F3%2F410%2Fpdf-vor&usg=AOvVaw3j13lJkIYIuUVuakd3s38D [Accessed: 20 January. 2018]
13. Gilbody, S & Wilson, P & Watt, I (2005) "Benefits and harms of direct to consumer advertising; a systematic review" *Quality and Safety in Healthcare* [Online] 14(4) August. pp. 246-250. Available at: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1744049/ [Accessed: 20 January. 2018]
14. Greene, J &Kesselheim, A (2010) "Pharmaceutical Marketing and the New Social Media" *The New England Journal of Medicine* [Online] 363(22) November. pp. 25. Available at: https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMp1004986 [Accessed: 8 January. 2018]
15. Heath Research Institute (2012) *"Customer Experience in Healthcare: The moment of truth"* Available at: https://www.pwc.com/mx/es/publicaciones/archivo/2012-09-customer-experience-healthcare.pdf [Accessed: 12 January. 2018]
16. Tyrawski, J &DeAndrea, D (2015) "Pharmaceutical companies and their drugs on Social Media: A Content Analysis of Drug Information on Popular Social Media Sites" *Journal of Medical Internet Research* [Online] 17(6) June. pp. 130. Available at: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26032738 [Accessed: 20 January. 2018]
17. Fishbein, M &Ajzen, I (1975) *Belief, attitude, intention and behavior: An Introduction to theory and research.* Reading, MA: Addision-Wesley
18. Statista(2018) *"Number of active Facebook users worldwide in 2017"* Available at: https://www.statista.com/statistics/346167/facebook-global-dau/ [Accessed: 12 January. 2018]
19. Madden, M (2010) *"Older Adults and Social Media: Social networking use among those ages 50 and older nearly doubled over the past year"* Available at: http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2010/Pew%20Internet%20-%20Older%20Adults%20and%20Social%20Media.pdf [Accessed: 12 January. 2018]
20. Carmichael, M (2011) *"The Demographics of Social Media"* Available at: http://adage.com/article/adagestat/demographics-facebook-linkedin-myspace-twitter/227569/ [Accessed: 12 January. 2018]

B.Sh.Musayev – SamISI katta o‘qituvchisi,
A.A.Siddiqov – SamISI assistenti,
D.F. Sattorov– SamISI talabasi

BOSHQARUV JARAYONIDA KADRLAR FAOLIYATINI BAHOLASHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Mamlakatimizda keyingi yillarda barcha sohalar qatori kadrlar masalasida ham qator ijobiy ishlar amalga oshirilmoqda va bu qilinayotgan islohotlar asta sekin o‘z natijasini ko‘rsatmoqda. Bu borada mamlakatimiz Prezidenti Sh.Mirziyoev tomonidan "... iqtisodiyotni rivojlantirishga doir strategik vazifalarni ro‘yobga chiqarishga qodir malakali kadrlarni tayyorlash" [1] masalasiga jiddiy e’tibor qaratayotganligi, bu sohada hali juda katta ishlarni amalga oshirish kerakligidan dalolatdir.

Umuman olganda, kadrlar bilan ishlashning muhim tarafi – u yerda faoliyat ko‘rsatayotgan kadrlar faoliyatini baholashdir. Bunday baholashlar

[1] Мирзиёев Ш.М. Олий мажлисга мурожаатномаси. 2018 йил 28 декабрь.

natijasida kadrlarni tanlash va joy-joyiga qo‘yish, kadrlarni taqdirlash tizimini takomillashtirish, bu ularni vazifasi bo‘yicha yuqori pog‘onaga ko‘tarilish va nihoyat, boshqaruv xodimlarini malakasini oshirish uchun to‘g‘ri va oqilona qarorlar qabul qilinishiga erishiladi. Boshqaruvda kadrlar faoliyatini baholashning bir qancha turlari mavjud bo‘lib, ular qo‘yidagilardan iboart:

1. Shaxs faoliyatini majmuaviy baholash – bunda shaxsning barcha vazifalarini qamrab olishdan iborat. Bu muhim va murakkab baholash turidir. Shaxsni majmuaviy baholash xodimning yoki rahbarning samarali mehnatini bevosita tashkil qiluvchi shaxsiy sifatlarni qo‘shilishidan kelib chiqadi. Bu kabi sifatlar bir nechta bo‘lishi talab qilinadi:

a) umum-ijtimoiy: mehnat qilish ishtiyoqi, ishni jadalligi, o‘z ishini yaxshi rejalab olish qobiliyati, ishda intizomliligi;

b) shaxsiy sifatlar: xotira, fahm-farosatlilik, etika me’yorlariga amal qilishi;

v) kasbiy sifatlar: konseptual fikr yuritish, rivojlangan intuitsiya, tadbirkorlik, ishchanlik, kasbiy bilimdonlik.

2. Lokal baholanish. Baholash biror bir funksiya yoki uning bir qismining bajarish natijalari asosida amalga oshiriladi. Bu baholashning qolgan baholash turlaridan farqi shundaki, bunda rahbarlar xodimlarni, xodimlar rahbarlarni baholashlari mumkin. Masalan, direktor faoliyati bir necha funksiyalarni o‘z ichiga oladi. Ularning ichida korxona ishchilarining shikoyat va takliflarini ko‘rib chiqish funksiyasi ham bor. U ushbu funksiyani yaxshi bajarayaptimi yoki yo‘qmi? Funksiyaning bajarilishi quyidagi o‘lchamlar bilan baholash mumkin:

1. Shikoyatlarni ko‘rib chiqish muddati (agar u buni tez bajarsa, demak yaxshi ishlaydi).

2. U shikoyatlarga qanday javob beradi (ijobiy javob beradimi yoki rad qiladimi?).

3. RAD javobdan keyin ishchilar yuqori tashkilotlarga shikoyat bilan murojaat qilish yoki qilmasligi.

4. JAVOBINI shakli (javob dag‘al shakldami yoki muloyim shakldami?).

Ushbu o‘lchamlar odamlar bilan ishlay olishining umumiy ko‘rinishini beradi. Bu kabi tavsif uning majmuaviy tavsiflari bir qismi hisoblanadi. Shunday qilib lokal tavsif - xodim o‘z vazifalarini qanday bajarganligiga beriladigan tavsifdir.

3. Davomli baholash. MUTAXASSISNING uzoq muddatli mehnat faoliyatiga baho beriladi. Bu baholash xizmatchini o‘tgan va joriy faoliyatini tahlil qilishga asoslangandir. Bu baholash usuli rahbar va mutaxassislarni faoliyatini umumiy tavsifini berishi mumkin.

4. Ekspressiv baholash («ekspressiv» so‘zi tez ifoda etish ma’nosini bildiradi) faqat joriy faoliyatga beriladi. Bu insonni hozirgi davrda namoyon bo‘layotgan sifati va qanday ishlashini tahlil qiladi. Emotsionallikning ob’ektiv baholashga bo‘lgan ta’sirini jamoani bahosi bartaraf etadi. Masalan, mehnat jamoalarining majlisida mulohazalarda ishtirok etgan odamning sifatiga baho

beriladi. Bu kabi baholash ba’zi bir holatlarda mos kelishi yoki kelmasligi mumkin.

KADRLARNI attestatsiyadan o‘tkazish baholashning alohida turidir.

Bugungi kunda kadrlar faoliyatchanligini baholashda attestatsiya usuli keng tarqalgan. Attestatsiyaning asosiy maqsadi - xizmatchining egallab turgan lavozimiga loyiqligini aniqlashdan iboratdir. Agar u mazkur lavozimga loyiq, deb topilsa, unda uni yana yuqori lavozimga ko‘tarish imkonini qidirish kerak bo‘ladi. Shunday qilib, attestatsiyani uning mehnat faoliyatiga berilgan ob’ektiv baho, deb bilish mumkin. Bir qator holatlarda uning kasb mahoratini rag‘batlantirish vositasi sifatidan unga eng yuqori razryad berilishi, yuqori oylik maoshi tayinlanishi mumkin.

Attestatsiyani 3-5 yilda bir marta o‘tkazilishi mo‘ljallanadi. Undan faqat muhandis-texnik xodimlar, mutaxassislar, quyi bo‘g‘in rahbarlari o‘tkaziladi. Attestatsiyaning mazmuni uni o‘tkazish usuli va shakli tarmoq, ishlab chiqarish boshqaruv bo‘linmalarining xususiyatiga, ixtisoslik turiga, ishchilar kasbiga qarab turli-tuman bo‘ladi.

Har qanday attestatsiya (uning har qanday shakli) o‘z ichiga quyidagi o‘lchov usullarini oladi:

1. attestatsiyadan o‘tuvchi qanday ish bajaradi;
2. o‘tgan davrdagi ishining sifati;
3. ishga munosabati;
4. mehnat intizomiga rioya qilishi;
5. jamoa faoliyati natijasiga xizmatchining qo‘shgan ulushi.

Attestatsiyani o‘tkazish uchun rahbar buyrug‘i bilan rais, kotib va boshqalardan tarkib topgan attestatsiya komissiyasi tuziladi. Ushbu komissiya tarkibini yuqori malakali mutaxassislardan, imtihon bo‘layotganlarning bevosita rahbarlaridan, yuqori malakali ishchilardan va jamoa tashkilotlari vakillaridan tashkil etiladi. Atetstatsiya bo‘layotgan har bir kishiga o‘zining rahbari tavsifnoma beradi va bu tavsifnomada o‘sha kishining ijtimoiy hamda ish faoliyati o‘z aksini topadi. Atetstatsiya bo‘layotgan ishchi avvaldan, (bir xafta oldindan) tavsifnoma bilan tanishishi shart. Komissiya ushbu materiallarni ko‘rib chiqadi, attestatsiya bo‘layotgan kishini tinglaydi va qaror beradi:

a) o‘zining mansabi talablariga javob beradi;

b) o‘zining mansabi talablariga javob beradi ish sharoiti yaxshilaganida va komissiyaning tavsiyalarini bajo keltirganida, 1 yildan so‘ng qayta atetstatsiya qilinadi;

v) o‘z mansabi talabiga javob bermaydi.

Komissiya ba’zi ishchilarni martabasini yuksaltirishga va ba’zi xizmatlari uchun taqdirlashga va boshqa ishga o‘tkazishga tavsiya qilishi ham mumkin.

Attestatsiya kadrlarning ishbilarmonlik va shaxsiy xususiyatlarini baholash usuli bo‘lishi bilan birga ularni qayta tayyorlash bilan ham chambarchas bog‘liqdir. Kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash - bu ta’limning ilmi, asoslangan sistemasi bo‘lib, ma’lum sohada faoliyat ko‘rsatish uchun bilim, tajriba va yo‘l yo‘riq o‘rgatadi. Kadrlarni qayta tayyorlash va

tayyorlashdan asosiy maqsad ularning nazariy bilimlarini oshirish, fan va texnika sohasida erishilgan yutuqlarini to‘la-tukis qamrab olish, boshqarish va ishlab chiqarishni tashkil etishdan iborat.

Bugungi innovatsion rivojlanish sharoiti kadrlar tayyorlash tizimiga yangi talablarni qo‘ymoqda va bu esa, ta’limning barcha tizimida keng qamrovli islohotlar amalga oshirilmoqda. Zamon shiddat bilan rivojlanayotganligi sababli, mutaxassis egallagan bilimlari tez eskirmoqda va uni doimo takomillashtirib borishlari zarur. Agar rahbar o‘z bilimini takomillashtirib bormasa, eski bilimlariga tayanib qolishi, ishlab chiqarish bundan zarar ko‘rishi mumkinligini tajribada ko‘rish mumkin. Bugungi kunda texnik ma’lumotga ega bo‘lgan ishlab chiqarish rahbarlari ayniqsa, iqtisodiyot, marketing, ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish masalalarini chuqur o‘rganishlari kerak. O‘z dunyoqarashini kengaytirish bo‘yicha mustaqil ishlash ham katta ahamiyatga egadir.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda, xulosa qiladigan bo‘lsak, boshqaruv jarayonida kadrlar faoliyatini doimiy tarzda adolatli baholab borish zarur. Bu esa, o‘z navbatida kadrlarning o‘z ustida ishlashiga va ishdan qoniqish hosil qilishiga olib keladi va buning oqibatida ishlab chiqarish (xizmat ko‘rsatish) sifatining oshishiga erishiladi.

U.X.Qalandarov – SamISI o‘qituvchisi,
X.Q.Qarshiboyev – SamISI katta o‘qituvchisi,
O.N.Tog‘ayev – SamISI o‘qituvchisi,
S.G.Ro‘ziyeva – SamISI, MN-217 guruh talabasi

TURIZM SOHASIDA SAMARQAND SHAHRI BO‘YICHA TALABNI SHAKLLANTIRISH

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida» gi 2016 yil 2 dekabrdagi PF-4861-sonli farmonini bajarish yuzasidan va O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi faoliyatining samarali tashkil etilishini ta’minlash maqsadida, O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi faoliyatining asosiy vazifalari va yo‘nalishlari etib quyidagilar belgilangan:

-mamlakatning turizm salohiyatini tubdan oshirish;
-turizmga iqtisodiyotning strategik sektori maqomini berish;
-turizm sohasida yagona davlat siyosati o‘tkazilishiga yo‘naltirilgan turizmni rivojlantirishning yaxlit konsepsiyasi shakllantirilishi va amalga oshirilishini ta’minlash;
-turizm xizmatlarining tashqi va ichki bozorlarida marketing tadqiqotlari olib borish;
-tarixiy-madaniy merosni keng targ‘ib qilish;
-O‘zbekiston Respublikasining turizm qiyofasini saqlab qolish va rivojlantirish;
-milliy turizm mahsulotlari va brendlari xalqaro turizm bozorlariga kirib

borishiga yo‘naltirilgan faol reklama-axborot siyosatini amalga oshirish;
-ichki, kirish va chiqish turizmini kompleks rivojlantirishning milliy va hududiy dasturlari ishlab chiqilishini muvofiqlashtirish va ularning amalga oshirilishi monitoringi, turizm turlarining keng doirasini jadal rivojlantirish;
-xalqaro standartlarga muvofiq bo‘lgan turizm infratuzilmasini rivojlantirishga xorijiy investitsiyalarni, shuningdek xalqaro moliya institutlari va boshqa tashkilotlarning kreditlari va grantlarini jalb etish. [1]

Turizm xizmatlarini tashkil etishda, eng avvalo, turistlar joylashtiriladigan joylarda, ovqatlanish punktlarida, respublika hududi bo‘ylab harakatlanishda va turizm ob’ektlariga tashriflarni uyushtirishda turistlarning xavfsizligi va sog‘lig‘ini ta’minlashga yo‘naltirilgan turizm xizmatlari ko‘rsatish sifati va xavfsizligi standartlari ishlab chiqilishini muvofiqlashtirish, turizm sohasida xizmatlarni litsenziyalash va sertifikatlashtirish hamda litsenziyalanadigan va sertifikatlash-tiriladigan turizm xizmatlarining belgilangan talablar va standartlarga muvofiqligi bo‘yicha inspeksiya nazoratini amalga oshirish lozim.

Turizm sohasini davlat tomonidan va bozor munosabatlari asosida tartibga solishni maqbullashtirish va turizm xizmatlari bozorida raqobatni rivojlantirish, turizmni rivojlantirishga qarshilik qilayotgan barcha g‘ov va to‘siqlarni bartaraf etishga qaratilgan takliflar ishlab chiqish, turizm sohasida tadbirkorlik faolligi oshishiga har tomonlama ko‘maklashish, ushbu sohaga axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini faol joriy etish katta ahamiyatga ega.

O‘zbekiston jumladan Samarqandda juda katta turizm va rekreatsiya salohiyatiga ega, Respublikada jami 7,4 ming madaniy meros ob’ektlari mavjud, ulardan 209 tasi to‘rtta muzey shaharlar — «Xiva shahridagi Ichan-qal’a», «Buxoro shahrining tarixiy markazi», «Shahrisabz shahrining tarixiy markazi», «Samarqand shahri» hududida joylashgan va YUNESKO butunjahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan. 2010 — 2017 yillar davomida turizm xizmatlari eksporti hajmi ikki baravar oshdi va 2017 yilda 546,9 million AQSH dollari, 2018 yilda esa — 1 041 million AQSH dollarini tashkil etdi. 2016 yilgacha xorijiy tashrif buyuruvchilar sonining o‘sish sur’ati o‘rtacha yillik 8 foizni, 2017 yilda — 7 foizni tashkil qilib, 2,69 million nafardan oshdi. 2018 yil yakunlari bo‘yicha respublikaga 5,3 million xorijiy turistlar tashrif buyurdi. Xususiy sektorni qo‘llab-quvvatlash va muhofaza qilishga qaratilgan choralar ko‘rilgani natijasida, 2015 yilda 398 tani tashkil qilgan turizm tashkilotlari soni 2018 yil yakuni bo‘yicha 950 taga, mehmonxona xo‘jaliklari soni — 661 tadan 900 taga yetdi. Keyingi yillarda turizm infratuzilmasini rivojlantirish bo‘yicha yirik investitsiya loyihalari amalga oshirildi, shu jumladan Toshkent shahrida «Nyatt Regency Tashkent» va «Lotte City Notel Tashkent Palace» brendli mehmonxonalarni ochilishi, Andijon, Urganch va Toshkent shahrida madaniy-ko‘ngilochar bog‘larning qo‘rilishi, «Angren-Pop» temir yo‘li ochilishi, Buxoro, Qarshi, Shahrisabz va Xiva shaharlariga tezyurar poyezdlar uchun elektrlashtirilgan temir yo‘llari ochilishi. [1]

Turizm sohasida davlat siyosati istiqbolda hududlar va ularning infratu-zilmasini kompleks jadal rivojlantirishda turizm sohasi yetakchilik qilishi,

dolzarb ijtimoiy-iqtisodiy vazifalarni yechish, ish o‘rinlarini ko‘paytirish, hududlar diversifikatsiyasi va rivojlanishini ta’minlash, aholining daromadlari, yashash darajasi va sifatini oshirish hamda mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligi va imidjini yaxshilashga qaratilmoqda.

Samarqand viloyati bo‘yicha bepul faoliyat ko‘rsatuvchi, shu jumladan bron qilish, suvenirlar, kitoblar va turizm haritalari bo‘yicha ma’lumot beruvchi axborot shoxobchalari sonini oshirish kerak. Yuqori turistik salohiyatga ega bo‘lgan hududlarda xavfsiz turizmni ta’minlash bo‘yicha ichki ishlar organlarining maxsus bo‘linmalarini tashkil qilish, ularni zamonaviy texnika va transport vositalari bilan ta’minlash kerak bo‘ladi. Samarqand viloyatida sanab o‘tilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish mamlakatimizni rivojlangan turizm industriyasi hamda boy turistik salohiyatga ega bo‘lgan, sayohat va dam olish uchun xavfsiz davlat imidjini shakllantirishga, shuningdek yangi turizm bozorlarini o‘zlashtirish, xorijdan tashrif buyuruvchilar sonini oshirishga xizmat qiladi. Viloyatda xizmat kursatuvchi soxani rivojlantirish uchun yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlash, xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini takomillashtirish, turizm sohasida xalqaro talablarga javob beradigan uzluksiz, ko‘p bosqichli ta’lim tizimini yaratish, ta’limning amaliyotga yo‘naltirilgan va modernizatsiyalashgan ta’lim standartlari, o‘quv-uslubiy dasturlar hamda ilg‘or axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etilsa maqsadga muvofiq bo‘lar edi.

Tashkiliy-iqtisodiy mexanizm prinsiplariga muvofiq, turistik bozor sub’ektlariga ta’sir ko‘rsatish tizimli, har tomonlama va muvozanatlashgan bo‘lishi kerak. Bunga barcha guruhlarni muvofiqlashtirish va hamkorlikda foydalanish orqali erishiladi. Tashkiliy-iqtisodiy mexanizm ta’sirini tizimlashtirish va muvofiqlashtirish turistik kompleksni rivojlantirishning yaxlit strategik maqsadiga erishish uchun dasturiy metodlarni ishlab chiqish orqali amalga oshirilishi mumkin. [2, 3]

Samarqand viloyatida turizmni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi metodologiyasi va jarayoni bilan bir qatorda, uni ta’minlash ham muhim ahamiyatga ega. Qolaversa, prinsiplarga binoan, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm mavjud resurslarga muvofiq holda tuzilishi kerak. Samarqand shaxrida turizmni rivojlantirishning zamonaviy tashkiliy-iqtisodiy mexanizmining asosiy resurslari axborot, malaka, moliyaviy, ijtimoiy-madaniy va kommunikatsion resurslarini rivojlantirish lozim.

Ushbu mexanizmlarning axborot resurslari ham davlat miqyosidagi, ham turistik faoliyat turistik tarmoq korxonalari miqyosida baholash va qarorlar qabul qilish uchun zarur ma’lumotlarni, shuningdek, tashkiliy-iqtisodiy mexanizmni o‘zi faoliyat ko‘rsatishi haqidagi ma’lumotlarni to‘plash va qayta ishlashni ta’minlaydi. Bunda malaka resurslari muhim rol o‘ynaydi. Chunki turizm tashkiliy-iqtisodiy mexanizmida alohida metodlar va vositalarni qo‘llash imoniyatlarini aniqlanadi. Agar loyihalashtirilgan tashkiliy-iqtisodiy mexanizm kerakli hajm va sifatdagi kompetensiyalar bilan ta’minlansagina turizm sohasini rivojlantirishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yhati:
1.Sh.M.Mirziyoevning 2018 yil 7 fevraldagi «Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi PQ-3514-sonli qarori.
2.Захаренко Г.Н. Туристский потенциал региональной дестинации и эффективность его использования в индустрии туризма: автореф. дис. … канд. эконом. Наук / Г.Н. Захаренко. – СПб., 2011. -29 с.
3. Ширинкин П.С. Туристское ресурсоведение: региональные аспекты: учеб.-справ. Пособие / П.С. Ширинкин. – Пермь: Пресстайм, 2011. – 323 с.

С.Ш.Уразов – СамИСИ ассистенти,
А.Мансуров – Россия Федерацияси Брянск муҳандислик технология университети 1-курс талабаси
Л.Умурзоқов – СамИСИ, МР-117 гуруҳ талабаси

ТАЪЛИМ ХИЗМАТЛАРИ ТИЗИМИНИ БОШҚАРИШ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ ОМИЛЛАРИ

Таълим хизматлари соҳасининг барқарор ривожланиши инсон капиталининг такомиллашувига, мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий жиҳатдан жадал тараққиётини таъминлашга олиб келади. Шу туфайли мазкур соҳага катта аҳамият берилиб келмоқда. Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётини эркинлаштиришни янада чуқурлаштириш, модернизация ва диверсификация қилиш, ишлаб чиқариш омилларидан оқилона фойдаланишни таъминлаш, юқори иқтисодий ўсиш суръатларига эришиш каби ижобий ўзгаришлар ҳам бевосита таълим хизматларининг сифати ва самарадорлигига боғлиқ.

Таълим ва кадрларни касбий тайёрлаш сифатига таъсир этувчи омиллар таҳлил қилар эканмиз энг аввало таълим хизматларининг сифатини муҳокама қиламиз. Умуман олганда олий ва ўрта махсус, касб-ҳунар таълим соҳасида сифат кўп қиррали концепция ҳисобланади. У таълим соҳасидаги барча функция ва фаолият турлари: ўқув ва академик дастурлар, илмий тадқиқот ва стипендиялар, мутахассис ходимлар билан тўлиқ таъминланганлик, таълим олувчилар, бинолар, моддий-техника базаси ва жиҳозларни, жамият ва академик муҳим фаровонлиги йўлидаги барча ишларни қамраб олиши керак.

Таълим хизматлари тизимини бошқаришда кадрларни касбий тайёрлаш таълим сифатининг асосий якуний сифатидир, бу қўйидагиларни ўз ичига олади:

-инсонлар: профессор-ўқитувчилар таркиби, таълим олувчилар, ўқув-ёрдамчи фаолият ходимлари, маъмурий ходимлар ва б.;

-технологиялар: педагогик, тарбиявий, информациявий, бошқарув, назорат қилувчи ва б.;

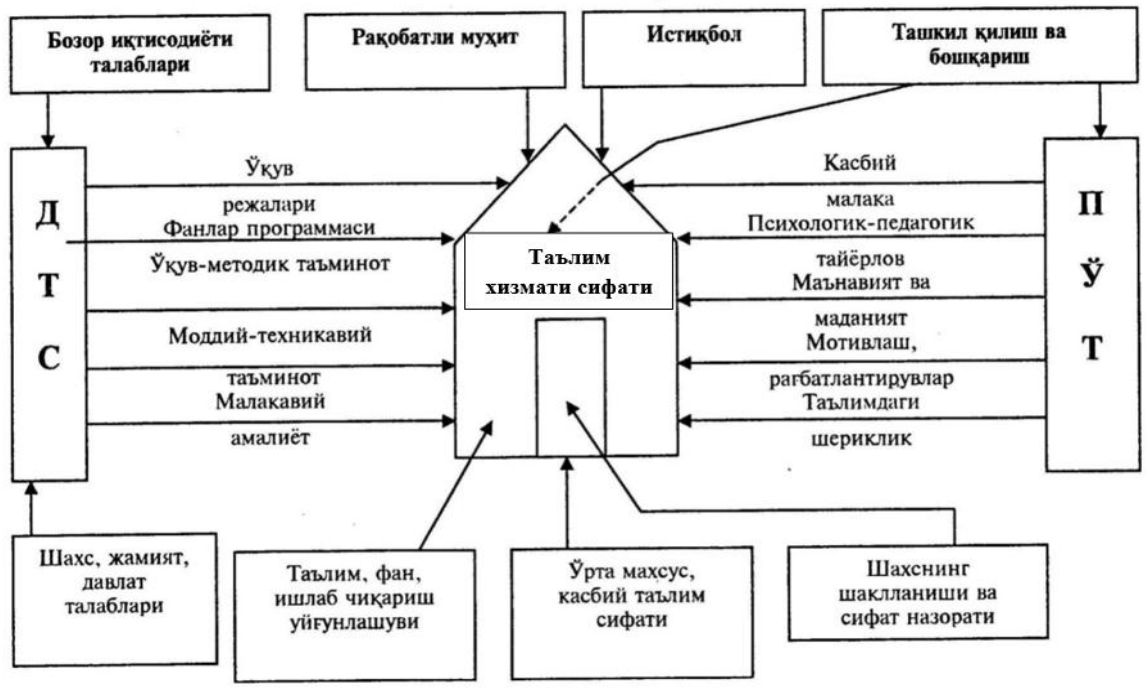
-моддий-техникавий таъминот: бинолар, жиҳозлар, лаборатория ва амалиёт базаси ва б;

-меъёрий-ҳуқуқий ва ўқув-методик таъминот;

-рағбатлантиришлар ва асослар;

Ташқи таъсирлар: бозор иқтисодиёти талаблари, корхоналар, жамият ва давлат.

Таълим тизимининг юқорида келтирилган таркибий унсурлари устунлик қилувчи омиллар мажмуини белгилайди, булар таълим ва ходимларни касбий тайёрлаш сифатига таъсир этади. Мазкур омиллар қўйидаги 1-расмда келтирилган, унда таълим ва касбий тайёрлов шартли



1-расм. Таълим хизмати сифатига таъсир этувчи омиллар

Асос (фундамент) ўрта махсус, касбий таълим муассасаси битирувчиларни тайёрлаш сифати билан боғлиқ омилларга алоқадордир, ҳамда олий таълим билан ворислигига боғлиқ. Ёмон пойдевор устига яхши иморат қуриб бўлмайди.

Ўнг девор профессор-ўқитувчилар таркиби билан боғлиқ омиллар: касбий малака, психологик-педагогик тайёргарлик, маънавият-маърифат ва маданият, асослаш ва рағбатлантиришлар, таълим олувчилар билан ҳамкорлик даражаси. Ўзбекистон Республикасида таълим хизматлари кўрсатишда давлат асосий мавқега эгадир. Давлат таълим хизматлари асосий таклиф кўрсатувчи бўлса, талаб томонидан асосий истеъмолчи ўқишни истовчи ёшлар бўлиб ҳисобланади. Давлат таълим муассасаларида ҳам қўшимча равишда пуллик таълим хизматларини кўрсатилади. Бундан ташқари, субъектлар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш вазифасини ҳам бажаради. Таълим тизимини ислоҳ қилишнинг учинчи босқичида вужудга келтирилган узлуксиз таълим тизимининг сифатини ошириш устувор вазифа бўлиб ҳисобланади. Давлат таълим хизматлари ва инсон капиталини шакллантиради. Инсон капитали мамлакат ижтимоий-иқтисодий тараққиётининг асосий омилларидан биридир. Шу туфайли

инсон капиталининг шаклланишига катта аҳамият берилмоқда.

Сўл деворга давлат таълим стандарти (ДТС)да белгиланган омиллар-ўқув режалари ва фанлар дастурини, ўқув-методик таъминот, моддий-техникавий таъминот, малакавий амалиёт ва бошқалар таъсир этади.

Таълим хизматлари соҳасида вужудга келадиган иқтисодий муносабатлар ижтимоий-иқтисодий тавсифга эга бўлиб, улар кўпроқ даражада таълим хизматлари динамикасини аниқловчи омиллар билан боғлиқдир. Таълим хизматларини кўрсатувчи олий ўқув юртларининг ўқув дастурлари меҳнат бозори талабларига мос бўлиши, талабалар эса уни тўлиқ ўзлаштиришдан манфаатдор бўлишлари лозим. Таълим хизматларининг истеъмолчиси ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаси бўлиб ҳисобланади, улар ўртасидаги муносабатлар меҳнат бозори орқали амалга оширилади. Яхши меъёрий-ҳуқуқий асос-яхши ташкил этилган ўқув-тарбия жараёни ва уни бошқаришнинг асосидир.

Олд девор таълим, фан ва ишлаб чиқариш уйғунлашуви билан боғлиқ омиллар: ўқув жараёнида малакали мутахассислар, фан ва техниканинг замонавий моддий-техникавий базасидан фойдаланиш, уларнинг муаммоларини ҳал этишда иштирок этиш билан боғлиқ .Таълим, фан, ишлаб чиқаришнинг уйғунлашуви-рақобатбардош иқтисодиёт гаровидир.

Орқа деворга таълим муассасаси ва унинг бўлинмаларини ташкил этиш ва бошқариш билан боғлиқ омиллар: бошқариш тизими, бошқариш усули ва услуби, раҳбарнинг индивидуал, жамоавий-руҳий сифатлари. Бошкарув фаолияти ўз мазмун ва тавсифига кўра меҳнат жамоаси ҳаётида аҳлий-тартибий аҳамият касб этади.

Томга бозор иқтисодиёти рақобат муҳити ва истиқболлари белгилайдиган омиллар таъсир этади: корхона эҳтиёжи ва манфаатлари, меҳнатни моддий ва маънавий рағбатлантириш, ижтимоий муҳофаза.

Эшик-омиллар учун кириш, у билан боғлиқ:

-ўқитилаётган шахсларнинг индивидуал ва жамоавий-руҳий сифатларини шакллантириш;

-ўқув-тарбия жараёнини назорат қилиш.

Хулоса қилиб шуни айтиш жоизки, таълим ва ходимларни касбий тайёрлаш сифати муаммоларига тизимли ёндашиш зарур. Омиллар бутун мажмуини улар боғлиқлиги ва алоқадорлигида, бир занжирнинг ҳалқалари сифатида бошқариш зарур. Мазкур занжирдан бирор ҳалқа(омил) ёки ҳалқалар (омиллар)нинг тушиб қолиши таълим хизмати сифатини бошқариш тизимида узилиш содир бўлишига олиб келади. Шунинг учун омиллар мажмуини бозор иқтисодиёти, корхона, жамият ва давлат бел-гилайдиган талаб чегарасида тутиб туриш таълим хизматлари сифатини бошқариш тизимининг асосий вазифаси ҳисобланади.

Н.Б.Тагирова – СамИСИ ассистенти

ИҚТИСОДИЙ ЖАРАЁНЛАРНИ БОШҚАРИШДА МЕНЕЖЕРНИНГ ЭТИКАСИ

Жадаллик билан тезлашиб бораётган ахборот алмашуви жараёнида, жахон иқтисодий-ижтимоий нобарқарор даврда, иқтисодий жараёнларда ҳам янгича ёндашув ва сифатли бошқарувга талаб кучаймоқда. Ҳозирги вақтда тез ривожланишни мўлжаллаган замонавий ташкилотлар учун, инновацияни самарали жорий қилиш, бизнес рентабеллигининг кўплаб саволларини ечиш билан боғлиқ ҳисобланади. Бу соҳадаги ютуқларга эришишнинг энг қулай йўли ташкилот раҳбарининг узлуксиз истиқболга эришиш режаларини амалга ошириш шароитларини таъминлаб бериши ҳисобланади. Ушбу ишлар билан айнан ташкилот менежери шуғулланади.

Илм-фан ва ишлаб чиқаришнинг инновацияга айланиб бораётган ҳозирги глобаллашув даврида бошқарувнинг ҳар қандай тури ёки типидаги менежерлар-менежер новаторларга айланишини замонамиз талаб қилмоқда. Чунки кечаги янги технология ўз муддатини ўтамасданоқ бугуннинг эскиси ҳисобланмоқда. Бошқарувда маркетинг талабларининг ҳам кучайиб бориши ташкилотларда рақобатнинг ҳам кучайишига олиб келмоқда. Шу нуқтаи назардан замонавий менежернинг қандай тавсифларга эга бўлиши стандарт талаблар ва қолипларда кўпроқ берилган. Яъни, менежер ўзидаги барча ҳислатлари одоби, муомаласи, билими, маданияти, кўриниши, кийими, нутқи билан бошқалардан ажралиб туриши лозим. Аслида фақат менежер эмас, ҳамма ҳам инсонни безайдиган, унинг комиллигини кўрсатадиган инсоний хислатларга эга бўлишни хоҳлайди албатта.

Менежер тушунчаси ва менежернинг вазифаларини ўрганишдан маълум бўлдики, менежер кўпроқ уддабурронлик билан тавсифланмоқда. Уддабурронлик инсоннинг билими, заковати, ҳар қандай вазиятдан ижобий натижа ва таассурот билан чиқиб кетиши, ўзига бўлган ишончни атрофдагиларга ҳам етказа олишининг умумий номи.

Бундан ташқари, ҳар бир кишининг ўз ташқи кўринишини рисоладагидек таъминлаши, гап-сўзи, муомала маданияти, замон билан ҳамнафаслиги унинг жамоат орасидаги мавқеъини белгилайди. Менежернинг фаолияти биринчи навбатда кишилар билан учрашишдан бошланганлиги учун ўзи ҳақидаги яхши таассурот қолдирилиши учун саломлашишга эътибор бериши керак.

Ҳар қандай суҳбат саломлашишдан бошланади. Саломлашиш имо-ишоралар ва ҳаракатлар, қўл билан кўришиш, қўлни кўкракга қўйиш, таъзим қилиш кабилар билан бажарилади. Биринчи учрашувда саломлашиш сўзини айтиш ва юздаги ифода муҳим аҳамиятга эга.

Исталган шароитда ва ҳолатда, қисқа танишув ва тасодифий учрашувларда ҳам саломлашиш керак. Салом берилганда кечиктирмасдан

алик олинади. Саломга алик олмаслик манманлик, кибр ва қўполлик ҳисобланади. Узоқдан туриб саломлашиш одоб тартибларига кирмайди.

Ким биринчи бўлиб салом бериши керак деган саволнинг жавоблари қуйидагича:

-ёши кичиклар ёши катталарга биринчи бўлиб салом беради;

-эркак аёлга ҳамиша биринчи бўлиб салом беради;

-ким бинога кираётган бўлса, ичкаридагиларнинг барчасига биринчи бўлиб салом беради;

-бирор жамоат жойга кирган киши биринчи бўлиб салом беради;

-меҳмон биринчи бўлиб эшикни очган кишига, сўнгра унга пешвоз чиқган кишиларга навбати билан салом беради;

Бири-бири билан саломлашаётганда одатда қўл бериб саломлашади. Бу қадимда эркакларнинг қуролсиз эканлиги ва тоза кўнгил билан келганлигини билдирган. Ҳозирги кунга келиб, танишувда, бири-бирига миннатдорлик изҳор қилганда, хайрлашувда қўл беришади.

Қўл бериб саломлашишнинг бир неча қоидалари бор:

-сизга узатилган қўлни қисманг- бу қўпол ҳақорат;

-узатилган қўл битта қўл билан ушланади;

-қўл билан кўришиш қисқа бўлиши керак;

-қўл бериб кўришаётганда унга бўлган ҳурматингизни ифодаламоқчи бўлсангиз, енгил таъзим қилинг;

-остона, стол ва бошқа турли нарсалар устидан қўл узатманг.

Синчков кишилар саломлашишингиздан сизнинг кимлигингизни сезиб олади.

Суҳбат кишилик жамиятининг ҳамма вақтида ҳам катта аҳамиятга эга бўлган. Суҳбат фикрлар алмашуви бўлиб, ўткир ақлингиз, гапга чечанлигингиз ва нотиқлигингизни кўрсатиш учун эмас. Суҳбатдошлар муносабатида фикрларни оддий ва аниқ қилиб ифодалашда етакчилик қилиш керак. Кўпчилик суҳбат бошлашдан қўрқади, овози қалтирайди, гапини йўқотиб қўяди. Буни йўқотиш учун китоблар ўқиш ва вақти-вақти билан зиёли одамлар даврасида ўтириб туриш керак. Нутқ маданиятини ўрганиш учун машҳур ёзувчиларнинг бадиий асарларини, шеъриятни, халқ оғзаки ижодини ўрганиш талаб қилинади.

Ҳамиша суҳбат мавзусини яхши англаш, ўз вақтида суҳбатга жон бағишлаб юбориш ва қачон гапиришни билиш керак. Суҳбатдошга кўрсатилган энг яхши ҳурмат-уни диққат билан эшитишдир.

Ҳар қандай суҳбат бу ахборотлар алмашинувидир. Яхши суҳбат эса кишиларнинг танишуви ва келажакда муносабатларни давом эттиришнинг гарови ҳисобланади. Ахборотлар алмашаётганда унинг энг муҳим томонига эътибор қилинг. Гапираётганда баланд овозда сўзламанг. Айниқса, бу суҳбат кўчада, жамоат жойларида кечаётган бўлса. Овозингиз бошқаларнинг эътиборини тортмаслиги крак.

Сўзловчи амал қилиш керак бўлган қоидалар:

1. Бировнинг шаънига ёмон сўз айтманг.

2.Хушмуомалаликни қўлдан берманг. Нутқингизни юмшатиброқ ифодаланг, қатъий фикрларни билдирманг.

3. Гапираётганда ўз шахсий “мен”га урғу берманг.

4. Суҳбат давомида, ўз фикрингизни ифодалаётганда, суҳбатдошни ҳам тинглашни, унинг қизиқишлари, шахсиятини унутиб қўйманг.

5.Суҳбатдошингиз учун аҳамиятли, қизиқарли, жонли, тушунарли бўлган мавзуда гапиринг.

6. Қисқа ва лўнда гапиринг.

7. Суҳбатдошингизнинг имо-ишорасига эътибор қаратинг.

Суҳбатлашиш қоидалари:

1. Одатда кам биладиган кишилар кўп гапиради. Кўп биладиган кишилар кам гапиради. Шунингдек, гапириш мумкин бўлмаган нарсалар ҳақида сўзламанг.

2. Суҳбатда ҳар қандай ўта жиддий мунозарадан қочинг. Айниқса сиёсат ва дин борасидаги баҳсларда сиз минг карра ҳақ бўлсангизда, буни тортишув ва баҳсларга айлантириб юборманг.

3. Бошқалардан олдин гап бошламанг, ўз навбатингиз келганда гапиринг. Нутқингиз равон, ўзингиз хотиржам ҳолда сўзланг. Ўзингизнинг қанчалик билимдон эканлигингизги кўрсатиб қўйишга уринманг, аксинча суҳбатдошлар даражасида туриб гапиринг.

4. Жамоат олдида ўзингиз ҳақида умуман гапирманг. Энг яқин дўстларгина бир-бирининг шахсий ҳаёти билан қизиқишлари мумкин.

5. Кўнгли тоза кишилар бошқалар ҳақида ҳамиша илиқ сўзлайди, холис фикрлайди.

6. Ҳеч қачон бирор нарсага қанча тўлаганингиз ҳақида гапирманг ва бошқалардан “Бу учун қанча тўладингиз?” деб сўраманг.

7. Муаллифдан ёзган асари, артистдан ўйнаган роли, рассомдан чизган асари учун қанча ҳақ олишини суриштириш қўполлик ва тарбиясизликни билдиради.

8. Латифа айтмоқчи бўлсангиз, у қисқа ва ўткир сўзли бўлсин. Аммо асло одобсиз эмас.

9. Гарчи кўпчилик гапирганда, жим ўтириш афзалроқ бўлса-да, кўпчилик олдида сўзсиз ва бепарво ўтирманг.

10. Баъзи одамлар ўз нутқини мақоллар ва маталлар билан безашни хуш кўришади. Аммо мақоллар ва маталларни ишлатишда эҳтиёткор бўлишни тавсия этамиз. Чунки уларнинг кўпчилиги камида икки маънони ёки кўп маънони англатади.

Сўз ва унинг талаффузи суҳбатдошга бўлган муносабатни ифодалайди. Кескин талаффуз бошқаларнинг дилини сиёҳ қилади. Тарбияли инсон баланд овозда гапирмайди, сўзларни равон ифода қилади. Ҳеч қандай сабаб-ижтимоий аҳволи, уйда ёки ишда тутган ўрни, соғлигининг ёмонлиги-атрофдагиларга дағал муомала қилиш ҳуқуқини бермайди. Ҳатто буйруқни ҳам мулойим овозда бериш мумкин. Суҳбат ва сўзларнинг оҳанги инсоннинг дунёқараши ва ўзгаларга муносабатини

ифодалаб туради. Бугунги жамиятда раҳбар ва унинг қўл остидагилар муносабатида ҳам буйруқ оҳанги ноўрин ҳисобланади. Ишга оид учрашувлардаги суҳбат расмий муносабатлар чегарасидан чиқмаслиги, унда хушмуомала оҳанг устун бўлиши керак.

Хулоса қилиб айтилганда, замонавий менежер сўзи билан эмас, иши ва ҳаракати билан ғалабага эришмоғи лозим. Кўп ҳолларда ваъда бериб кетиш, одамларда умид ўйғотиш билан чекланиб қолиш уларнинг ишончига кириш учун ваъданинг устидан чиқмаслик менежер учун ёд хислатлар бўлиши шарт. Акс ҳолдаа лидерликка даъвогар бўлишга ҳаққимиз йўқ.

A.A.Kamilov – researcher of SamIES

IMPROVEMENT MENEGMEN T MECHANISM`S OF THE SERVICE SHPERE ON THE CONDITIONS MARKET ECONOMY

In the Great Encyclopedic Dictionary of Economics and the category of "business" is defined as:

a) a method for constructing and coordinating the actions of individual elements of the system, its devices;

b) part of the management process, the essence of which lies in the coordination of the system components, achieving mutual correspondence functioning of its parts.

According to the above interpretation of the essence and understanding of the category "organization" concept "management" is primary in relation to this category. In this regard, let us consider in greater detail the content. In the narrow sense of the word control - this information influence on the subject of management to control, motivating to perform some actions aimed at achieving the objectives subekta. Broadest sense control - it's not only the impact of the subject to the object. It is a continuous process, including preparations for the effects directly impact the control activities of the facility management and analysis of the results. Accordingly, the essence of management is the generation, adoption and implementation of management decisions.

Theoretical analysis of the works on the research problem revealed and summarize the main approaches to addressing the economic content management service organizations .

The study examined scientific papers revealed the main and the most appropriate approach to dealing with the economic content management service organizations - funktsionalny perspective functional approach control is realized through implementation of a number of administrative actions, dubbed "management functions". Based on the analysis of the functional approach to the essence of management deduced that "management service organization" is a complex and multi-faceted efforts to implement related functions organically

associated with certain structural components, aimed at the achievement of the intended target and stable operation of service organizations in the market (changing environment).

The analysis of the next most frequently used approach to managing service organizations, according to which almost all the activities of the organization can be represented as a set of business processes in the thesis control. Feature approaches system is to determine the objects as multicomponent systems, forming a set of interrelated or interacting elements that influence the result of the operation and use of the object.Based on the development of innovation production and innovative activities in the field of high technology base, protruding volume rendering engines of development and quality of services . Allows for complex economic, institutional, environmental, technical, psychological and social aspects of management and their relationship.Provides global development of new information technologies contributing significantly simplify international cooperation and integration .Lies in the marketing of consumer orientation controlling subsystem when doing activities and solving any problems.

Process control functions Provides Exclusive Examines acquisition by management of an exclusive right to use at their discretion in the activities of the entity .Structure implemented in determining the relevance and prioritization of factors of competitiveness, promoting rational resource allocation ratio and improve the validity of their use . Behavioral Focuses on helping the worker in the manifestation of its features and capabilities through the application of behavioral science concepts. Serves the purpose of improving the efficiency of the approach the organization by increasing the effectiveness of human resources .

Examines functional management through the implementation of "management functions": planning, organization, coordination, motivation and control.

Considered in the thesis unit "management service organization" is a process of development, adoption and implementation of management decisions based on the set of properties that create benefits in the efficiency of the internal capacity of organizations and providing the conditions for continuous dynamic development in the competitive environment inrelation to other objects competitive certain service needs.

It should be noted that whichever of the above approaches to the management of the organization has not chosen the service sector, in view of the rapid changes in living conditions and human activities, it is necessary the creation or modification of control systems that raise the adequacy of the forecast and the reaction rate control apparatus on those or other changes in the external world.

To date, the service sector is one of the most promising, high-growth sectors of the economy. It covers a wide range of activities: trade and transport to funding, insurance and mediation of various kinds.

From the perspective of globalization are particularly important delocalization of many of their species, as well as the gap in time of production and consumption services. It became possible to accumulate, store and transmit a distance services consume in various forms and at any time, including real time. Powerful breakthrough services on foreign markets pushes the scope of globalization. This is not only a result of the rapid increase in the number of market participants, increase the volume and variety of services, but also a radical change in their functions. Previously services primarily performed mainly a supporting role, mediating commodity mass movement, today the vast majority of acts in circulation as independent objects.

As a result, the situation in the services sector as an example of the Uzbekistan region, you can select the specific features of services:

a) traditionally low priority development of paid services in the regions in relation to production;

b) the significant regional disparities in access to such socially important services such as education, health, sports and fitness, financial, communication;

c) a significant proportion of the population in low-income countries, which significantly limits the development of paid services and requires special methods of state regulation;

g) lack system of regional development programs of paid services that take into account regional specifics;

d) the need to preserve traditional types of consumer services offered at relatively low prices businesses as social support of the population with low incomes;

e) the increase in demand for territorial accessibility;

g) is relatively low compared with other countries as the level of development of paid services in general, and especially information, high-tech services, credit and financial and tourism in all regions of the countries.

M.Rakhmatova – student SamISI
F.Naberaev – student SamSIFL

THE ROLE OF MARKETING RESEARCHES IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Abstract: Like consumer products, tourism has also assumed huge proportions, resulting in a multiplicity of products and sales intermediaries trying to get maximum share in the market. Today, tourism is the fastest growing industry in the world and also one of the most competitive sector. This article highlights the role of marketing researches in the development of tourism sphere and shows the effect of marketing to attract tourists in the destinations.

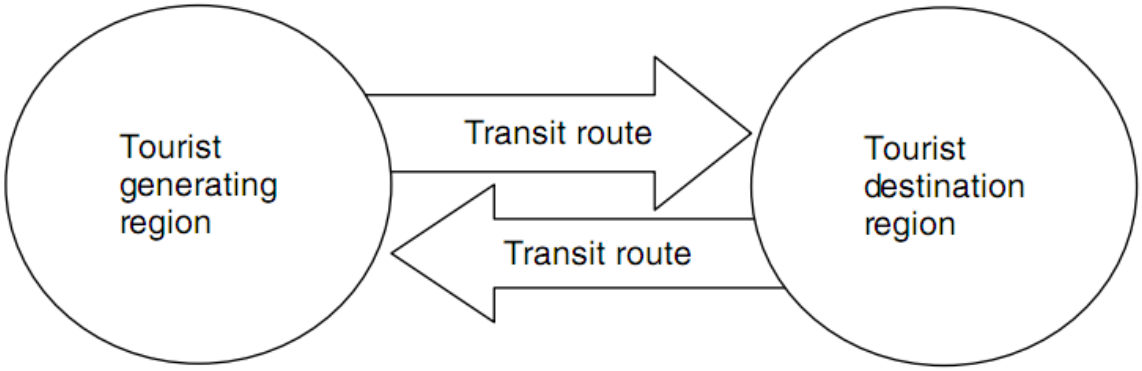
Key words: marketing, tourism, strategy, marketing for tourism, marketing functions.

Tourism is a very complex industry because of its multi-faceted activities which together produce the "tourist product". It is also complex because of various sub-sectors that are in themselves complex industries, if considered independently. Its 80 complexity lies in the tourism promotion in its various forms directed at large number of people in various lands of different socio-economic structures, having different needs, expectations and behavior patterns.

Most tourism activities take place at destinations. Not surprisingly then, destinations have emerged as 'the fundamental unit of analysis in tourism, and form a pillar in any modeling of the tourism system. Travelers are now spoilt for choice of destinations, which must compete for attention in markets cluttered with the mes-sages of substitute products as well as rival places.

Marketing is a process through which individuals and groups provide exchange and obtain products – ideas, goods and services – capable of satisfying customers' needs and desires at a desirable price and place [1]. Marketing requires a strategy. It is an all-encompassing, planning, scheduling, studying, figuring-stuff-out, researching, testing, and practicing strategy.

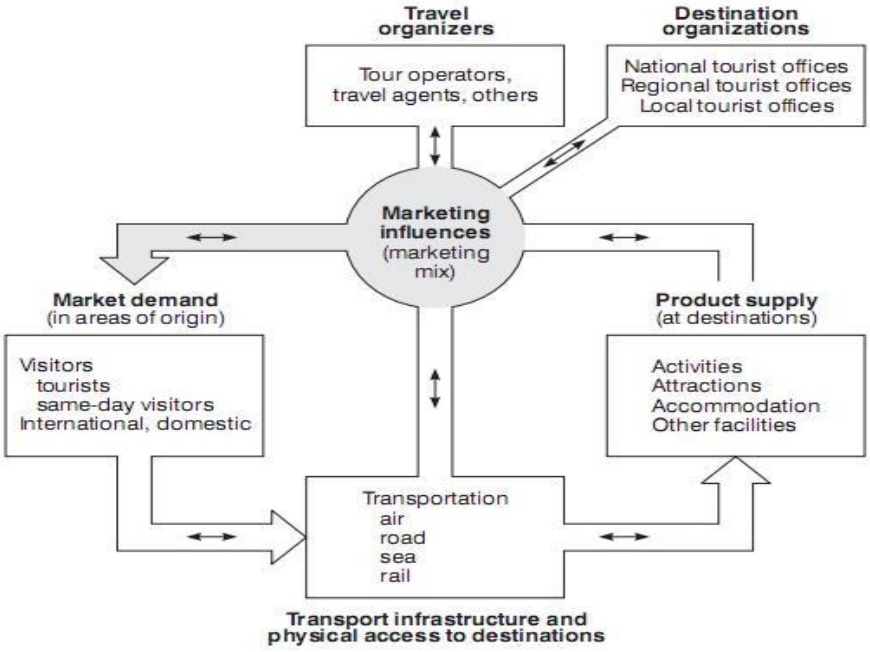
Tourism marketing can be defined as the systematic and coordinated efforts exerted by the National Tourist Organizations and the tourist enterprises at international, national and local levels to optimize the satisfaction of tourists, groups and individuals, in view of the sustained tourism growth.



Pic. 1. Geographical elements of tourism [2]

Demand and supply are also main components of tourism. Picture 1 is provided to show vital linkages between demand and supply in travel and tourism that are fundamental to an understanding of the role of marketing. The figure shows the relationship between market demand, generated in the places in which visi-tors normally live (areas of origin), and product supply, mainly at visited destinations. It should be noted also that not all visits to a destination are influenced by marketing activity. For example, domestic visitors trav-elling by private car to stay with their friends and relatives may not be influenced by destination marketing in any way at all.

[1] The International Labour Office Toolkit on Poverty Reduction through Tourism Training Package Teaching Notes, Module 3, PROMOTION AND MARKETING IN TOURISM, October 2012, p 5.
[2] The study of destination marketing, Chapter 1, p 2.



Pic.1. The systematic links between demand and supply: the influence of marketing [1]

Marketing in tourism is concerned with the needs of identifiable consumer groups. Marketing involves much more, including product/service development, place (location and distribution), and pricing. It requires information about people, especially those interested in what you have to offer, such as what they like, where they buy and how much they spend. Its role is to match the right product or service with the right market or audience.

From the participants' response to the marketing mix, identify which the ones that would belong to the 5 P's and explain that the marketing mix consists of product, price, place, promotion and people (five Ps):

- tourism product that will be offered and the factors that compose it;
- place of distribution; how the product/service will get to the client;
- sale price of the product and pricing policy to be applied;
- promotion to inform the potential consumers about the product and its qualities;
- people whose expertise, skills and attitudes are the key elements of the brand.

Modern marketing is heavily based on the "marketing concept" which holds that businesses and organi-zations should:

- design their products/services to meet customer needs and wants;
- focus on those people most likely to buy their product rather than the entire mass market;
- develop marketing efforts that fit into their overall business objectives.

The main marketing functions in tourism sector include:

1. market research
2. product formulation and development

[1] The Meaning of Marketing in Travel and Tourism, Part one, p 12.

3. analysis and selection of target markets
4. distribution networks
5. product promotion

UNITS	CONTENTS
1. Marketing tourism destinations	• Basic definitions • Destination marketing organizations (DMOs) • Branding a tourism destination • "If a destination does not flourish how can pro-poor tourism thrive?"
2. Tourism marketing plan	• Definitions and components • Product ▪ Concept ▪ Product factors ▪ Categories of tourism products (examples) ▪ Product lifecycle • Place (distribution) ▪ Key concepts and definitions ▪ Types of distribution channels ▪ Distribution strategies • Price ▪ Definition and components ▪ Setting prices ▪ Price management • Promotion ▪ Definition and key elements ▪ Main distribution and promotion channels ▪ Communication and advertising • People

Pic. 2. The sub-sections under the main headings [1]

Tourist product can be analyzed in terms of attractions, facilities and accessibility. Attractions are those elements in the tourist product which determine the choice of a particular tourist to visit one particular destination rather than another. Attractions could be in the form of areas of archaeological interest, historical buildings, scenic beauty, events etc. Facilities are those elements in the tourist product which are a necessary aid to the tourist centre.

Destination marketing refers to a management process through which the national tourist organizations and/or tourist enterprises identify their selected tourists, actual and potential, communicate with them to ascertain and influence their wishes, needs, motivations, and likes and dislikes, on local/rural, regional, national and international levels, and to formulate and adapt their tourist products accordingly with a view to achieving optimal tourist satisfaction, thereby fulfilling their objectives.

In sum, tourism firms need to recognize the unique characteristics of their services and the drivers of their industry, be aware of the recent social, economic and technological developments, and adopt the most appropriate marketing strategy or combination of strategies that suits better to their available resources, competencies and business goals. The purpose of this book is to help them achieve these goals.

[1] The International Labour Office Toolkit on Poverty Reduction through Tourism Training Package Teaching Notes, Module 3, PROMOTION AND MARKETING IN TOURISM, October 2012, p 4.

IV ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

Д.Р. Рафеев – доцент СамИЭС,
Н.Ж. Жамшедова – студентка СамИЭС

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЕГУЛИРОВАНИИ ИНВЕСТИЦИЙ: ПУТИ, ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ

Широкое и быстрое внедрение в нашу сегодняшнюю жизнь одного из основных понятий рыночной экономики – понятия инвестиций указывает на его необходимость, смысл и важность.

В развитии национальной экономики большое значение иностранных инвестиций может разъясняться тем, что, во-первых, иностранные инвестиции внедряют в производство современную технику и технологии, развивает производство продукции, предназначенной для экспорта; во-вторых, налаживают производство импортозаменяющих товаров; в-третьих, обеспечивают растущее население рабочими местами путем расширения производства и создают возможность для обеспечения достойного уровня жизни населения; в-четвертых, обновляют и технически перевооружают устаревшие производственные мощности, материально-техническую базу предприятия.

В переходный период инвестиции становятся важнейшим фактором не только обновления, но и создания новых производств и предприятий. Привлечение иностранных инвестиций должно осуществляться на основе принципов социально-экономической эффективности, экологической и экономической безопасности, поддержания приоритетности государственной структурной и воспроизводственной политики.

Иностранные инвестиции на территории Республики Узбекистан могут быть осуществлены в различных формах, как долевое участие в уставных фондах и имуществе хозяйствующих субъектов, создание и развитие хозяйствующих субъектов полностью принадлежащих иностранным инвесторам, приобретение имущества, акций, ценных бумаг, долговых обязательств, эмитированных резидентами Республики Узбекистан, право на интеллектуальную собственность приобретение концессий, включая разведку, разработку, добычу, использование природных ресурсов, приобретение права собственности на объекты торговли и сферы обслуживания, жилые помещения вместе с земельными участками, на которых они размещены, а также права владения и пользования землей (в том

числе на основе аренды) и природными ресурсами.

Успехами, достигнутыми в годы независимости Республики Узбекистан в сфере привлечения иностранных инвестиций в экономику нашей страны, имелся ряд преград и недостатков, примерами которых могут служить слабое развитие инфраструктуры, отсутствие рекламы инвестиционной привлекательности в странах мирового сообщества, отсутствие свободной и полной конвертации валюты и т.д. С этой точки зрения для того чтобы оживить деятельность предприятий, основанных на иностранных инвестициях, а также увеличить непосредственно сам приток иностранных инвестиций, за последние годы был осуществлен ряд важных мероприятий.

Одним из первых была Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах, утвержденная с целью дальнейшего повышения эффективности реформ, осуществляющихся по Указу «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан», принятому Президентом Республики Узбекистан Шавкатом Мирзиёевым, а также создания условий для всестороннего и стремительного развития государства и общества, модернизации страны и осуществления приоритетных направлений по либерализации всех сфер жизни. Она является логическим продолжением осуществляемого в стране процесса модернизации, технического и технологического обновления производства. В Стратегии одним из приоритетных направлений развития и либерализации экономики является совершенствование инвестиционной среды, активное привлечение в экономические отрасли и территории страны иностранных инвестиций, прежде всего прямых иностранных инвестиций.

Президентом Республики Узбекистан Шавкатом Мирзиёевым подписан указ «О создании Государственного комитета Республики Узбекистан по инвестициям»[1]. Цель создания новой структуры – “Полное осуществление инвестиционной способности Узбекистана”, она состоит из дальнейшего совершенствования инвестиционной среды, качественной разработки годовых инвестиционных программ, создания оптимальных условий для привлечения иностранных инвестиций, расширения сотрудничества с международными финансовыми институтами, ведущими иностранными компаниями и банковскими структурами, а также повышения эффективности привлекаемых иностранных инвестиций.

В конце 2017 года с целью привлечения иностранных инвестиций была проведена разработка законодательной базы, упорядочивающей инвестиционную привлекательность, в том числе критический анализ законов «Об иностранных инвестициях», «О мерах и гарантиях защиты прав иностранных инвестиций», «Об инвестиционной деятельности». Особое место занимает разработка проекта закона «Об инвестициях и инвестиционной деятельности», гарантирующего права иностранных

[1] Указ Президента Республики Узбекистан от 31 марта 2017 года № УП-4996 «Об образовании Государственного комитета Республики Узбекистан по инвестициям»

инвесторов, поддерживающего поступление иностранных инвестиций, инвестиционную деятельность, напрямую действующего в результате изучения опыта зарубежных стран в этой сфере. Ранее глава государства поручил до 1 января 2019 года разработать и внести проект унифицированного законодательного акта в области инвестиционной деятельности, направленного на создание максимально благоприятных условий для инвестирования. Первоначально планировалось, что это будет Инвестиционный кодекс. Концепцию Закона «Об инвестициях и инвестиционной деятельности» представили во второй половине октября. Он был размещен на портале СОВАЗ, общественное обсуждение Законопроекта продлилось до 21 декабря 2018г. Обнародованный законопроект системно объединил в себе нормы, содержащиеся в различных документах: Законах «Об иностранных инвестициях», «Об инвестиционной деятельности», «Об инвестиционных и паевых фондах», «О свободных экономических зонах», «О концессиях», «О соглашениях о разделе продукции» и др., а также в целом ряде подзаконных актов. Наряду с общими положениями в нем оговорены меры государственной поддержки инвестиций и инвестиционной деятельности, аспекты институционального управления инвестициями (инвестиционные, паевые инвестиционные и венчурные фонды), особенности инвестирования в свободных экономических зонах, в рамках концессий и соглашений о разделе продукции. Регламентируется правовой режим иностранных инвестиций в Узбекистане и осуществление инвестиционной деятельности за пределами страны.

Была утверждена Государственная программа по реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах в «Год активных инвестиций и социального развития» [1] . Государственная программа «Год активных инвестиций и социального развития» – третий этап реализации Стратегии действий. В 2017 и 2018 гг. реализовывались Государственные программы «Год диалога с народом и интересов человека» и «Год поддержки активного предпринимательства, инновационных идей и технологий». Их утверждали также с учетом мнений и предложений общества. Госпрограмма на 2019 год состоит из 253 пунктов. При ее разработке приняты во внимание основные идеи и предложения, обозначенные в Послании Президента парламенту, в котором глава государства отметил важность инвестиций словами «…инвестиции – это драйвер экономики, образно говоря, ее сердце»[2], а также ключевые задачи Стратегии. Кроме того, в рамках всеобщего обсуждения документа намечено проведение круглых столов, открытых диалогов, дискуссий с участием граждан, международных экспертов, специалистов

[1] Указ Президента Республики Узбекистан от 17 января 2019 года «Об утверждении Государственной программы по реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах в «Год активных инвестиций и социального развития»

[2] Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису от 28 декабря 2018 года

соответствующих министерств и ведомств, бизнес-сообщества, а также представителей других институтов гражданского общества. В проект заложена реализация целого комплекса мероприятий по пяти основным направлениям Стратегии: в т.ч. в сфере развития экономики и привлечения активных инвестиций: обеспечение макроэкономической устойчивости; создание необходимых условий для здоровой конкуренции, дальнейшего улучшения деловой среды и инвестиционного климата; существенное сокращение государственного присутствия в экономике; сохранение высоких темпов экономического роста; продолжение либерализации валютного регулирования, разработка Стратегии инвестиционной политики. В рамках программы планируется реализовать проекты на общую сумму 16,9 трлн сумов и 8,1 млрд долларов США.

Была утверждена инвестиционная программа на 2019 год [1]. Она включает основные параметры капиталовложений, прогноз ввода объектов социальной, жилищной, инженерной и транспортной инфраструктуры, а также адресную программу ввода объектов и производственных мощностей.

Было создано министерство инвестиций и внешней торговли. Оно образовано на базе Министерства внешней торговли и Государственного комитета по инвестициям соответствующим указом [2] и постановлением [3] Президента. При Министерстве инвестиций и внешней торговли (МИиВТ) создаются Совет по тарифному и нетарифному регулированию, которому предстоит заменить упраздняемый Межведомственный таможенно-тарифный совет и Агентство по привлечению иностранных инвестиций, задачами которого является оказание информационной и правовой поддержки иностранным инвесторам, решение возникающих проблем, а также оказание им услуг по оформлению необходимой документации

8 января 2019 года под председательством Президента страны состоялось видеоселекторное совещание, на котором проводилось обсуждение новой поэтапной системы по привлечению иностранных инвестиций. Было решено разделить работу по привлечению инвестиций на 4 этапа. Отмечалось, что внедрение новой, 4-этапной системы будет способствовать расширению масштабов инвестиционных проектов с участием прямых иностранных инвестиций в регионах и отраслях и установлению строгого контроля за их реализацией.

Было принято постановление Кабинета Министров[4] из которого следует, что при районных хокимиятах столицы с 1 февраля 2019 года начнут работать Центры поддержки инвесторов. Они займутся сопровождением

[1] Постановление Президента «О мерах по реализации инвестиционной программы Республики Узбекистан на 2019 год» от 19 декабря 2018 года

[2] Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по совершенствованию системы управления в сферах инвестиций и внешней торговли» от 28 января 2019 года

[3] Постановление Президента Республики Узбекистан «Об организации деятельности Министерства инвестиций и внешней торговли Республики Узбекистан» 28 января 2019 года

[4] Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по привлечению прямых инвестиций в инфраструктурное развитие города Ташкента» № 4 от 4 января 2019 г.

иностранных инвесторов при реализации проектов, в том числе на основе государственно-частного партнерства. Основными задачами центров определено: содействие инвесторам в получении развернутой информации о потенциале районов, конкретных инвестиционных предложениях, имеющихся льготах и преференциях; обеспечение информацией инвесторов об имеющихся пустующих объектах государственной собственности и неиспользуемых земельных участках; консультирование инвесторов при подготовке и реализации инвестиционных проектов; организацию мероприятий и встреч по вопросам инвестиционных возможностей районов; содействие эффективной деятельности создаваемых предприятий с иностранными инвестициями; а также многое другое.

Согласно постановлению Президента от 28.01.2019 г. будет проведена реализация нового комплекса мероприятий по поддержке инвесторов и продвижению отечественной продукции на зарубежных рынках. С 1 июля 2019 года взаимодействие Министерства инвестиций и внешней торговли с инвесторами будет осуществляться по принципу «одно окно». Таким образом будут осуществляться консультирование потенциальных инвесторов, сопровождение при получении госуслуг, а также оказание содействия в заключении инвестиционных контрактов. До 1 июня 2019 года планируется разработать и внедрить интерактивную инвестиционную карту Узбекистана. Она будет отражать производительный потенциал и потребность каждого региона в объеме инвестиций, и содержать перечень конкретных проектов с предварительными расчетами и другой информацией, представляющей интерес для потенциальных инвесторов. Будет внедрена система самосертификации

Эти меры позволяют не только улучшить социально-экономические возможности отдельно взятых регионов, но и, в конечном счёте, – повысить благополучие и уровень жизни населения. Их применение на практике дает возможность активнее привлекать иностранные инвестиции в национальную экономику и обеспечить стабильность инвестиционной среды. Подводя итог сказанному, можно сделать вывод: осуществление рыночных реформ в Узбекистане, включая углубление процессов приватизации, достижение макроэкономической стабилизации и обеспечение устойчивого экономического роста, коренные структурные преобразования в национальном народнохозяйственном комплексе неразрывно связаны с проведением активной инвестиционной политики.

Н.А.Юнусов – Жиззах АТБ “қишлоқ қурилиш банк” Жиззах минтақавий филиали етакчи мутахассиси
М.О.Мамаюнусова – СамИСИ магистранти

СОЛИҚ ИСЛОҲОТЛАРИДАГИ ЎЗГАРИШЛАР ФАРАВОНЛИККА ХИЗМАТ ҚИЛАДИ

Ўзбекистон Республикаси Президенти «Ўзбекистон Республикасининг солиқ сиёсатини такомиллаштириш концепцияси тўғрисида»ги ПФ-5468-сонли фармонга имзо чекди. Солиқ ва бюджет сиёсатининг 2019 йилга мўлжалланган асосий йўналишлари қабул қилинганлиги муносабати билан 2018 йил 25 декабрда Ўзбекистон Республикасининг айрим қонун ҳужжатларига ўзгартиш ва қўшимчалар киритиш тўғрисида қонуни ҳам тасдиқлади. Куплаб экспертлар томонидан билдирилган фикрлар ва узок давом етган мухокамалардан сунг Ўзбекистонда янги солик тизимини ишлаб чиқилиб 2019 йилнинг 1 январидан ўзгартирилди.Солик концепциясини ишлаб чиқишдан асосий мақсад Президентимиз Шавкат Мирзиёев томонидан тадбиркорларни, кенг аҳоли қатламини қўллаб-қувватлашга қаратилган ислоҳотлар самарадорлигини ошириш, уларга солиқ маъмуриятчилигида имкониятлар яратишдир.

Ўзбекистон Республикаси Президенти 2018 йил 28 декабрдаги Олий Мажлисга мурожаатномасида иқтисодиётни юксалтиришнинг стратегик устувор вазифалари белгилаб берилди. Улардан тўртинчиси, “...фуқароларимиз солиқдан қочиш эмас, уни вақтида тўлашдан манфаатдор бўлиши керак[1]”, деган вазифа қўйилди. Шунингдек, “2019 йилдан бошлаб жорий этилаётган янги солиқ концепциясининг энг асосий ғояси солиқ юкини камайтириш, содда ва барқарор солиқ тизимини қўллашни кўзда тутади. Шу орқали иқтисодиётимиз рақобатбардошлигини ошириш, тадбиркор ва инвесторлар учун ҳар томонлама қулай муҳит яратишга эришиш мумкин”[2], деб кўрсатиб ўтди.

Бугунги кунда солиқлар давлатнинг уз вазифаларини амалга ошириш учун зарур булган молиявий маблагларни шакллантириш учун жисмоний ва юридик макомга эга шахслардан асосан даромади ва мол-мулкининг микдорига нисбатан ундирилмокда.Хеч кимга сир эмаски давлат бюджети даромадлар кисмининг асосий манбаси соликлар ҳисобланади. Агар тарихга назар ташласак соликнинг келиб чикиши давлатнинг пайдо булиши билан чамбарчас боглик булиб жуда кадимий тарихга эга.Мисол учун тарихий манбаларда бундан 3760 йил мукаддам Бобил давлатида “Hammurapi” конунлари билан соликлар жорий этилган, Киска килиб айтганда хар кандай ривожланган давлатда соликларнинг урни юкори,чунки аҳолининг ижтимоий ҳимоясини, унинг яшаш даражаси ва сифатини таъминлашга, иқтисодий, ҳуқуқий, ҳатто сиёсий шароитларини

[1]Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2018 йил 28 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // “Халқ сўзи” газетаси. 2018 йил 29 декабрь.
[2] Ўша жойда.

ҳам таъминлаб туради.

Юкорида келтирганимиздек соликлар тарихдан мавжуд ва хар бир даврда давлат узининг ижтимоий-иктисодий холатига кура солик ислохотларини амалага ощирган.Мамлакатимизда иктисодий ислохотлар давом этаётган бир пайтда янги солик концепсияси жорий этилиши,замонавий даврда энг йирик кадамлардан бири булди десак адашмаймиз.2019 йил 1 январидан бошлаб, солик конунчилигимизда содда ва кулай солиқ ставкалари жорий этилди, тўлаш тартиблари ўзгарди. Энди уларнинг моҳиятига эътиборни қаратайлик.

Мазкур солиқ ислоҳотларининг афзалликлари нимада, деган саволга назар ташлайдиган бўлсак, аҳолига умуман олганда анча қулайликлар яратилди.

Бевосита аҳолининг меҳнат ҳақидан олинадиган солиқ камайтирилди. Олдин аҳоли тўлайдиган даромад солиғи шкала бўйича максимал ставка 22,5 фоиз бўлган бўлса,эндиликда даромад солиғининг 12 фоизлик шкаласини жорий этилди. Аҳоли учун яна бир қулайлик, уларнинг ойлик маошларидан ушланадиган бюджетдан ташқари Пенсия жамғармасига 8 фоизлик суғурта бадаллари бекор қилинганлиги бўлди. Ушбу сумма ҳам олдин тадбиркорга “юк” бўлган. Ҳозир унинг бекор қиланиши ҳам хуфёна иқтисодиётнинг барҳам топишини таъминлайдиган, бунинг учун тадбиркорни рағбатлантирадиган чоралардан биридир. Яна бир муҳим жиҳат, ягона ижтимоий тўлов ставкасини соддалаштирилган режим учун 15 фоиз, умумий режим учун 25 фоиздан — 12 фоизгача камайтирилганлиги (бундан бюджет ташкилотлари мустасно) ҳам тадбиркорлар манфаатига мос келади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 30 октябрдаги 2018 йилда давлат бюджетининг кутилаётган ижроси, 2019 йилга мўлжалланган макроиқтисодий кўрсаткичлар, бюджет-солиқ сиёсатининг асосий йўналишлари муҳокамасига бағишланган йиғилишида бюджет соҳаси ходимлари иш ҳақлари, пенсия ва нафақаларини инфляция кўрсаткичидан юқори ошириш билан бирга тарбиячилар, ўқитувчилар, илмий ходимлар, професор-ўқитувчилар, маданият ходимларининг иш ҳақлари 30 фоиздан 100 фоизгача оширилганлигини таъкидлади. Бу маблағлар осмондан тушаётган эмас. Буларнинг ҳаммаси давлат бюджетидан, тўланган солиқлар ҳисобидан амалга оширилмоқда. Шу туфайли солиқлар масаласи бўйича бирор фикр айтмоқчи бўлса, унинг ҳамма жиҳатларини инобатга олган ҳолда айтиш жоиз, деб ҳисоблаймиз.

Энди тадбиркорлар манфатига келадиган бўлсак, уларнинг ҳам солиқ юки бироз камайди.Чунки, Ўзбекистон Республикаси Президенти 2018 йил 28 декабрдаги Олий Мажлисга мурожаатномасида “Солиқ юкини камайтириш ҳисобига барчага бир хил адолатли солиқ режимини жорий этиш, солиқ имтиёзларини босқичма-босқич бекор қилиш лозим”[1], деб

[1]Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2018 йил 28 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси.// “Халқ сўзи” газетаси. 2018 йил 29 декабрь.

таъкидланди. Бу бежиз эмас, албатта, “Зеро, берилган имтиёз рақобат муҳитига салбий таъсир кўрсатаётганини тадбиркорларнинг ўзлари ҳам эътироф этмоқдалар” [1] .Бу борада хайрли ишлар амалга оширилмоқда. Жумладан, умумий режимдаги корхоналар учун давлат мақсадли фондларига мажбурий ўтказмаларни олдин 3,2 фоизни ташкил қилган бўлса, 2019 йил 1 январидан бошлаб, бу ҳам бекор қилинди.

Агар тадбиркорлар юридик шахс сифатида фаолият кўрсатаётган бўлса, булар учун фойда солиғи ставкасини 14 фоиздан 12 фоизга камайтирилди. Шу ўринда тижорат банклари учун фойда солиғи 22 фоиздан 20 фоизга камайтирилди. Муҳими ушбу банклар мувоффақиятли фаолият натижасида маълум бир чегарадаги рентабеллик даражасига етиб, ундан ошиб кетсафойда учун солиқ тўланадиган солиқ миқдори ҳаддан зиёд юқори эди. Бу ҳам бекор қилинди.

Бозор муносабатлари шароитида молиявий бозор орқали ҳам фойда кўрилиши дунё миқёсида ҳаётий тажрибадан маълум. Бунинг бир кўриниши дивидентлар учун солиқни ташкил қилади. Ушбу солиқнинг ставкаси ҳам 2019 йил 1 январдан бошлаб 10 фоиздан 5 фоизгача пасайтирилди.

Юридик шахсларнинг мулк солиғи ставкаси 5 фоиздан 2 фоизгача пасайтирилганлиги ҳам унга тўланадиган сумманинг ярмидан кўпини тежаш имконини беради. Яна бир муҳим жиҳат, барча юридик шахслар томонидан сув ресурсларидан фойдаланганлик учун солиқ жорий этилади.

Олдин корхоналарнинг кичик ёки йириклиги, улардаги одамлар сони билан ўлчанар эди. Эндиликда ушбу мезон сотиган маҳсулот (тушум) ҳажми билан ўлчанадиган бўлди. Шу йилдан бошлаб йилига 1 миллиард сўмдан ортиқ айланма (тушум)га эга бўлган ва белгиланган чегарага бир йил мобайнида эришган корхоналарни умумўрнатилган солиқ тўлашга ўтказиш белгиланган.Бир йилик айланма (тушум) миқдори 1 миллиард сўмгача эга бўлган солиқ тўловчилар учун ҚҚС ва фойдадан солиқ тўлаш ўрнига олдин 5фоизлик ягона солиқ тўлови амал қилар эди. Ушбу ставка ҳам шу йилнинг бошидан бошлаб айланма ҳажмига нисбатан 4 фоиз миқдорида белгиланди.

Солиқ ислоҳотлари таркибида қўшимча қиймат солиғи (ҚҚС) муҳим аҳамиятга эга. Мазкур солиқнинг миқдори ҳозир амал қилаётган 20 фоизлик ставкаси сақланиб қолди ва 2019 йил якунларига кўра ставка миқдори камайтирилиши кўзда тутилган. Чунки, бугунги кунда жуда катта маблағ талаб қилинаётган ижтимоий соҳани ривожлантириш учун Давлат бюджети маълум маънода ҳимояланишни талаб қилади. Бу таъкидланганидек, аста-секинлик билан камайиб боради.

Аҳоли ўртасида ҚҚСнинг деярли барча товарлар ва хизматларга жорий қилиниши нархнинг ошиб кетишига сабаб бўлади, деган хавотирда. Лекин бундан безовута бўлишга асос йўқ. Нарх албатта инфляция ҳисобидан ва

[1] Ўша жойда.

нархнинг таркибига қўшиладиган солиқлар ҳисобидан ошиб бориши мумкин. Лекин бугунги кунда, бир қанча солиқлар , юқорида кўрсҳганимиздек, бекор қилинди, қисқартирилди. Булар ҳам нархнинг ичида бўлган. Фақат унинг қанчалигини билмаганмиз. Умусмий оборотдан, олинган фойдадан, фойдаланаётган мулкидан, эгаллаган ер майдони учун турли тўловларни амалга ошириб келган. Уларнинг қисқариши ва айримларининг бекор қилиниши маҳсулот (иш, хизмат)нинг нархини одамлар ўйлаганидек, кескин ошириб юбормайди.

Тадбиркорларга яна бир катта узгаришлардан бири ижара шартномаларини давлат солик хизмати органларида мажбурий ҳисобга куйиш тартибини урнатиш оркали кучмас мулкни ижарага бериш ва текин фойдаланиш шартномаларини мажбурий нотариал тасдиклаш буйича талаб бекор килинди.Яни декларация солигини тулаш учун олдин ижарага берувчи билан ижарага олувчи уртасида шартнома тузиш учун нотариал идорага бориб шартнома тузиларди.Узингизга малум нотариал идораларда канча когозбозлик талаб килинарди, навбатларни айтмайсизми, камида бир хафта вактингиз сарф буларди.Энди тадбиркорлар факатгина шахсни тасдикловчи хужжат билан солик идорасига бориб шартнома тузиб декларация солигини тулаш учун рўйхатга куйиш етарли.

Президентимиз 2018 йил 28 декабрда Ўзбекистон Республикаси Президентининг Парламентга Мурожаатномасида “Жаҳон тажрибасини пухта ўрганиб, халқаро экспертларни жалб этган ҳолда, монетар сиёсатни такомиллаштириш ва нарх-наво барқарорлигини таъминлаш концепциясини ишлаб чиқишимиз зарур” [1] , деган вазифани илгари сурди. Бу албатта нархнинг кескин ўсиб кетишига мамлакатимизда йўл қўйилмаслигига яна бир кафолат.

Эндиликда Президентимиз таъкидлаганидек, “Иқтисодиётнинг барча соҳаларини рақамли технологиялар асосида янгилашни назарда тутадиган Рақамли иқтисодиёт миллий концепциясини ишлаб чиқишимиз керак. Шу асосда “Рақамли Ўзбекистон-2030” дастурини ҳаётга татбиқ этишимиз зарур”[2]. Рақамли иқтисодиётга ўтишимизнинг афзалиги шундаки, иқтисодиёт соҳасида турли “найранглар”нинг олди олинади, коррупциянинг кескин камайишига олиб келади.Бу ҳақда Президентимиз мурожаатномасида: “Рақамли иқтисодиёт ялпи ички маҳсулотни камида 30 фоизга ўстириш, коррупцияни кескин камайтириш имконини беради. Нуфузли халқаро ташкилотлар ўтказган таҳлиллар ҳам буни тасдиқламоқда”[3].

Яна бир карра такрорламоқчимиз, биз ёки тадбиркор тўлаётган солиқ кимгадир, қаёққадир кетмайди, бегонага берилмайди. Уни бир жойга тўплаб мамлакатимизнинг барқарор ривожланиши, Ватанимиз сарҳадлари-нинг мустаҳкамлиги, ижтимоий соҳани ривожлантириш, аҳолининг ижтимоий аҳволининг яхшиланиши каби тадбирларга сарф қилинади. Шу туфайли, бу ҳолатга объектив жараён, деб қараш мақсадга мувофиқ.

---

[1]Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2018 йил 28 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси.// “Халқ сўзи” газетаси. 2018 йил 29 декабрь.

[2] Ўша жойда.

[3]Ўша жойда.

Э.А.Нозимов – СамИСИ ассистенти,
А.М.Мелиев – СамИСИ, МК-116 гуруҳ талабаси

ТИЖОРАТ БАНКЛАРИ ТОМОНИДАН ИНВЕСТИЦИОН ЛОЙИҲАЛАРНИ КАФОЛАТЛАШДА КОНСАЛТИНГ ХИЗМАТЛАРНИНГ РОЛИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Тижорат банклари воситачилигида иқтисодиётнинг бўш тармоқларига тижорат йўналтириладиган маблағларни инвестицион лойиҳаларга жалб этиш долзарб масалалардан бири бўлиб келмоқда.

Бунда асосан тижорат банклари томонидан инвестицион лойиҳаларни тижорат банклари томонидан қуллаб-кувватлаш жараёнида бир қанча чора-тадбирларни амалга ошириш талаб этилади. Улар жумласига қуйидагиларни киритиш мумкин бўлади:

- лойиҳани қуллаб-қувватловчи тижорат банклари ва унга хизмат кўрсатувчи (мониторинг қилувчи) персонални ажратиш;
- лойиҳаларни қуллаб-қувватловчи тижорат банкларида маъмурий тўсиқлар билан боғлиқ ҳаракатларнинг қисқариши;
- лойиҳаларни самарали мониторинг қилиш ва қайта назорат қилишга имкон бериш;
- инвестицион лойиҳаларни тижорат банклари томонидан қуллаб-қуватлаш ва мониторингини амалга ошириш ва амалга ошириладиган тадбирларни инвестицион давр ичида ушбу лойиҳаларни муваффақиятли амалга ошириш;
- инвестицион лойиҳалар бўйича муаммоли кредитлар миқдорининг камайишига ҳамда тижорат банклари томонидан лойиҳаларни амалга оширишда маслаҳатчи функциясининг кенгайишига ижобий туртки бўлиши талаб этилади.

Шунинг учун ҳам амалга ошириладиган тадбирлар асосан услубий хусусиятга эга бўлиб, йирик инвестицион лойиҳалар бўйича комплекс консалтинг хизматини жорий қилиш зарур бўлади. Унга кўра, кредит ресурсларининг мақсадли сарфланишида ва лойиҳанинг муваффақиятли амалга оширилишида нафақат лойиҳа ташаббускори ва қарз берувчи банкнинг масъулиятини, балки лойиҳанинг илк бошланиш даврида лойиҳа бўйича бизнес-режани ишлаб чиққан консалтинг компанияларининг ҳамкорлиги ҳам муҳимдир. Аммо баҳолаш ва консалтинг хизмат кўрсатиш корхоналарининг ўзлари тузиб берган бизнес-режа бўйича жавобгарлиги ва ҳамкорлик масъулияти етарлича эмас. Қолаверса, баҳолаш ва консалтинг хизмат кўрсатиш корхоналарининг фаолияти фақат мутахассислик талаби бўйича эмас, балки тажриба ҳамда ҳукумат кафолати асосида ташкил этилиши зарур бўлмоқда. Тижорат банклари томонидан қуллаб-қувватланадиган инвестиция омили ҳамда ҳукумат кафолати асосидаги ижтимоий инвестицияларни амалга оширишда баҳолаш ва консалтинг хизмат кўрсатиш корхоналарининг вазифаси фақат

бизнес-режани маълум маблағ ҳисобига тузиб сотиш ёки мавжуд активларни баҳолаш бўйича баҳолаш ҳисоботларини тақдим қилиш эмас, улар томонидан ўрганилган ва бизнес-режаси тузиб чиқилган лойиҳаларга оқилона хизмат кўрсатиш талаб этилади. Бунда тижорат банкларининг инвестиция фаолияти кенгайтирилишини янада рағбатлантириш, иқтисодиёт тармоқларини модернизация қилиш, техник ва технологик қайта жиҳозлашга йўналтирилган узоқ муддатли инвестиция лойиҳаларини молиялаштириш ҳажмларини ошириш учун уларнинг молиявий ресурс базасини мустаҳкамлаш мақсадида мамлакатимиз Президентининг 2009 йил 28 июлдаги ПФ-1116-сонли Фармонида тижорат банкларига корхона ва ташкилотлар – йирик инвестиция лойиҳалари ташаббускорларига лойиҳа-смета ҳужжатларини ишлаб чиқиш ва уларни инвестиция лойиҳасини амалга ошириш, уни молиявий қуллаб-қувватлашга бериладиган кредитнинг умумий суммасига киритиш ҳамда экспертизадан ўтказиш бўйича харажатларни қоплашга кредитлар беришни амалиётга тадбиқ қилишни тавсия қилиш бўйича қонуний асос яратилган бўлиб, у йирик инвестицион лойиҳаларга консалтинг хизмат кўрсатиш корхоналари томонидан комплекс хизмат кўрсатишни ресурслар билан таъминлаш манбаларини белгилаб қўйилишини талаб этмоқда. Бунда банк, лойиҳа ташаббускори ва консалтинг хизмат кўрсатиш корхонаси ўртасида тузилган уч томонлама шартнома асосида лойиҳага комплекс хизмат кўрсатувчи консалтинг фирма танловини амалга ошириш муҳимдир. Консалтинг хизмат кўрсатиш корхонасининг лойиҳага комплекс хизмат кўрсатиш бўйича вазифалари қуйидагилардан иборат бўлиши лозим:

1. Консалтинг хизмат кўрсатиш корхонаси томонидан инвестицион лойиҳалар билан ишлаш тажрибаси (лойиҳалар номи кўрсатилган ҳолда), ушбу корхоналар ходимларининг маълумоти, иш тажрибаси ва унинг лойиҳага хизмат кўрсатиш бўйича харажатлар калькуляциясини кўрсатган ҳолда таклифини банк ва лойиҳа ташаббускорига тақдим этиш зарур.

2. Консалтинг хизматини кўрсатиш бўйича шартномани имзолашга ҳамда лойиҳани амалга ошириш муддатида ҳамкорлик бўйича масъулиятни ўз зиммасига олиш бўйича розилик хатини тақдим этиш.

3. Инвестицион лойиҳалар, харид қилинаётган мураккаб технологиялар бўйича ваколатли ташкилотлардан хулосалар олиш ва бериш.

4. Лойиҳанинг ўзига хослигини, қисқа муддатда амалга оширилишини ва самарадорлигини асосланган ҳолда бизнес-режа ёки техник иқтисодий асос ишлаб чиқиш.

5. Лойиҳани ҳаётга жорий этиш учун зарур бўладиган молиявий ва кредит ресурсларининг аниқ ҳисоб-китобини ўрганиб чиқиш.

6. Лойиҳани амалга ошириш имкониятларини ўрганиш.

7. Лойиҳани амалга ошириш жараёнида объектив ва субъектив рисклар даражасини ўрганиш ва уларни ҳал этиш.

8. Иқтисодий конъюктура, рақобат ва шерикчилик имкониятларини, потенциал сармояни жалб қилиш имкониятларини, маблағлар манбасини

аниқлаш.

9. Ишлаб чиқариладиган маҳсулотга бўлган талабнинг бозор сегментларини ўрганиб чиққан ҳолда лойиҳаолди ҳисоботини ишлаб чиқиш ва тақдим этиш.

Ушбу хизмат турларидан самарали фойдаланиш инвестицион лойиҳаларни воситачи молиявий институтлар томонидан қўллаб-қувватлаш имкониятларининг ошиши таъминланади. Натижада инвестицион лойиҳаларни қуллаб-қувватлашни билан боғлиқ ҳужжатлаштириш жараёнлари ихчамланади. Бундан инвестицион лойиҳа талабгорлари, уни тақдим этишда воситачилик қилувчилар ва хизмат кўрсатувчи молиявий институтлар манфаатдор бўлиши мумкин бўлади.

Тижорат банклари томонидан воситачилик хизматлари инвестицион лойиҳаларни қуллаб-қувватлашни бир томондан тезлаштирса, иккинчи томондан уни кафолатлаш имкониятини ҳам кучайтиради. Ҳар қандай кафолат молиявий салоҳиятнинг ошишига хизмат қилар экан, шу кафолатлаш даражасида юзага келиши мумкин бўлган рисклар ва уларни суғурталаш ҳам муҳимдир. Суғурталаш муносабатларини кучайтириш кўп жиҳатдан ихтисослаштирилган суғурта компаниялари зиммасидаги муҳим масъулиятдир.

Шу боис инвестицион лойиҳаларни тижорат банклари томонидан қўллаб-қувватлашда воситачиларнинг иштироки юқори бўлганлиги риск даражасини ҳам ошишига сабаб бўлади. Воситачиларни инвестицион лойиҳаларни тижорат банклари томонидан қуллаб-қувватлашдаги ролидан келиб чиқиб, уларни рискни суғурталашга эътибор бериши талаб этилади. Қолаверса, суғурта компанияларининг бу борадаги хизматларини янада ошириш талаб этилади.

Z.I.Abdullaeva –Teacher of Samarkand Institute of Economics and Services

THE ROLE OF THE BUDGET-TAX POLICY IN WAYS OF INCREASING WORK PLACES AND INCOMES OF POPULATION IN REPUBLIC OF UZBEKISTAN

In 2019 budget taxe policy use the big attention customize to i9ncrease the population profit and workplace.

The President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoev did the meeting. In 30 october wqhere expected the result of country budget, macroeconomic activities which were destinated to 2019 and the discussion about the profitable ways of the budget tax policy.

In this conference were observed that in the end of the current year the profit of the country budget showed the 74,5 trillion sums whereas the expenditure rated as 78,5v trillion sums. In addition this expected that th

regional budget will have 5,5 trillionb sums or will be increased for 6 times than in previous year.

The budget expenditure was rised on 60% or for 29 trillion sums than in 2017. From this usage 5,6 trillion sums has been used for programs namely “Obod qishloq”, “Obod maxalla”,”Yoshlar kelajagimiz” and for building the cheap appartments as financial support.

Nextly, for “Microcredit bank” and “Xalq Banki” was distributed more than 1 trillion sums for enterpreneur credits and providing workplaces for populations. Also, 4,5 trillion sums for improving the security system in our country.

In general the salary of the budget workers, pensions and other types of payments transformed to higher percent than inflation. Beside this improvements the wages of the teachers, researchers, professors, master-teachers rised from 30% to 100%. The changing of the cost policy and the currency po9licy to freedopm made impact to stabilization of the calculation.

In rural industry, increasing of the asset explosure. Two months left until the end of the yhear, for it we should use the all reserve and stave off the possible shortage of the budget said Shavkat Mirziyoev

In this conference was cancelled the limitation of the distribution of the payments as created for ways of business, due to this activity can influence to the economy of country.

In particular from the1st January of 2019.

- from cancellation of forcedly elicit of the gain, will leave additional 5.2 trillion sums as profit for budget
- for the person who has the tax the profit situated the diminishing of this payment from 25% to 15%

One to fall to insurance policy of population on 8% the profit of citizens rised to 6.5%.

- the taxes of the juridical persons went from 5% to 2%, the profit taxes from 14% to 12%. The general duty of the small business falled from 5 to 4%. This improvements gave the result where interpreneurs have the extra 2 trillion sums. In total the constarinedly 19 types of taxes were diminished to 15 types.

This ways of transformations created the noticeable troubles with providing budget incomes. Inspite of this situations, the ways of rein back the deficiency of budget, the increasing of profits, also the legalization of workers, income and work hours, were detalized and discussed in this conversation.

I n 2019 budget line was analyzed and the law for taxes policy setted to print and send to “Oliy Majlis” for providing and using. Create the easiest way for additional tax volume optimization and advices for improvements were illustrated and discussed in these times.

As far as, were discussed the expenditure of the budget of the country in 2019. The President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoev acclaimed that the big portion of currency or their expenditure should be concentrated to social and economic ways.

As the President of Uzbekistan said that we should continue our polikcy where the pension, salaries which will be paid from our budget should be holded less than inflation level. It will be result of stabilization of the point where the wage of social workers and doctors will be increased to 26,5 % than now, therefore the salary of teachers will be rised on 1,5 %.

As it was confirmed in conversation, for social supports, salaries, commercial payments which pay from the country budget should be go up from 49% to 54%. It is the expectable step in near future.

For acclaimed country programms the ways of the realization were confirmed. For doing it the involvement foreign currency should be involved. The realization of the “Obod qisshloq”, “Obod maxalla” structures and ways for improvements lists were acclaimed, also the strategy of investment in 2019 programm confirmed for using as soon as possible.

The assigments of the control system and carefull analyzing of the budget resources were setted up as major task.

In this discussion the leaderships of the abovementioned departments illustrated their analyze and reports.

The abovementioned statements in conversation will work with suitable ways in future, the reason for it until this option the budget-tax policy requested for excellent attention. In nearest future, in 2019 this changes should be very suitable for economy of the Republic of Uzbekistan.

The enlargement of the work places for population, without a doubt will have an influence to the economy. Nowadays it is not hidden information that happened a lot of options for enhancing the work places for population.

Already the changes are visible from strategy of development in 2017 to 2021 in Uzbekistan.

As it been said in 4th priority way in strategy of actions for future development in Republic of Uzbekistan, noticed the follow incomes enlarging and the employment of the population will request:

1) Increase the real incomes and the consumption option of population
2) Step by step increase the salary of the workers in budget organization, pension and social supports.
3) Create the new work places with suitable request, provide the periodical employment, firstly of all the graduates in high- education.
4) Create the condition for population who have the ability to work for full realization their job and business activity, improve the quality of the work power.
5) Provide the social guarantee to citizens
6) Support the next reform of medical service
7) It is necessary to have an attention for improvements of the small businesses and enterprises.
8) Provide the employment of woman, the widely fascinate them to the enterprise activity.

9) To set up the correct ways of the decreasing sickness level and rising the rate of the life.
10) Make better the life circumstances of population, provide the hypothecary credit with suitable options.

The next improvements of abovementioned options, will accelerate the level of real incomes and support for rising of work places. If we will do the all functions which has been written in this article, we will realize undoubtedly all abovementioned 10 points which also noticed before.

D.M.Vafohojayeva – SamIES,
O.Allamurodov – SamIES,
SH.Vafohojayeva – SamSIAB

ORGANIZATIONAL AND FINANCIAL DEVELOPMENT OF THE TOURIST ACTIVITY OF UZBEKISTAN

During the years of independence of the Republic of Uzbekistan, large-scale reforms have been carried out aimed at the sustainable development of the sectors of the national economy. " The rejection of the administrative and command management of the economy, the step-by-step implementation of market reforms and a balanced monetary and credit policy contributed to ensuring macroeconomic stability, high economic growth rates, keeping inflation within the forecast limits, creating ample opportunities and favorable development of small business and private entrepreneurship and farming"[1]. These positive results also apply to such an important area of the economy – like tourism.

Tourism has its own characteristics, which are:

- Tourism is the fastest growing sector of the economy;
- Subjects of the industry respond quickly to the demands of a market economy;
- In this industry it is possible to obtain with smaller costs, relatively more income (profit);
- Tourist enterprises perform economic and social tasks;
- Create conditions for the development of about ten other sectors of the economy.

The government accepts very important documents aimed at fundamental changes in the organizational and financial mechanisms in the tourism industry. These include the creation of the following committees:

Creation " State Committee of development of Tourism in the Republic of Uzbekistan", "State Committee of Investments of the Republic of Uzbekistan".

Now, the activities of economic entities in the tourism sector are

[1] Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан», 7 февраля, 2017 года.

coordinated by special government bodies, and opportunities are being created to actively attract investments in the industry. In the adopted Strategy of Action the following tasks were set, aimed at: “accelerating goes the development of the tourism industry, increase its role and contribution to the economy, diversification and improving the quality of tourist services, the expansion of the tourist infrastructure”.

The implementation of the tasks assigned to the subjects of this industry depends largely on the availability of financial resources, including financial investments, on the optimal organization of the financial system in the field of tourism. The rational use of financial resources contribute to the dynamic development of tourism activities.

The research results showed that the economic literature treats differently the content of the concepts: “ finance “, “ financial system “, “ investment “, and “attracting investment”. The optimization of financial resources and the efficiency of their use largely depends on the scientific validity these indicators. Below are some of them. For example, in the textbook of American scientists Zvi Body and Robert Merton, the essence of finance and the financial system is stated as follows: “ Finance is the science of how people manage spending and receipt of scare financial resources over a certain period.

The financial system is a combination of markets and other institutions used to enter into financial transactions, exchange assets and risks. According to western professors Richard Barley and Stuart Myers: “ The decision on the source of funding always reflect to some extent the theory capital markets. For the implementation of the planned investment may require borrowing, the full repayment of which can stretch for many years ”.

The definition of professor S.Z.Abdullayeva is that “Investment” is an investment of funds for a long period in the securities of private, state-owned enterprises and organizations”. The legal basis for investment in the Law of the Republic of Uzbekistan “On investment activity” is described as follows: “Investments are investments in economic and other objects of activity of tangible and intangible assets, as well as the right to them”.You can cite a number of other definitions on the content of investments. According to the results of research we have given the following definition of the essence of investment: “**Investment is the investment of funds from the outside in order to make a profit to both investors and users of investments**”. The results the above studies have shown that the bulk of investments are attracted to the industry. Their share is approximately 75-78% of the total amount of attracted investments, while the share of investments in services, including tourism, is significant. This is hampered by various factors, including organizational, legal and financial.

Based on the results of the study, the following proposals and recommendations were developed aimed at increasing investment and the development of the industry:

- Improve the regulatory and legal framework for attracting investment in

the tourism sector;
- To establish additional benefits for foreign investors who raise their funds in this industry;
- To increase the share of the state budget in the formation of monetary resources of tourist subjects;
- In scientific terms, to justify the priorities of the objects of attraction investments in the tourism sector;
- Develop indicators of economic and social effectiveness of attracted investments.

Н.Х.Рузибаева – СамИСИ, катта ўқитувчи
Ш.Усмонова – СамИСИ, талаба

ИНВЕСТИЦИЯ ЛОЙИҲАЛАРИНИ МОЛИЯЛАШТИРИШДА КРАУДФАНДИНГНИ АҲАМИЯТИ

Ривожланаётган мамлакатлар иқтисодиётининг турли тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш, хомашё ресурслари экспортидан тайёр маҳсулот экспортига ўтиш масалалари асосий вазифалардан бири бўлиб қолди. Ушбу устувор вазифани адо этишда мамлакатлар олдида ишлаб чиқариш қувватларини янада ошириш, маҳсулот сифатини яхшилаш, жаҳон бозорига рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш, ички ҳамда ташқи бозорларда мижозларни кўпайтириш, улар олдидаги имижини кўтариш, шу асосда пировард натижада олинадиган фойдани янада кўпайтиришга имкон берувчи инновацион жараёнларни юксалтириш ҳамда у билан шуғулланиш зарурати туғилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2018 йил 3 июль куни рақамли иқтисодиётни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисидаги қарорни имзолади ва ушбу қарорда рақамли иқтисодиётни ривожлантириш бўйича муҳим вазифалар белгилаб берилди, яъни, криптоактивлар айланмаси, жумладан майнинг (тақсимловчи платформаларни қўллаб-қувватлаш ва янги бирликлар форматида мукофотлар ва турли криптовалюталарда комиссион йиғимларни олиш имконияти билан янги блокларни яратиш бўйича фаолият), смарт-шартномалар (ҳуқуқ ва мажбуриятларни автоматлаштирилган тартибда рақамли транзакциялар йўли билан амалга оширишни кўзда тутувчи электрон шаклдаги шартнома), консалтинг, эмиссиялар, алмашинув, сақлаш, тақсимлаш, бошқариш, суғурталаш, краудфандинг (жамоавий молиялаштириш), ҳамда инвестицион ва тадбиркорлик фаолиятининг турли шаклларини диверсификациялаш учун «блокчейн» технологияларни жорий этиш ва ривожлантириш бугуннинг долзарб масалаларидан биридир[1].

[1] www.gazeta.uz

Миллий иқтисодиётни инновацион усулда ривожлантириш бугуннинг энг долзарб мавзусига айланди. Дарҳақиқат, бугунги кунда дунёдаги энг ривожланган мамлакатлар иқтисодиётига назар солар эканмиз, уларнинг асосий даромадлари ва статистик кўрсаткичлари инвестиция фаолиятида инновацион жараёнларнинг тўғри ташкиллаштирилганлиги ҳамда доимий равишда такомиллаштириб борилаётгани билан алоҳида эътиборга лойиқдир. Дунё миқёсидаги иқтисодий жиҳатдан молиявий барқарор мамлакатларни таҳлил қилинадиган бўлса, уларнинг аксарияти инновацион ривожланишнинг назарий асосларини яратишга, янги моделларни излаб топишга ҳамда инновацион жараёнлар учун қулай шарт-шароитлар яратишга интилмоқдалар.

Инвестиция фаолиятида инновацион соҳадаги пул оқимларининг муҳим йўналишлари асосан молиявий тизимнинг миллий иқтисодий хавфсизликни кафолатлаши учун зарур ҳисобланган иқтисодиётни ривожлантиришга ёрдам берадиган молиявий ресурслар ҳаракати билан боғлиқ бўлган репродукция жараёни субъектлари ўртасидаги иқтисодий муносабатларни шакллантириш қобилиятини тавсифлайди ҳамда мамлакатнинг глобал миқёсдаги етакчилик ролини оширади, жамиятнинг ижтимоий ва иқтисодий эҳтиёжларини қондиради[1].

Бизнес соҳасида ғояни амалиётга тадбиқ қилишда тажриба, маҳорат, интилиш билан бир қаторда молиялаштириш асосий масалалардан бири ҳисобланади. Ривожланган мамлакатларда молиялаштиришда одатий кредит, устав капиталга пул киритиш, грант, акцияларни сотиш, ҳосилавий молиявий инструментлардан фойдаланиш сингари одатий усуллардан ташқари бошқа турли воситалар ҳам амалда ўйлаб топилган. Бугун биз шулардан бири бўлган краудфандинг ҳақида тўхталамиз.

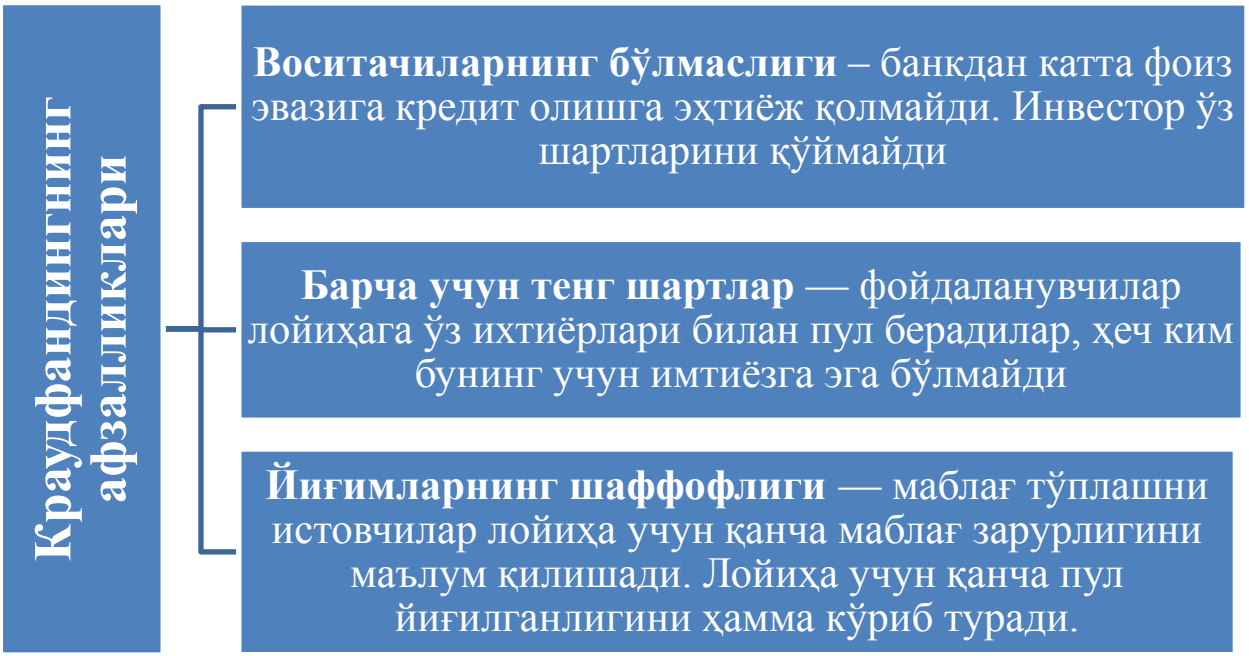
Краудфандинг (халқ молиялаштириши, ингл. crowd funding, crowd — «омма», funding — «молиялаштириш») — инсонлар (донорлар)нинг жамоа бўлиб бирлашуви бўлиб, улар беғараз мақсадда ўз маблағлари ва турли ресурсларини бирор бир лойиҳа ёки мақсадни амалга оширмоқчи бўлган ташкилот ёхуд инсонга сарфлашлари ҳисобланади[2]. Одатда краудфандинг интернет тармоғида амалга оширилади. Бу сўз 2006 йилда пайдо бўлган. “Wired” журнали муҳаррири Жефф Хау мақолаларидан бирида интернет фойдаланувчилари орасидаги кўнгилли пул берувчиларни назарда тутиб краудфандинг сўзини қўллаганди.

Жамоавий беғараз молиялаштириш (краудфандинг) Интернетда тобора машҳур бўлиб бормоқда. Ушбу машҳурлик тўлқинини ўз вақтида аниқлаган ҳолда америкалик тадбиркорлар Kickstarter.com лойиҳасини ишга туширишган. Ушбу сайт муаллифларга амалга оширмоқчи бўлган ғоялари учун инвестиция қидириш ва жалб қилиш мақсадида ташкил этилган. Юқоридаги сайт хизматларидан инвестиция қидириш мақсадида

[1] Никонова Я.И. Инновационная политика в системе государственного регулирования устойчивого развития национальной экономики. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2010. – С. 260.
[2] https://ru.wikipedia.org

тадбиркорлар, ижодий соҳа вакилларидан режиссёрлар, ёзувчилар, мусиқачилар, ўйин ишлаб чиқарувчилар, рассомлар, сценарий муаллифлари бирдай фойланишлари мумкин.

Шу ўринда савол туғилиши мумкин, краудфандинг қандай ишлайди? Айтайлик, сиз бирор қизиқ ёки муҳим лойиҳани амалга оширмоқчисиз, лекин бунга маблағингиз етарли эмас. Ғоянгизни краудфандинг платформасида баён этасиз ва моддий ёрдам сўрайсиз. Ушбу лойиҳага қизиққан ва уни қўллаб-қувватлаган фойдаланувчилар сизга маблағ ўтказишади. Етарли маблағ тўпланганидан сўнг лойиҳангизни амалга оширишга киришишингиз мумкин. Инвестиция фаолиятида краудфандингни афзалликлари 1- расмда келтириб ўтилган.



1-расм. Краудфандингнинг афзалликлари

Краудфандингда лойиҳалар қуйидаги йўналишларда бўлиши мумкин: хайрия ёрдами кўрсатиш, сиёсатчилар, спортчи ва ижодкорларни қўллаб-қувватлаш, ижтимоий лойиҳалар.

Краудфандингда лойиҳаларини молиялаштириш усуллари асосан қуйидагича бўлиши мумкин[1]:

- **“Ҳаммаси ёки ҳеч нарса”.** Агарда белгиланган муддат ичида етарлича миқдордаги маблағ йиғилмаса, пуллар эгаларига қайтарилади, лойиҳа ташаббускорига ҳеч қандай маблағ берилмайди.
- **“Барчаси”.** Белгиланган муддат ичида қанча пул йиғилса, ўша маблағнинг барчаси лойиҳага ўтказилади.
- **“Доимий молиялаш”**. Маблағ йиғиш муддати белгиланмайди, керакли миқдордаги пул йиғилмагунча лойиҳа очиқ туради.
- **“Тўхташ нуқтаси”**. Маблағ “тўхташ нуқтаси”га етиб

[1] Ўша ерда

келганидан сўнг (масалан сўралган маблағнинг ярми йиғилганидан сўнг) лойиҳа муаллифига берилади.

- **“Номолиявий бонус”**. Лойиҳага пул ўтказган шахс бирор моддий буюмга эга бўлади. Масалан, китоб чоп этилиши учун маблағ ўтказган шахсга ўша китоб бепул тақдим этилиши мумкин.

Ушбу фаолиятда маблағ йиғишда ҳар бир краудфандинг майдончаси лойиҳа, унинг мууаллифи ва ҳомийларга нисбатан ўз талабларига эга бўлади. Умуман олганда бу талаблар бир-биридан унчалик фарқ қилмайди. Платформаларнинг талабига кўра, унинг иштирокчилари вояга етган, ўз лойиҳасини тақдим этиши, лойиҳа қонунчиликка зид бўлмаслиги ҳамда йиғилган пул ўша лойиҳани амалга оширишга сарфланиши лозим. Муаллиф лойиҳани, унинг ўзига хос хусусиятлари ва қандай наф келтиришини баён этади. Асосийси, пул қандай мақсадда йиғилаётганлиги аниқ кўрсатилиши керак. Муаллиф шунингдек, мақсадга эришиш учун қанча маблағ кераклигини ҳам кўрсатади.

Лойиҳанинг ишлаш тартиби жуда оддий. Сайт фойдаланувчиси ўз ғоясини илгари суради ва ёзма равишда изоҳлайди, керакли бўлган маблағни кўрсатади ва маблағни йиғишнинг энг сўнгги муддатини белгилайди. Айрим ҳолларда фойдаланувчи беғараз молиялаштирувчиларга турли мукофотлар таклиф қилиши мумкин, масалан ўз логотипи туширилган футболкаларни совға қилиши мумкин. Шуни алоҳида таъкидлаш керакки, барча беғараз ёрдам пуллари яхши мақсадларда йиғилади ва бепул футболка лойиҳани амалга ошириш учун пул тиккан инсонлар олиши мумкин бўлган ягона нарсадир. Ҳар қандай лойиҳа ҳомийси ўзи пул тиккан лойиҳанинг амалга оширилишини кузатиши мумкин, бироқ лойиҳа муаллифи фойдасидан фоиз олишга ҳақли эмас, улуш ёки корхонани ташкил этишдаги акцияларга эгалик қилиш ҳуқуқига ҳам эга эмас.

Бу борада йиғилган пуллар Amazon Payments тизими ёрдамида яратилган махсус ҳисобрақамга йўналтирилади. Ўзига маъқул келган ғояларга пул тикмоқчи бўлган хоҳловчилар пул миқдорини ўзлари мустақил белгилайдилар. Олдиндан белгиланган муддат ниҳоясига етса маблағлар йиғилиши тўхтатилади. Агар белгиланган маблағ тўпланган бўлса, пуллар муаллифнинг ҳисобрақамига ўтказилади. Агар белгиланган миқдор тегишли муддатгача йиғилмаган бўлса ҳам пул йиғилиши барибир тўхтатилади ва бекор қилинади. Бу ўз навбатида муаллифларни ўз ғояларини янада тушунарлироқ ва кўпроқ инсонларни жалб қилиш учун қизиқарлироқ қилиб тақдим қилишга ундайди.

Kickstarter жалб қилинган маблағлардан 5%, Amazon Payments эса ўз навбатида қўшимча 3—5% комиссион ҳақ ушлаб қолишади[1]. Маблағ ва инвестициялар жалб қилиш учун мўлжалланган бошқа кўплаб форумлардан фарқли ўлароқ, Kickstarter лойиҳа ва ишланмаларга нисбатан

[1] Ўша ерда

мулк ҳуқуқига даъво қилишмайди, лекин сиздан олинган интеллектуал мулкни эксклюзив бўлмаган турли мақсадларда фойдаланиши мумкин. Шунга қарамасдан сайтда амалга оширилган лойиҳалар сақланиб қолади ва барча учун очиқ саналади. Лойиҳани молиялаштириш якунлангандан кейин ҳам сайтга юкланган маълумотлар таҳрир қилиниши ёки ўчирилиши мумкин эмас. Kickstarter иштирокчилари сайтни ўз маҳсулотларини сотиш ва синаб кўриш учун майдон сифатида фойдаланишлари мумкин. Ҳозирда Kickstarter тизимидан фақат АҚШ фуқаролари фойдаланишлари мумкин. Бироқ шунга ўхшаш тизимни бизнинг мамлакатимизда ҳам яратишда айтарлик чекланишлар йўқ.

Аслида краудфандинг Ўзбекистон учун ҳам бегона эмас, амалда бу усулдан фойдаланиш ҳолатлари мавжуд. Масалан, бирор бир кишининг соғлиги ёмонлашганда операция ёки даволаниш учун зарур бўлган пулни тўплаш керак бўлса интернет ижтимоий тармоқларида ва турли сайтларда ёрдам сўраб пластик карта рақамларини қолдирган ҳолда мурожаат этиш ҳолатлари мавжуд. Бу ҳам краудфандингнинг бир кўриниши.

Бироқ краудфандингни иқтисодий ва ижтимоий соҳаларни ривожлантириш ва янгилик киритиш бўйича қилинадиган лойиҳалардаги ғояларни молиялаштиришга йўналтириш жуда муҳим саналади. Шундай ғоялар борки, улар мавсумий ёки бир марталик характерга эга, яратувчисига моддий манфаат олиб келмайди, бироқ жамиятга жуда катта фойда бериши мумкин. Айнан шу лойиҳаларни молиялаштиришда краудфандингнинг ўрни беқиёсдир. Бироқ бунда лойиҳани амалга оширувчи маблағ келиб тушадиган ташкилот ёки инсоннинг нақадар ишончли ва мақсадли ҳаракат қилиши масаласи асосий ўринга кўтарилади. Уларнинг фаолияти шаффоф ва кузатувчилар учун очиқ бўлиши лозим. Шундагина краудфандингдан самара юқори бўлади.

Ўзбекистонда бу борада келгусида кичик лойиҳаларни молиялаштириш учун краудфандинг йўлидан фойдаланган ҳолда маблағ жалб қилиш имкониятлари очилиши мумкин. Чунки инновацион иқтисодиётнинг шиддат билан ривожланиши учун ўз вақтида молиялаштириш манбалари етарли бўлиши талаб этилади. Ўйлаймизки, ушбу йўналиш тез орада бизнинг жамиятда ҳам ўз ўрнини топади.

Хулоса ўрнида шуни таъкидлаб ўтиш ўринлики, мамлакатда мавжуд инновацион инфратузилмани ва миллий инновацион тизимни қўллаш орқали инновацион инвестиция лойиҳалари орқали тадбиркорликни ривожлантириш ва уларнинг фаолият натижалари самарали бўлиши учун инновацион жараёнларни молиялаштиришда ривожланган мамлакатлар тажрибасидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

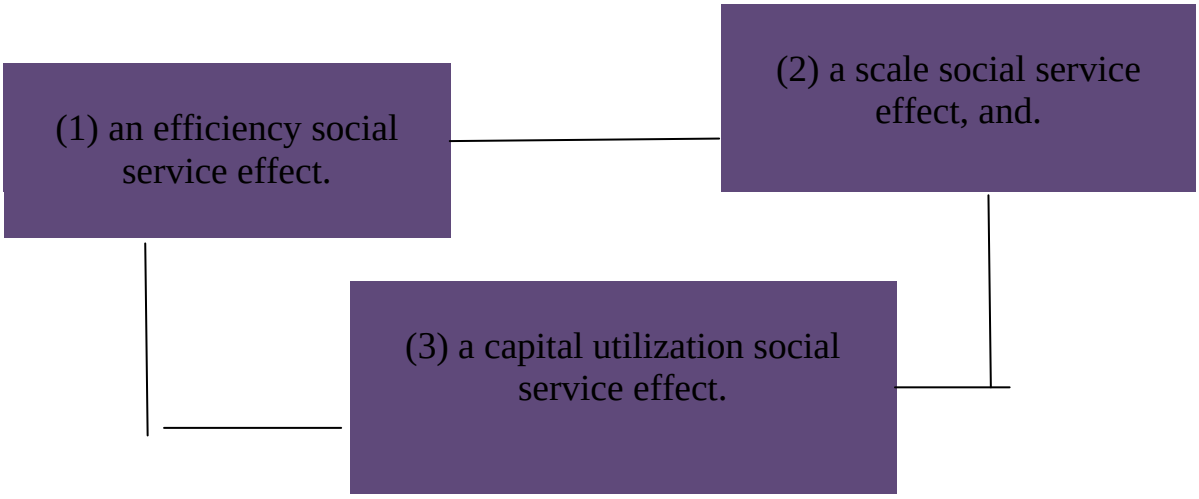
Технологияларнинг инновацион ривожланишдаги инвестициялар, инновацион лойиҳалар учун узоқ муддатли қайта тикланувчи муддатларга эга бўлиши, молиявий натижаларни олишда ноаниқлик асосий воситалардаги инвестицияларга нисбатан анча хавфлидир. Шу боисдан, ҳатто молиялаштирувчи компаниялар учун ҳам узоқ муддатли инновацион

лойиҳаларга инвестицияларни йўналтириш молиявий жиҳатдан жуда зарурдир. Ушбу вазиятни бартараф қилиш, хўжалик юритувчи субъектларнинг инновацион жараёнларни ишлаб чиқиш ва амалиётга татбиқ этишларида бозор мотивациясини амалга ошириш учун анъанавий молиялаштириш манбалари, саноатни инновацион ривожлантиришда давлатнинг молиявий ҳамда солиқ имтиёзларидан самарали фойдаланишни ташкил этиш лозим.

Y.M.KHalikov - researcher of SamIES
B.A.Absalomov – researcher of SamIES
F.N.Samadova - researcher of Karshi SU

INVESTIGATION OF ASIAN COUNTRIES IN THE SPHERE SOCIAL SERVICE AND THEIRS PERSPECTIVES

The impact of social service on the development of the society increased considerably in the last two decades of the 20th century. Its influence on government, civil society institutions, economy, social life, science, culture, education, and lifestyle is particularly substantial. Many countries have now appreciated the stupendous potential of social service technology advancement. It is possible to distinguish the essential elements of any concept of information society development and in planning its integration into the information society (taking into account state conditions - the existing telecommunications social infrastructure, social service information industry, and legal social framework):1.In formulating a concept of social service development it is crucial to take into account the interests of government, society, business, and individuals. Government will have to protect the interest of all people.2.A concept must be humanistic; it must ensure that everyone in a society has access to social service.3.The economy of the social service in the society is knowledge-oriented. Thus, it is essential to ensure that everyone has access to education and is able to obtain professional training and continuous education. The social services requires continuous acquisition and update of knowledge.While accounting social services impact on economic growth total factor productivity may be used because it gives us a measure of how efficiently inputs are transformed into final products. The usage of social service towards sustainable economic growth is found to yield three main effects:



The first two effects are multiplicative whereas the third effect is additive on aggregate output productivity. In essence, social services more productive only if the economy is capable of replacing its sustainable capital resources at a rate exceeding that of consumption sacrifice.The process of formation of a global knowledge-oriented society, the transformation into the modernization of society is a ubiquitous tendency for developed and developing countries. As to Effect of social service technology on Economic Growth the Declare of President to Oliy majlis noted that social service technology could radically change the civil society institutions, economy, social life, science, culture, education, and lifestyle is particularly substantial., 2018 year called "Active investments and social development" in Uzbekistan. Social service technology environment the most important fundamental issue of economic and social benefits, as well as the possible implications of social service technology development process, either individual countries, or group of developing countries. Effectiveness of social service technology influence is related to the positive economic dynamics and the competitiveness of developing country social sphere . And in terms of social service technology environment the developing countries may objectively be differentiated as a poor and rich, and their social service technology necessity may be also indicated to overcome the social service technology gap. For example Korea's successful experience allowed to extract basic progress conditions and tools of social service technology application into it's economy and social development. In summary, Korea was able to be equipped with the necessary laws, fund, organizations and programs for a jump-start in social service technology . First of all Korean experience shows how social service technology abilities were used for overcoming global economic cruises. Electrical and electronic products including social service technology products have had the leading role since the 1990s and the share of them has leapt greatly from 14.6 per cent to about 25 per cent since 2000. And later the development of advanced telecommunication of social sector has helped to transform the economy into one of the most social service technology integrated economy in the world. As to the social service technology manufacturing sector, the country based on broadband networks and information technologies is leading in the world particularly in hardware - semi-

conductor, mobile phones, TFT-LCD, and digital TV. Its global competitiveness has also expanded to some of the software sector, most prominently in the online game social service industry. Broadband Internet service is becoming a universal service for people. Innovating government services based on modern technologies with the creation of Korean social service technology service allowed qualify the country' as one of the few countries that had a full-fledged government social service system. As to the people's on-line life, owing to the world's best social service technology infrastructure, Korea has made significant progress with many forms of digital technology. As shown in the Asia countries Korean, Malaysia,Thailand examples, effective means to prevent haphazard development and resolve diverse urban problems. And it can be summarized as followings:

- necessity of building is for effective leverage in preventing haphazard development and resolving urban problems;
- secure optimal inter-city communication systems by building network infrastructure;
- induce population inflow and reinvigoration of local economy by increasing

Rates of implementation of social service technology in Uzbekistanasset values;

- encourage investments by providing effective business support infrastructure and service.

We think Uzbekistan can expect for social service technology promotion not only in but also for obtaining other effects:

- actual use of social service technology and Internet for all over the country;
- economic burden on social service technology purchase and Internet use;
- social service technology applications and easy access toeducation, learning environment;
- internet usage activation for national government as well as on-line services, on-line markets and etc.;
- cultivation of Uzbek students for world leaders having the profound knowledge of the world through e-contents;
- to lead remarkable growth of software industry as well as on-line game, online markets and various content development industries;
- development and grow'th of related industries like on-line security, on-line payment and etc.;
- development and integration of e-education contents and database of all related educational entities.

References

1.UFS Investment Company: Strategiyana 2017 god. – http://bonds.finam.ru
2.www.stat.uz
3.www.usa.uz
4. www.cepp.uz
5. www.vestnic.tripod.com

V ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ, АУДИТ ВА СТАТИСТИКА ФАНЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

Ҳ.Н. Мусаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
Д.А.Умаралиев – СамИСИ, Бҳ-315 гуруҳ талабаси

МОЛИЯВИЙ ҲИСОБОТ АУДИТИНИ ЯХШИЛАШ ЙЎЛЛАРИ

Мамлакатимиз иқтисодиётини жадал ривожлантириш турли мулкдаги корхоналар фаолиятига бевосита боғлиқ. Корхоналар орқали тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқарилади, улар сотилади ва турли хизматлар кўрсатилади. Хўжалик юритувчи субъектлар фаолияти натижалари уларнинг молиявий ҳисоботларида ўз аксини топади. Корхонанинг молиявий ҳисоботида эришилган натижалар, яъни даромадлар, ҳаражатлар ва фойда ўз аксини топади. Шунинг учун молиявий ҳисобот кўрсаткичлари аудитнинг муҳим объектига киради.

Корхонанинг қай даражада ривожланаётганини, қанча активларга эга эканлиги, улардан самарали фойдаланиш молиявий ҳисоботда мужассамлашган бўлади. Корхонанинг маблағлари ва маблағ манбаьаларини маълумотлари пулда ифодаланган бўлади. Корхона фаолиятини ривожланишида молиявий ҳисоботларнинг тўғри тузилиши муҳим аҳамиятга эга.

Бухгалтерия ҳисобида содир бўлаётган барча жараёнлар ҳужжатлар асосида умумлаштирилади ва ахборот фойдаланувчиларга молиявий ҳисобот шаклида тақдим этилади. “Молиявий ҳисобот буҳгалтерия ҳисоби субъектининг ҳисобот санасидаги молиявий ҳолати, ҳисобот давридаги фаолиятининг молиявий натижаси ва пул маблағларининг ҳаракати тўғрисидаги тизимлаштирилган ахборотдан иборатдир”.[1]

Йиллик молиявий ҳисобот қуйидагаларни ўз ичига олади:

- бухгалтерия баланси;
- молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисобот;
- пул оқимлари ҳақидаги ҳисобот;
- хусусий капитал тўғрисидаги ҳисобот;
- изоҳлар, ҳисоб-китоблар ва тушунтиришлар.

Халқаро стандартлар бўйича тузиладиган молиявий ҳисоботга доир

[1] Ўзбекистон Республикасининг “Буҳгалтерия ҳисоби тўғрисида”ги қонун (янги таҳрир) 2016, йил 13-апрель.

талаблар молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларида белгилагади.

Бухгалтерия ҳисоби субъекти молиявий ҳисоботни тузишда мустақил балансга ажратилган ўз бўлинмаларининг, филиалларининг ва бошқа таркибий бўлинмаларининг бухгалтерия балансларини ҳамда бошқа таркибий бўлинмаларининг бухгалтерия балансларини ҳамда бошқа ҳисобот шаклларини киритади.Молиявий ҳисобот ҳисобот йили бошидан ортиб борувчи якун билан тузилади.

Молиявий ҳисоботнинг таркиби ва мазмуни Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги томонидан белгиланади. Банклар ва бошқа кредит ташкилотлари молиявий ҳисоботининг таркиби ҳамда мазмуни Ўзбекистон Республикаси Марказий банки томонидан белгиланади.

Молиявий ҳисобот муҳим аҳамиятига эга бўлиб маълум меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар орқали мувофиқлаштирилиб борилади. Ўзбекистон Республикасида молиявий ҳисоботнинг турлари, таркиби, шакллари, тайёрланиши ва тақдим этилиш тартиби Молия Вазирлиги томонидан белгиланган Қоидалар[1] ва Низомга[2] мувофиқ амалга оширилади.

Молиявий ҳисобот аудитининг мақсади молиявий ҳисобот маълумотларининг тўлиқлиги ва ишончлилигини, уларнинг амалдаги қонунчиликка мувофиқлигини текширишдан иборат. Республикамизда аудиторлик хизматлари бозорининг ривожланиб бориши билан бир вақтда ушбу сохада маълум камчиликлар ва ўз ечимини кутаётган муаммолар мавжуд. Бугунги кунда “Аудиторлик ташкилотларига ишонч даражаси паст, шунингдек, аудиторлик текширувига молиявий ҳисоботнинг ҳаққонийлигини тасдиқлашнинг кафолати эмас, балки ортиқча ва малол келадиган маъмурий-тамоил сифатида қаралмоқда”.[3]

Корхоналар фаолияти билан яқиндан танишиш шуни кўрсатдики молиявий ҳисоботларни аудиторлик текширувидан ўтказишда маълум камчиликлар мавжуд. Корхона кўрсаткичларини молиявий ҳисоботларда акс эттиришда соҳталаштириш ҳоллари мавжуд. Аудит жараёнида эса ушбу камчиликлар аниқланади, уларни бартараф қилишга қаратилган тавсиялар ишлаб чиқилади. “Самарқанддонмаҳсулотлари” АЖ нинг 2017 йилдаги молиявий ҳисоботлари кўрсаткичлари Қарши шаҳридаги “Zamin oil-audit” аудиторлик ташкилоти томонидан аудиторлик текширувидан ўтқазилган(раҳбари Зулфиқоров Ҳ.Н.).

---

[1] Молиявий ҳисобот шаклларини тўлдириш бўйича Қоидалар. Ўзбекистон Республикаси молия вазирининг 2002 йил 27 декабрдаги 140-сонли "Молиявий ҳисобот шакллари ва уларни тўлдириш бўйича қоидаларни тасдиқлаш тўғрисида"ги буйруғи билан тасдиқланган, Ўз.Р АВ томонидан 2003 йил 24 январда рўйхатга олинган, № 1209. Ушбу қоидаларга Ўз.Р молия вазирининг 2012 йил 11 сентябрдаги 68-сон буйруғи билан ўзгартиришлар киритилган, ушбу ўзгартиришлар Ўз.Р. АВ томонидан 2012 йил 11 октябрда рўйхатга олинган, №1209-5

[2] Чораклик ва йиллик молиявий ҳисоботларни тақдим этиш муддатлари тўғрисида низом. Ўзбекистон Республикаси молия вазирининг 2000 йил 15 июндаги 47-сонли буйруғи билан тасдиқланган, Ўз.Р АВ томонидан 2000 йил 3 июлда рўйхатга олинган, № 942. Мазкур Низомга АВ 22.07.2002 й. 942-1-сон билан рўйхатга олинган МВ Қарорига мувофиқ ўзгартиришлар киритилган

[3] Ўзбекистон Республикаси президентининг аудиторлик фаолиятини янада ривожлантириш чора-тадбирлар тўғрисида” ги қарори 2018-йил 19-сентабрь

Текшириш жараёнида молиявий ҳисоботнинг барча шакллари чуқур ўрганилмаган. Корхона фаолиятини янада ривожлантириш ва молиявий барқарорлигини таминлашга қаратилган таклифлар берилмаган.

Тадқиқот натижаларига асосланиб "Молиявий ҳисобот" аудитини яхшилашга қаратилган қуйидаги таклиф ва тавсияларни берамиз:

- аудит жараёнида корхона молиявий ҳисоботнинг амалдаги меъёрий ҳуқуқий ҳужжатларга тўлиқ мос келишига эътибор қаратиш.
- молиявий ҳисоботлар аудитида корхоналарнинг қўшилиши, бирлаштирилиши, ажралиб чиқиши, тугатилиши билан боғлиқ жараёнларга алоҳида эътибор бериш.
- молиявий ҳисоботларни аудит қилишда алоҳида режаси ва дастурини тузиш.
- корхоналарнинг мулк шаклини ва фаолият турларини эътиборга олган холда молиявий ҳисобот аудити риск даражасини аниқлаш.
- молиявий ҳисоботлар аудитида ҳалқаро стандартлар ва тажрибалардан кенг фойдаланиш.

Д.Р. Рафеев – доцент СамИЭС,
Ф.О. Абдуллоев – студент СамИЭС

АУДИТ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ (на примере АО «Самаркандонмаҳсулотлари»)

«Стабильный рост нашей экономики напрямую связан прежде всего с развитием ведущих отраслей. Мы будем поддерживать те отрасли, где создается продукция с высокой добавленной стоимостью. Поэтому нам надо разработать и реализовать стратегию развития сфер, которые дадут мощный импульс развитию экономики»[1].

Актуальность рассмотрения аудита готовой продукции заключается в том, что результатом деятельности любого производственного предприятия или организации является выпуск готовой продукции, выполнение работ или предоставление услуг. В результате, стоимость готовой продукции, работ, услуг переходит из сферы производства в сферу обращения. Чтобы правильно и своевременно осуществлять аудит результатов производственной деятельности предприятие должно выбрать и закрепить в своей учетной политике ряд основополагающих принципов и методов по учету готовой продукции, варианты которых изложены и закреплены в законодательных актах и рекомендациях Министерства Финансов Республики Узбекистан.

[1] Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису г. Ташкент 28.12.2018 год

Дальнейшая модернизация и диверсификация промышленности путем перевода его на качественно новый уровень, направленного на опережающее развитие высокотехнологичных обрабатывающих отраслей, прежде всего по производству готовой продукции с высокой добавленной стоимостью на базе глубокой переработки местных сырьевых ресурсов.[1]

При изучении основных литературных источников и практических материалов АО «Самарканддонмаҳсулотлари» исследованы особенности методики аудита готовой продукции, а в частности:

1. Особенности аудита наличия, поступления и выбытия готовой продукции;
2. Особенности аудита учета расходов на продажу продукции;
3. Особенности инвентаризации готовой продукции, отражение в учете ее результатов;
4. Особенности аудита аналитического и синтетического учета готовой продукции;
5. Особенности аудита готовой продукции при компьютерной обработки данных.

Согласно договору на оказание аудиторских услуг составлен план и программа аудиторской проверки.

В плане аудита предусматривается перечень общих вопросов основных направлений аудиторской проверки готовой продукции.

Параллельно с планом аудита составляется также программа аудита, разработанная аудиторской организацией ООО «KOMIL-ISHONCH».

В программе аудиторской проверки указано последовательное осуществление необходимых аудиторских процедур и их исполнителей.

АО «Самарканддонмаҳсулотлари» является одним из крупных производственных предприятий Самаркандской области по производству муки, мучных продуктов, комбикорма и других продукций.

Так, как АО «Самарканддонмаҳсулотлари» является акционерным обществом, то ежегодно проводится обязательный аудит.

По итогам 2016 года при проверке за 2015 год такой аудит проведен в АО «Самарканддонмаҳсулотлари» аудиторской организацией ООО «KOMIL-ISHONCH».

Готовая продукция является одним из основных объектов аудита в производственных предприятиях. Это можно видеть из ее доли в составе товаро-материальных запасов (ТМЗ) (табл. 1)

Из данных таблицы видно, что удельный вес готовой продукции составляет: за 2014 год 5.7%, за 2015 год 4.2%, за 2016 год 3.5%, то есть удельный вес остатка готовой продукции на местах хранения уменьшается.

[1]Указ Президента Республики Узбекистан "О стратегии действий дальнейшему развитию Республики Узбекистан» Ташкент 7 февраля 2017г. ПП №4947

Таблица 1

Удельный вес готовой продукции в составе ТМЗ АО «Самарканддонмаҳсулотлари» на 1 января 2014 – 2016гг.

№ счета	Наименование счета	1/1/2016	1/1/2015	1/1/2014
10	**МАТЕРИАЛЫ**	**29,120,022,648**	**25,111,027,206**	**21,715,382,940**
11	Животные на выращивании и откорме	319,205,632	265,354,918	170,643,160
15	Счета учет заготовления и приобретения материалов	4,842,590,737	2,958,896,849	1,752,646,780
17	Бонификация, рефакция	1,237,771,147	400,967,584	31,457,845
20	Основное производство	60,192,550	61,536,110	57,421,168
28	Учет готовой продукции на складе	1,301,814,692	1,275,168,034	1,450,255,246
29	Товары	157,263,102	69,299,561	160,411,881
	Всего ТМЗ	37,038,860,508	30,142,250,261	25,338,219,019

Важным количественным и качественным показателем деятельности АО является доход от реализации готовой продукции. Сведения об объеме готовой продукции приведено в табл. 2.

Таблица 2

Сведения об объеме реализации готовой продукции по АО «Самарканддонмаҳсулотлари» за 2014-2015 гг.

№ счета	**Наименование доходов**	**2014**	**2015**	**Отклонение (+,-)**
90	**ДОХОДЫ ОТ ОСНОВНОЙ (ОПЕРАЦИОННОЙ) ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**	**51,070,103,120**	**54,685,395,054**	**3,615,291,934**
90.10	Доходы от реализации готовой продукции	27,763,349,091	28,834,266,490	1,070,917,399
90.21	Доходы от реализации материалов на экспорт	979,383,552	1,517,416,791	538,033,239
90.25	Доходы от реализации материалов	6,070,664,485	4,375,427,334	-1,695,237,151
90.30	Доходы от реализации товаров	525,807,150	268,512,511	-257,294,639
90.40	Доходы от реал прод хлеб цеха	414,053,716	551,911,456	137,857,740
90.60	Доходы от реализации семян	11,676,538,863	13,591,939,696	1,915,400,833
90.65	Доходы от реализации готовый семян	769,657,694	1,560,389,297	790,731,603
90.70	Доходы от розничной торговли	1,618,530,616	2,528,625,354	910,094,738
90.90	Прочие доходы	1,252,117,953	1,456,906,124	204,788,171

Из таблицы 2 видно, что реализация готовой продукции за 2015 год составила 27 763 349 091 сумов, а в 2014 году – 28 834 266 490 сумов, то есть вырос на 1 070 917 399 сумов.

Следует отметить, что результат проверки доходов от реализации готовой продукции аудитором оформлены соответствующими таблицами-приложениями, однако в таблице отсутствует данные о соответствии или отклонении этого показателя между данными бухгалтерского учета и аудиторской проверки.

В ходе аудита проверены документальное оформление прихода и

расхода готовой продукции, качество составления материально ответственными лицами отчетов о движении готовой продукции, ведение складского и бухгалтерского учета (он ведется на базе ППП 1 С: Бухгалтерия).

Также в процессе аудита готовой продукции аудитором проверены порядок признания и оценки готовой продукции, а также их соответствие требованиям НСБУ 4 «Товарно-материальные запасы» и МСФО (IAS) 2 «Запасы» и учетной политике АО.

В АО «Самарканддонмаҳсулотлари» оценка готовой продукции в учете ведется согласно НСБУ №4 «Товарно-материальные запасы» и «Учетной политике» организации, она осуществляется по методу ФИФО.

Для дальнейшего улучшения финансово-хозяйственной деятельности и состояния бухгалтерского учета по результатам аудиторской проверки можно дать следующие рекомендации:

1. Вести пареллельный учет согласно НСБУ и МСФО в течении 2018-2019 гг.;
2. Продолжить процесс трансформации финансовой отчетности на МСФО в течение 2019 года и заново уточнить достоверность сальдо каждого счета, особенно по счетам финансовых инвестиций готовой продукции, торговых и неторговых дебиторской и кредиторской задолженности;
3. Пересмотреть подходы на счет суммы прочих долгосрочных финансовых активов, целесообразно их надо списать как безнадежные долги
4. Сократить нерациональные расходы.
5. Обучать работников бухгалтерии навыкам ведения учета на основе МСФО;
6. Расширить возможности ППП 1С Бухгартерия по формированию форм финансовой отчетности согласно МСФО;
7. Усилить конторольные и аналитические функции работников службы внутреннего аудита;
8. Провести активную инвестиционную политику, направленная на модернизацию, техническое и технологическое обновление производства, реализацию проектов производственной мощности;
9. Для переоценки ТМЗ от инфляции необходимо перейти из метода FIFO на метод AVECO.

Преимуществом также будет являться незначительный рост цены, что не даст заказчикам и покупателям усомниться в проведенных сделках.

В заключении следует отметить, что аудит готовой продукции проводится в АО «Самарканддонмаҳсулотлари» в соответствии с нормативными документами с целью проверки состояния, движения и остатков готовой продукции. В ходе проверки готовой продукции на основе применения различных процедур проверяются законность совершения операций и их документальное оформление.

А.А.Тураев – СамИСИ ассистенти,
С.Ж.Хусанова – Самарқанд қурилиш ва миллий ҳунармандчилик коллежи ўқитувчиси,
Р.Тўхтаев – СамИСИ талабаси

АЙЛАНМА АКТИВЛАРНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Қишлоқ хўжалик корхоналарида маблағларнинг доиравий айланиш ўзига хос хусусиятларга эга. Жумладан, маблағларни ишлаб чиқариш – тижорат циклига сарфлаш вақти билан айланишдаги маблағларнинг қайтиш вақти ўзаро мос келмайди. Бундай хусусиятлар анъанавий молиялаштириш манбалари (ўз манбалари, банк кредитлари)дан ташқари манбаларни ҳам жалб қилишни тақозо этмоқда. Фермер хўжаликларида ҳам айланма активлар ўз манбалари ва уларга тенглаштириладиган манбалар, қарзга олинадиган ва жалб қилинадиган манбалар ҳисобига ташкил этилади.

Айланма активларни шакллантиришнинг жалб қилинган манбалари қарз манбалардан фарқ қилиб ,улар қарз муносабатларини ифодаламайди. Бундай манбаларга биринчи навбатда кредиторлик қарзлар киради.

Кредиторлик қарзларнинг таркиби хилма-хил бўлиб, улар мулкдорлар нуқтаи назаридан қуйидагиларни ўз ичига олади:

-товар-моддий бойликлар учун мол етказиб берувчиларга;

-бажарилганиш ва хизматлар учун пудратчиларга;

-ҳисобланган, лекин тўланмаган иш ҳақи бўйича ишчи ва хизматчиларга;

-солиқлар ва бошқа тўловлар бўйича вужудга келган бюджетга ҳамда бюджетдан ташқари фондларга қарзлар.

Вужудга келиши ва корхоналар фаолиятида иштирок қилиш хусусиятига кўра кредиторлик қарзлар икки турга бўлинади:

-Йил давомида корхоналар фаолиятида иштирок қиладиган, яъни доимий хусусиятга эга (мунтазам) кредиторлик қарзлар;

-Ўзгарувчан кредиторлик қарзлари.

Доимий хусусиятга эга бўлган кредиторлик қарзларининг энг кам миқдори *барқарор пассивла р (БП)* деб аталади. Барқарор пассивлар корхонага тегишли бўлмаган маблағларнинг манбалари бўлиб, улар корхоналарнинг фаолиятида бутун йил давомида иштирок қилганлиги учун ўз айланма активларининг манбаларига тенглаштирилади. Шу боис, айланма активларни шакллантиришнинг ўзига хос манбаси сифатида барқарор пассивларнинг умумий суммасини аниқлаш тартибини услубий жиҳатдан асослаш зарур.

Барқарор пассивларга кредиторлик қарзларнинг қуйидаги турларини киритиш мумкин:

Меҳнат ҳақи ва давлатнинг бюджетдан ташқари мақсадли фондларга ўтказиладиган ажратмалар бўйича мунтазам равишда кейинги ойга ўтиб борувчи энг кам қарздорлик;

Келгуси тўловлар резерви бўйича энг кам қарздорлик;

Товар ва хизматлар пулини олдиндан тўлаш тартибида олиниб, тўланмаган қисми бўйич акредиторларларга қарздорлик;

Қайтариладиган дала учун харидорлардан гаров сифатида олинган маблағлар бўйича қарздорлик;

Ҳужжатларсиз олинган мол-мулклар ва аксептланган, лекин тўлов муддати келмаган ҳисоблашув ҳужжатлари бўйича мол етказиб берувчиларга тўланадиган энг кам миқдордаги қарздорлик;

Тўлаш муддатидан олдин ҳисобланадиган солиқларнинг айрим турлар ибўйича бюджетга тўланадиган энг кам миқдордаги қарздорлик.

Барқарор пассивларнинг суммаси кредитор қарзларнинг ҳар бир тури бўйича алоҳида ҳисоб-китоб қилиниши лозим. Меҳнат ҳақи бўйича энг кам қарздорлик ,яъни барқарор пассив суммаси қуйидагича аниқланади:

$$БПмҳ=(МҲ_{1ч.}-МҲ_{1ч.дех.}):76 Кқ$$

Меҳнат ҳақи бўйича энг кам қарздорлик иш ҳажми энг кам бўлган даврдаги (одатда 1-чоракдаги) ўртача бир кунлик иш ҳақи фондини ой бошидан бошлаб ўтган ойнинг батамом ҳисоби учун меҳнат ҳақи тўлаш учун белгиланган санагача бўлган кунлар сонига кўпайтирилади .Бунда иш ҳажми энг кам бўлган даврдаги иш ҳақи фондидан деҳқончиликка доир иш ҳақи фонди чегирилади, чунки бу давр учун меҳнат ҳақи ўз маблағлари ҳисобига эмас, балки банкдан иш ҳақига пул олинадиган куни бериладиган банк кредит ҳисобига тўланади. Демак, корхонанинг фаолиятида вақтинча бўш бўлган пул маблағлар вужудга келмайди.

Режалаштирилаётган йилнинг 1-чораги учун меҳнат ҳақи фонди 180 млн. сўм. Шу жумладан деҳқончилик соҳасида ишловчиларнинг меҳнат ҳақи фонди 28 млн. сўм, энг кам қарздорликни ҳисоблаш учун қабул қилинадиган меҳнат ҳақи фонди 180,0-28,0=152,0 млн. сўм, ўртача бир кунлик иш ҳақи фонди 152,0/76=2,0 млн.сўм, ой бошидан бошлаб, меҳнатга ҳақ тўлаш учун банк томонидан белгиланган санагача бўлган кунлар сони 10 кун, меҳнат ҳақи бўйича энг кам қарздорлик 2,0 млн*10 кун=20,0 млн.сўм.

Ягона ижтимоий тўлов (ЯИТ) фондига тўланадиган бадаллар бўйича энг кам қарздорлик (БПяит қуйидаги формула бўйича ҳисобланиши мумкин:

Сяит–ягона ижтимоий тўлов ставкаси, 25 %.

Шундай қилиб, ягона ижтимоий тўлов учун ажратма билан бирга меҳнат ҳақи бўйича энг кам қарздорлик 20,0+4,8=24,8 млн.сўм

Келгуси давр тўловлари учун резерв бўйича энг кам қарздорлик (БПкт) қуйидаги формула бўйича аниқланади:

$$БПкт=Мктқ·Кмҳ,$$

Бунда: Мктқ – ҳисобот йилидаги келгуси давр тўловлари учун резерв бўйича энг кам қолдиқ (қарздорлик);

К *мҳ* келгуси йил учун режалаштирилган иш ҳақи фондининг ўтган йил учун ҳақи иш ҳақи фондига нисбатан ўзгар иш коэффисиенти индекси).

$$К_{мҳ} = МҲ_1/МҲ_0,$$

Келгуси давр харажатлари ва тўловлари учун резерв бўйича энг кам қарздорликнинг ҳисобланиши:

Ўтган ҳисобот йилнинг ойлик балансларига мувофиқ келгуси тўловлар резервининг ҳақиқий энг кам қолдиғи 7,млн.

Ягона ижтимоий тўлов ажратмаси билан бирга ўтган ҳисобот йилнинг йиллик меҳнат ҳақи фонди 700, млн. Ягона ижтимоий тўлов ажратмаси билан бирга режалаштирилаётган йилнинг йиллик меҳнат ҳақи фонди 750, млн. Режалаштирилаётган йил учун келгуси тўловлар резервининг энг кам қолдиғи

7/700*100=1%

750,0/100*1%=7,5млн.сўм.

Мол етказиб берувчиларга қарздорлик бўйича барқарор пассив , агар фермер хўжалигида.

Товар –моддий бойликлар (ёқилғи, электренергияси, газ, ва ҳ.к.) мунтазам равишда сотиб олиниб, улар учун тўловларнинг маълум қисми эса сотиб олинганидан сўнг амалга ошириладиган бўлса, вужудга келиши мумкин.

Мол етказиб берувчиларга қарздорлик бўйича барқарор пассив (БПмқ) қуйидаги формула бўйича аниқланади:

$$БПмқ=БКмқ·Кқ,$$

Бунда: БКмқ – тўлов муддати келмаган бир кунлик энг кам қарздорлик.

Бюджетга тўланадиган солиқла рбўйича энг кам қарздорлик солиқлар бўнак тарзида ўтказиб борилмасдан, ҳисобот даври тугаганидан кейин тўланадиган корхоналарда вужудга келади. “Қишлоқ хўжалик корхоналарида ягона ер солиғи қуйидаги муддатларда бўнак тарзида ўтказиб борилади:

-ҳисобот йилининг 1июлигача- йиллик солиқ суммасининг 20 фоизи;

-ҳисоботйилининг 1 сентябригача –йиллик солиқ суммасининг 30 фоизи;

-ҳисобот йилининг 1декабригача –солиқнинг қолган суммаси”.

Йил охирида эса қайта ҳисоб-китоб қилинади.

Демак, фермер хўжаликларида бюджетга тўланадиган солиқлар бўйича асосан ходимларнинг иш ҳақидан ушланадиган даромад солиғи бўйича энг кам қарздорлик вужудга келиши мумкин. Барқарор пассив суммаси солиқлар бўйича энг кам қарздорлик бўлган ҳисобот даврида (муддати ўтган қарзларни ҳисобга олмасдан) аниқланади.

Хулоса қилиб айтганда, айланма активларни шакллантиришнинг ўзига хос манбаси сифатида кредиторлик қарзларининг доимий хусусиятга энг кам қисми - *барқарор пассивлардан* самарали фойдаланиш учун уларнинг ҳар бир турини ва умумий суммасини имкон қадар тўғри ҳисоб-китоб қилишни илмий-услубий асослаш муҳим аҳамият касб этади.

М.Б.Калонов – ТДИУ “Бухгалтерия ҳисоби” кафедраси доценти, PhD

АВТОМОБИЛЬ ТРАНСПОРТИ КОРХОНАЛАРИДА ХАРАЖАТЛАР ТАРКИБИ БЎЙИЧА ҲИСОБ ЮРИТИШ МАСАЛАЛАРИ

Агар автомобиль суғурта қилдирилган бўлса, у ҳолда автомобилни таъмирлаш харажатлари суғурта ҳодисаси туфайли йўқотишлар сифатида акс эттирилади, йўл-транспорт ҳодисаси натижасида кўрилган ва суғурта ташкилоти томонидан қопланмайдиган зарарлар фавқулодда зарарлар таркибига киритилиши керак.

Хўжалик юритувчи субъект таъмирлаш харажатлариҳисобини юритишнинг ўзи учун энг қулай бўлган ҳар қандай усулини танлаши ва қабул қилинган қарорни корхонанинг ҳисоб сиёсати тўғрисидаги буйруқда акс эттириши лозим. У ёки бу усулни танлашда корхонадаги мавжуд асосий воситаларнинг таркибини, таъмирлашнинг мураккаблиги ва даврийлигини, таъмирлаш ишларининг қийматини ҳамҳисобга олиш керак.

Бизнинг фикримизча, таъмирлаш харажатларини бухгалтерия ҳисобида акс эттириш вариантини танлашда қуйидаги тамойилларни ҳисобга олиш лозим:

1. Ҳақиқий харажатлар бўйича, одатда, мунтазам хусусиятга эга бўлмаган (бир марталик таъмирлаш) ва катта пул *маблағлари* талаб қилмайдиган таъмирлашлар акс эттирилади. Ҳисоб юритишнинг мазкур усулини қўллашда асосий воситаларни таъмирлаш харажатлари бухгалтерия ҳисобида уларнинг юзага келишига қараб акс эттирилади ва улар амалга оширилган ҳисобот даврида таннархга киритилади;

2. Захирани яратишда ёки таъмирлаш учун ҳақиқий харажатларни келгуси давр харажатлари таркибида акс эттиришда амал қилиниши лозим бўлган шартлар бор. Жумладан,корхона захирани яратишда аслида ҳақиқий ишлаб чиқаришхаражатларидан фарқ қилиши мумкин бўлган режадаги кўрсаткичларни асос қилиб олиб иш юритиши мумкин, лекин ҳисобот даври тугаши билан захирани инвентаризациядан ўтказиш даркор. Харажатларни келгуси давр харажатларига киритишда корхона ҳақиқий маълумотларни асос қилиб олиб иш кўради ва харажатларни қандайдир кўрсаткичга мутаносиб равишда тақсимлаши, хусусан, уларни кўрсатилган хизматлар ҳажми билан боғлаши мумкин.

Корхонада асосий воситаларни таъмирлаш бевосита корхонанинг ўзитомонидан (хўжалик усули), ихтисослашганташкилот ёрдамида (пудратусули) ёки бир вақтнинг ўзида ҳам хўжалик, ҳам пудрат усулларида амалга оширилиши мумкин.

Йўл-транспорт ҳодисасига учраган автомобиль транспорти воситаларини таъмирлаш бир қатор ўзига хос хусусиятларга эга. Агар йўл-транспорт ҳодисасига учраган автомобилнинг кабина (кузов), шасси, двигатель каби рақамлиэҳтиёт қисмларини алмаштириш зарур бўлса, қуйидагиларни ҳисобга олиш лозим:

- рақамли эҳтиёт қисмлар бухгалтерия ҳисобида, уларнинг қийматидан қатъи назар,асосий воситалар таркибида акс эттирилиши зарур;

- агар асосий воситаларни ҳисобга олиш варақасида ушбу рақамлиқисмларнинг қиймати автомобилнинг умумий қийматида кўрсатилмаган бўлса, фойдаланиш муддати тугаганидан кейин уларни алмаштиришда эскирган рақамлиқисмларни алмаштиришжараёнларини бухгалтерия ҳисобида ва солиқ ҳисоботларида тўғри акс эттириш учун уларнинг бозор қиймати ҳақида эксперт хулосасини олиш лозим;

- эксперт хулосасини олишда, бухгалтерия ҳисобида бир вақтнинг ўзида янгидан ўрнатиладиган рақамлиқисмларни ҳисобга қабул қилган ҳолдауларнинг чиқиб кетишига доир ёзувлар ҳам амалга оширилади.

Харажатларни бошқариш корхона ҳисоб сиёсатидаги асосий хусусиятларни белгиловчи омилдир. Чунки корхоналарда ташкил қилинган бухгалтерия ҳисобининг ўзига хос хусусиятларига асосан харажатлар ҳисобини юритишда кўринади. Шу сабабдан, ҳар бир хўжалик юритувчи субъект ишлаб чиқариш технологиясининг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда, ҳисоб сиёсатига мос ҳолда харажатларни гуруҳлаши керак.

Профессор Р.О.Холбековнинг фикрича, бугунги кунда харажатларни бошқаришда уларни мақсад ва йўналишига қараб гуруҳлаш ҳам яхши натижа беради. Муаллиф, ишлаб чиқариш харажатларини гуруҳлашнинг таркибий тузилиши ҳақида тўхталар экан, хўжалик юритувчи субъектларнинг ишлаб чиқариш технологияси ёки ишлаб чиқарилган маҳсулот хусусиятидан келиб чиқади. Бундай ҳолатда харажат моддалари кўпайиши ёки камайиши мумкинлигини, кўп ҳолларда харажатлар таркибининг ўзгариши корхонада олиб борилаётган ҳисоб сиёсатига ҳам боғлиқ бўлишини таъкидлайди.

Фикримизча, ўрганишлар асосида Республикамизда автомобиль транспорти корхоналарида хизматлар таннархини ташкил этувчи харажатларга қуйидаги харажатлар киради:

- меҳнатга ҳақ тўлаш харажатлари (ҳайдовчиларга тўланган иш ҳақи;
- хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бошқа ходимларга тўланган иш ҳақи, ягона ижтимоий тўловга ажратмалар;
- ёқилғи (нефть маҳсулотлари, табиий газ);
- мойлаш материаллари;
- эҳтиёт қисмлар бўйича харажатлар;
- ҳаракатдаги таркиб амортизацияси;
- ҳаракатдаги таркибни таъмирлаш харажатлари.
- «ташкилий харажатлар».

Автомобиль транспорти корхоналаридамоддий харажатлар таркибига кирувчи асосий гуруҳлар қуйидаги тартибда ажратилади:

- ёқилғи (нефть маҳсулотлари ва суюлтирилган газ);
- эҳтиёт қисмлар;
- мойлаш ва тозалаш учун ишлатиладиган материаллар (литоль,

дикстрон, солидоль ва бошқа суюқликлар);

- автомобиль шиналари.

Хусусан, тармоқ хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда, автомобиль транспортикорхоналари хизмати таннархи таркибига қуйидаги харажат турларини киритиш мақсадга мувофиқ:

- ҳайдовчиларни тиббий текширувдан ўтказиш харажатлари;
- ихтиёрий суғурта бўйича бадалларни тўлаш харажатлари;
- чипталар нархини белгилашда ҳисобга олинадиган шаҳарлараро ва халқаро йўналишлар бўйича ҳаракатланувчи автобусларнинг йўловчиларга сервис хизмати кўрсатиш (овқатланиш ва меҳмонхона) харажатлари;
- халқаро ташувларни амалга ошириш харажатлари (мамлакат ҳудудидан ташқарига чиқиш учун рухсатнома, юкни чегара орқали божхона кўригисиз ташиш ҳуқуқини берувчи ҳужжатларнинг тўловлари, инсонлар соғлиғига етказилган зарар ва мулкий йўқотишлар учун учинчи шахслар олдида фуқаролик жавобгарлигини мажбурий суғурта қилдириш бўйича тўловлар, чет элга чиқувчи ҳайдовчиларни мажбурий тиббий суғурта қилдириш бўйича тўловлар, автомашиналарнинг чет давлатлар йўллари орқали ўтиши учун йиғимлар ва ҳоказо);
- транспорт ташувлари учун лицензиялар олиш билан боғлиқ харажатлар.

Ўзбекистон автомобиль ва дарё транспорти агентлигининг маълумотларига кўра ташиш хизматлари бўйича харажатлар таркиби қуйидагича (1-жадвал).

1-жадвал

Ташиш харажатларининг таркиби

Харажатлар қисмлари	**Юкларни ташишда**	**Йўловчи ташишда**
	%	%
1) Меҳнатга ҳақ тўлаш фонди	20,2	18,2
шу жумладан		
ҳайдовчиларга тўланган иш ҳақи	7,9	5,8
хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бошқа ходимларга тўланган иш ҳақи	12,3	12,4
2) Ягона ижтимоий тўлов	5,1	4,6
3) Автомобиль ёқилғиси, шу жумладан	36,7	33,7
нефть маҳсулотлари	22,9	22,2
табиий газ	13,8	11,5
4) Мойлаш материаллари	0,9	0,9
5) Автомобиль эҳтиёт қисмлари	16,3	19,6
6) Ҳаракатдаги таркиб амортизацияси	4,5	5,1
7) Ҳаракатдаги таркибни таъмирлаш харажатлари	16,3	17,9
ЖАМИ	100	100

Жадвал маълумотларидан кўришимиз мумкинки, автомобиль ёқилғиси харажатлари, автомобиль эҳтиёт қисмлари, амортизация харажатлари ҳамда автомобиль транспорти корхоналарида таъмирлаш харажатларининг салмоғи юқори бўлган.

Жадвал маълумотларидан фойдаланган ҳолда биз қуйидаги хулосаларга келдик:

- хизмат таннархидаги харажатлар турларининг улуши бўйича юк ва йўловчи ташувлари деярли бир хил кўрсаткичларга эга;
- йўловчиларни ташиш хизматларининг ўзига хос жиҳати шундан иборатки, бундайхизмат харажатларини ҳисоблашда ташиш жараёнининг ўзига хослиги билан боғлиқ муайян моддалар ҳам мавжуд (масалан, чиптачилар меҳнатига ҳақ тўлаш);
- ташувлар таннархида энг катта улушни автомобиль ёқилғиси, иш ҳақи ҳамда иш ҳақига нисбатан олинадиган ягона ижтимоий тўловга ажратма харажатлари ташкил қилади.

Автомобиль транспорти корхоналарида автомобиль ёқилғиси, эҳтиёт қисмлари, ҳаракатдаги таркиб амортизацияси ва ҳаракатдаги таркибни таъмирлаш харажатлари хизмат таннархини ташкил этувчи асосий харажатлар ҳисобланади. Шу боис, биз тадқиқот ишимизда айнан мазкур харажатлар ҳисобига асосий эътиборни қаратдик.

Бошқа корхоналардан фарқли равишда, автомобиль транспорти корхоналарида таъмирлаш харажатлари бир мунча кўп бўлади. Бунга сабаб, мазкур корхоналардаги ҳаракатдаги таркиб асосий воситаларининг доимий таъмирланиб турилишидир.

К.Собиров – соискатель СамИЭС
М.Ж.Ашурова – преподаватель СамГМИ

ВИДЫ И СТРУКТУРЫ ЛЕЧЕБНОГО ТУРИЗМА И ПОКАЗАТЕЛИ ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

На туристическом рынке лечебный туризм функционирует как самостоятельный вид туризма. Ибо данный вид туризма развивается не из пустых мест. Это имеет давнюю историю. В настоящее время для развития лечебного туризма необходимо создать определенное условие. К ним можно отнести следующие:

- лечение – это важная составная часть жизни человека и поэтому оно является объективной необходимостью и главной мотивацией поездки туристов;
- при организации поездок на лечение, как внутри страны, так и в зарубежных государствах, в состав организаторов такого туризма необходимо включить квалифицированных специалистов-медиков;

- на территории, где организованы лечебные учреждения должна быть пригодны для лечения природно-ресурсных компонентов и комплексов;
- при осуществлении поездок на лечение турист обязан иметь при себе соответствующую медицинскую документацию;
- при лечебном туризме турист должен ориентироваться на достаточно длительное время пребывание на месте лечение;
- надо иметь в виду, что на лечебном туризме, участвуют люди в возрасте старше 40 лет, либо в этом возрасте многие люди болеют одним или нескольким хроническими заболеваниями;
- лечебный туризм обычно отличается достаточно высоким уровнем цен для туристов, и является доходным для туристических фирм. Поэтому данный вид туризма имеет не только экономический, но и большой социальный эффект.

В настоящее время в мировой практике лечебный туризм делится на две группы: лечебный туризм и оздоровительный туризм. Лечебный туризм в свою очередь подразделяется на курортный туризм и клинический туризм. Лечебный туризм выбирается туристом самостоятельно. При этом учитывается расположение лечебных учреждений, формы оплаты, сроки пребывания, продолжительность курортных программ.

В Узбекистане также развивается лечебный туризм как по вертикали, так и по горизонтали. В составе туристических организаций преобладает частные негосударственные фирмы. В настоящее время их можно группировать по следующим направлениям (1-рисунок).



Рисование-1. Структуры лечебного туризма в Узбекистане.

В Узбекистане развито и развивается внутренний туризм. Из всех видов лечебного туризма примерно 80 % приходится на доли внутреннего туризма. В столице страны развито специализированные клиники (кардиологический центр, урологический центр, центр грудной хирургии и т.п.), к которым приезжают со всех уголков страны. Однако есть и люди, выезжающие в зарубежные страны с целью лечения и это называется выездной клинический туризм.

Исследования показали, что многие люди уезжают в зарубеж по собственной инициативе, без туристических фирм или компаний. Однако этот вид туризма со временем должен сократиться, ибо эти люди нашим законом полностью не защищены. Обычно, занимающиеся лечебно-клиническим туризмом, туристические фирмы формируют полноценный турпродукт, включающий услуги клиники, трансфер, страховку. Они должны заранее договариваться и без каких либо трудностей устроить туриста в зарубежных специализированных клиниках. Такой организованный вид лечебного туризма должен развиваться.

Лечебно-курортный туризм по своему направлению делится на профилактический, лечебно-диагностический и реабилитационный. Они также имеют как экономическое, так и социальное значение. По этому при анализе данного вида туризма необходимо изучить показатели оценивающие экономические результаты их деятельности.

При оценке и анализе необходимо использовать следующие показатели, характеризующие эффективность лечебного туризма:

- выручка от лечебного туризма с одной койки;
- затратоотдачи лечебного туризма;
- производительность труда работников лечебного туризма;
- объем стоимости услуг на одного отдыхающего;
- структурные изменения отдельных видов лечебного туризма.

В процессе анализа определяется все эти показатели эффективности лечебного туризма и дается соответствующая оценка на его уровень и тенденции изменения. Это позволяет сделать выводы о состоянии лечебного туризма и разработать мероприятие по повышению их эффективности.

З.С.Артиков – СамИСИ таянч докторанти

САВДО КОРХОНАЛАРИ МЕҲНАТ САМАРАДОРЛИГИ ЎЗГАРИШИГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР ТИЗИМИ ВА УЛАРНИНГ ТАСНИФИ

Аҳолининг турмуш фаровонлиги, яшаш даражаси ва сифатининг ошишида савдо корхоналари муҳим роль ўйнайди. Чунки аҳолининг бача товарлар ва маҳсулотларга бўлган эҳтиёжи асосан савдо корхоналари томонидан таъминланади. Мазкур ҳудудда бўлмаган ва мавжуд бўлсада тўлиқ етишмайдиган товарларни ҳам узоқ-узоқлардан олиб келиб аҳолини таъминлайдиган ташкилот ҳам савдо бўлиб ҳисобланади. Савдо

корхоналари самарадорлигини оширишда унда банд бўлган ходимларнинг роли жуда катта. Шу туфайли савдо корхоналарида меҳнат самарадорлигини муттасил ошириб бориш зарурати мавжуд. Ушбу зарурат савдо корхоналарида меҳнат самарадорлигини таҳлил қилишни ҳам тақозо қилади. Чунки, таҳлил орқали ўрганилаётган кўрсаткични яхшилашнинг ички имкониятлари аниқланади ва иқтисодий жиҳатдан асосланган бошқарув қарорларини қабул қилиш мумкин бўлади.

Савдо корхоналарида меҳнат самарадорлигига (унумдорлигига) таъсир этувчи омилларни жуда кўр. Уларнинг бир қисми бевосита ички омиллар бўлса, мазкур соҳа самарадорлигига таъсир қилувчи ташқи омиллар ҳам жуда кўп. Уларнинг бир қисми ҳисобланадиган омиллар бўлса, яна бир қисми ҳисобланиши қийин бўлган омиллардир. Таҳлил учун асосан ҳисобландиган омилларни олиш мумкин. Тадқиқотларимиз кўрсатдики, савдо корхоналари-да меҳнат самарадорлигига (унумдорлигига) таъсир этувчи омиллар бевосита соҳанинг иқтисодий салоҳияти билан боғлиқ. Шу нуқтаи назардан қаралса савдо корхоналари самарадорлиги ўзгаришига таъсир қилувчи омилларни қуйидаги иккита гуруҳга бўлишни тавсия қиламиз:

1. Активлар (асосий воситалар, айланма маблағлар ва номоддий активлар) билан боғлиқ омиллар;

2. Меҳнат ресурслари билан боғлиқ омиллар.

Мазкур омилларнинг корхона активлари (асосий воситалар, айланма маблағлар ва номоддий активлар) билан боғлиқ қисмига қуйидагилар киради:

Q – савдо корхоналари томонидан сотилган товарлар ҳажми (товар обороти);

Хо – савдо корхоналарида банд бўлган ходимлар сони;

Na – савдо корхоналарининг номоддий активлари ўртача қиймати;

Av – савдо корхоналарининг асосий воситалари ўртача қиймати;

Am – савдо корхоналарининг айланма маблағлари ўртача қиймати;

Ak – савдо корхоналарининг барча активлари ўртача қиймати.

Ушбу омилларнинг савдо корхоналари меҳнат унумдорлиги билан боғлиқлигини аниқлаш учун қуйидаги формулани тавсия қиламиз:

$$\mathrm{C} = \frac{\mathrm{Q}}{\mathrm{Xo}} = \frac{Q}{\mathrm{Na}} * \frac{\mathrm{Na}}{Av} * \frac{\mathrm{Av}}{\mathrm{Am}} * \frac{\mathrm{Am}}{\mathrm{Ak}} * \frac{\mathrm{Ak}}{\mathrm{Xo}};$$

Бунда: С – савдо корхонасининг меҳнат унумдорлиги;

Ушбу формуладан кўриниб турибдики, савдо корхоналари меҳнат самарадорлиги (унумдорлиги) ўзгаришига бешта омил таъсир қилмоқда. Ушбу омиллар қуйидагилардан иборат:

$\frac{\mathrm{Q}}{\mathrm{Xo}}$ – савдо корхонасининг меҳнат самарадорлиги (унумдорлиги) (С);

$\frac{Q}{\mathrm{Na}}$ – савдо корхоналари номоддий активлари самарадорлиги (Нас);

$\frac{\mathrm{Na}}{Av}$ – савдо корхоналари номоддий активларининг асосий восита-

лардаги ҳиссаси (Наҳ);

$\frac{Av}{Am}$ – савдо корхоналари асосий воситаларининг айланма маблардаги ҳиссаси (Авҳ);

$\frac{Am}{Ak}$ – савдо корхоналари айланма мабларининг барча активлардаги ҳиссаси (Айҳ);

$\frac{Ak}{Xo}$ – савдо корхоналарида банд бўлган ходимларнинг барча активлар билан таъминланганлиги (Хат).

Ушбу натижа билан омиллар ўртасидаги боғлиқлик функционал боғлиқлик бўлиб ҳисобланади. Бундай ҳолда иқтисодий таҳлилда қўлланиладиган математик моделларнинг аддитив моделидан фойдаланила-ди. Уни ихчамлаштириб ифодалайдиган бўлсак, қуйидаги формулани ҳосил қилишимиз мумкин:

С = Нас * Нах * Авҳ * Айҳ * Хат ;

Мазкур формула орқали натижа ўзгаришига таъсир этувчи бешта омилнинг таъсирини ҳисоблаш мумкин. Бунинг учун биринчи галда ушбу натижавий кўрсаткичнинг фарқи аниқланади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\Delta C = (Нас^{х} * Нах^{х} * Авҳ^{х} * Айҳ^{х} * Хат^{х}) – (Нас^{р} * Нах^{р} * Авҳ^{р} * Айҳ^{р} * Хат^{р});$$

Энди ҳар бир омилнинг таъсирини ҳисоблаш мумкин. Бунинг учун биринчи омил таъсирини ҳисоблашда натижанинг режасини шу биринчи омил ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади ($Нас^{х}$ * $Нах^{р}$ * $Авҳ^{р}$ * $Айҳ^{р}$ * $Хат^{р}$) ва аниқланган натижа кўрсаткичидан натижанинг режадаги миқдори ($Нас^{р}$ * $Нах^{р}$ * $Авҳ^{р}$ * $Айҳ^{р}$ * $Хат^{р}$) айрилади. Буни аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия этамиз:

$$\Delta C_{нас} = (Нас^{х} * Нах^{р} * Авҳ^{р} * Айҳ^{р} * Хат^{р}) – (Нас^{р} * Нах^{р} * Авҳ^{р} * Айҳ^{р} * Хат^{р});$$

Натижа ўзгаришига иккинчи омил таъсирини ҳисоблаш учун натижанинг режадаги миқдорини шу иккиинчи омил ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади ($Нас^{х}$ * $Нах^{х}$ * $Авҳ^{р}$ * $Айҳ^{р}$ * $Хат^{р}$) ва аниқланган натижа кўрсаткичидан натижанинг биринчи омил билан қайта ҳисобланган миқдори ($Нас^{х}$ * $Нах^{р}$ * $Авҳ^{р}$ * $Айҳ^{р}$ * $Хат^{р}$) айрилади. Буни аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия этамиз:

$$\Delta C_{нах} = (Нас^{х} * Нах^{х} * Авҳ^{р} * Айҳ^{р} * Хат^{р}) – (Нас^{х} * Нах^{р} * Авҳ^{р} * Айҳ^{р} * Хат^{р});$$

Таҳлил қилинаётган натижа ўзгаришига учинчи омил таъсирини ҳисоблаш учун натижанинг режадаги миқдорини шу учинчи омил ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади ($Нас^{х}$ * $Нах^{х}$ * $Авҳ^{х}$ * $Айҳ^{р}$ * $Хат^{р}$) ва аниқланган натижа кўрсаткичидан натижанинг иккиинчи омил билан қайта ҳисобланган миқдори ($Нас^{х}$ * $Нах^{х}$ * $Авҳ^{р}$ * $Айҳ^{р}$ * $Хат^{р}$) айрилади. Буни аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия этамиз:

$$\Delta C_{авх} = (Нас^{х} * Нах^{х} * Авҳ^{х} * Айҳ^{р} * Хат^{р}) – (Нас^{х} * Нах^{х} * Авҳ^{р} * Айҳ^{р} * Хат^{р});$$

Ўрганилаётган натижа кўрсаткичи, яъни савдо корхоналари меҳнат унумдорлигининг ўзгаришига тўртинчи омил таъсирини ҳисоблаш учун натижанинг режадаги миқдорини шу тўртинчи омил ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади ($Нас^{х} * Нах^{х} * Авҳ^{х} * Айҳ^{х} * Хат^{р}$) ва аниқланган натижа кўрсаткичидан натижанинг учинчи омил билан қайта ҳисобланган миқдори ($Нас^{х} * Нах^{х} * Авҳ^{х} * Айҳ^{р} * Хат^{р}$) айрилади. Буни аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия этамиз:

$$\Delta C_{айх} = (Нас^{х} * Нах^{х} * Авҳ^{х} * Айҳ^{х} * Хат^{р}) – (Нас^{х} * Нах^{х} * Авҳ^{х} * Айҳ^{р} * Хат^{р});$$

Таҳлил қилинаётган натижа кўрсаткичи, яъни савдо корхоналари меҳнат унумдорлигининг ўзгаришига бешинчи омил таъсирини ҳисоблаш учун натижанинг режадаги миқдорини шу бешинчи омил ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади ($Нас^{х} * Нах^{х} * Авҳ^{х} * Айҳ^{х} * Хат^{х}$) ва аниқланган натижа кўрсаткичидан натижанинг тўртинчи омил билан қайта ҳисобланган миқдори ($Нас^{х} * Нах^{х} * Авҳ^{х} * Айҳ^{х} * Хат^{р}$) айрилади. Буни аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия этамиз:

$$\Delta C_{хат} = (Нас^{х} * Нах^{х} * Авҳ^{х} * Айҳ^{х} * Хат^{х}) – (Нас^{х} * Нах^{х} * Авҳ^{х} * Айҳ^{х} * Хат^{р});$$

Барча омиллар таъсири натижа ўзгаришининг умумий фарқига тенг бўлиши керак. Агар ушбу талаб бажарилмаса, ҳисоб-китоб жараёнида қаердадир хато қилинган бўлади. Ушбу тадбир бир вақтнинг ўзида барча омилларнинг таъсир даражасини аниқ кўрсатиб берса, яна бир томондан, ҳисоб-китобларнинг тўғри амалга оширилганлигидан ҳам далолат беради. Ушбу формулани қуйидагича ифодалаш мумкин:.

$$\Delta C = \Delta C_{нас} \pm \Delta C_{нах} \pm \Delta C_{авх} \pm \Delta C_{айх} \pm \Delta C_{хат};$$

Ушбу формулага амалий маълумотларни қўллаб савдо корхоналарида меҳнат унумдорлиги ўзгаришига таъсир этувчи юқорида кўрилган бешта омиллар таъсирини аниқлаш орқали, унинг барқарорлигини таъминлайдиган бошқарув қарорларини қабул қилиш имкониятини яратади.

Ҳ.Н. Мусаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
Ш.Қ.Ниёзов – СамИСИ талабаси

УСТАВ КАПИТАЛИ АУДИТИНИНГ УСЛУБИЙ ЖИҲАТЛАРИ

Республикамизда амалга оширилаётган иқтисодий ислоҳотлар натижасида турли мулк шаклидаги хўжалик юритувчи суъбектлар сони тобора кўпаймоқда.Шуни таакитлаш жоизки, мамлакатимиз ривожланишини янгибосқичга кўтариш ва ушбу жараёнга қаратилган дастурларни амалга ошириш турли тармоқ корхоналарининг тўғри ташкил эътилиши, уларнинг

самарали фаолиятига бевосита боғлиқдир. Бугунги жадал ривожланаётган тадбиркорлик фаолияти натижасида мамлакатимизда кўплаб корхоналар ташкил этилмоқда.Бу эса корхоналарда устав капиталига бўлган эътиборни кучайтириб уни халқаро стандартларга мослаштиришни тақозо эътмоқда. Устав капитали корхона фаолиятининг муҳим кўрсаткичларидандир. Чунки, ҳар бир корхонани ташкил этишдан олдин албаттда устав капиталини шакллантириши керак бўлади. Устав капиталини шакллантириш муддати бир йил ҳисобланади. Белгиланган муддатларда устав капитали шакллантирилмаган бўлса, корхона юридик мақомини йўқотади ва давлат рўйҳатидан қайта ўтишига тўғри келади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга йўллаган Мурожаатномасида:“... иқтисодиёт тармоқларига маъмурий таъсирни қисқартириш ва бозор механизмларидан кенг фойдаланиш,моддий ресурслардан оқилона фойдаланиш бўйича аниқ мезон ва тартибларни жорий этиш” масалаларига алоҳида эътибор берилган.[1] Шундай бозор иқтисодиёти инфратузилмаларидан бири – аудиторлик текширувлари ва аудиторлик хизматларидир. Корхоналарнинг устав капитали аудиторлик текширувларининг муҳим объектларига киради. Устав капиталининг аудити жараёнида унинг тўғри шакллантирилганлиги, кўпайиши ёки камайиши текширилади. Бундай текширувни ўтказишда аудиторлар корхона мақоми, унинг фаолият тури, таъсисчилари ва киритилган маблағлари таркибига алоҳида эътибор беришлари керак.

Таъсис ҳужжатлари, устав капиталининг шаклланиши дастлабки ҳужжатлар,ҳисоб регистрлари ва ҳисобот маълумотлари асосида текширилади. Аудит жараёнида қуйдагилар текширилади:

-таъсис ҳужжатларининг (таъсис шартномалари) тўғри расмийлаштирилганлиги;

- таъсисчилар қўшаётган улушларинингамалдаги қонунчилик ва меъёрий ҳужжатлар талабларига мувофиқлиги;
- устав капиталига таъсисчилар улушининг тўлиқ ва ўз вақтида киритилиши;
- таъсисчилар улушининг тўғри баҳоланишини текшириш;
- уставда кўрсатилган фаолият турларининг амалдаги қонунчилик талабларига мослиги;
- устав капитали ҳажмини ўзгаришининг асослилиги;
- устав капитали бўйича жорий ҳисоб маълумотларининг молиявий ҳисоботга мослигини текшириш.

Корхонанинг устав капиталини аудиторлик текширувидан ўтказишда қуйидаги манбаалардан фойдаланилади:

- устав капиталини шакллантиришга оид меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар;
- таъсис ҳужжатлари (нотариал идора томонидан тасдиқланган устав ва таъсис шартномалари);

[1]Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. – “Халқ сўзи”, 2018 йил 28декабръ.

- молиявийҳисоботмаълумотлари;
- молиявий, статистик ва бошқа тегишли ҳужжатлар;
- устав капиталини шакллантириш бўйича жорий ҳисоб маълумотлари.

Тадқиқот натижалари шуни кўрсатадики, устав капитали аудитининг самарадорлиги ушбу масалаларга оид меъёрий-ҳужжатлар тўпламини шакллантиришга бевосита боғлиқ. Бундай тўплам текширилаётган корхонанинг фаолиятини тўлиқ акс эттирувчи ҳужжатлардан шаклланади.

Корхонанинг устав капиталини аудит қилишда "Молиявий ҳисобот"нинг қуйидаги маълумотларига эътибор берилиши керак:

- "Бухгалтерия баланси"да таъсисчиларнинг устав капиталига қўшадиган улушлари бўйича баланснинг актив томони иккинчи бўлим "Жорий активлар" бўлимининг 4610- "Таъсисчилар билан ҳисоблашишлар" счётида 280-сатрда келтирилган бўлади. Бухгалтерия балансининг пассив томонида эса "Ўз маблағлари манбалари" бўлимида устав капитали 320-сатр 8300 "Устав капитали" моддасида келтирилган бўлади.
- "Хусусий капитал тўғрисида"ги ҳисоботда хусусий капиталнинг таркиби бўйича йил бошидаги қолдиқ (010 сатр 3,4,5,6,7,8-устунлар), йил давомидаги ўзгаришлар (020-070 сатрлар) ва йил охиридаги қолдиқ (080)да келтирилган бўлади.

Таъсисчилар улушларининг устав капиталига қўшилганлигини тасдиқловчи ҳужжатларга далолатномалар, накладнойлар, банк кўчирмалари, тўлов топшириқномалари, касса кирим ордерлари ва бошқа дастлабки ҳужжатлар асос бўлади. Устав капиталига улуш сифатида қўшиладиган мулкларга эгалик қилиш ҳуқуқини таъсдиқловчи ҳужжатларга кўчмас мулк, ер майдонлари, транспорт воситалари, интелектуал мулк ва шунга ўхшаш ҳуқуқларни тасдиқловчи ҳужжатлар киради. Аудит жараёнида ушбу ҳужжатлар ва улардаги маълумотларнинг асослилигига эътибор бериш керак. Устав капиталини аудит қилишда корхонанинг мулк шакли, устав капиталининг шаклланишига киритилган маъблағлар таркибига эътибор бериш керак.

Акциядорлик жамиятларида устав капиталининг тўғри шакллантирилишини текширишда қуйидаги талабларга риоя қилинганлиги текширилади:

- устав капитали акциядорлар томонидан сотиб олинган акциядорлик жамияти акцияларининг номинал қийматдан ташкил топади;
- барча акциялар эгаси ёзилган акция эканлиги ва таъсис этишда таъсисчилар ўртасида жойлаштирилган бўлиши лозим;
- жойлаштирилган имтиёзли акцияларнинг номинал қиймати акциядорлик жамияти устав капиталининг белгиланган меъёридан ошмаслиги лозим;
- акциядорлик жамияти акциялари уни таъсис этиш жараёнида уставда кўрсатилган муддат давомида амалга оширилиши керак;
- тўлов шакллари акциядорлик жамиятининг устави ва таъсис

шартномасига мос келиши керак.

Устав капиталини аудиторлик текширувларидан ўтказиш жараёнида аудитор қуйидаги камчиликларни аниқлаши мумкин:

- устав капиталини шакллантириш бўйича дастлабки ҳужжатлардаги камчиликлар (асосий воситаларни, номоддий активларни қабул қилиш далолатномалари, юк хатлари, счётлар, касса ҳужжатлари, банк кўчирмалари, тўлов топшириқномалари ва бошқалар);
- “Устав капитали ҳисоби счётлари” бўйича кредит қолдиғининг таъсис ҳужжатлари маълумотларига мос келмаслиги;
- устав капиталига улушларнинг таъсисчилар томонидан белгиланган муддатларда киритилмаслиги;
- таъсисчиларнинг чиқиб кетиши ва янгиларининг кириб келиши жараёнларининг ўз вақтида расмийлаштирилмаслиги;
- таъсисчиларга устав капиталидан улушларини тўлиқ киритилмаслиги ва бошқа камчиликлар.

Аудит жараёнида аниқланган камчиликларнинг келиб чиқиш сабаблари аудиторлик таҳлил қилиниши керак.

Д.М. Вафохожаева– ассистент СамИЭС,
Ф.Абдухоликова – студентка СамИЭС,
Ш. Вафохожаева– студентка СамГАСИ

ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В НАЦИОНАЛЬНЫЕ УЧЕТНЫЕ СИСТЕМЫ

Ключевые слова: отчетность, гармонизация, конвегерция, Международные стандарты финансовой отчетности, Общепринятые принципы бухгалтерского учета США.

Аннотация. В статье рассматриваются основные задачи и направления применения международных стандартов финансовой отчетности (МСФО); вопросы гармонизации и конвергенции отчетности; взаимосвязь МСФО и Общепринятых принципов бухгалтерского учета США (US GAAP). Раскрываются основные направления совместной работы Совета по МСФО и Совета по стандартам финансового учета США в области сближения стандартов, приводится ретроспектива событий и мероприятий по вопросам конвергенции отчетности. Проводится обзор основных направлений правительственной программы реформирования национального учета и отчетности в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности, приводятся примеры применения МСФО в отдельных странах. В целях дальнейшей реализации мероприятий в области перевода национального учета и отчетности на международные стандарты финансовой отчетности формулируются

предложения в части совершенствования отдельных национальных стандартов на основе МСФО и разработки новых стандартов.

Keywords: reporting, harmonization, convergence, International financial reporting standards, generally accepted accounting principles of the United States.

Abstract. The article discusses the main tasks and directions of implementation of International financial reporting standards (IFRS); the issues of harmonization and convergence reporting; the relationship of IFRS and generally Accepted accounting principles (US GAAP). The article reveals the main directions of joint work of the IASB and financial accounting standards of the United States in the field of standards convergence, is a retrospective of events and activities on issues of convergence statements. Provides an overview of the main directions of the governmental program of reforming of the national accounting and reporting in accordance with International financial reporting standards, provides examples of the application of International financial reporting standards in individual countries. In order to further the implementation of activities in the field of translation of national accounting to International financial reporting standards proposals to

Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) призваны, как известно, решать три основные задачи:

• унифицировать и гармонизировать национальные системы учета и отчетности;

• обобщить практику применения наиболее развитых учетных мировых систем;

• совершенствовать процесс формирования финансовой отчетности.

В целях разработки универсальных стандартов в 2002 г. Совет по международным стандартам финансовой отчетности (СМСФО) и Совет по стандартам финансового учета США (FASB) начинают работу по сближению МСФО и US GAAP — Общепринятых принципов бухгалтерского учета США. Следует отметить, что одним из приоритетов в своей деятельности Совет по МСФО объявил конвергенцию с US GAAP. В результате было подписано соглашение о партнерстве между Советом по МСФО и Советом по стандартам финансового учета США.

Достаточно общий подход к формированию отчетности вызывал обоснованные претензии со стороны заинтересованных пользователей информации. В этой связи Совет по МСФО в целях совершенствования процесса формирования отчетности с 90-х годов прошлого века вместо принципа «постепенной гармонизации» внедряет принцип конвергенции. Партнерство по конвергенции осуществляют две крупнейшие организации — Совет по МСФО и Совет по стандартам финансового учета США.

Международные стандарты финансовой отчетности как альтернативу US GAAP разрешила применять Комиссия по ценным бумагам США.

Комиссия приняла решение о том, что, начиная с отчетности за 2007 г., иностранные компании при осуществлении сделок на биржах США

могут использовать МСФО для формирования отчетности без требования реконсиляции, т.е. согласования с US GAAP. От компании, претендующей на отсутствие реконсиляции с US GAAP, требуется заявление о том, что были использованы МСФО, опубликованные IASB (International Accounting Standards Board), при этом аудиторское заключение должно содержать аналогичную фразу.

В общем виде стратегия конвергенции заключается в последовательной замене наиболее проблемных и критикуемых стандартов в обеих системах новыми стандартами, а также в разработке так называемых общих стандартов с идентичными подходами при формировании отдельных показателей финансовой отчетности. Достигаться это должно путем выбора и применения наилучшего стандарта из действующих аналогичных стандартов в МСФО и US GAAP.

В настоящее время существуют четыре основные формы применения Международных стандартов финансовой отчетности:

1. Применение МСФО в качестве национальных стандартов (Арабские Эмираты, Австралия,

Великобритания, Германия, Гонконг, Италия и другие страны).

2. Применение МСФО обязательно для некоторых публичных компаний (Беларусь, Канада, Израиль, Россия и другие страны).

3. Применение МСФО вместо национальных стандартов в добровольном порядке (Индия, Япония, Нидерланды и другие страны).

4. Применение МСФО вместо национальных стандартов не разрешено (Индонезия, Малайзия, Тайвань, США и другие страны).

В области внедрения МСФО на национальных уровнях на современном этапе можно выделить следующие основные подходы:

• прямое внедрение МСФО в качестве национальных стандартов;

• проведение работ по признанию национальных стандартов эквивалентными МСФО;

• конвергенция национальных стандартов с МСФО;

• разработка новых национальных стандартов в направлении их соответствия МСФО;

• одобрение применения МСФО для некоторых компаний.

В Узбекистане целью реформирования системы бухгалтерского учета и отчетности является приведение национальной системы бухгалтерского учета в соответствие с требованиями рыночной экономики и международными стандартами финансовой отчетности.

В современных условиях Правительством Республики Узбекистан была поставлена задача по повышению прозрачности и инвестиционной привлекательности национальной экономики. Одним из важнейших факторов повышения инвестиционной привлекательности организаций должно стать совершенствование бухгалтерского учета и формирование отчетности на основе МСФО.

VI ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ”

Ж.Р. Зайналов – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
А.Р.Лавриненко – Полоцк Давлат университети декани

ИННОВАЦИОН ҒОЯЛАРГА БОЙ ВА ИННОВАЦИОН МАҲСУЛОТЛАР ИШЛАБ ЧИҚАРИШ КЎНИКМАЛАРИГА ЭГА ЁШ МУТАХАССИСЛАРНИ ТАЙЁРЛАШ ИСТИҚБОЛИ

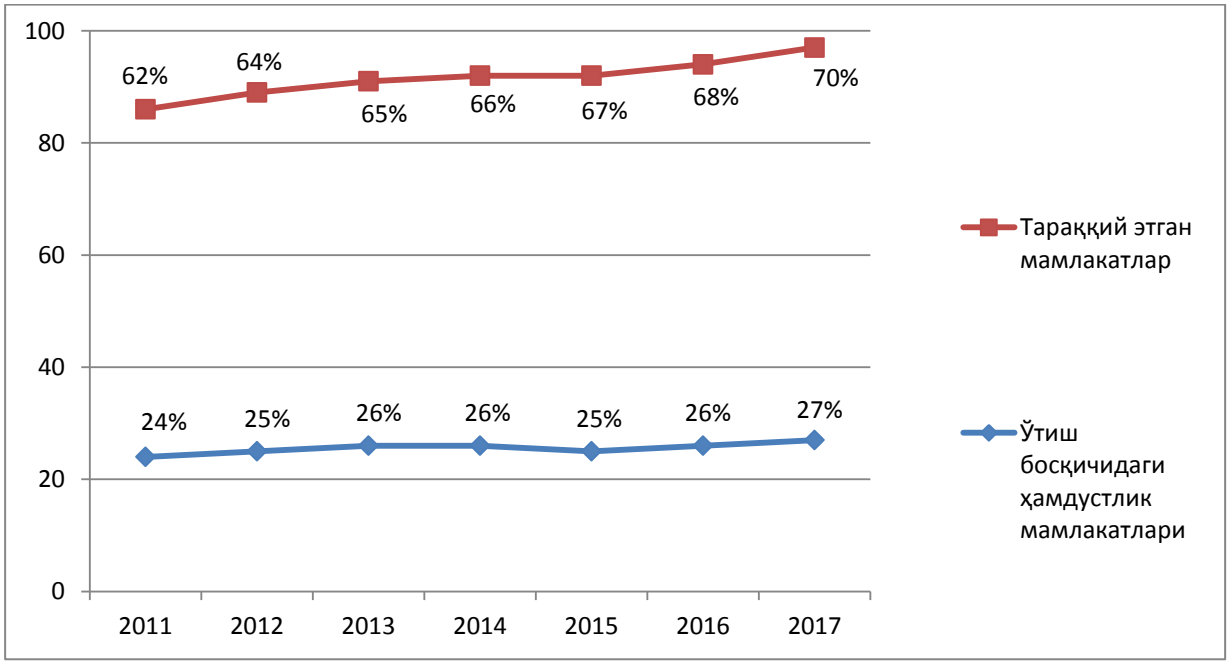
Иннновацион ғояни шакллантириш ёки шу йўналишда ижод қилиш бу ҳар бир мутахассисларнинг шу жумладан, молиячи мутахассисларни мавжуд илмий потенциалини, билим ва кўникмаларини тўлалигича сафарбар этиш асосида янгича молиявий хизмат маҳсулотларини ўргатишга қаратилган фаолият сифатида майдонга чиқмоқда.

Инновацион молиявий хизматларни шакллантириш билан мунтазам шуғулланган инсонларда инновацион ғоявий тасаввурлар, уни олдиндан ҳис қилиш, рефлексия, махсулдорлик, оргинал (бетакрор) ва кенг илмий салоҳиятга ёки интелектуал мулкга эгалик қилиш сингари илмий ижод белгиланади ҳамда бошқаларга нисбатан ривожланган бўлади.

Инновацион ғоялар доирасида кўникмаларга эга, инновацион маҳсулот яратадиган фаолият ҳар бир фаннинг асосий таркибий қисмларидан бири сифатида билим беришда ёки кадрларни тарбиялашда етакчи ўрин тутадиган йўналишлардан бири бўлиб саналиши лозим. Бунда профессор-ўқитувчиларнинг талабаларни фан кесимида инновацион ғоялар доирасидаги билим беришларидаги роли, биринчидан, инновацион маҳсулот тури сифатида ўзига хослиги бўлса, иккинчидан эса, таҳсил олаётган талабаларнинг ўзига хосликлари билан белгиланади. Инновацион маҳсулотни моҳиятига ва бевосита мазмунига кўра ўта янги ва асосланган, шу каби ажойиб хусусиятларга эга бўлиши ва уни идрок этишга ёки билишга айланиши мумкин бўлган маҳсулотдир. Бу маҳсулот эса соҳа ривожи учун ҳеч нима билан тенглаштириб бўлмайдиган имкониятлар ярата оладиган бўлишлиги зарур бўлади. Инновацион ғоя корхоналарда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар сифатини ошириш фаолият воситалари услубларини яхшилаш йўли билан амалга оширилиши мумкин. Аммо бундай воситаларни ва услубларни яхшиланишида ёш мутахассисларни роли ҳам жуда катта бўлиши талаб этилади. Чунки ҳозирги инновацион ғоялар ёшларни иш билан таъминлашга қаратилиши билан бошқа

инновацион воситалардан фарқланади. Бу дегани инновацион маҳсулот ишлаб чиқаришга катта меҳнат стажига эга инновацион маҳсулотларни ишлаб чиқаришга мослашиб келган мутахассислар ва уларни янги ишлаб чиқариш воситаларига мослаштириш кун, вақт ва меҳнат сарфланиши талаб қилади. Бу эса уларни қайта малака оширилишини ва катта маблағ сарфланишини талаб этади. Шу боис ушбу масалаларни ёш мутахассисларга таянилган ҳолда мақсадга эришиш эса маблағ сарфини иқтисод қилиб қолган ҳолда катта самара келтириши мумкин бўлади.

Кўзатувлар шуни кўрсатадики, ривожланган мамлакатларда инновацион жараёнларни яхши йўлга қуйилгани ушбу жараёнларда ёки мутахассисларни жалб этилганлиги билан баҳоланиб келинмоқда (**чизма 1 га қаранг**. Бу ерда ОХ ўқиш билан банд бўлган ёш мутахассилар салмоғи %да келтирилган).



Чизма 1. Инновацион маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналарда банд бўлган ўртача ёшининг 2011–2017 йил динамикаси

Ўтиш босқичидаги давлатларда ёш мутахассисликлари тайёрлаш ва инновацион маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи корхоналарига жалб этилиши кескин ошириш зарурият даражасини кўтарилиши лозим деб ҳисоблаймиз. Фақат шу орқали сифатли инновацион маҳсулот ишлаб чиқариш кўлами ва экспорт салмоғи ошиб боради. Айнан ёш мутахассисларни инновацион корхоналарга кўпроқ жалб этиб келаётган давлатларда ишлаб чиқариш кўламини, маҳсулот сифатини ошириб бориш ва уларда экспорт салоҳиятини юқорилиги фикримиз далилидир.

Республикамизда ёшларни замонавий технология воситалари ёрдамида ишлашини таъминловчи хизмат қилувчи олий таълим муассасалари мавжуд бўлиб, уларни илмий потенциалидан фойдаланиш имкониятлари кенгдир.

Шундай қилиб инновацион ғояни соҳа йўналишидан келиб чиқиб идрок этиш ёки билиш жараёни эса бу жисмоний меҳнат ёрдамида ўз ҳиссиёти ва фикрини ифодалайдиган бетакрор меҳнат сарфи билан мазкур маҳсулот ишлаб чиқариладиган тасаввур ва тушунчаларни бор вужуди билан ўрганиб, қабул қилаётган талаба ва ўқитувчининг ўзаро юксак ҳамкорлиги, ҳамжиҳатлиги фикр жоиз бўлса, ҳаммуаллифлиги намунасидир.

Ўқитувчи ўтадиган мутахассислик фанини асосларини ўргатиш, ўқитиш усулларини инновацион маҳсулот ярата оладиган даражада ўзлаштириши, бунда фан мавзуларида акс эттирилган муносабатларни воқеликлар ривожидаги инновацион хусусият ва тасаввурни теран англаб етиши фан доирасида янги педтехнология воситасида талаба инновацион кўникмаларни ривожлантириш имкониятларни кенгайтириш муҳимдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ш.Мустафақулов ҳудудларнинг ижтимоий-иқтисодий ва инновацион салоҳиятига баҳо беришнинг мавжуд услублари таҳлили //Молия ва банк иши электрон илмий журнали, 3-сон апрель, 2016 5-16 бетлар.
2. Мухитдинов Х.Т. Инновацион салоҳият шаклланиши ва ривожланишини таҳлил қилишга институционал ёндашув // Иқтисодиёт ва молия, №2 , 2012, 2-6 бетлар.
3. Ғофуров У. Инновацион ғояларни амалиётга жорий этишда кичик бизнес иштирокини фаоллаштириш// Иқтисодиёт ва молия, №2 , 2012, 17-23 бетлар.
4. Умаров И., Саидкаримова С., Облоқулова Ш. Саноат корхоналарининг инновацион салоҳияти кўрсаткичлари таҳлили// “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 4, июль-август, 2015 й.

З.Адилова – ТДИУ ҳузуридаги “Ўзбекистон иқтисодиётини ривожлантиришнинг илмий асослари ва муаммолари” илмий-тадқиқот маркази сектор мудири, и.ф.д.,

Б.Хонтўраев – кичик илмий ходим

ТАЪЛИМ ХИЗМАТЛАРИ ВА ИНСОН КАПИТАЛИ ИННОВАЦИОН САЛОҲИЯТНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ПОЙДЕВОРИ

XX асрнинг охири ва XXI асрнинг бошларида инсоният ўз ривожланишидаги постиндустриал иқтисодиёт яратиш даврига кирди ва унда асосий ўринни ахборот технологиялар, компютерлаштирилган тизимлар, юқори даражадаги интегралашган мослашувчан интеллектуал ишлаб чиқариш технологиялари ҳамда уларга асосланган инновацион технологиялар, инновацион тизимлар ва турли хилдаги фаолият турларини инновацион тарзда ташкил қилиш эгаллади. Постиндустриал иқтисодиётни яратишнинг охирги натижаси тўлақонли инновацион иқтисодиётнинг ташкил бўлишидир ва худди шу мамлакатимиз иқтисодиётининг асосий стратегик ривожланиш йўналиши бўлиши лозим. Ушбу ибора ўтган асрнинг бошларида Гарвард иқтисодчиси Жозеф Счумпетер томонидан ишлаб

чиқилган. Иқтисодий фаолият ва иш билан бандликнинг қисқариши ва ривожланиши ажралмас ва албатта, зарур - ўсишнинг бир қисмидир. Ишлаб чиқариш ресурслари эски маҳсулотларга қараганда қимматроқ бўлган янги маҳсулот ва хизматларни тақдим этишга йўналтирилган.

Жозеф Счумпетер янги маҳсулотларни ишлаб чиқаришнинг янги усуллари ва янги савдо алоқалари каби нарсаларни ривожланишга йўналтирилган қатор янгиликларни таклиф қилган. Мисол сифатида у хом ашёларни кашф этиш, бизнес ва иқтисодий фаолиятни қайта ташкил этишга урғу берган.

Инновацион салоҳият тушунчаси кенг маънони англатиб, мамлакатда фан, иқтисодиёт, технология, тиббиёт, таълим ва бошқа соҳаларда рўй бераётган ўзгаришлар ва янгиликларни ифодалайди. Инновацион салоҳиятнинг ошиши, ўз навбатида, инсон капитали омили, кадрлар салоҳияти, таълим сифати, инновацион фаолият ва унинг самарали ташкил этилганлигига боғлиқдир.

Мамлакатимизда таълим хизмати бозорининг шаклланиб бориши малакали мутахасисисларга талабнинг ошишини таъминловчи восита ҳисобланиб, мутахассисларнинг касбий тайёргарлиги эса уларнинг бозордаги мавқеи орқали баҳолана бошланди. Ушбу йўналишни самарали амалга оширишнинг асосий мезони бу олий таълим муассасалари билан корхона ва ташкилотларнинг инновацион ҳамкорлик алоқаларини ўрнатиш ҳамда фан ва таълим интеграциясини таъминлаш асосий вазифадир. Шунга кўра, инновацион ривожланиш шароитида таълим хизматлари бозорини самарали шакллантириш алоҳида аҳамият касб этади.[1]

Таълим хизматлари бозорида иқтисодий таълим хизматлари сегменти алоҳида ўрин тутади. Иқтисодий таълим тизимида ҳам бозор муносабатлари ривожланиши, бозор инфратузилмаси унсурлари самарали фаолият олиб бориши, рақобат муҳити шаклланиши, монопол фаолиятнинг салбий таъсири камайтирилиши, рақобатбардош мутахассислар тайёрланиши муҳим аҳамият касб этади.[2]

“Халқимиз дунёқарашида инновация муҳитини яратиш энг муҳим вазифамиздир. Инновация бўлмас экан, ҳеч бир соҳада рақобат, ривожланиш бўлмайди. Бу соҳадаги ўзгаришларни халқимизга кенг тарғиб қилмасак, одамларда кўникма пайдо қилмасак, бугунги давр шиддати, фан-техниканинг мислсиз ютуқлари билан ҳамқадам бўлолмаймиз. Шунинг учун ушбу фаолиятни замон талаблари даражасида ривожлантириш янги вазирлик, қолаверса, ушбу марказнинг асосий вазифаси бўлиши кераклигини таъкидлаб ўтганлар Ўзбекистон Президенти Шавкат Мирзиёев”[3].

Инновациялар ривожланишнинг барча босқичларида; хусусан, технологияларни яратиш ва тарқатиш барча иқтисодиётлардаги иқтисодий

[1] http://www.biznes-daily.uz
[2] http://evu.uz
[3] https://daryo.uz

ўсиш ва фаровонлик учун муҳимдир. Ҳар хил турдаги инновациялар турли босқичларда рол ўйнайди (масалан, илгари босқичларда, қўшимча янгиликлар кўпинча хорижий технологияларни қабул қилиш билан боғлиқ). Муваффақиятли инновацион тажрибалар ривожланиш учун потенциал, бошқа асослар учун имкониятлар яратади. Хусусан, бу имкониятлар ахборот-коммуникация технологияларининг юксалиши, глобал қиймат занжири ривожланиши, глобал инновацион тизимда ривожланаётган айрим мамлакатларнинг аҳамияти ортиб бориши, хизмат кўрсатишга асосланган иқтисодиётларнинг ўсиши ва савдо-сотиқ ва тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар учун янада кўпроқ очиқликни таъминлаб беради. Ривожланаётган мамлакатларда бугунги кунда инновацион сиёсатнинг асосий муаммоларидан бири - инклюзив ўсишни рағбатлантириш ва асосий ижтимоий муаммоларни ҳал этишда тадқиқотларни қўллаб-қувватлашдир.

Инновацион салоҳиятни оширишда инновацион лойиҳаларни тузиш ва ишлаб чиқиш муҳим ўрин эгаллайди. Чунки, инновацион лойиҳалар амалга оширилаётган янгиликларнинг самарадорлигини аниқлайди. Инновацион иқтисодиёт дунёдаги жамиятларнинг марказини ўзгартиради. Қимматбаҳо буюмларни кам манбалардан ривожлантириш ва тарқатишга йўналтирилган иқтисод ўрнига, жамиятнинг янги мақсади - янги бизнес моделлари, маҳсулот ва хизматлар, ишлаб чиқариш шаклларини ишлаб чиқиш орқали барчанинг ҳаёт сифатини ошириш ва бойликни кенгайтиришга қаратади.

Янги турдаги илмий-амалий билимлар ҳосил қилиш ва улар асосида яратилган инновацион технологияларни давлатнинг ижтимоий–иқтисодий ривожланиши йўналишида самарали равишда ишлатиш мамлакатимизнинг жаҳон хамжамиятидаги ўрни ва миллий ҳафсизликнинг асоси ҳисобланади. ***“Ривожланган давлатларда ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) ўсишининг 80-95% техника ва технологияда акс этган билимларга тўғри келади”[1].***

Инновацион иқтисодиёт мамлакатимизда кенг кўламли тармоқларни яратишга замин ҳозирлайди. Сўнгги бир неча ўн йилликлар давомида яратилган янгиликларнинг ўзи, ҳаётимизни, ишимизни, истеъмол қилиш тарзимизни, бошқалар билан қандай алоқа қилишимизни ва биз нимани қадрлашимизни ўзгартирди. Иқтисодиётнинг ушбу тури бизнинг кундалик ҳаётимизни янада қулайроқ қилиб беради ва ҳар нарсага эришиш учун тезроқ ва яхшироқ йўлларни кўрсатиб қўяди.

Инновацион салоҳиятнинг асосий мақсадлари ишлаб чиқариш ва ҳизмат кўрсатиш миқдори ва сифатини оширган ҳолда, уларнинг таннархини минималлаштириш ва технолигик, ташкилий ҳамда инсоний заҳираларнинг сифатини ошириб, уларни илғор ҳалқаро талабларга мослаштиришдир. Юқори даражада самарадор бўлган янги инновацион

[1] Инновационная экономика / А. А. Динкин. — М.: Наука, 2001. — 142 стр.

технологияларни ҳаётга тадбиқ қилишда қуйидаги натижалар энг асосий аҳамиятга эгадир:

- ишлаб чиқариш ва бошқарувда қўл меҳнати улушини иложи борича камайтириш ва меҳнат шароитларини яхшилаш;
- ишлаб чиқариш жараёнининг тўхтамаслиги ва стабиллигини таъминлаш, ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлмаган вақт йўқотишларини бартараф қилиш;
- маҳсулот бирлигига тўғри келадиган материал сарфи, энергия сарфи ва меҳнат сарфини иложи борича камайтириш;
- ишлаб чиқаришда ишлатиладиган асбоб-ускуна, механизм ва қурилмаларнинг самарадорлигини ошириш;
- тижорат асосида яратилган (*ёки бошқа ривожланган мамлакатлардан олиб келиб қўлланилаётган*) инновацияларни бошқа турдош корхоналарга тарқатиш.

Юқоридаги фикр ва мулоҳазалардан келиб чиққан ҳолда агар Ўзбекистонда инновацион иқтисодиётни ва инновацион салоҳиятни ривожлантиришда энг асосий мезонлардан бири - шубҳасиз инсон капитали ва уни замона талабларига мос равишда такомиллаштиришни инобатга олишимиз зарур.

Ушбу инсон капитали мезони инновацияларга жуда сезгир, ижодий ёндашувга бой ва интилувчан, янги технологияларни чуқур тушуна оладиган, бу билан боғлиқ фан асосларини пухта ўзлаштириб олган ва ўз билимларни ишлаб чиқаришга тадбиқ қила оладиган бўлиши лозим.

Инновацион иқтисодиётни ривожлантиришга инсон капиталини жалб қилиш ва унинг сифатини ошириш учун илмий, техник, бошқарув ва бизнес соҳаларнинг мутахассисларини жалб қилган ҳолда таълим дастурлари ва янги ўқув режалари ишлаб чиқиш лозим. Бундан мақсад – илмий-педагогик кадрларда изланишларга қизиқиш уйғотиш, фундаментал фанлар бўйича тайёргарлик даражасини ошириш ва уларни инновацион тадбиркорликка ўргатишдир.

Ж.Р. Зайналов – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
З.Ж.Расулов – СамИСИ катта ўқитувчиси, и.ф.н.,
Е.Б. Малей – Полоцкий Давлат университети доценти

ФАН ВА ТЕХНИКА ЮТУҚЛАРИНИ МОЛИЯВИЙ ҚЎЛЛАБ ҚУВВАТЛАШДА ЁШ КАДРЛАРНИ РОЛИНИ ОШИРИШ ЗАРУРИЯТИ

Ёшларни янгиликларни яратишга жалб этиш хусусида фан техника ютуқларини чет элга текинга чиқиб кетиши тенденциялари чек қўйиши мумкин бўлади.

Ёш мутахассислар интеллектуал мулк эгалари сифатида ижодий фаолият натижаларига нафақат иқтисодий ва технологик, балки ижтимоий – маданий, таълим ва маданият даражаси, мафкўравий қадриятлар ва ахлоқий меъёрлар омиллари таъсир кўрсатади. Мамлакатимиздаги ёш ихтирочилар ва уларни фаолиятини ошириш, ихтирочилар, конструкторлар, муҳандислар ва инноваторлар нуфузини мамлакат келажаги, унинг глобал технологик, иқтисодиёт ва ижтимоий – маданий макондаги ўрни уларга боғлиқ бўлган шахслар сифатида оширишни талаб қилади.

Ёш мутахассисларни инновацион ғоялар яратишга жалб этилиши молиявий қўллаб-қувватлаш инновацион технологияларнинг моҳияти ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлигини ошириш билан боғлиқ бўлмоқда. Инновацион ўсиш мазмунини белгилаб берувчи ёш мутахассислар томонидан ишлаб чиқилган ғоялар базис инновациялар тўлқинида фанда ўзгаришлар рўй беришига янги илмий қоидалар ёки унинг ривожланишида сифат жихатидан янги босқич шаклланишига шароит яратиб беради.

Замонавий инновацияларнинг манбаси ихтиролар – янгиликлар даражаси билан ажралиб туради. Фан ва инновацияларга йўналтирилган ишлаб чиқариш ўртасида боғловчи вазифасини бажарувчи илмий техник фаолият бевосита унинг маҳсули бўлиб ҳисобланади.

Ихтиролар худди инновациялар каби, янгилик даражаси ва улардан фойдаланишнинг ижтимоий–иқтисодий самараси даражаси бўйича фарқланади. Шу сабабли товарларнинг сифат кўрсаткичлари доимо яхшиланиб, уларнинг рақобатбардошлиги ошиб бориши талаб этилади. Маҳсулот сифатини оширишнинг муҳим омилларидан бири рағбатлантириш ва режалаштиришдир.

Маҳсулот сифатида халқ хўжалигининг муайян тармоқлари ва корхоналарни ривожлантириш режаларини яхшилаш вазифалари кўзда тутилган ҳамда ушбу вазифалар бажарилиши учун керак бўлган муддат белгиланиши талаб этилади. Маҳсулот сифатини режали амалга оширишда стандартлар катта аҳамиятга эга. Корхона бирлашмаларида сифатини бошқаришнинг автоматлаштирилган туб тизимлари жорий этилишидан асосий мақсад меҳнатни оқилона ташкил этишга асосланиши лозим. Бу

тизим меҳнати бахолашда квалиметрия усулларидан фойдаланишни кўзда тутади. Ишчи ёки жамоат меҳнатини баҳолангандан сўнг кўрсаткичлар таҳлил қилинади ва камчиликларни йўқотиш чоралари кўрилади. Бу кўрсаткичлар ишчи ёки жамоатчиликни иқтисодий рағбатлантиришда асос қилиб олинади. Сифат коэффициенти деб аталувчи ушбу кўрсаткич ўзаро ва жамоалараро мусобақаларни уюштириш ғолибларни аниқлашда асосий кўрсаткич бўлиб ҳисобланади.

Ишлаб чиқариш даврида сифатга қўйиладиган талаблар ўзгарувчан бўлсада ҳам тайёрланган маҳсулотнинг сифати ҳар томонлама таҳлил қилиниши лозим, уларнинг иқтисодий барқарорлиги чиқарилаётган маҳсулотнинг миқдори, уларнинг салоҳиятига яъни корхона ускуналарига, қувватига, ҳомашё сифатига боғлиқ булмоғи лозим. Маҳсулотларининг сифатини бошқариш ва янги ассортиментдаги маҳсулотларни яратиш учун ишлаб чиқаришни ривожлантиришга янги технологияларни татбиқ этиш асосий омил бўлиб қолиши мумкиндир.

Юқоридагилардан келиб чиқиб айтиш жоизки инновацион ғоя иқтисодий ўсишни таъминловчи етакчи куч ва бетўхтов кучайиб ва қайта янгиланиб борувчи билимларга таяниш лозим. У нафақат техника – технологияни, балки ёш мутахассисни ўзини, унинг интеллектуаллигини, қобилиятларини, маданиятини кенг ривожлантирувчи восита бўлмоғи муҳимдир.

Инновацияга таянилган ҳолда моддий омиллар йиғиндисидир. Шу ўринда айтиш жоизки фан ғояни шакллантирсада хам уни амалиёт тақозо этади ва унинг тўғрилигини ҳозирда ва истиқболда амалий ўтказади. Лекин бунда инновацион ғояни шакллантиришда ишлаб чиқариш ҳолати, амалиёт ва унинг натижалари ҳал қилувчи аҳамиятга эга.

Бошқача айтганда инновацион ғоя амалиётнинг асосидир. Ҳозирги шароитда ишлаб чиқариш (хизмат кўрсатиш) инновация билан боғлиқ бўлиши лозим, чунки инновацион муҳит, унинг шаклланиши, ривожи билан боғлиқ технология ҳамда қонуниятлар жозибадорлиги етук мутахассислар салоҳияти, уларни янгиликлар билан ишлаш қобилияти, ўзлаштириши, қулайликларга эга бўлишлиги билан боғлиқ ҳолда харакати бўлиши кутилган натижаларга эришишни тезлаштиради. Энг муҳими ижтимоий – иқтисодий барқарорликка ҳизмат қилувчи замонавий иш ўринлари яратилади, турли соҳа мутахассисларни ишлаб чиқариш жараёнида жамоавий инновацион ғоялар яратишдаги уйғунлашуви шуларди уйғунлашган ҳар бир жараёнда таълим, фан ва ишлаб чиқаришни инновацион интеграциялашуви камол топади, ҳамда янада янги инновацияларни шаклланишига етарли маблағлар жалб этилади.

Бозор иқтисодиёти шароитида энг муҳим инновацион омил маҳсулотларнинг рақобатбардошлиги бўлиб ҳисобланади. Шу боис ҳам инновацион маҳсулот, уни ишлаб чиқаришга жорий этишда қуйидаги тадбирларни амалга ошириши зарур бўлади:

- инновацион ғоя жараённи ва объектни аниқлаш;

- техник топшириқни тузиш, уни корхона раҳбарлари муҳокамасига тақдим этиш;
- корхонанинг инновацион лойиҳасини тайёрлаш;
- лойиҳани у алоқадор бўлган бўлим ва ташкилотга тақриз ва таклиф қилиш учун тақдим этиш;
- корхонанинг инновацион лойиҳасини 2-таҳририни илмий – техника кенгашида кўриб чиқиш ва фойдаланишга топшириш шулар жумласидандир.

Корхона инновацион ғоясини муҳокама қилишда қанча кўп ходим иштирок этса, лойиҳани қўлланишида самарадорликка шунчалик тез эришилади. Корхона инновацион лойихасини ишлаб чиқиш ҳамда жорий этиш барча ёш ишчилар вазифаси бўлиб, уларни меҳнат интизомини мустаҳкамлайди, иш унумдорлиги ва маҳсулот сифатини оширишга хизмат қилади. Натижада сифатсиз маҳсулотлар чиқишининг олди олинади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 29 декабрдаги “Ўзбекистон Республикаси Фанлар академиясининг академиклари фаолиятини янада такомиллаштириш ва рағбатлантириш чора – тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4907-сонли Фармони.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Тошкент тўқимачилик ва енгил саноат институти қошида тўқимачилик ўқув – амалий Технопаркини ташкил этиш чора- тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-2759-сонли қарори.
3. Рахимов Ф.Х., Дусмухамедова М.Х. Таълим, фан ва ишлаб чиқариш ҳамкорлигидаги инновациялар ворисийлик сифатида. Замонавий таълим. 2015 й. №10. 12-19 бетлар.
4. Усмонов Б.Ш., Рахимов Ф.Х. Таълим, фан ва ишлаб чиқариш ўзаро инновацион ҳамкорлиги ривожланишнинг гаровидир. Тошкент: Таълим ва инновация. 3/2015 й. 6-9 бетлар.
5. Усмонов Б.Ш., Рахимов Ф.Х., Дусмухамедова М.Х. Таълим, фан ва ишлаб чиқариш инновацион корпоратив ҳамкорлиги янги босқичда. Тошкент: Таълим, фан ва инновация. №1, 2016 й., 6-9 бетлар.

З.Д.Адылова – Заведующая сектором научно-исследовательского центра “Научные основы и проблемы развития экономики Узбекистана”, ТГЭУ**,**

С.У.Адылова – студентка ТГЭУ

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОДГОТОВКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ КАДРОВ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СФЕРЫ УСЛУГ

Время требует ускоренного развития науки, поднятия ее на более высокий уровень. Предпосылкой совершенствования данного направления являются принятые в республике за последние годы законадательно-нормативные акты и программы.

Для полномасштабного развития науки и образования также имеет большое значение подготовка научно-педагогических кадров высшей

квалификации. В этом направлении в Республике Узбекистан осуществляется поэтапная деятельность подготовки научных кадров.

По итогам научно-исследовательской деятельности в системе высшего образования за 2018 год в системе высшего образования работают 24713 преподавателей, из них имеют учёную степень 8407 преподавателей (34,1 %), в том числе докторов наук - 1711 человек (7,0 от общего числа преподавателей вузов), кандидатов наук и PhD - 6696 (27,1%). В течении 2017-2018 учебного года успешно защищены 847 докторских диссертаций, что позволило повысить научный потенциал вузов на 3,1 за один год.

В 2018 году в вузах республики выполнены 672 научно-исследовательских проекта на сумму 47,9 млрд. сум, из них 187 проектов фундаментальных исследований, 337 проектов прикладных исследований, 142 инновационных проектов.

Совместно с Нидерландской компанией Elsevier реализуется совместная программа «Наука-2020», целью которой является повышение научного потенциала вузов, признание научных журналов и статей учёных республики на международном уровне.

Увеличение объема научной и технической информации и частая смена технологий, возникновение новых областей знаний на стыках наук также принципиально изменяет требования к молодым специалистам и задачи высшего образования. Становится главенствующим принцип «Образование через науку и практический опыт».

Приближение высшего образования к требованиям международных стандартов, оптимизация структуры подготовки и внедрение новых механизмов обеспечения качества, развитие сетевых форм обучения, повышение мобильности позволят выработать оптимальный баланс между универсальностью знаний, их фундаментальным характером и ориентированностью на производство.

Реализация поставленных задач должна ориентироваться на повышение конкурентоспособности высшего образования в мировом образовательном пространстве. Таким образом, учитывая опыт стран СНГ[1] и дальнего зарубежья концептуальными подходами являются следующие направления:

- развитие сетевой формы взаимодействия учреждений высшего образования путем обеспечения практикоориентированности образования, углубление взаимодействия с организациями-заказчиками кадров;

- внедрение концепции образования, которая предполагает создание внутри университетов интегрированной образовательной, научно-исследовательской и предпринимательской среды;

- приведение профессионально-квалификационной структуры образования в соответствие с международными классификаторами в сфере образования и видами экономической деятельности.

[1] *Концептуальные подходы* к *развитию системы образования до 2020 года* и на *перспективу до 2030 года.* [Электронный ресурс]. URL www.edu.gov.by/sistema. (дата обращения 20.07.2018.)

- разработка и внедрение инновационных организационно-образовательных моделей и технологий, обеспечивающих повышение эффективности образовательной деятельности учреждений высшего образования;

- создание эффективного механизма, который будет напрямую обеспечивать трансфер научных разработок в экономику, обеспечивая тем самым спрос на научные разработки;

- усиление конкуренции среди вузов. Вузы должны бороться за привлечение высококвалифицированных кадров, стремится привлечь на работу специалистов, обучавшихся за рубежом, расширять кооперацию с частным сектором и количество прикладных исследований, повышать свою международную репутацию.

- предоставление вузам большей самостоятельности и академической свободы в принятии решений и относительной финансовой независимости;

- усиление навыков инновационного менеджмента вузов. Многие руководители в недостаточной степени осведомлены о современных и эффективных принципах инновационного и креативного менеджмента;

- преобразование ведущих университетов в научно-образовательно-производственные кластеры, для системного решения вопросов инновационного развития отраслей и межотраслевых комплексов, учитывая опыт создания технологических парков при образовательных учреждениях;

- формирование системы мотивации образовательных учреждений Республики Узбекистан, направленной на существенное повышение позиций в международных рейтингах, улучшение имиджа путем повышения конкурентоспособности научно-образовательного потенциала страны.

Решение вышеперечисленных задач будет служить всесторонней поддержкой в стимулировании профессорско-преподавательского состава к научно-исследовательской и инновационной деятельности, прежде всего в виде творческих идей и разработок сотрудников, а также для создания благоприятных условий для активного участия молодых ученых в научно-образовательной сфере.

Б.А. Искандаров – СамИСИ ўқитувчиси,
Х.О.Қўшшоқов – СамИСИ талабаси

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШ ВА ТАРМОҚЛАРИ ИҚТИСОДИЁТИГА ДОИР ФАНЛАРНИ ЎҚИТИШ

Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиётига доир қатор фанлар мавжудки, бу фанлар соҳа тармоқлари иқтисодий хусусиятларини турли жиҳатларини очиб беришга қаратилгандир. Гарчи фанлар сони кўп, тармоқлар турли хусусиятли бўлишига қарамай бошқа фанлар қатори хизмат

кўрсатиш тармоқлари иқтисодиётига доир фанларни ўқитиш жараёни ҳам албатта дидактик тамойилларга амал қилган ҳолда ташкил этилади ва таълимни турли бўғинларининг ўзига хос жиҳатларини ҳисобга олади.

Дидактик тамойиллар-бу идрок қилинган дидактик қонуниятларнинг методологик инъикоси; бу-амалиётнинг доимий меъёри сифатида фойдаланишга монелик қилмайдиган шаклдаги ўқитишнинг мақсади, моҳияти, мазмуни, тузилмаси тўгрисидаги билимдир.

Демак, олий мактабдаги ўқитиш назариясининг дидактик қонуниятлари тизимига ўқув жараёнини ташкил этиш ва режалаштириш учун зарур бўлган асосий қоидалар сифатида қатнашадиган дидактик тамойиллар тизими мувофиқ келади.

Дидактик тамойиллар В.И. Загвязинский, Л.И. Грисенко, М.А. Данилов, И.И. Кобиляский, М.Г. Гаруновлар томонидан ишлаб чиқилган.

Ўқитишнинг тамойилларини асослашда олий мактаб дидактикаси қуйидагиларни назарда тутади:

- жамият талабларига мувофиқ келувчи ўқитишнинг мақсади;
- ўқитишнинг обектив қонуниятлари;
- ўқув жараёни боришининг конкрет шароити.

Олий мактаб дидактикаси ўқитиш тамойилларини асослашга турлича ёндашувлар мавжуд.Улар қуйидагилар:

- ўқув ишларини илмий ишларга яқинлаштириш;
- мустақил ўқиш - билиш фаолиятида талабларнинг юқори фаоллигини таъминлаш.

Юқорида баён килинганлардан куйидаги хулосаларни чиқариш мумкин:

- асосий дидактик тамойиллар мактаб ва олий мактаб учун умумий бўлсада, уларга мактабда ва олий мактабда амал қилиш фарқлидир;
- олий мактаб шароитида амал қиладиган махсус тамойиллар ҳам мавжуд, шундай қилиб, олий мактаб дидактик тамойиллари тизимини яратишда унга хос бўлган ўқитишнинг умумий қонуниятлари билан бирга умуман ўқитиш назариясининг қоидаларини ҳам ҳисобга олиш зарур.

Олий мактабдаги дидактик тамойиллар тизимига қуйидагилар киради: илмийлик, қулайлик, изчиллик, узвийлик, назариянинг амалиёт билан боғлиқлиги, онглилик, фаоллик ва мустақиллик, кўргазмалилик, мустаҳкамлик, гуруҳ қилиб ўқитиш ҳамда унда индивидуал ёндашишни қўшиб олиб бориш, ўқитишнинг тарбияловчи ва такомиллаштирувчи характери, ўқитишнинг касбий йўналтирилганлиги. Албатта олий таълим тизимида маъруза дарслари алоҳида аҳамият касб этади.

Маърузанинг асосий вазифаси - таълим беришнинг назарий асосини таъминлаш, ўқув фаолияти ва аниқ ўқув фанига бўлган қизиқишни ривожлантириш, талабаларда фан курси бўйича мустақил ишлаши учун йўналишларни шакллантиришдан иборат.

Маъруза - ўқитишни ташкил этишни етакчи шакли ҳисобланиб,

қуйидаги вазифаларни амалга оширишга имкон беради:

- Йўналтирувчилик-талабаларни ўқув материалининг асосий ҳолатларига, уни келгуси иш фаолиятидаги ўрни ва аҳамиятига диққат қилишларига имкон беради.
- Ахборотлилик - ўқитувчи маъруза вақтида ҳолат, асосий илмий далиллар ва хулосалар моҳиятини очиб беради.
- Методологиклик - маъруза вақтида ўқитиш усуллари таққосланади, илмий изланишнинг асослари намоён этилади.
- Тарбияловчилик - маъруза ўқув материалига ҳиссий - баҳолаш муносабатида бўлишни уйғотиш.

- Ривожлантирувчилик - билим олиш қизиқишларини, яъни мантиқий фикрлаш ва исботлаш қобилиятларини ривожлантиришга ёрдам беради.

Маъруза усулининг самарадорли бўлиш шартлари қуйдагилардан иборат:

1. Таълим бериш воситаларидан фойдаланиш: видео, графопроектор, флип- чат ва бошқалар.

2. Фаол таълим усулларини қўллаш: муаммоли маъруза, анжуман-маъруза, конспектсиз маъруза, фикрни сўз билан ифодалаш, муаллифлик маъруза, мунозарали-маъруза, қайтар алоқа техникаси билан фойдаланилган маъруза, аниқ вазиятларни кўриб чиқиш маърузаси, маъруза-суҳбат.

3. Дидактик талабларни бажариш: маърузанинг батафсил режасини, яъни технологик харитасини тузиш; таълим - олувчилар учун аниқ тўзилмага келтирилган машғулот (кириш, асосий саволлар, асосий жойлар, якун ва хулосаларни ажратиб кўрсатиш); мустақил ўқиш учун мавзу, мақсад, вазифа ва маъруза режаси, адабиётларни маълум қилиш; режанинг ҳар бир қисмидан сўнг умумлаштирувчи хулосалар қилиш; маърузанинг бир қисмидан бошқа қисмига ўтишда мантиқий боғлиқликни таъминлаш; ёзиш зарур бўлган асосий тушунча, ифода, далилларни айтиб туриш; унинг алоҳида холатлари батафсил кўриб чиқиладиган семинар, амалий машғулотлар билан маърузанинг мос келиши.

4. ПЕДАГОГИК ТЕХНИКАНИ ҚЎЛЛАШ:

- аудитория бўйича ҳаракат қилиш лозим, ҳамма вақт кафедра орқасида турманг, имо-ишорадан фойдаланинг, фақат меъёридан оширмасдан;
- материални жонли тилда, мисоллар ва таққослашлар билан баён қилинг;
- ўз фанига бўлган қизиқишни ва талабалар нимани ва қандай ўзлаштиришларига бефарқ эмаслигини кўрсатиш лозим: бунда ўз ишига маъсулиятлилик уларни руҳлантиради;
- ўқув материалини баён қилишни мақбул сураъти (темп)ни танлаш лозим: у таълим олувчиларнинг тайёргарлик даражаларига мос келиши лозим ва маърузанинг асосий холатларини ёзиб олишга имкон бериш.

Маърузага тайёргарлик кўришда вақт жиҳатдан энг сўнгги фактларни олиш керакки, улар мазкур даврга яқинроқ бўлган жараённи

тавсифлай олсин. Фақат ишончли, текшириб кўрилган, фактларни йиғишга ҳаракат келинади, чунки улар шубҳа уйғотмаслиги керак. Исталган маърузада ёки бу назарий қоидани тасдиқлаш ва ёритиш учун фактик материалга зарур бўлгандан катта ўрин ажратмаслик керак. Агар назарий ва фактик материал ўртасида энг қулай нисбат бузилса, у ҳолда талаба фактларни чалкаштира бошлаши, маърузада кўриб чиқилаётган назарий концепциянинг мазмуни тариқасида нохақиқат хулоса ва умумлаштиришларга олиб келиши мумкин.

Маъруза режасини аниқ ўйлаш ва уни технологиялаштириш лозим. Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиётига доир фанларни ўқитиш жараёнида маърузани турли методлардан фойдаланган ҳолда ташкил этилади. Албатта маърузанинг устивор методи бир қанча омилларни ҳисобга олган ҳолда танланади. Педагогик технологиянинг ўзига хос жиҳати (ҳаёт билан мустаҳкам боғлиқлиги, педагогик фаолиятда амалий аҳамиятнинг устуворлиги, тадқиқот натижаларига таяниши) ушбу жараёнда баҳс-мунозара, суҳбат, кўргазмали, усуллардан кенг фойдаланишни тақазо этади.

Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиётига доир фанлар таълимни технологиялаштириш, шакл, усул ва воситаларни уйғун бирлаштириш ва самарали натижани кафолатлаш вазифаларини ўз олдига қўяр экан, албатта ана шу вазифаларни бажариш учун зарурий йўналишлар аниқланилиши керак. Бу фанлар назария ва амалиётнинг уйғунлашишини талаб этади. Шунинг учун уни икки йўналишда олиб бориш мақсадга мувофиқ:

-ўқитишнинг назарий жиҳатдан йўналтирилганлигини ўрганиш.

-ўрганилган назарий билимлар юзасидан амалий кўникма ва малакаларни шакллантириш.

Назарий йўналтирилганлиги энг аввало, ўқитилаётган фаннинг ҳарактери, унинг аҳамияти ва жамият манфаатлари йўлида амалий қўлланмани имконияти билан, ўқитишнинг назарий даражаси ҳамда ўқитувчининг назарий жиҳатдан қай даражада тайёрлиги ва ғоявий дунёқараши, бойлиги билан белгиланади.

Фан бўйича амалий кўникма ва малакаларнинг шаклланиши, ана шу идрок этилган назарий билимларни амалда бажара олиш ва қўллашни назарда тутади.

Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиётига доир фанларнинг ўзига хос хусусиятларидан бири талабаларнинг фаоллигини ташкил этишга йўналтирилганлигида, яъни фаолликда ва фаолиятда ўрганиш ҳисобланади. Шу сабабли ўқитувчи даставвал фаоллик ва уни бошқариш масаласига эътибор қаратиши лозим.

Фаоллик - бу шундай иш фаолиятики, унда билиш фаолиятини жонлантирадиган интеллектуал, иродавий, ҳиссий жараёнлар биргаликда намоён бўлади.

Жонли билиш фаолияти учун, билимга бўлган ҳар томонлама, чуқур қизиқиш, муайян куч сарф қилиниши, диққат, белгиланган мақсадга

эришиш учун зарур бўлган ақлий ва жисмоний кучлар қаратилган бўлиши лозим.

Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиётига доир фанларни ўрганишда мавзулар ҳарактеридан келиб чиққан ҳолда умумийликдан аниқликка ўтиш қулай йўллардан биридир. Чунки, талабага умумий қонуниятларни ўрганиб бўлгандан кейингина кичик бир аниқ элементни ўрганиши тақазо этилади. Бунда қуйидагилар ҳисобга олиш керак:

- Элементлар орасидаги сабаб-оқибат муносабатларни ўрганиш.
- Асосий тушунча ва улар ўртасидаги боғланишларни аниқлаш.
- Устивор функционал алоқаларни ўрганиш.
- Умумий хулосалар чиқариш ва баҳолаш.

Хулоса қиладиган бўлсак, Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиётига доир фанлардан маъруза машғулотлари турли кўринишларда, мавзунинг хсусиятидан келиб чиқиб турли ахборот ва педагогик технологиялардан фойдаланилган ҳолда олиб борилиши мумкин. Мавзуга мос восита ва технологияни танлаш эса маърузачининг педагогик маҳорати, фан ва унинг м авзулари моҳиятини билишлик даражасига боғлиқ бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПФ-4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги фармони. Тошкент ш. 2017 йил 7 февраль.
2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси йиғилишидаги маърузаси.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «2018-2019 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарори. Тошкент 2017йил 16 август.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида»ги 2018 йил 3 февралдаги ПФ-5326-сон Фармонини.

Интернет сайтлари:

1. www.gov.uz – Ўзбекистон Республикаси ҳукумат портали.
2. www.lex.uz–Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси
3. www.sies.uz – СамИСИ электрон кутубхонаси
4. www.ziyonet.uz – таълим портали

Ш.А.Рустамова, З.Э.Караматуллаева, З.Д.Баҳриева – Самарқанд давлат Тиббиёт институти ўқитувчилари

ЎЗБЕКИСТОНДА ТАЪЛИМ СИФАТИНИ ОШИРИШДА ЗАМОНАВИЙ МОДУЛЛИ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИДАН ФОЙДАЛАНИШНИ ЙЎЛГА ҚЎЙИШ

Олий таълим тизимида ўқув сифатини таъминлаш ва унинг самарадорлигини оширишда замонавий ахборот технологияларидан фойдаланиш, олий ўқув юртларида уни кенг жорий этишнинг аҳамияти катта. Таълим тизимига электрон таълимни жорий этиш, биринчи навбатда, жамиятнинг интеллектуал салоҳиятига, жумладан, таълим соҳасининг ахборотлашувига, ахборот таълим ресурсларини ишлаб чиқишга боғлиқ. Шу борада таълим тизимида ҳам ўқув жараёнини олиб бориш учун мўлжалланган турли компьютер дастурлари ишлатилиб келинмоқда ва уларнинг сони кун сайин ортмоқда. Лекин чет эл дастурларининг бари миллий таълим тизимимиз ва билим бериш стандартларига мос келавермаслиги, талабларга жавоб бермаслиги мумкин. Айни чоғда, таълим тизимида миллий замонавий компьютер дастурлари, таълим ахборот тизимларини яратишга эҳтиёж туғилмоқда.

Таълим тизимини ислоҳ этиш, ўқитиш усул ва воситаларини такомиллаштириш, таълим мазмунини бойитишда инновацион технологияларни татбиқ қилиш бугунги куннинг муҳим талабидир. Таълим муассасаларида таълим-тарбия жараёнини жадал ривожлантириш, юксак малакали замонавий жаҳон стандартларига мос кадрларни тайёрлаш, уни амалга оширишга ўқитувчиларнинг замонавий таълим тизими орқали дарс беришини таъминлаш мақсадида, таълим ва тараққиёт орасидаги жараёнларни ривожлантириш мақсадида инновацион таълим воситаларини тадбиқ этиш лозим. Ўқув жараёнларига мультимедиа ва компьютер технологияларнинг қўлланилиши таълим тизимини шакллантириш, билим сифатини яхшилаш имкониятини беради Тиббий таълимда ўқув жараёнида инновацион технологиялар, яъни мультимедиа ва компьютер технологияларида яратилган дастурларнинг қўлланилиши таълим тизимини шакллантириш, билим сифатини яхшилашга хизмат қилади.

Тадқиқот мақсади: Замонавий педагогик технологияларни ахборот- коммуникацион технологиялар билан уйғунлаштирган ҳолда тиббий таълимда ўқув жараёнида модулли таълим тизимини татбиқ этиш.

Тадқиқот муҳокамаси: Кадрлар тайёрлаш миллий дастурининг иккинчи босқичида таълим тарбия тизим сифатини ошириш кўзда тутилган. Шу нуқтаи назардан қараганда таълим беришнинг фаоллаштирувчи шаклларидан бири модулли ўқитиш олий таълим тизимида жорий этиш ниҳоятда муҳим аҳамиятга эга. Биз бу ҳақида мулоҳаза юритиб, модулли ўқитиш нима, у анъанавий дарс турларидан

нима билан фарқланади, деган масалага эътиборни қаратамиз. Ҳозирги кунда таълим тизимида бир нечта дастурий таъминотлар мавжуд бўлиб, бироқ улар ҳозирги замонавий дастурлар билан рақобатлашишда бироз ортда қолмоқда. Ҳозирги кунда дарс жараёнини бошқариш ва назорат қилишда дастурий таъминот йўқлиги сабабли дарс жараёнида фойдаланилаётган компьютерлар, гаджетлар ва бошқа турдаги мобиль қурилмалар дарс жараёнини олиб боришга халақит қилиши мумкин. Ушбу муаммоларни ечиш учун олий ўқув юртларида махсус дастурий воситалар яратилишини талаб этади. Бу каби муаммоларни ечиш учун Самарқанд давлат Тиббиёт институтида “Sammi uz» масофадан ўқитиш имконини берадиган дастур яратилди. Ушбу дастур дарс жараёнини олиб боришда исталган турдаги электрон материаллардан фойдаланиш, дарс жараёнида талабаларни индивидуал назорат қилиш, дарс жараёнида талабаларнинг фаол қатнашишини таъминлайди, уларнинг мустақил шуғулланишларига ёрдам беради. Дастур талабалар компьютерлари устидан тўлиқ назорат олиб боришда WiFi тармоғидан фойдаланади. Ўқитувчи талабаларга билим беришдан ташқари, уларнинг билимини баҳолаши ҳам керак. Маълумки, анъанавий дарс турларида таълим тарбия жараёни марказида ўқитувчи туради. У ўқув материалини тушунтиради, сўрайди ва баҳолайди. Талабалар эса ўқитиш жараёнининг суст иштирокчиси бўлиб, улар ўқитувчи тушунтирган маълумотларни эшитадилар ва унинг саволларига жавоб бериш билан кифояланишади. Модулли ўқитиш дастурида эса талабалар мустақил равишда билим, ўқув, амалий кўникма ва малакаларни эгаллаш билан бирга ўз фаолиятларини баҳолаш даражасига кўтаришади. Модулли ўқитишнинг ижрочиси талабадир. Ўқитувчи бунда таълим олишнинг ташкилотчиси, талабага ёрдамчи сифатида қатнашади. Модулли ўқитиш тизимида ўқитувчи фаолияти чекланган бўлиб, талаба таълим тарбия жараёнида фаол иштирокчига айланади. Модулли ўқитиш дастурида амалий машғулот матни, маъруза матни, мавзуга доир презентациялар, расмлар, видеороликлар мавжуд. Ўқув материали тугагач, сўнгра мавзуга доир тест саволлари, вазиятли масалалар ва амалий кўникмалар берилган. Талаба машғулотни тўлиқ ўзлаштиргандан сўнг бу топшириқларга бирин кетин жавоб беради. Бунда талабанинг билимини ўқитувчи баҳоламайди. Талаба ўз билимини ўзи баҳолайди. Дастур орқали топшириқларга жавоб бериб бўлгач, неча балл олганлигини мустақил ҳолда текшириб кўриш имконига эга. Бу дастур орқали талабалар билими нохолисона баҳоланганлиги тўғрисида эътироз билдира олишмайди.

Таълим жараёнида замонавий дастурлардан таълим беришда оптимал ва қулай шарт-шароит яратади, лекин у тегишлича услубий асосланган ва аниқ мақсадларга йўналтирилган бўлиши керак. Компьютер технологияларига асосланган дастурларни шундай ҳолларда қўллаш керакки, у аниқ педагогик натижалар бериши ва талабалар вақтини беҳуда ўтказувчи компьютер эрмагига айлантириб қўйилмаслик керак. Хозирги кундаги ҳар бир профессор-ўқитувчиларга қўйиладиган замон

талабларидан бири амалий машғулотлардаги мавзуларни ёритиш жараёнида гуруҳдаги барча талабаларнинг қизиқувчанлигини орттириб, фаол иштирокини таъминлашдан иборат. Замон шиддат билан ўзгариб бораркан, таълим соҳаси ҳам у билан баробар ўзгаради ва ўқитувчидан ўз фаолиятини ўзгартиришни талаб этади. Бугун ўқитувчининг асосий вазифаси фақат таълим беришдан иборат бўлиб, у таълим жараённи тўғри ташкил этиши ва бошқариши лозим. Таълим сифатини ошириш жамиятнинг барча жабҳаларида ўзгаришларга олиб келади. Таълим жараёнига янгилик киритиш таълим сифатини оширишнинг самарали воситаси бўлганлиги боис, ривожланган давлатлар таълим жараёнида узлуксиз янгилик киритишга ҳаракат қилишади.

Хулоса: Тиббий фанларни ўқитишда замонавий педагогик ва ахборот технологияларини қўллаш таълим бериш тизимини янада яхшилайди. Таълим жараёнига модулли таълим технологиясини татбиқ этиш таълим олиш унумдорлигини оширади, талабаларнинг мустақил фикрлаш жараёнини шакллантиради. Таълим жараёнида ўқитишнинг замонавий методларини қўллаш талабаларга назарий ва амалий кўникмаларни яхши ўзлаштириш имконини яратади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Moodle.sammi.uz
2. Использование инновационных технологий в процессе преподавания педагогических дисцеплин (электронный ресурс) htpp://ntfmfkonfz.ru
3. В.Т.Исақулов, Д.В.Тўлаганова, «Махсус фанларни ўкитишда илгор педагогик технологияларни индивидуал ёндашув асосида кўллашнинг самарадорлиги». Фан таълим ва ишлаб чикариш интеграцияловчи шароитида инновацион технологияларнинг долзарб муаммолари Республика илмий-амалий конференцияси I-қисм Илмий маколалар тўплами 220-221 бетлар
4. Н.И.Содиқова, Ш.Қурбонов «Ҳамкорликда ўқитишда ўқитиш методининг таълим жараёнида кўлланилиши» Фан, таълим ва ишлаб чикариш интеграцияловчи шароитида инновацион технологияларнинг долзарб муаммолари Республика илмий-амалий конференцияси I-қисм. Илмий маколалар тўплами, 231-232 бетлар.

С.А.Бабаназарова – СамИСИ ўқитувчиси

ТАЪЛИМ СИФАТИНИ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Мамлакатимизда таълимга жуда катта аҳамият берилмоқда. Чунки жамият тараққиёти бевосита таълим билан боғлиқ. Бунда таълим сифатини ошириш масаласи ҳам муҳим роль ўйнайди.

Бугунги кунда юқори малакали, замон талабларига жавоб бера оладиган мутахассисларни тайёрлаш муҳим масалалардан биридир. Давлат таълим тизимини такомиллаштириш учун жуда катта маблағ ва имкониятлар ажратмоқда. Давлат бюджетининг 33%и маориф учун ажратилади. Бундан мақсад кадрлар қанчалик сифатли бўлса мамлакат

равнақи ҳам ривожланиб бораверади. Ёшларга таълим беришда қанчалик кичик ёшлигидан бошласак, унинг билимни қабул қилиш қобилияти ҳам яхшиланиб боради. Ҳозирда мактабгача таълим муассасаларини фаолиятини ривожлантириш бўйича жуда кўплаб чора тадбирлар олиб борилмоқда. Умумтаълим мактабларни ҳар томонлама рағбатлантириш учун ўқитувчиларга жуда кўп имкониятлар яратимоқда.

Бунда албатта профессор-ўқитувчининг ҳам ўрни беқиёсдир. У бир семестр мобайнида талабага фанни ўқитишда ўз меҳрини, билимини ва вақтини аямайди. Агар талаба ўз олдига қўйган мақсади аниқ бўлса, ўқитувчининг иши анча осонлашади. Агар аксинча бўлсачи, унда асабийлашиш, руҳий зўриқиш каби салбий оқибатлар келиб чиқаверади. Семестр якунида якуний назоратлар бошланганда бирдан талабалар ижобий баҳо олгилари келиб қолади. Шунда ўқитувчининг ишлари янада кўпаяди, яъни ўша ижобий баҳо олгиси келган талабалар фанни қайта ўзлаштириш учун (отработка) кафедра эшиги олдида навбат кутиб туради (бир семестр мобайнида битта мавзуни жавоб бермаган талаба икки уч кунда фанни ўзлаштирилса????). Талаба ҳам ҳар куни Якуний назорат топширади. Икки хафта сессиядан кейин навбатдаги семестр учун дарс машғулотлари бошланади. Ўқитувчилар талабаларнинг якуний назоратларини текшириб, қайта ўзлаштиришларини қабул қилиб, уларни баҳолаб, қайдномаларни тўлдириб, кейин навбатдаги семестр учун дарс машғулотларини ўтишга тайёр бўлишлари керак ва тайёр бўладилар.

Таълим сифатини ва самарадорлигини ошириш мақсадида мамлакатимизда жуда кўп чора тадбирлар амалга оширилмоқда, норматив хужжатлар қабул қилинмоқда. Жамиятда ўқитувчилар мавқеи оширилди, меҳнати муносиб баҳоланди, ойлик маошлари мунтазам равишда оширилиб борилмоқда. Шундай экан, таълим сифатининг ошиши бир томонга боғлиқ бўлмайди. Бунинг учун талабага ҳам ўқитувчига ҳам қулайликлар яратилган бўлиши лозим.

Биринчидан, назоратлар ва баҳолаш мезони. Бизга маълумки, ҳозирги баҳолаш мезонида талаба амалий ва семинар машғулотлари, оралиқ назорат баҳолари якуний баҳога ўз таъсирини кўрсатмайди. Бир семестр мобайнида маълум бир фандан маъруза ва амалий, семинар машғулотлари ўтилади. Якуний назорат, яъни имтихон тест ёки ёзма иш кўринишида олинади. Талаба ярим ўқув йилида ижобий баҳо олиб, якуний назоратдан салбий баҳо ёки аксинча жорий ва оралиқ назоратларда қониқарли баҳо олиб тестдан аъло баҳо олаяпти. Ва талабанинг баҳоси якуний назорат баҳоси якунланаяпти (энг қизиғи тестбошқа ўқитувчилар томонидан олинаяпти). Натижа қандай бўлди?... навбатдаги семестрда яна фан давом этади. Энди талаба барча эътиборини тестга қаратади. Тестни ёдлайди, шпаргалка тайёрлайди ва ҳакоза. Дарс машғулотларида номига қатнашса бўлди, якуний назоратга рухсат берилса бўлди. Шунинг учун якуний баҳода жорий, оралиқ ва якуний баҳоларнинг ўртачаси қўйилса яхши бўларди. Ёки хориж мамлакатлар олий таълим муассасалари баҳолаш

тизими каби кредит тизими ҳам самарали бўлади;(Ҳозирги вақтда ТДЮУ ва ТАТУларида талабаларни баҳолашда кредит тизимидан фойдаланилмоқда).

Иккинчидан, стипендиялардаги катта тафовут. Аксарият талаба стипендия учун семестрни ёпади?..... ўқиб баҳо олмайди, ёпади. “5”лик стипендия – 684 минг сўм, “4”лик стипендия – 513 минг сўм ва “3”лик стипендия – 342 минг сўм. Бешлик ва учлик стипендиялар ўртасидаги фарқ икки баравар. Агар улар ўртасидаги фарқ кичик бўлса ҳам ҳар хил “илтимослар” ва коррупцияга ҳам чек қўйиларди.

Учинчидан, ўқитувчи дарс машғулотларини сифатли ўтиши учун дарсга жуда яхши тайёргарлик кўриши керак. Қайта ўзлаштиришларни ва якуний назоратларни олиб, қайдномаларни тўлдириб, руҳий зўриқишдан кейин дарсга тайёргарлик қандай бўларкин? Яна иккинчи ведомостга қолганлардан қайта якуний назорат олиш. Ўқитувчи дарс ўтади, фанни ўзлаштирмай қолган талаба ўқитувчининг вақтини пойлаб ўтиради ва бошқа бир дарсга кира олмайди. Бу эса талабанинг давомадига таъсир этмай қолмайди. Шунинг учун икки ҳафталик сессиядан кейин бир ҳафта дарс машғулотлари қўйилмай, қайта ўзлаштириш хафтаси берилса. Бу вақтда ўқитувчи қайта якуний назорат олади ва навбатдаги семестр учун тайёрланади;

Тўртинчидан, ўқитувчи дарс ўтиш билан биргаликда ўз илмий салоҳиятини ҳам ошириб бориши керак. Тасаввур қилинг ўқитувчи бир кунда саккиз соат дарс ўтиб, ўз устида ишлаш учун ҳам маънавий ҳам жисмоний жиҳатдан имконияти етмайди. Ҳар бир инсон моддий манфаати учун меҳнат фаолиятини олиб боради.Бир ставкада ишлайдиган ўқитувчи ўртача йиллик 850 соат дарс ўтиши керак. (Ярим ставкада ишлаб илмий фаолиятини олиб борсин дейдиган бўлсак, ойлик маоши ҳам камаяди, кейин қарабсизки яхши ўқитувчи бошқа иш излаб кетади.) Яъни 950 соатдан -750 соатгача илмий даражасига қараб. Шундан 80-90%и аудитория соатлари. Шунга ҳам эътибор берилса. Ўқитувчи ўз устида ишлаши, тил ўрганиши учун, янгиликлар яратиши учун вақти етиши керак.

Бешинчидан, талабанинг ўзлаштириш даражаси, давомади, тартиб-интизоми учун ўқитувчининг жавоб бериши. Агар талаба фанни яхши ўзлаштирмаса, ўқитувчи дарсни яхши ўтмаган, агар талаба дарсга қатнашмаса, ўқитувчи уни қизиқтира олмаяпти, агар талабанинг тартиб интизоми қониқарсиз бўлса, ўқитувчи уни тарбиялай олмаяпти. Уй қурмоқчи бўлсак, пойдеворни мустаҳкам қиламиз, чунки эртага ўзимиз яшайдиган уй сифатли бўлиши учун. Шундай экан, айбни ўқитувчига қўймасдан, талабага чора кўрилса, балки маъсулиятни ҳис қиладиган кадрлар етишиб чиқармиди.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, кўпгина ривожланган мамлакатлар ҳам бирдан муваффақиятга эришиб қолмаган. Ҳозирги ҳолатга келиш учун биринчи навбатда асосий эътибор таълимга қаратилган. Чунки ҳозирги ёшлар давлатнинг келажаги учун жавобгар шахслардир.

A.A. Rahimov – SamDU o‘qituvchisi,
G‘.Y.Ozodov – SamISI talabasi,
O.A.Xalikov – SamISI talabasi

IQTISODIY MUNOSABATLARNI YO‘LGA QO‘YISHDA ZAMONAVIY KADRLAR TAYYORLASHNING USTUVOR TAMOYILLARI

Yurtimizda investitsion faoliyatni rivojlantirish, takomillashatirish bugungi kunning dolzarb masalalaridan biri hisoblanadi. Shuning uchun ham mamlakatimizda bu sohani tubdan uzgartirish invesvistitsion jarayonlarni jadal suratlarda rivojlantirish va uning samaradorligini oshirish vazifalari ko‘zda tutilgan. Bu vazifalarni amalga oshirishda beixtiyor bir qancha kamchiliklar yuzaga keladi. Bulardan eng asosiylari kadrlar yetishmovchiligi, qulay investitsion muhitni yaratilmaganligidir. Shu o‘rinda savol tugiladi zamonaviy kadrlarni qanday tayyorlashning ustuvor yo‘nalishlarini tanlash lozim, yurt kelajagi, ravnaqi, rivojlanishi yo‘lida xizmat qiladigan va talab darajadagi jahon standartlariga mos keladigan kadrlarni tayyorlashning vaqti kelmadimi? Dar haqiqat Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyevning oqilona siyosati va tashabbuskorligi bilan barcha sohalarda, xususan, mamlakatimizda investitsion muhitni yaxshilash xorijiy investitsiyalar rolini oshirish bo‘yicha islohatlarni olib borilishining o‘ziyoq bu sohada zamonaviy kadrlar tayyorlashga bo‘lgan talabni oshiradi.

Jumladan, 2017-2021 yillarda oliy talim tizimini kompleks rivojlantirish dasturi qabul qilindi. Bu esa kadrlar tayyorlashda yangicha burilish bo‘lishiga keng zamin yaratdi.

Mamlakatimizda investitsion muhitni yo‘lga qo‘yishda zamonaviy kadrlar tayyorlashning ustuvor yo‘nalishlarini amalga oshirilishi bevosita investitsion jarayonida faoliyat yuritayotgan shaxslarning salohiyatini oshirish, malakali mutahasislarni ko‘paytirish orqali mamlakatimizda xorijiy invistitsiyalarni rolini oshirish va raqobatbardoshlikni kuchaytirishni yo‘lga qo‘yish demakdir.

Binobarin o‘tgan yillarga nazar tashlaydigan bo‘lsak, mamlaktimizga jalb qilingan xorijiy investitsiyalar salmog‘i kam emas albatta. Masalan asosiy kapitalga jalb qilingan investitsiyalarga nazar tashlasak. O‘zbekiston Respublikasida ijtimoiy soha va iqtisodiyotni rivojlantirish uchun barcha mulkchilik shakllaridagi tashkilotlarning 2016 yilda 49770,6 mlrd.so‘m (16782,3 mln. AQSh dollari dollar ekvivalentida) yoki 2015 yilga nisbatan 107,7 foiz asosiy kapitalga investitsiyalaridan foydalanildi. Asosiy kapitalga investitsiyalar hajmi 1991 yilga nisbatan 4,2 marta, 2000 yilga nisbatan 5,4 marta, 2005 yilga nisbatan 4,3 marta va 2010 yilga nisbatan 170,1 foizga ko‘paydi.[1]

Kiyingi yillarda mamlakatimizda olib borilayotgan islohatlarga nazar

[1] O‘zbekiston Respublikasi statistika qo‘mitasi

tashlaydigan bo‘lsak, ta’lim sohasida ham juda katta o‘zgarishlar amalga oshirildi. Jumladan, joriy yilda yangi talim muassasalarini qurish, mavjudlarini tamirlashga alohida etibor qaratildi. 12 ta umumtalim maktabi yangitdan barpo etildi, 320 tasi rekonstruksiya qilindi, 152 ta maktab kapital tamirlandi. Shuningdek, 107 ta maktabgacha talim muassasasi rekonstruksiya qilindi va qurildi, 195 ta bogcha kapital tamirlandi.[1]

Yuqorida ta’kidlab o‘tilganidek, mamlakatda malakali kadrlar yetishmovchiligi ming taasuflar bo‘lsinki bugungi kunga qadar mavjud. Shu kabi muammolarni bartaraf etish maqsadida joylardagi kadrlarga bolgan ehtiyojni qoplash uchun Toshkent viloyatida Chirchiq davlat pedagogika instituti tashkil etildi. Bundan tashqari, 15 ta oliy talim muassasasida tashkil etilgan maxsus sirtqi bolimlarda orta maxsus malumotga ega bolgan 5 mingdan ortiq pedagoglar uchun oliy malumot olish imkoniyati yaratildi.

Shu jumladan, yangi tashkil etilgan institut va filiallar hisobidan yurtimizdagi oliy talim muassasalari soni 81 taga, hududlardagi filiallar 15 taga, xorijiy universitetlar filiallari 7 taga yetdi. Shular qatorida Olmaliq shahrida Moskva polat va qotishmalar institutining, Toshkent shahrida esa AQShning Vebster universitetining filiallarini tashkil etish boyicha kelishuvlarga erishilganini takidlash lozim. Oliy talim muassasalarida iqtisodiyotning real sektoridagi talab va ehtiyojdan kelib chiqib, sirtqi va kechki bolimlar ochildi.

Ta’lim sohasida ro‘y bergan bu kabi islohatlarning amalga oshirilishida moliyaviy masalalarga to‘xtalib o‘tadigan bo‘lsak, so‘ngi 5 yil ichida juda katta sarmoyalar ajratildi. Jumladan, 2015-2016 yillardagi ta’lim sohasiga yo‘naltirilgan investitsiyalarga tahlil qiladigan bo‘lsak, quyidagi jadval ma’lumotlariga yuzlanamiz:

Umuman olganda zamonaviy, raqobatbardosh hamda jahon andozalariga mos keladigan kadrlarni tayyorlash bosh maqsadimizga aylanib bo‘ldi. Bizning fikrimizcha, bu borada quyidagi masalalarni mukammal ko‘rib chiqish kerak:

1. kadrlar tayyorlashni malakali mutaxasislar olib borishini kuchli nazorat asosida tashkil etish;
2. xorijiy tillarni mukammal biladigan hamda investitsiya shartnomalarini imzolashga doir kelishuvlarda kirishuvchan va intelektual salohiyatga ega bo‘lgan kadrlarni yetishtirish;
3. o‘qitish tizmini oliy ta’limdan emas balki, maktabgacha ta’lim muassasalarini kuchli nazorat qilish va islohatlarni birinchi bo‘lib maktabgacha ta’lim va boshlang‘ich ta’limda amal;ga oshirish;
4. investitsiyaviy faoliyatni mukammal ravishda tadbiq qilish va amalga oshirish uchun investitsiya fanini maktablarda joriy qilish.

Yuqorida sanab o‘tilgan masalalar atroflicha ko‘rib chiqilib, unga mos ravishda chora-tadbirlar amalga oshirilsa maqsadga muvofiq bo‘ladi.

[1] http://Prezident.Uz/uz/liss/viev/1371- Ozbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojotnomasi

Jamiyat ijtimoiy hayotida yetakchi orin tutgan goya va qarashlar mamlakatni iqtisodiy ishlab chiqarish rivojiga oz tasirini korsatsa, oz navbatida iqtisodiy osish aholi madaniy turmush tarzining yaxshilanishiga olib keladi.

Yangicha mazmun kasb etgan kadrlar tayyorlash jarayoni barkamol shaxs va malakali mutaxasisni tayyorlash borasidagi ijtimoiy buyurtmaning bajarilish darajasi va sifat korsatkichining yuqori bolishini kafolatlaydi. Bozor iqtisodiyoti munosabatlari ishlab chiqarish mahsulotlariga nisbatan aholi tomonidan bildirilayotgan talab va taklif asosida tartibga solinar ekan, muayyan yonalish boyicha malakaviy (kasbiy) malumotiga ega mutaxassisning ijtimoiy raqobatbardoshligi muhim ahamiyatga egadir. Iqtisodiyotning raqobatbardosh mutaxassislari bilan taminlanishi uzluksiz talim tizimida tashkil etilgan pedagogik faoliyatining samarali, muvaffaqiyatli ekanligini korsatuvchi dalil hisoblanadi.

Ishlab chiqarish sohalarining barkamol shaxs va malakali mutaxassis bilan taminlanishi ijtimoiy harakatni yuzaga keltiruvchi vosita, ijtimoiy - iqtisodiy taraqqiyotni taminlashning eng muhim omilidir.

Umuman olganda malakali kadrlar tayyorlashda, investitsion muhitni yaxshilashda quyidagi takliflarni berishga qaror qildik:

- ❖ kadrlarni maxsus tayyorlashga oid investitsiya to‘garaklarini joriy qilish;
- ❖ olib borilayotgan darsliklar xorijiy tillarda mukammal ravishda o‘tkazilishi;
- ❖ investitsiya loyihalarini amalyot bilan birgalikda olib borilishini nazorat qilish;
- ❖ tashqi ishlar Vazirligidan maxsus xodimlar tomonidan oliy uquv yurtlarida monitoring siyosatini olib borish hamda uchrashuvlarni o‘tkazish;
- ❖ innovatsion texnologiyalr to‘g‘risida daraliklarni chiqarish va ularni talaba-yoshlarga o‘qitish;
- ❖ ishlab chiqilgan loyihalarni amalyotda qo‘llsh va tadbiq qilish.

Yuqoridagilardan xulosa chiqaradigan bo‘lsak, mamlakatimizga hozirgi kunda, ayniqsa, malakali, jahon standartlariga javob beradigan hamda xorijiy mamlakatlar bilan shartnoma va hamkorlik masalalarni chuqur olib bora oladigan iqtidorli kadrlar suv va havodek zarur. Biz bildirgan taklif va mulohazalarimiz bu kabi masalalarga yechim bo‘la oladi degan umiddamiz.

Бахриева З.Д., Тиркашев О.С., Муминова Ш.Ш. – Самарқанд Давлат Тиббиёт институти ўқитувчилари

ТАЪЛИМ ТИЗИМИДА ЗАМОНАВИЙ ИННОВАЦИОН ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНГАН ХОЛДА МАЛАКАЛИ КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШНИНГ ЎЗИГА ХОС АҲАМИЯТЛАРИ

Ҳозирги кунда давр ва жамият ўртасидаги узвий боғлиқликнинг замон талабига мос равишда жадаллашиши, ўзининг тез ва чуқур ўзгарувчан тавсифига эга бўлиб, бундай ўзгаришлар жамоатчилик тузилмалари, жумладан, мустақил давлатлар, шахс ва жамият ўртасидаги муносабатлар, демографик сиёсат, глобаллашув жараёнларида яққол кўзга ташланмоқда.

Таълимнинг жамият ривожланиш суръатларидан ортда қолаётганлиги, таълим жараёнида қўлланилаётган технологияларнинг замонавий талабларга тўлиқ жавоб бермаслиги ҳақидаги масала дунё ҳамжамияти томонидан тез-тез эътироф этилмоқда. Чунки таълим ҳам ижтимоийлаштириш вазифасини бажарувчи сифатида жамиятдаги ўзгаришлар ортидан бориши ҳамда унинг ривожланишига ўз таъсирини ўтказиши керак. Бироқ жамият ривожланиши ва таълим тизими ўртасидаги муносабат мураккаб кўринишга эга бўлиб, юқори даражадаги жўшқинлик билан фарқланади. Таълим барча фаол ва суст ўзгаришлар таъсирини қабул қилавермайди, жамиятда бўлаётган воқеаларга эса ўз таъсирини ўтказади. Ана шу нуқтаи назардан таълимдаги ўзгаришларфақатгина натижа сифатида эмас, балки жамиятнинг келгусидаги ўзига хос ривожланиш шартидир.

Таълим сифатини таъминлаш ва малакали мутахассисларни тайёрлашда юқоридаги масалаларнинг аҳамияти катта. Чунки бугунги кунда олий таълим тизимини модернизациялаш таълим жараёнига нисбатан инновацион ёндашувни янада такомиллаштиришни талаб этмоқда. Бу эса ўз-ўзидан тезкор ҳаракатланиш, зарур ахборотларни зудлик билан қўлга киритиш, уларни қайта ишлаш, таҳлил қилишни тақозо этади. Бундай ҳаракатланиш имкониятига ўз соҳасининг билимдони бўлган, билимларни юқори даражада эгаллаб олган, катта тажриба ва юксак маҳоратли кадрларгина эришадилар. Шундай экан, бу масалага давлатимиз рахбари томонидан катта эътибор кўрсатилмоқда.

Бугунги кунда бу масалаларга ёндошишга инновацион ғояли, таълим усулларидан фойдаланилган холда иш олиб бориш долзарб мавзулардан бири сифатида эътироф этилмоқда. Мутахассислар тайёрлашдаги асосий мақсад зарур билимларни ўзлаштириш билан бирга талабаларнинг интеллектуал қобилиятини ривожлантириш, уларда мустақил фикрлаш ва қарор қабул қилиш кўникмасини ҳосил қилишдир. Бу педагогик таълимда талабаларнинг эгаллаган касбини амалиётда самарали фаолият юрита оладиган, маҳоратли мутахассисларни жамиятга

тайёрлаш, ёш мутахасисларни оқилона иш юритишига бевосита мамлакатимиз иқтисодий тараққиётини белгилаб берувчи ҳал қилувчи омиллардан бири ҳисобланади. Бу саъй характалар ечимида педагогик таълим жараёни куйидагиларни уз ичига олади. Давлат таълим стандартларида бакалаврнинг тайёргарлик даражасига қўйилган умумий малака талабларида тайёрланаётган кадрлар ўз соҳасига оид қарорларни мустақил қабул қила олиши ҳамда мустақил ҳолда ўз билим ва малакасини ошириш каби хусусиятларга эга бўлиши қайд этиб ўтилган.

Олий таълим тизимида бу хусусиятларга эга бўлган кадрларни тайёрлашда таълим алоҳида ўрин эгаллайди. Ҳозирда ўқув жараёнини такомиллаштириш мақсадида асосий эътибор инновацияларга каратилган [1]. Педагогик фаолиятдаги инновация ҳам, худди ишлаб чиқаришдаги инновация сингари янгилик ва ўзгаришларни билдиради, яъни ўқитиш процессида қўлланиладиган мавжуд педагогик технологияларни ўзгартириш ва янгилашни англатади. Янгилик ёки инновация инсоннинг турли хил профессионал фаолияти учун характерли ва шунинг оқибатида қизиқиш, ўрганиш ва қўллашга сабаб бўлади. Инновациялар ўз-ўзидан пайдо бўлмайди, балки илмий изланишлар ва малакали педагог ходимларнинг узоқ машаққатли ишлари маҳсули сифатида пайдо бўлади[2]. Ўқитиш жараёнида инновацион технологияларни қўллашдан мақсад: талабанинг юқори даражадаги интеллектуал-шахсий ва маънавий етуклигини таъминлаш; илмий фикр юритиш кўникмасини ҳосил қилиш учун шароит яратиш; янги методологияни ўз профессионал фаолиятида қўллашни ўргатиш; қўлланилаётган инновация орқали ўз касбига қизиқиш уйғотишдан иборат. Инновацияларни жорий этиш бир қатор назарий ва амалий тавсифга, шунингдек, маълум таваккалчиликка эга бўлган мураккаб жараён эканлигини таъкидлашимиз мумкин. Шу билан бирга, бу ҳолат кишиларни таълим тизимини яхшилаш йўлидан тўхтатмаслиги лозим, акс ҳолда у анча вақтгача эскирган таълим усулларидан фойдаланиш хавфини юзага келтиради, ҳамда ёшларни нафақат олий таълим муассасаларида ўқишга бўлган қизиқишларини, балки, уларнинг маънавий, психологик, этик, ижтимоий ва маданий ривожланиш даражасининг пасайишига олиб келади.

Маълумки, фан ва техника жадал суръатлар билан ривожланаётган бугунги кунда кўплаб илмий билимлар, тушунча ва тасаввурлар ҳажми кескин ортиб бормоқда. Бу, бир томондан, фан-техниканинг янги соҳа ва бўлимларининг тараққий этиши туфайли унинг дифференциаллашувини таъминлаётган бўлса, иккинчи томондан, фанлар орасида интеграция жараёнини вужудга келтирмоқда.Бундай шароитда, юқори малакали педагогларга бўлган талаблар ортиб бориб, баркамол авлодни асрлар давомида шаклланиб келган умуминсоний ва миллий қадриятлар руҳида тарбиялаш лаёқатига эга, фаннинг фундаментал асосларини, педагогика ва психология методларини мукаммал эгаллаган, касбий тайёргарлиги юксак даражада бўлган ҳамда замонавий

педагогик ва ахборот технологияларини амалиётда қўллаш кўникма ва малакасига эга ижодкор педагогларни тайёрлаш талаб этилади.

Бакалавриат йўналишлари ва магистратура мутахассисликлари бўйича педагог кадрлар тайёрлашнинг сифатини кўтаришда талабаларни илм-фан тараққиётининг энг сўнгги ютуқларидан хабардор қилиш муҳим аҳамият касб этади.

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, инновацион таълим талабада айнан профессионал кўникмалар ҳосил қилиш ва улар сифатини оширишга йуналтирилган бўлиб, ушбу таълим кўриниши ёрдамида маъруза ва амалий машғулот дарслари ўтказилганда фанлар бўйича билимнинг мустаҳкамланиши билан бир қаторда талабаларда ўтилаётган мавзу бўйича келгуси профессионал фаолият билан боғлиқ билим ва тегишли амалий кўникмалар ҳосил бўлишига эришилади. Бу эса ўз ўрнида машғулотларнинг сифати ҳамда самарадорлигини оширишда ўзининг ижобий самарасини беради. Шунингдек, педагогик инновациянинг бир тури интерактив усуллардан фойдаланиб дарсларни ўтказиш, малакали кадрлар тайёрлаш сифатини оширади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ишмуҳамедов Р. Инновацион технологиялар ёрдамида таълим самарадорлигини ошириш йўллари. - Т.: Низомий номидаги ТДПУ, 2015.
2. Ишмуҳамедов Р., Абдуқодиров А., Пардаев А. Таълимда инновацион технологиялар (таълим муассасалари педагог-ўқитувчилари учун амалий тавсиялар).- Т.: Истеьдод, 2008 й.
3. Аникушина Е.А. и др.«Инновационные образовательные технологиии активные методы обучения».Методическое пособие. - Томск, 2010. 164 С.
4. Ишмухамедов Р., Юлдашев М. Таълим ва тарбияда инновацион педагогик технологиялар. – Тошкент, 2013. 140 С.

VII ШЎЪБА. “МАМЛАКАТИМИЗДА ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА РАҚАМЛАШТИРИШ МУАММОЛАР ВА УЛАРНИНГ ЕЧИМЛАРИ”

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
О.М.Пардаев – СамИСИ декани, и.ф.д., доцент

ЖАМИЯТ ТАРАҚҚИЁТИНИ ТАЪМИНЛОВЧИ МУҲИМ ОМИЛЛАР (иқтидорли ёшларга эътибор, “Устоз-шогирд” анъаналарини давом эттириш ва устозларни муносиб рағбатлантиришга боғлиқ)

Жамият тараққиётини таъминловчи омиллар таркибида бугунги кунда иқтидорли ёшларга эътибор бериб, уларнинг салоҳиятидан самарали фойдаланиш, “Устоз-шогирд” анъаналарини давом эттириш ва устозларни муносиб рағбатлантиришга боғлиқ бўлиб қолмоқда. Чунки жамиятнинг кескин ривожланиши, давлатимизнинг рақобатбардошлигини таъминлаши, инновацион ва рақамли иқтисодиётни шакллантириш масалалари айнан шу омилларга боғлиқ бўлиб бормоқда.

Биринчидан, мамлакат тараққиётини ички имкониятлар ҳисобидан таъминлаш учун энг аввало, илм-фан соҳасига иқтидорли ёшларнинг кириб келишини таъминлаш муҳим бўлмоқда. Бунинг учун уларнинг муносибларини танлаб олиш, ва бу дараёнда адолат қарор топган бўлиши лозим. Аммо бу соҳада маълум даражада коррупцнинг мавжудлиги, ҳақиқий иқтидор эгаларининг четда қолиб кетаётганлигига сабаб бўлиб келди. Шу туфайли илм-фанга иштиёқи баланд иқтидорли ёшларни танлашда унинг шаффофлигини тўлиқ таъминлаш мақсадга мувофиқ. Бунга эришиш учун:

- ҳайат комиссиясига номзодларни тажрибали, илмни қадрлайдиган олимларни танлаб олиш мақсадга мувофиқ;

- иқтидорли ёшларни танлашда аниқ меъзонлар ишлаб чиқилган бўлиши лозим. Бунда қуйидагиларга алоҳида аҳамият берилади, яъни ёшларнинг бир қанча хорижий тилларни билиши; ўзининг қизиққан фанини тўлиқ ўзлаштирган бўлиши билан бирга, унинг муаммолари бўйича ҳам аниқ тасаввурга эга бўлиши; ўзининг қизиққан фанлари бўйича кўпгина ечимларга эга бўлишлигига ҳам эътибор қаратиш мақсадга мувофиқ. Шундай йўл билан иқтидорли ёшларимиз юзага чиқади. Бу эса ўз навбатида мамлакатимизда илм-фанни ривожлантирадиган авлоднинг шаклланиши учун асос бўлади.

Иккинчидан, Олий ўқув юртларидаги қабул тизимида кўпгина номувофиқлик мавжуд эди. Кўпинча қабулнинг тақдирини олий ўқув юртларидан четдаги бошқа шахслар ҳал қиларди. Оқибатда юқори балл билан кирган талабаларнинг билим савияси олган баҳосига умуман тўғри келмаётган ҳоллар кўп учрамоқда эди. Оқибатда иқтидорли ёшлар четда

қолиб, ўзлари ўқишни ҳоҳламаган, фақат отаси ва тоғасининг истаги билан ўқишга кириб, чинакамига билим олишга ҳаракат қилмайдиганлар пайдо бўлиб қоларди. Ушбу камчиликларни бартараф қилиш бўйича 2018 йил қабулида сезиларни ишларни амалга оширди.

Қайд этилган камчиликларга барҳам бериш учун қуйидагиларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

- олий ўқув юртларининг биринчи босқичига кириш истагини билдирган ва маълум миқдордаги бални тўплаган абитуриентни тегишли билни тўплаганлари учун аризасига биноан контракт пулини тўлатган ҳолда квоталарни белгиламасдан чекланмаган миқдорда қабул қилиш мақсадга мувофиқ;

- барча талабаларни шу босқичда қаттиқ ўқитиш, уларнинг билимларини адолатли баҳолаш ва иккинчи босқичга барча фанларни яхши ўзлаштирган талабаларнигина ўтказиш лозим бўлади;

- қолган талабаларни талабалик сафидан чиқармасдан курсда қолдириб, агар улар хоҳласа такрор ўқиши учун имконият яратиш, аммо у қайта ўқиши учун контаракт пулини яна тўлаш тартибини ўрнатиш лозим;

- барча курслардан навбатдаги курсга ўтказишда танлаб олиш тизимини фақат барча фанларни тўлиқ ўзлаштирган талабаларнигина ўтказиш керак;

- бир курсда неча йил ўқиса ҳар йили контракт пулини тўлаш тизимини жорий қилиш талабанинг жон-жаҳди билан ўқиш лозимлилига даъват бўлади;

- талабалар билимини баҳолаш тизимини ҳалол покиза ўтказишга эришиш учун, баҳолаш жараёнига коррупциянинг аралашмаслигини, бутунлай яқинлашмаслигини таъминлаш йўлларини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ.

Агар ушбу ҳолатга эришилса, иқтидорли ёшларнинг сарланишига ва улардан жамият равнақи учун кенг фойдаланиш имкониятига эга бўлинади. Муҳими таълим тизимида коррупциянинг олди олинади. Бу тизимда адолат қарор топсагина, ёшлар чинакамига ўқийдиган бўлади. Бундай талабадлардан иқтидорли мутахассислар етишиб чиқади. Айнан шулар жамиятимиз тараққиётини таъминлашга хизмат қилади.

Учинчидан, ҳозирги пайтда иқтидорли ёшларни рағбатлантириш тизими жуда суст ишламоқда. Чунки, интеллектуал мулк, ёшларнинг билим савияси деярли баҳоланмаяпти. Натижада иқтидорли ёшлар ҳам кун кўриш учун илм билан эмас, балки бошқа пул топиш билан боғлиқ ташвишларга ўралишиб қолмоқда.

Юқоридаги ҳолатга барҳам бериш учун иқтидорли ёшларнинг эришган илмий ютуқларини муносиб баҳолаш тизимини ишлаб чиқиш, илмий тавсияларнинг салмоғига қараб, уларни моддий рағбатлантириб бориш лозим. У фақат илм билан шуғулланиб бирор натижага эришса, тадбиркорлардан моддий жиҳатдан кам яшамайдиган бўлиши керак. Шу туфайли интеллектуал мулкнинг баҳоси ва бозори шаклланган бўлиши мақсадга

мувофиқ, чунки иқтидорли ёшларнинг кўпи кун кўриш мақсадида, таъкидланганидек, илм билан эмас, тадбиркорлик билан шуғулланиб кетмоқда. Агар иқтидорли ёшларимиз ўзиларининг иқтидорига мос равишда рағбатлантирилса, улар илм-фан билан шуғулланиш имкониятига эга бўлади ва тадбиркорлик билан эмас, балки илм-фан билан шуғулланади. Натижада мамлакатимиз интеллетуал салоҳияти муттасил ошиб боришига эришилади. Қўл меҳнатига нисбатан ақлий меҳнат бир неча баробар машақатли бўлиб турган бир паллада, қўл меҳнати билан фаолият кўрсата-ётганлар ақлий меҳнат соҳибларига нисбатан бой-бадавлат яшаб турса, албатта ақлий меҳнат билан шуғулланмасдан қўяди. Натижада моддий бойлик кўпаяди, аммо интеллектуал бойлик деярли бўлмайди. Аммо бу-гунги кунда фақат моддий бойлик билан мамлакатимизнинг барқарор ривожланишини ва жаҳон майдонида рақобатбардошлигини таъминлаб бўлмайди.

Тўртинчидан, ҳозирги пайтда, тегишли рағбат етарлича бўлмаганлиги туфайли, халқимиз учун азалий қадрият бўлган “Устоз-шогирд” тизимида ҳақиқий жараёндан кўра расмиятчилик, юзакичилик ҳоллари кўпроқ учрамоқда. Шу туфайли мамлакатимиздаги фан докторлари ҳеч бўлмаганда икки йилда битта илмий кадрни тайёрлашга эришганда эди, бизнинг илмий салоҳиятимиз бугунги ҳолатдан анча юқори бўлган бўларди. Айрим фан докторлари беш ҳатто ўн йиллаб бирорта шогирд етказмасдан фаолият кўрсатиб юрибди. Улар ҳам бир йилда учта-тўртта фалсафа доктори етиштирганлар билан бир хил ойлик маъоши олади ва мос равишда фаолиятлари ҳам бир хил баҳоланади. Бунда ҳам адолат ўрнатилиши, ҳар бир етиштирилган илмий кадр учун муносиб рағбатлантирилишини йўлга қўйиш лозим.

Бугунги кунда Фанлар академияси таркибида “Ёш академиклар” тузилмасини фаолиятини ташкил қилиш, “Академик шогирди” фахрий нишони билан тақирлашнинг кўзда тутилганлиги катта мувоффақиятлар омили. Аммо буларга олий ўқув юртларида “Профессор шогирди” тизимини ҳам жорий қилиш мақсадга мувофиқ. Бунга ҳақиқий илм-фан билан шуғулланиб келаётган мамлакатимизнинг танилган профессорларни жалб қилиб, тегишли тарзда рағбатлантириш механизмини ишлаб чиқиш мақадга мувофиқ бўлади.

Ҳосилдор профессорларга қўшимча имтиёзлар берилиши уларни рағбатлантириш билан бирга уларнинг масъулиятини ҳам янада оширади. Мамлакатимизда “Устоз-шогирд” тизими ҳақиқий мазмун-моҳиятига эга бўлади. Бунда шогирдларни фақат академик ва профессорлар эмас, балки уларни танлаш иқтидорли ёшлар ихтиёрига ҳам қўйиш керак бўлади, чунки улар ўзларининг ихлос қўйган устозига шогирд тушса, иш яхши кетади, самараси юқори бўлади.

Бешинчидан, ҳозирги пайтда кўпгина ихтиролар амалиётга жорий қилинмасдан ўз ўрнини топмасдан қолиб кетмоқда. Бундай камчиликни бартараф қилиш учун ёшларнинг илмий тадқиқот ишлари натижаларини,

инновацион ғоя ва ихтироларини ҳар бир ҳудудда синаб кўрадиган “Тажриба майдончаси”ни ташкил қилиш мақсадга мувофиқ.

Ихтиролар ва илмий тавсиялар синовдан ўтгач улар амалиётга ўзимизда жорий қилинади. Бу иқтисодиётимизнинг инновацион ғоялар ҳисобига юксалишига олиб келади.

Олтинчидан, ҳозирги пайтда маҳсулдор профессор-ўқитувчилардан фойдаланиш самарадорлиги талаб даражасида эмас. Уларнинг ёшлар билан ишлаши учун моддий ва маънавий рағбат етарли эмас. Кимда ватанпарварлик руҳи кучли бўлган бўлса, улар ўзларини аямасдан фаолият кўрсатмоқда. Аммо, ҳамма бир хил эмас.

Шу туфайли мамлакатимиздаги етакчи профессор-ўқитувчиларнинг илмий салоҳиятидан самарали фойдаланиш учун, уларни турли ташкилий тадбирлардан озод қилган ҳолда соҳага оид фундаментал асарларни ёзиш ва ёшларни илм-фан йўлида тизимли равишда тайёрлашга сафарбар қилиш мақсадга мувофиқ. Бундай профессорларнинг юкламасининг асосий қисмини аудиториядаги дарс билан эмас, балки илмий кадрларни тайёрлашга йўналтириш мақсадга мувофиқ. Аммо бу соҳада ҳам чегара қўйилган. Ҳозир амалдаги тартиб бўйича профессор, фан доктори учтадан зиёд илмий ходим-изланувчига раҳбарлик қилиш мумкин эмас. Бунда ҳам табақаланган ёндошув лозим. Айрим фан доктори профессорлар учтасини олиб ўн йилда ҳам чиқара олмаслиги мумкин, айримлари бир йилда учта чиқариши мумкин. Шу туфайли реал воқеъликдан келиб чиқиш мақсадга мувофиқ.

Бундай ҳолда иқтидорли профессор-ўқитувчиларнинг илмий салоҳиятидан соҳага оид асарларни ва ёш кадрларни тайёрлашда самарали фойдаланиш имконияти ва механизми яратилади. Бунинг афзаллиги шундаки, талабалар учун ўқийдиган асар ҳам яратилади, уларни ўқитадиган ўқитувчи ҳам тайёрланади.

Еттинчидан, ҳозир профессор-ўқитувчилар ўзлари китоб ёзади ва ўзларининг ҳисобидан нашр қилишга мажбур бўлади. Натижада энг зарур китобларнинг ҳам тиражи жуда кам бўлади ва мос равишда бутун мамлакат бўйлаб тарқатилмайди. Натижада жуда кўп асарлар ўқилмасдан қолиб кетади, аниқроғи ўқувчига етиб бормайди.

Хоҳлардикки, профессор-ўқитувчиларнинг ёзган фундаментал асарларини давлат ҳисобидан етарли миқдорда нашр қилиш ва уларни тегишли тарзда тарқатиш билан бирга дўконларга сотувга чиқариш ҳам мақсадга мувофиқдир. Ҳозир дўконларда мутахассислик бўйича деярли китобларни топиш қийин. Китоб савдосида фақат оммабоп ва бадиий асарлар савдоси йўлга қўйилган.

Булар билан бирга илмий асарлар ва дарсликларни китоб дўконлари орқали сотиш йўлга қўйилса, илм-фаннинг кенг миқёсда ёйилишига олиб келади ва мос равишда ўқувчиларнинг китобга бўлган эҳтиёжи қондирилган бўлар эди.

Саккизинчидан, ҳозир иқтидорли ёшлар тегишли соҳалар бўйича уюшмасдан фаолият кўрсатмоқда. Бири мактабда бўлса, иккинчиси

академик лицей ёки касб-ҳунар коллежида. Мактабдагилари ҳам бир-бирини билишмайди.

Фикримизча, ҳар бир ҳудудда соҳалар бўйича “Иқтидорли ёшлар иттифоқи”ни ташкил қилиш мақсадга мувофиқ. Балки буни Ўзбекистон ёшлар иттифоқи билан бирга фанлар академияси ва Инновация вазирлиги ҳамкорлигида амалга ошириш лозимдир. Унинг таркибига ҳудуддаги таълим муассасаларидан энг ижодкор ёшларни танлаб олиш ва уларга давлат даражасида эътиборни қаратиш лозим бўлади.

Ҳар бир ҳудудда иқтидорли ёшларнинг захирасини ўрганиб борилади ва улар тизимли равишда Давлат ва жамоатчилик эътиборда бўлади. Бу катта мувоффақиятларга олиб келиши табиий. Хуллас, иқтидорли болалар кўчада қолиб кетмаслиги керак.

Тўққизинчидан, ҳозирги пайтда китобхонлик маданиятини оширишга катта аҳамият берилаётган бир паллада қишлоқ туманларида китоб дўконлари йўқ бўлиб кетган, чунки у тадбиркорлар учун унчалик фойдали бизнес эмас. Ҳозир туманларда ёшларнинг китоб харид қилиши ва ўқиши учун китоб дўконларининг йўқлиги туфайли имконияти чекланган.

Ҳар бир туман марказида давлат билан шерикчилик асосида “Китоб-кутубхона дўкони”ни ташкил қилиш лозим. Бунга нашр қилинган китоблар бевосита нашриёт баҳосида етказилиши лозим. Дўконлар маълум устама билан сотиши ҳам белгилаб қўйилиши керак. Чунки китоблар қўлдан-қўлга ўтиб, харидорга етгунча жуда қиммат бўлиб бормоқда. Китобхонлик маданиятини кучайтириш учун туман қишлоқлари ёшларига ушбу “Китоб-кутубхона дўкони”дан етказиб берадиган “Автокитоб дўкони”ни ва “Авто-кутубхона”ни ташкил қилиш лозим. Булар туман қишлоқларига китобларни етказиб бериш учун хизмат қилади. Ушбу тадбир туман ёшларига китобни яқинлаштиради, кўчма кутубхона орқали кутубхонаси йўқ узоқ қишлоқлар ёшларига китобларни етказиб беришга эришилади. Бунда давлат ва ҳомийлар ҳисобидан кўпгина китоблар бепул тарқатилишини ёки имтиёзли нархларда сотиш ҳам йўлга қўйилиши мақсадга мувофиқ. Айрим тадбиркорлар савобли ишларга ўзларининг маблағларини аямайдилар. Фақат мақсадга мувофиқ ишлаш керак бўлмоқда.

Ўнинчидан, китоб ёзганларга рағбат деярли йўқ ҳисоби. Шу туфайли миллий маънавиятимизга хизмат қиладиган дунё тан оладиган йирик асарлар яратилмаяпти. Китоб ёзадиган муаллифларни рағбатлантириш механизми янада такомиллаштирилиши лозим. Бунда:

- китоб ёзганларга етарли миқдорда қалам ҳақи тўланиши керак;
- китобни давлат ҳисобидан нашр қилиниши ва тарқатилиши лозим;
- китобга хомийлик қилган тадбиркорларни шу даврда тўланадиган солиқлар ва бошқа мажбурий тўловлардан озод қилиш керак.

Агар ушбу механизм ишлайдиган бўлса китоб ёзадиганлар китоб ёзиш билан шуғулланади ва мос равишда йирик фундаментал асарларнинг пайдо бўлишига имконият ҳам яратилади.

Ҳ.А.Рахимов – СамИСИ ассистенти, PhD,
Ш.А.Амонова – СамИСИ, МР-117 гуруҳ талабаси

ЎЗБЕКИСТОНДА ИҚТИСОДИЙ ЎСИШ СУРЪАТЛАРИНИ ЖАДАЛЛАШТИРИШНИНГ ИННОВАЦИОН ИМКОНИЯТЛАРИ

Манфаат ибораси араб тилидан олинган бўлиб, ўзбек тили изохли луғатига мувофиқ у фойда даромад, яъни моддий, маънавий, жисмоний ва бошқа жиҳатдан кўриладиган нафни англатади.[1]

Товар-пул муносабатлари ривожланган, эркин бозор иқтисодиёти қарор топган жамиятда моддий манфаатлар барча жамият аъзоларини ҳаракатга келтиришда, аҳоли эҳтиёжларини қондириш учун зарур бўлган моддий ҳамда номоддий неъматлар ишлаб чиқарувчиларни рағбатлантиришда муҳим рол ўйнайди. Товар-пул муносабатларига асосланган иқтисодий тизим шароитида иқтисодий манфаатлар алоҳида шахс, ижтимоий гуруҳ, синф, жамият туб манфаатлари даражасига кўтарилади ва мамлакат ижтимоий-иқтисодий юксалиш муаммоларини ҳал этишда биринчи даражали аҳамият касб этади.

Иқтисодий манфаатлар алоҳида индивидларнинг, ижтимоий гуруҳ ва қатламларнинг, синфларнинг, бутун халқ оммасининг ҳатти-ҳаракатлари ва интилишлари заминида ётадиган ҳамда уларни тадбиркорликнинг барча синовлари ва машаққатларига чидам билан бардош бериб, ишлаб чиқариш билан фаол шуғулланишга ундайдиган, асосий мотив, бош сабаб, қолаверса, қудратли восита бўлиб хизмат қилади. Демак, ишлаб чиқаришни ривожлантириш, иқтисодий ўсиш муаммоларини самарали бартараф этиш учун кенгайтирилган такрор ишлаб чиқариш иштирокчилари манфаатларини рўёбга чиқариш, уларни турли воситалар ёрдамида унумли ва сифатли меҳнатга рағбатлантириш лозим.

“Манфаат” тушунчаси ўз мазмун-мохияти жихатидан “иқтисодий фаолият”, ундан хам кенгроқ маънода эса “иқтисодий ўсиш” тушунчалари билан ўзаро узвий ва чамбарчас боғлиқ. Инсон ўз манфаатлари йўлида, ўзининг зарурий эхтиёжларини қондириш мақсадида иқтисодий фаолият олиб боради. Ушбу фаолият кишилик жамияти тараққиётининг муайян босқичида ташқи омилларнинг хамда инсон ички кечинма ва саргузаштларининг кучли таъсири остида юзага келди, асрлар давомида катта эволюцион босқични босиб ўтиб, бугунги кунда кишиларнинг етакчи фаолият турига айланди. Самарали мотивлар билан рағбатлантирилган, мақсадга йўналтирилган, тўғри ташкил этилган ва тегишли шарт-шароитлар билан таъминланган иқтисодий фаолият, пировард натижада, иқтисодий ўсишга олиб келади. Иқтисодий ўсиш, ўз навбатида, инсон туб манфаатларини рўёбга чиқаришга, ахоли турмуш даражаси, сифати ва фаровонлигини юксалтиришга хизмат қилади, унинг иқтисодий базиси ҳисобланади.

[1] www.ziyouz.uz/durdona-toplamlar.

Иқтисодий ўсиш муаммолари жамият тараққиётининг ўта ахамиятли ва шу сабабли иқтисодиёт илмининг энг долзарб ва ҳақли равишда кўп тадқиқотчиларнинг диққат-эътиборини ўзига жалб этаётган биринчи даражали муаммолардан бири ҳисобланади. Айниқса жаҳон молиявий-иқтисодий инқирозининг дунё мамлакатлари, жумладан иқтисодиёти юксак ривожланган мамлакатлар, миллий иқтисодиётининг ўсиш суръатларига негатив таъсири ушбу муаммонинг долзарблигини янада кучайтирди, иқтисодий ўсиш суръатларини жадаллаштириш йўлларини излаб топишни ўткир заруратга айлантирди.

Иқтисодий ўсиш суръатларини жадаллаштириш муаммолари ёш суверен Ўзбекистон Республикаси учун алохида ахамият касб этади. Атиги чорак аср муқаддам ўзининг сиёсий мустақиллигини қўлга киритиш шарафига муяссар бўлган Ўзбекистон учун иқтисодий ўсиш суръатларини жадаллаштиришнинг алохида ўзига хос ахамиятини ва ўта мухимлигини қуйидаги далиллар билан асослаш мумкин:

Биринчидан, мустақил Ўзбекистонга ўтмишдан, яъни собиқ шўролар хукуматидан қолган иқтисодий мероснинг заифлиги, ахоли жон бошига тўғри келадиган ялпи ички маҳсулот ва реал даромадларнинг пастлиги. Ўзбекистон советлар даврида миллий иқтисодиёти бир томонлама ривожланган, беўхшов, асосан, пахта хомашёсини етиштириб беришга ихтисослашган, бир сўз билан ифодалаганда, иқтисодий юксалишга мутлақо мослашмаган қолоқ, аграр республикага айланиб қолган эди.

Иккинчидан, иқтисодий ислохотларнинг дастлабки босқичларида ўтиш даври қийинчиликлари таъсири остида мамлакатда иқтисодий ўсиш суратларининг сезиларли даражада сусайиб кетганлиги. 1991-1995 йиллар мобайнида мамлакатда ялпи ички маҳсулот ҳажми 18,8 фоизга қисқарди,[1] инфляция кучайиб, ишсизлик даражаси ошди, ахолининг реал даромадлари эса кескин камайди. Истеъмол нархлари индекси 1995 йилда олдинги, 1994 йилга нисбатан, 198,5 фоизни ташкил этди.[2]

Натижада иқтисодий ўсиш суръатларини жадаллаштириш, ишлаб чиқариш хажмини кенгайтириш асосида инвестицион ресурслар хамда ахоли реал даромадларини кўпайтириш, мамлакатнинг экспорт салохиятини юксалтириш каби масалаларнинг долзарблиги янада ошиб кетди. Мамлакатда миллий иқтисодиёт соҳа ва тармоқларини – саноат, қишлоқ хўжалиги, хизмат кўрсатиш сохаси ва бошқаларни – ривожланиш суръатларини тезлаштириш, янги иш ўринларини яратиш, фаолияти тўхтаб колган корхоналарни жонлантириш, уларнинг нес-нобуд бўлиб кетаётган салохиятини ишга тушириш, хорижий инвестицияларни фаол жалб этишнинг изчил чоралари кўрилди. Натижада, ўтиш даври

[1] Ўзбекистон Республикаси иқтисодий тараққиётнинг мустақиллик йилларидаги (1990-2011 йиллар) асосий тенденция ва кўрсаткичлари хамда 2012-2015 йилларга мўлжалланган прогнозлари. Статистик тўплам. Тошкент, Ўзбекистон, 2013 йил, 3-б.

[2] Ўзбекистон Республикаси иқтисодий тараққиётнинг мустақиллик йилларидаги (1990-2011 йиллар) асосий тенденция ва кўрсаткичлари хамда 2012-2015 йилларга мўлжалланган прогнозлари. Статистик тўплам. Тошкент, Ўзбекистон, 2013 йил, 3-б.

қийинчиликлари ортда қолиб, миллий иқтисодиётда вазият аста-секин ижобий томонга қараб ўзгарди, 2000 йилга келиб эса, мамлакатда яратилган ялпи ички маҳсулот хажми 1991 йил даражасидан ошиб кетди.

Иқтисодий ислохотларни эволюцион асосда босқичма-босқич изчил давом эттириш, янада чуқурлаштириш, миллий иқтисодиётни либераллаштириш, ишлаб чиқаришни диверсификациялаш, кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, хорижий сармояларни жалб этишни фаоллаштиришга қаратилган изчил макроиқтисодий сиёсат ўзининг амалий натижаларини берди. Ўзбекистон ўз мустақиллигини қўлга киритганидан кейин, миллий иқтисодиётдаги вазият ва унинг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда, бозор иқтисодиётига босқичма-босқич ўтиш концепциясининг тўғри ва юқори натижали эканлигини амалда, барча мухим макроиқтисодий кўрсатгичларни (ЯИМ, миллий даромад, аҳоли реал даромадлари ва бошқалар) юксалтириш орқали, исботлади.

Мустақиллик йилларида Ўзбекистон миллий иқтисодиётида содир бўлган ижобий силжиш қўламларини объектив бахолаш максадида айрим далилларни келтирамиз. Мамлакатда амалга оширилган иқтисодий ислохотларнинг, тобора мустаҳкамланиб бораётган мулк муносабатларининг, айирбошлаш ва тақсимот конун-қоидаларининг кенгайтирилган такрор ишлаб чиқаришга бевосита таъсири остида ялпи ички маҳсулот хажми кейинги 10 йилдан зиёдроқ вақт давомида йилига ўртача 8 фоизга ва ундан юқори даражаларда барқарор ўсиб келмоқда. Жахон иқтисодий форум рейтингига кўра, 2014-2015 йиллардаги ривожланиш якунлари хамда 2016-2017 йилларда иқтисодий ўсиш прогнозлари бўйича Ўзбекистон дунёдаги энг тез ривожланаётган бешта мамлакат қаторидан жой олди.[1] Ўзбекистон Президенти Ш.М.Мирзиеёв томонидан ушбу ўсиш суръатларини келажакда хам сақлаб колиш вазифаси қўйилди. Мустақилликдан олдин Ўзбекистонда миллий даромаднинг ўсиш суръатлари йилига бор-йўғи 1-1,5 фоизни ташкил этган, холос.

Ўзбекистон ўз ижтимоий-иқтисодий тараққиётида қандай марраларни бош стратегик аҳамиятга эга бўлган мақсад сифатида белгилаши ва ушбу мақсадга эришишнинг йўлларини излаши лозим? Мустақил Ўзбекистон учун асосий марра – бу, албатта, ривожланган мамлакатларда эришилган ижтимоий-иқтисодий тараққиёт даражаси, меҳнат унумдорлиги ва иқтисодиётда банд бўлган хар бир кишига тўғри келадиган ялпи ички маҳсулот миқдори, уларда узоқ йиллар давомида шаклланган аҳолининг реал даромад ва ҳаёт фаровонлиги кўрсаткичлари, ишлаш иштиёқи бор кишиларни унумли иш ўринлари билан, ёлланма ишчиларни эса муносиб иш ҳақи билан таъминлаш каби мухим соҳаларда улар билан бемалол рақобатлаша оладиган даражаларга кўтарилиш. Ушбу дозарб муаммони ҳал этиш учун, биринчи навбатда, иқтисодий ўсиш суръатларини жадаллаштириш асосида аҳоли жон бошига тўғри келадиган ялпи ички

[1] Халқ сўзи, 2016 йил, 16 январь, 2-б.

маҳсулот ҳажмини ривожланган Ғарб мамлакатлари даражасига тобора яқинлаштириб бориш лозим.

Статистик маълумотлар мустақиллик йилларида Ўзбекистонда ахоли жон бошига тўғри келадиган ялпи ички маҳсулот хажми кўрсаткичларида катта ижобий силжиш содир бўлганлигидан далолат беради. Агар мамлакатда 1990 йилда аҳоли жон бошига тўғри келадиган ЯИМ (харид қувват паритети бўйича) 1328, 2000 йилда 1431 АҚШ долларини ташкил этган бўлса,[1] ҳозирги кунга келиб, у 6452 АҚШ долларини ташкил этди[2], яъни шу давр мобайнида ижтимоий иқтисодий тараққиёт нуқтаи назаридан ўта мухим саналадиган ушбу макроиқтисодий кўрсатгич қарийб 5 мартага кўпайди. Айнан шу кўрсатгич бўйича кузатилаётган юқори ўсиш суръатлари мустақиллик йилларида ахоли реал даромадларини 9 мартадан зиёдроққа ўстириш учун мустахкам иқтисодий негиз яратди.

Бироқ, Ўзбекистонда мустақиллик йилларида ЯИМ хажми ўсиш суръатларида содир бўлган катта ўзгаришлар ва ижобий силжишларни қайд этиш билан бир қаторда, мамлакатда бугунги кунда ахоли жон бошига тўғри келадиган ЯИМ хажми бўйича эришилган миқдор кўрсаткичлари айрим ривожланаётган, айниқса, ривожланган мамлакатларга нисбатан хали анча паст эканлигини тан олишимиз лозим.

Масалан, АҚШ нинг Global Finance иқтисодий журнали томонидан 189 давлат кўрсаткичлари инобатга олинган рўйхатда ахоли жон бошига тўғри келадиган ЯИМ ҳажми бўйича Ўзбекистон 127-ўринни эгаллаган. Юқорида таъкидлаганимиздек, Ўзбекистонда ахоли жон бошига 6452 доллар ЯИМ ҳажми тўғри келади. Айни пайтда, ушбу кўрсаткич Россияда – 26 109, Қозоғистонда – 25 670, Азорбайжонда – 17 700 долларни, ривожланган мамлакатлардан: Швейцарияда - 59 400, АҚШда – 57 300, Германияда – 48 200, Японияда – 38 900 долларни ташкил этган.

Ўзбекистонни иқтисодиёти устун ривожланган мамлакатлар сафидан ўрин олишига эришиш борасида белгиланган стратегик мақсаднинг тўла рўёбга чиқиши учун ялпи ички маҳсулот ҳажмини яна кўп йиллар ва, табиийки, Ғарб мамлакатлари иқтисодий ўсиш суръатларига нисбатан анча жадал суръатлар билан ривожлантиришга тўғри келади. Иқтисодий ислоҳотлар бошланганидан буён (1979 йил) қарийб 40 йил мобайнида иқтисодий ривожланишининг юқори суръатларини (айрим даврларда 10-12 фоизгача) намойиш этаётган ва келажакда иқтисодий параметрлари бўйича дунёнинг энг қудратли давлатига айланишга ҳақли равишда даъвогарлик қилаётган Хитой Халқ Республикасининг бой тажрибасини, унинг айнан шундай юқори иқтисодий ўсиш суръатларини Ўзбекистон учун ҳам андоза қилиб олиш мумкин. Иқтисодий ўсиш суръатларини жадаллаштириш йўли билан истиқболда Ўзбекистон миллий иқтисодиёти шундай даражаларга

[1] Ўзбекистон Республикаси иқтисодий тараққиётнинг мустақиллик йилларидаги (1990-2011 йиллар) асосий тенденция ва кўрсаткичлари хамда 2012-2015 йилларга мўлжалланган прогнозлари. Статистик тўплам. Тошкент, Ўзбекистон, 2013 йил, 63-б.

[2] kun.uz/news/category/uzbekiston.

етиши керакки, бизнинг фуқароларимиз иш ва даромад излаб бошқа мамлакатларга мусофирчиликда ҳаёт кечиришига ҳеч қандай эҳтиёж сезмасликлари керак, баръакс, чет эл фуқаролари бизнинг мамлакатимизда ишлаб, юқори иш ҳақи олиш шарафига муяссар бўлишни орзу қилишадиган бўлишсин. Бунинг учун Ўзбекистонда барча имкониятлар ва улкан иқтисодий салохият мавжуд: таркибан такомиллашиб бораётган ишчи кучи ресурслари, ер ости ва ер усти табиий бойликлари, замонавий асосда модернизация қилинаётган миллий иқтисодиёт тармоқлари, асрлар давомида аждодларимиз томонидан тўпланган катта миллий бойлик ва бошқалар. Муайян тарихий босқичда мамлакатни янада юксалтиришга қаратилган оқилона макраиқтисодий сиёсатнинг бевосита таъсири остида ушбу улкан иқтисодий салохият рўёбга чиқади ва биз юқорида зикр этган ғоя реал ҳақиқатга айланади.

ХХ асрнинг ўрталарида Ғарб мамлакатлари ижтимоий-иқтисодий тараққиётнинг асосий омили сифатида инсон капиталини танлади ва бу жаҳоншумул стратегик аҳамиятга эга бўлган танловда улар адашмади. Ушбу мамлакатлар инсон капитали концепциясига таяниб, ижтимоий-иқтисодий тараққиётда жуда юксак марраларга эришди, уларда аҳоли жон бошига тўғри келадиган ялпи ички маҳсулот жуда юқори даражаларга етди, аҳолига бахтли фаровон ҳаёт кечириш учун муносиб шарт-шароитлар яратилди.

Ўзбекистон ҳам ўз тараққиётида инсон капиталини шакллантириш ва уни ижтимоий-иқтисодий юксалишнинг асосий омилларидан бирига айлантириш, ушбу омилга таяниб, миллий иқтисодиётнинг ички ва ташқи бозорлардаги рақобатбардошлигини оширишга ва уни барқарор ривожлантиришга жиддий эътибор қаратмоқда. Бу назарий жиҳатдан ҳам, амалиёт натижалари самарадорлигини ошириш нуқтаи назаридан ҳам тўғри танланган сиёсат. Инсон капиталини шакллантириш ва ундан унумли фойдаланиш муаммолари кўпроқ микродаражада, яъни иш берувчилар билан ёлланма ишчилар ўртасидаги ўзаро иқтисодий муносабатлар доирасида ўз ечимини топади. Давлат эса ушбу жараёнга турли воситалар, айниқса, иқтисодий воситалар (имтиёзли кредитлар, рағбатлантирувчи солиқлар ва бошқалар) ёрдамида кучли таъсир кўрсатади, уларни тартибга солади.

Лекин Ўзбекистон ўз тараққиётида фақат инсон капитали концепциясининг ижобий самараларидан фойдаланиш билан, яъни ривожланган Ғарб давлатлари аллақачон босиб ўтган йўлни такрорлаш билан чегараланиб қолмаслиги, ижтимоий-иқтисодий юксалишнинг жахон амалиётида ҳали қўлланилмаган ва, айни пайтда, янада самарали омилларини излаб топиши ва улардан унумли фойдаланиши лозим. Сабаби, иқтисодиёти юксак ривожланган Ғарб мамлакатлари даражасига етиб олиш ва уларнинг сафидан муносиб ўрин эгаллаш стратегиясида фақат улар босиб ўтган йўл билан чегараланиб қолиш уларни қувиб етиш муаммосини ечиш учун жуда кўп вақт талаб қилади, мақсадга эришиш

муддатларини анча узоқ йилларга орқага суради. Ижтимоий-иқтисодий тараққиётда Ўзбекистон ва риволжланган Ғарб давлатлари ўртасидаги масофани имкон қадар қисқартириш ва улар сафига тезроқ қўшилиш муаммоси тараққиётнинг инсон капитали концепциясига қўшимча, ундан ҳам устун, янги йўлларини излаб топишни тақозо этади. Ушбу мақсатда мамлакат Президенти Ш.М.Мирзиеёв ташаббуси билан ва бевосита раҳнамолигида Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий тараққий эттиришнинг катта ижобий самара бериши муқаррар бўлган самарали йўли танланди, яъни – инсон манфаатларини рўёбга чиқариш, халқни рози қилиш асосида давлат ва халқ манфаатларини бирлаштиришга қаратилган янги концепция яратилди ва уни амалга ошириш бўйича конкрет чоралар кўрилмоқда.

“Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили” давлат дастури доирасида амалга ошириладиган ва пировард натижада инсон манфаатларини рўёбга чиқаришга йўналтирилган сиёсат Ўзбекистон халқига икки томонлама манфаат келтиради. Биринчидан, маънавий – инсон манфаатларининг қадрланиши, унинг бошқа барча манфаатлардан устун қўйилиши, давлатнинг инсон, унинг бахт-саодати, фаровон турмуши хусусида ғамхўрлиги, қайғуриши халқ оммасида давлат олиб бораётган сиёсатдан қониқиш, давлатдан рози бўлиш, унга нисбатан хайрихохлик кайфиятларини кучайтиради. Иккинчидан, моддий – аҳоли даромадларини кўпайтириш, тадбиркорликни ривожлантириш, товарлар ва хизматлар мўл-кўллигини таъминлаш орқали аҳоли ҳаёт фаровонлигини юксалтиришга хизмат қилади. Бизнинг назаримизда давлат сиёсатидан халқнинг ҳар иккала жиҳатдан, яъни маънавий ва моддий, оладиган манфаатлари биргаликда иқтисодий тараққиётнинг самарали ижтимоий омилига айланади ва иқтисодий ўсиш суръатларига жуда кучли ижобий таъсир кўрсатади. Мамалакат Президенти Ш.М.Мирзиеёвнинг ташаббуси билан бошланган ва бугунги кунда микро ва макродаражаларда интенсив тарзда кечаётган жараёнларнинг таҳлили, Ўзбекистонни янада ривожлантириш бўйича 2017-2021 йилларга мўлжалланган Харакатлар стратегиясида белгиланган бешта устувор йўналишларнинг мазмуни миллий иқтисодиётни юксалтиришда, янги иш ўринларини яратишда, аҳоли реал даромадларини кўпайтиришда янги имкониятлар вужудга келаётганлиги тўғрисида асосли хулоса чиқариш имконини беради. Ўзбекистонда кенг халқ оммаси манфаатларини таъминлаш стратегияси рўёбга чиқариши муқаррар бўлган халқнинг улкан яширин бунёдкорлик салохиятидан ўринли ва унумли фойдаланиш учун, уни жадал иқтисодий тараққиётнинг бош омилига айлантириш учун янги, қўшимча имкониятлар яратилди. Бизнингча, ушбу жараёнлар яқин ва узоқ келажакда мамлакат ялпи ички маҳсулоти ўсиш суръатларини нафақат сақлаб колиш, балки уни янада жадаллашувида ўз аксини топади. Ўзбекистон иқтисодий ўсиш суръатлари кўрсаткичи бўйича дунёда энг ибратли, биринчи ўринларда турган мамлакатлардан бирига айланади ва бунинг эвазига иқтисодиёти

юксак ривожланган давлатлар сафидан ўрин олиш концепциясини амалга ошириш муддатлари сезиларли даражада қисқаради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг "Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида"ги Фармони. Халқ сўзи, 2017 йил, 8 февраль, 1-2 б.
2. Каримов И.А. Бош мақсадимиз – мавжуд қийинчиликларга қарамасдан, олиб бораётган ислоҳотларни, иқтисодиётимизда таркибий ўзгаришларни изчил давом эттириш, хусусий мулкчилик, кичик бизнес ва тадбиркорликка янада кенг йўл очиб бериш ҳисобидан олдинга юришдир. Халқ сўзи, 2016 йил, 16 январь.
3. Ўзбекистон Республикаси иқтисодий тараққиётнинг мустақиллик йилларидаги (1990-2011 йиллар) асосий тенденция ва кўрсаткичлари хамда 2012-2015 йилларга мўлжалланган прогнозлари. Статистик тўплам. Тошкент, Ўзбекистон, 2013 йил.
4. www.ziyouz.uz/durdona-toplamlar.
5. www.kun.uz/news/category/uzbekiston

И.Жаббаров – Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси тингловчиси

АҲОЛИГА ДАВЛАТ ХИЗМАТЛАРИ КЎРСАТИШ ЯНГИ БОСҚИЧГА КЎТАРИЛДИ

Бугунги кунда мамлакатимизда 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси ва Ўзбекистон Республикасида Маъмурий ислоҳотлар концепциясини рўёбга чиқаришга қаратилган чора-тадбирларга катта аҳамият берилмоқда. Айниқса, аҳолининг ҳаёт даражасини ошириш ва ишбилармонлик муҳитини яхшилаш, бизнесни ривожлантириш мақсадида давлат хизматлари кўрсатишнинг миллий тизимини сифат жиҳатидан янги даражага ўтказиш жадал суръатларда амалга оширилмоқда. Бу борада қисқа вақт оралиғида "ягона дарча" тамойили бўйича кўрсатилаётган давлат хизматлари сони 100 та хизматдан ортди, хизматдан фойдаланиш учун мурожаат қилаётган фуқаролар сони эса 50 баробарга ошди. Бунда кўрсатиладиган давлат хизматлари кўрсаткичи қўшимча давлат хизматлари жорий этилиши муносабати билан яна икки баробар ортиши кутилмоқда[1].

Мазкур масала мамлакатимиз раҳбарининг доимий эътиборида бўлиб келмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2017 йилнинг 13 декабрь куни "Аҳолига давлат хизматлари кўрсатишнинг миллий тизимини тубдан ислоҳ қилиш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Фармонни имзолаган эди. Мазкур фармонга биноан Ўзбекистонда давлат

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Давлат хизматлари кўрсатиш миллий тизимини янада комплекс ривожлантириш чоралари ҳақида"ги 2019 йил 15 февралда имзолаган қарори. // "Халқ сўзи" газетаси. 2019 йил 19 февраль. 43-сони.

хизматлари кўрсатишнинг мутлақо янги ташкилий асослари жорий этилди, давлат ва аҳоли ўзаро ҳамкорлигининг замонавий концепциясига пойдевор қўйилди. Илгариги "Халқ қабулхоналари" негизида Давлат хизматлари агентлиги ташкил этилди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йилнинг 15 февралида "Давлат хизматлари кўрсатиш миллий тизимини янада комплекс ривожлантириш чоралари ҳақида"ги қарори ҳам қабул қилинди.

Келтирилган Президент фармони ва қарорларида Давлат хизматларининг фаолиятини ташкил қилишнинг асосий йўналишлари билан боғлиқ масалалар тўлиқ ўз ифодасини топган. Унда Давлат хизматларининг ягона реестрини ташкил этиш, давлат хизматларининг ҳар бир тури бўйича ягона маъмурий регламентлар ишлаб чиқиш кўзда тутилган. Шунингдек, Агентлик, унинг ҳудудий бошқармалари ва давлат хизматлари марказларида ахборот тизимлари, ресурслари, маълумотлар базалари ҳамда дастурий маҳсулотларни яратиш масаласи ҳам белгилаб берилган. Яна бир йўналиш аппарат-дастурий мажмуаларни жорий этиш бўйича тегишли чора-тадбирларни ишлаб чиқиш ҳам назарда тутилган. Ушбу тадбирларни пировард мақсади давлат хизматлари кўрсатиш соҳасида "Фуқаролар эмас, ҳужжатлар ҳаракатланади" деган муҳим тамойилни жорий этиш имконини яратишга қаратилганлиги билан аҳамиятлидир.

Мазкур жараёнга интернет ва мобиль технологияларнинг фаол жорий этилиши хизматдан фойдаланувчилар давлат органларига зарур ҳолларда боришлари, одатий ҳолларда эса хизматлар масофадан электрон тартибда кўрсатилиши билан боғлиқ ғояларнинг истиқболда амалга оширилишини таъминлайди. Ушбу тадбирлар аҳолига мисли кўрилмаган қулайликлар туғдиришга қаратилган.

Ушбу масалаларни амалга ошириш Давлат хизматлари марказларининг моддий-техника базасини мустаҳкамлашни, уни модернизация қилишни тақозо қилади. Шу туфайли мазкур масалаларга ҳам юқоридаги фармонда алоҳида эътибор қаратилган.

Хусусан, мазкур ҳужжатда давлат хизматларининг сонини, айниқса, фуқаролар учун босқичма-босқич жиддий равишда оширишни ҳисобга олган ҳолда хизматдан фойдаланувчиларга хизмат кўрсатиладиган бино ва иншоотларни тўлиқ янгилашга зарурат мавжудлиги ҳам таъкидланган.

Энди Давлат хизматлари марказлари бутунлай янги қиёфага эга бўлади. Чунки юқоридаги фармонда буларнинг лойиҳасини ишлаб чиқиш тегишли мутасаддиларга топширилган. Хусусан, 2019 йил 1 июндан бошлаб жисмоний ва юридик шахслар давлат хизматлари марказларида фуқаролар доимий (вақтинча) рўйхатдан ўтган жойидан ва юридик шахслар почта манзилидан (жойлашган еридан) қатъий назар, давлат хизматларини **экстерриториал тамойил** бўйича олишга ҳақли бўлган тартиб белгиланди.

Бунда маҳаллий ҳокимият органлари иштироки ҳам аниқ белгиланган. Улар Фармон талабларини ҳисобга олган ҳолда биноларни

босқичма-босқич янгилашни таъминлаш имкониятини яратиши лозим.

Давлат хизматлари кўрсатиш соҳасида, шу жумладан соғлиқни сақлаш, лицензиялаш, солиқ, божхона ва бошқа соҳаларда жадал сифат жиҳатидан яхшилашнинг муҳим механизмлари, шунингдек, давлат хизматлари бўйича мобиль иловаларни ишлаб чиқиш, хизматларни олис жойларга чиққан ҳолда кўрсатиш, аҳоли билан тезкор алоқалар, расмий веб-сайтлардаги интернет-ботлар, ижтимоий тармоқлар ёрдамида қайта алоқанинг самарали тизимини ташкил этишни назарда тутувчи комплекс чора-тадбирлар тасдиқланди.

Бугунги кунда Давлат хизматлари марказларида "ягона дарча" тамойили бўйича кўрсатиладиган хизматлар сони **58 та**га етказилиши кўзда тутилган.Давлат хизматининг 2018-2020 йилларда жорий этилишига қараб тегишли рўйхати тасдиқланди. Буларнинг амалга оширилиши натижасида аҳолининг Давлатдан розилиги, унга ишонч ҳисси пайдо бўлиб боради.

Мазкур хизматларнинг таркибида уй-жойларнинг сув таъминоти, канализация, иссиқлик таъминоти ва бошқа муҳандислик-коммуникация тармоқларига уланиш, якка тартибда уй-жой қуришни амалга оширишга рухсатнома, турар жойи бўйича рўйхатга олиш (прописка), рўйхатдан чиқариш ва ҳисобга қўйиш, турли архив маълумотномалари, патентлар, гувоҳномалар ва расмий ҳужжатлар дубликатларини олиш каби аҳолининг талаби юқори бўлган хизматлар мавжуд. Бундай қулайликлардан аҳоли ҳам тўғри хулоса чиқариб, “Менга давлат шунчалик қулайликлар туғдирмоқда, мен бунга жавобан нима қилдим?” деган саволни ўзига бериб, бунга ўз ҳаракатлари ва фаолиятлари билан жавоб бериш кўникмасини шакллантириши лозим.

Мухтасар қилиб айтганда, Фармон билан давлат хизматлари кўрсатишнинг мутлақо янги ташкилий асослари жорий этилмоқда. Бунинг энг қулайлиги давлат ва аҳоли ўзаро ҳамкорлигининг замонавий концепциясига пойдевор қўйилгани билан қадрлидир. Эндиликда, аҳоли билан ўзаро боғлайдиган ягона жой Давлат хизматлари марказлари ва Халқ қабулхоналари бўлиб қолади.

Буларнинг ҳаммаси пировардида, давлат хизматларидан фойдаланиш имкониятини ошириш, фуқароларнинг вақт ва молиявий харажатларини камайтириш, шунингдек, уларнинг давлат органлари фаолиятидан қаноатланганлик даражасини оширишга хизмат қилади. Бу йўл ривожланишнинг янги босқичидаги муҳим йўналишлардан бири эканлигини бутун дунё экспертлари тан олмоқда.

Энди туризм соҳасига келадиган бўлсак, унинг асосий қисми (90,0 фоиздан зиёдроғи) тадбиркорликка асосланган.Энди барча тадбиркорлар сингари туристик ташкилотлар, фирма ва агентликлар барчаси давлат хизматларидан фойдаланадилар. Бу эса, мамлакатимизнинг хизматлар экспортини туризм соҳасини ривожлантириш орқали ошириш имконини беради.

С.И.Худойбердиев – СамИСИ ўқитувчиси,
Б.Ашуров – СамИСИ ўқитувчиси

ИҚТИСОДИЙ ЖАРАЁНЛАРДА БОҒЛИҚЛИКЛАР ТУРЛАРИНИ ЎРГАНИШ

Иқтисодий жараёнлар ўртасидаги ўзаро боғланишларни ўрганишда икки хил белгилар ёки кўрсаткичлар иштирок этади, бири боғлиқ бўлмаган ўзгарувчилар, иккинчиси боғлиқ ўзгарувчилар ҳисобланади.

Биринчи турдаги белгилар бошқаларига таъсир этади, уларнинг ўзгаришига сабабчи бўлади. Шунинг учун улар омил белгилар деб юритилади, иккинчи тоифадагилар эса натижавий белгилар дейилади.

Масалан, фуқароларнинг даромади ортиб бориши натижасида уларнинг ички ва ташқи туризмга бўлган талаби ҳам ошади. Бу боғланишда талабнинг ортиши натижавий белги, унга таъсир этувчи омил, яъни даромад эса омил белгидир.

Омилларнинг ҳар бир қийматига турли шароитларида натижавий белгининг ҳар хил қийматлари мос келадиган боғланиш корреляцион боғланиш ёки муносабат дейилади.

Корреляцион боғланишнинг ҳарактерли хусусияти шундан иборатки, бунда омилларнинг тўлиқ сони номаълумдир. Шунинг учун бундай боғланишлар тўлиқсиз ҳисобланади ва уларни формулалар орқали тақрибан ифодалаш мумкин, холос.

Корреляция сўзи лотинча ***коррелатион*** сўзидан олинган бўлиб, ўзаро муносабат, мувофиқлик, боғлиқлик деган маънога эга.

Икки ҳодиса ёки омил ва натижавий белгилар орасидаги боғланиш ***жуфт корреляция*** деб аталади.

Корреляцион боғланишларни ўрганишда икки тоифадаги масалалар кўндаланг бўлади. Улардан бири ўрганилаётган ҳодисалар (белгилар) орасида қанчалик зич (яъни кучли ёки кучсиз) боғланиш мавжудлигини баҳолашдан иборат. Бу корреляцион таҳлил деб аталувчи усулнинг вазифаси ҳисобланади.

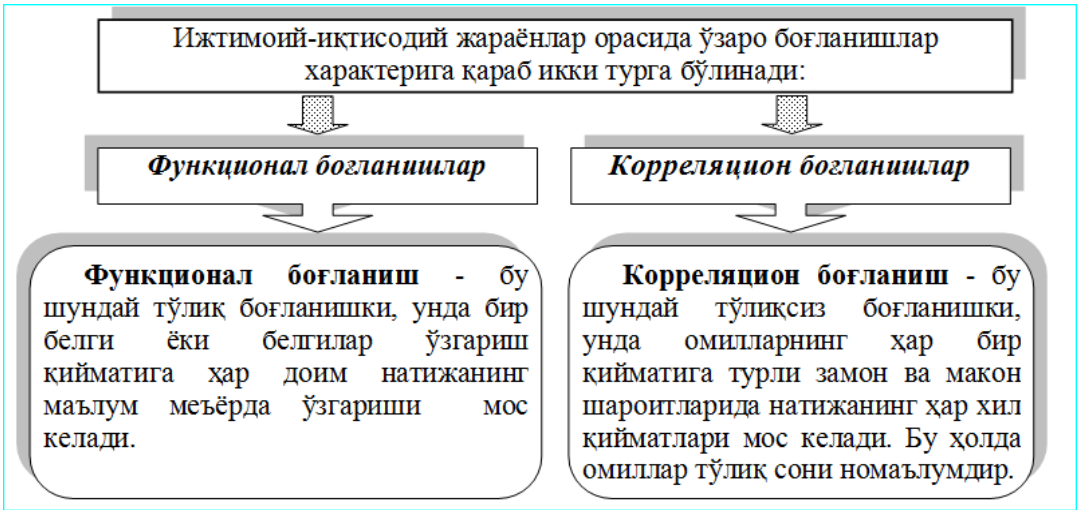
Корррреляцион таҳлил деб ҳодисалар орасидаги боғланиш зичлик даражасини баҳолашга айтилади.

Омилларнинг ўзаро боғланиши 2 турга бўлинади: функционал боғланиш ва корреляцион боғланиш. Бу қуйидаги чизмада келтирилган (1-чизма).

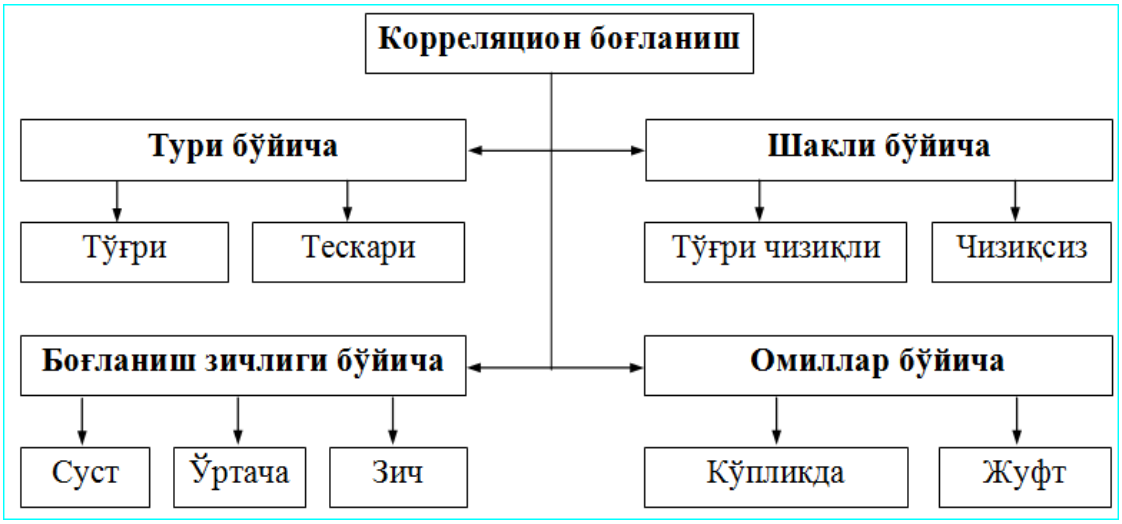
Йўналишларнинг ўзгаришига қараб, боғланишлар икки турга бўлинади: тўғри боғланиш ва тескари боғланишлар.

Аналитик ифодаларнинг кўринишларига қараб ҳам боғланишлар икки турга бўлинади: тўғри чизиқли ва чизиксиз боғланишлар.

Фукционал боғланишларда бир ўзгарувчи белгининг ҳар қайси қийматига бошқа ўзгарувчи белгининг аниқ битта қиймати мос келади.



1-чизма. Боғланиш турлари



Корреляцион таҳлил корреляция коэффициентларини аниқлаш ва уларнинг муҳимлигини, ишончлилигини баҳолашга асосланади.[1]

Чизиқли корреляция коэффициентининг ҳисоблаш формуласи:

$$r_{Y/X} = \frac{\overline{X \cdot Y} - \overline{X} \cdot \overline{Y}}{\sigma_X \cdot \sigma_Y} \qquad (1)$$

бу ерда,

σ_x - X белгининг квадратик фарқининг ўртачаси;

σ_y - $У$ белгининг квадратик фарқининг ўртачаси.

$$\sigma_X = \sqrt{\overline{X}^2 - (\overline{X})^2}\ ; \qquad (2)$$

$$\sigma_Y = \sqrt{\overline{Y}^2 - (\overline{Y})^2}\ . \qquad (3)$$

Детерминация коэффициенти корреляция коэффициентининг квадратига тенг.

[1]А.А.Гужарати Д.Н. Басик Эконометрикс. Мк Грав-Ҳилл, 4[тх] эдитион, 2003 (Гу, Инк.п. 90

Корреляция коэффициенти (p) –1 дан +1 оралиғида бўлади.Агар $r=0$ бўлсаомиллар ўртасида боғланиш мавжуд эмас, $0<r<1$ бўлса, тўғри боғланиш мавжуд $-1<r<0$ - тескари боғланиш мавжуд $r=1$ функционал боғланиш мавжуд.

Боғланиш зичлик даражаси одатда қуйидагича талқин этилади. Агар $0,2$ гача – кучсиз боғланиш;

$0,2\div0,4$ – ўртача зичликдан кучсизроқ боғланиш;

$0,4\div0,6$ – ўртача боғланиш;

$0,6\div0,8$ – ўртачадан зичроқ боғланиш;

$0,8\div0,99$ – зич боғланиш.

Жуфт корреляция коэффициентлари асосий омил инобатга олинмаган нуқтада ҳисобланади. Агар жуфт корреляция коэффициенти 0,6 дан катта бўлса, унда омиллараро боғланиш кучли деб ҳисобланади ва эркин омиллар маълум даражада бир бирини такрорлайди. Агар моделда ўзаро боғланган омиллар қатнашса, модел ёрдамида қилинган ҳисоблар нотўғри чиқиши мумкин ва омиллар таъсири икки баровар ҳисобланиши мумкин. Ўзаро боғланган таъсир этувчи омиллардан биттаси моделдан чиқариб ташланади. Албатта моделда кучлироқ ва мустаҳкамроқ омил қолади.

Кўп омилли моделларда агар натижавий омилга бир неча омиллар таъсир кўрсаца, унда омиллар орасида кўпликдаги корреляция коэффициенти ҳисобланади.

Ижтимоий-иқтисодий жараёнлар ўртасида боғланишларни ўрганишда қуйидаги функциялардан фойдаланилади.

Чизиқли – $y=a_0+a_1x$

Иккинчи даражали парабола – $y=a_0+a_1x+a_2x^2$

Учинчи даражали парабола – $y=a_0+a_1x+a_2x^2+a_3x^3$

***n*-даражали парабола** – $y=a_0+a_1x+a_2x^2+\ldots+a_nx^n$

Гипербола – $y=a_0+\dfrac{a_1}{x}$

***b*- даражали гипербола** – $y=a_0+\dfrac{a_1}{x^b}$

Логарифмик – $\log y=a_0+a_1x$

Ярим логарифмик – $y=a_0+a_1\ln x$

Кўрсаткичли функция – $y=a_0a_1^x$

Даражали функция – $y=a_0x_1^{a_1}$

Логистик функция – $y=\dfrac{a_0}{1+a_1e^{-bx}}$

Боғланишлар чизиқли бўлса, у ҳолда боғланиш зичлиги баҳолашда корреляция коэффициентидан фойдаланиш мумкин:

$$r = \frac{\overline{x \cdot y} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sigma_x \cdot \sigma_y},$$

(4)

бу ерда, σ_x ва σ_y мос равишда x ва y ўзгарувчиларнинг ўртача квадратик четланишидир ва улар қуйидаги формулалар ёрдамида ҳисобланади:

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})^2}{n}}, \quad \sigma_y = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n}(y_i - \bar{y})^2}{n}} \tag{5}$$

Шунингдек, корреляция коэффициентини ҳисоблашнинг қуйидаги модификацияланган формулаларидан ҳам фойдаланиш мумкин:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{n \cdot \sigma_x \cdot \sigma_y} \text{ ёки } r = \frac{n\sum_{i=1}^{n} xy - \sum_{i=1}^{n} x \sum_{i=1}^{n} y}{\sqrt{\left[n\sum_{i=1}^{n} x^2 - \left(\sum_{i=1}^{n} x\right)^2\right] \cdot \left[n\sum_{i=1}^{n} y^2 - \left(\sum_{i=1}^{n} y\right)^2\right]}} \tag{6}$$

Регрессион таҳлил натижавий белгига таъсир этувчи омилларнинг самарадорлигини аниқлаб беради.

Регрессион таҳлил натижавий белгига таъсир этувчи белгиларнинг самарадорлигини амалий жиҳатдан етарли даражада аниқлик билан баҳолаш имконини беради. Регрессион таҳлил ёрдамида ижтимоий-иқтисодий жараёнларнинг келгуси даврлар учун башорат қийматларини баҳолаш ва уларнинг эҳтимол чегараларини аниқлаш мумкин.

Регрессион ва корреляцион таҳлилда боғланишнинг регрессия тенгламаси аниқланади ва у маълум эҳтимол (ишончлилик даражаси) билан баҳоланади, сўнгра иқтисодий-статистик таҳлил қилинади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Кремер Н.Ш., Путко Б.А. Эконометрика: Учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 328 с.
2. Nasritdinov G., Ekonometrika 1. O‘quv qo‘llanma. –Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2008. – 252 b.
3. Шанченко Н.И. Эконометрика. Лабораторний практикум. – Уляновск:УлГТУ, 2004. – 79 с.

Озода Пардаева – Самарқанд ветеринария медицинаси институти ўқитувчиси

ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК: ҲУҚУҚИЙ, ТАШКИЛИЙ, ИҚТИСОДИЙ ВА ИЖТИМОИЙ МЕХАНИЗМЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Мамлакатимизда аҳоли фаровонлигини, унинг яшаш даражаси ва сифатини ошириш масаласига катта эътибор қаратилиб келинмоқда. Шу туфайли мазкур масала бўйича тегишли ҳуқуқий асослар ҳам яратилди. Ўзбекистон Республикасининг "**Оилавий тадбиркорлик тўғрисида"ги** қонуни 2012 йилда қабул қилинган эди[1]. Қонун доирасида бир қанча меъёрий ҳуқуқий ҳужжатлар шакллантирилди. Хусусан, мамлакат Президентининг 2017 йил 7 февралда "Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида"ги Фармонида кўзда тутилган мамлакатни 2017-2021 йилларда ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича ҳаракатлар стратегияси, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 7 июнь куни "Ҳар бир оила — тадбиркор" дастурини амалга ошириш тўғрисида"ги қарорни имзолади. 2018 йил 14 июлда Ўзбекистон Республикаси Президентининг бевосита ушбу масалага дахлдор бўлган "Аҳоли бандлигини таъминлаш борасидаги ишларни такомиллаштириш ва самарадорлигини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори қабул қилинди. Ўзбекистон Республикаси Марказий банки бошқарувининг 2018 йил 9 июнда «Ҳар бир оила-тадбиркор» дастури доирасида кредитлар ажратиш тартиби тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида"ги Қарори ва бошқа норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар мазкур масалани тартибга солиб турибди.

Оилавий тадбиркорликни ривожлантириш, аҳолининг бандлигини таъминлаш борасида бир қанча илмий-тадқиқот ишлари ҳам олиб борилмоқда. Ҳозирги босқичда оилавий тадбиркорликни маҳаллалар фаолияти билан қўшиб олиб бориш зарурати ҳам туғилди. Маҳаллаларни оилавий тадбиркорлик биланҳамкорлигини таъминлаш борасида ҳам бир қанча ҳуқуқий, ташкилий, иқтисодий ва ижтимоий механизмларини такомиллаштириш зарурати туғилмоқда. Хусусан оилавий тадбиркорлик орқали маҳалла бюджетини шакллантириш ва маҳаллаларни тўлақонли субъектга айлантириш бўйича бир қанча тавсиялар мавжуд.

Булар қуйидагилардан иборат:

1. Ҳозирги пайтда "Оилавий тадбиркорлик тўғрисида" Ўзбекистон Республикасининг қонуни қабул қилинган, ушбу масалага катта аҳамият берилмоқда, аммо у билан шуғулланадиган мутахассис кадрлар тайёрланмаяпти.

[1] Қонунчилик палатаси томонидан 2012 йил 16 мартда қабул қилинган Сенат томонидан 2012 йил 23 мартда маъқулланган. Охирги ўзгаришлар 2015 йил 26 июнда амалга оширилган.

Мамлакатимиздаги деярли барча КҲКларида тижорат асосида бўлса ҳам **“Оилавий тадбиркорлик” йўналиши бўйича кадрларни тайёрлаш** курсаларини 2020-2021 ўқув йилидан бошлаб очишни йўлга қўйиш лози. Бунинг амалга оширилиши “Оилавий тадбиркорлик тўғрисида” Ўзбекистон Республикасининг қонунинг бажарилиши таъминлаш билан бирга, алоҳида шу соҳа билан шуғулланадиган мутахассис кадрлар тайёрланиши йўлга қўйилади ва мос равишда оилавий тадбиркорликнинг ривожланиши ва аҳоли бандлигини таъминлаш учун катта имкониятлар эшиги очилади

2. Оилавий тадбиркорлик тўғрисида қонун бор, амалий фаолият мавжуд. Аммо ушбу соҳанинг ўзига хос хусусиятларини ўргатадиган бирорта ўқув қўлланма ёки дарслик йўқ. Чунки ушбу фан ўқитилиши кўзда тутилмаган. Олий ўқув юртлари тегишли соҳа ўқув режасига “**Оилавий тадбиркорлик асослари**” фанини киритиш керак. Жуда кўп мутахассислар оилавий тадбиркорлик тўғрисида маълумотга эга бўлади. Улар ушбу соҳанинг ўзига хос хусусиятларини ўрганиб, жойларда оилавий тадбиркорликни ривожлантириш масаласига тегишли ҳисса қўшади.

3. Ҳозирда маҳаллаларда кўплаб ҳеч жойдан рўйхатдан ўтмасдан яширин ҳолда фаолият кўрсатаётган якка тадбиркорлар, нима қилишини билмай юрган ишсизлар мавжуд, маҳалла қуйи бўғинда аҳоли билан ишлайдиган мустақил субъект бўлишига қарамасдан ўзининг бюджетига эга эмас. Маҳаллалар ўзларини-ўзлари мамлағ билан таъминлаш имконияти йўқ. Улар бюджет маблағларига қарам ҳолда фаолият кўрсатмоқда. Оқибатда маҳаллаларда якка тадбиркорлар, ўзини ўзи иш билан таъминлайдиганларни кўпайтиришга, янги иш ўринлари яратиб, ўзининг иқтисодий аҳволини ички имкониятлар эвазига яхшилашга ҳам ҳеч қандай рағбат йўқ.

Ҳар бир маҳалланинг бюджетини ташкил қилиш ва уннинг ихтиёрига якка тадбиркорлик билан шуғулланадиган ва ўзини-ўзи иш билан таъминлаган шахсларни бириктириш ва уларнинг **солиқларини маҳалла бюджетига тўлашни ташкил қилиш** орқали маҳаллаларни ўзини ўзи таъминлайдиган мустақил бюджетига эга бўлган тўлақонли субъектга айлантириш лозим бўлади.

Бу биринчидан, маҳаллада кўплаб ҳеч жойдан рўйхатдан ўтмасдан фаолият кўрсатиб келаётган якка тадбиркорларни рўйхатга олишни талаб қилади. Улар пировардида иш билан тўлақонли таъминланган бўлиб, расмий ходимга айланади ва мос равишда келажакда пенсия олиш имкониятлари ҳам яратилади.

Иккинчидан, маҳалла ҳам мустақил субъект сифатида ички имкониятлари эвазига ўзининг бюджетига эга бўлади ва унга бюджетдан тўланадиган маблағ тежалади.

Учинчидан, маҳалла тадбиркорлардан ундирган солиқнинг бир қисмини ўзида қолдириб, бир қисмини маҳаллий ёки давлат бюджетига тўлайдиган имкониятга ҳам эга бўлади.

Тўртинчидан, маҳаллалар ўзларини-ўзлари мамлағ билан таъминлаш

оқибатида улар ўртасида рақобат пайдо бўлади ва маҳаллаларда якка тадбиркорлар, ўзини ўзи иш билан таъминлайдиганларни кўпайтиришга ҳаракат қилади.

Бешинчидан, янги иш ўринлари яратилиб, ҳудудлар иқтисодиёти ички имкониятлар эвазига юксалади.

4. Маҳалалар демократик бўғин сифатида жуда катта муаммоларни ҳал қилишга тўғри келмоқда. Чунки ушбу ташкилот аҳоли билан бевосита ишлайдиган энг қуйи бўғин ҳисобланади. Аммо ижтимоий масалаларни ҳал қилиш учун ўзларида маблағ етишмайди. Ҳозиргача маҳаллалар бюджетга қарамлигича қолиб келмоқда. Шу туфайли унинг бюджетини ташкил қилиш ва уни маҳалланинг ўзи ҳисобидан шакллантириш мақсадга мувофиқ.

Бунинг учун маҳалладаги якка тадбиркорлар, ўзларини-ўзлари иш билан банд қилган аҳоли, маҳалла томонидан ташкил қилинган касаначилар ҳам **солиқларини маҳаллага тўлайдиган ҳуқуқни** бериш керак. Ўзи топган маблағини маҳалланинг ўзи маҳалла фаоллари билан тегишли низом асосида маҳалла эҳтиёжи учун фойдаланишлари лозим. Ушбу тавсияни вилоят маҳалалари номидан Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасига, Олий Мажлис палаталарига мурожаат билан чиқиш лозим бўлади.

Бундай ҳолда маҳаллалар бюджетга қарам бўлмасдан, ҳар бир маҳалла ўзини-ўзи маблағ билан таъминлайдиган имкониятга эга бўлади ва маълум вақтдан кейин маҳалланинг ўзи топган маблағининг бир қисмини бюджетга тўлайдиган механизми ва имконияти яратилади. Бунинг афзаллиги маҳаллалар янги иш ўринларини яратишга қизиқиши ортади ва маҳалалар ўртасида ушбу ҳолат бўйича соғлом рақобат вужудга келади. Ҳар бир маҳалла ўзларини-ўзлари “боқиши” учун курашади, янги иш ўринларини яратишга манфаатдорлиги ошади. Шунчаки майда тадбиркорлик билан шуғулланиб, ҳеч жойдан рўйхатдан ўтмасдан маҳалла доирасида фаолият кўрсатаётган тадбиркорлар бўлмайди. Буларга маҳалланинг ўзи рухсат бермойди.

5. Мамлакатимизнинг қишлоқларида аёлларнинг аксарият қисми ишсиз, уларни ишга жойлаштиришга маҳалланинг унчалик қизиқиши йўқ Янги иш ўринларини яратиш учун йирик қишлоқларда “Касаначилик марказлари”ни очиш мақсадга мувофиқ. Уларнинг солиқларини маҳалла бюджетига тўлаш тартибини жорий қилиш бўлади.

Шу тариқа ишсиз аёлларнинг уйларига тегишли дасгоҳларни ва жиҳозларни етказиб касаначиликни ташкил қилиш натижасида уларнинг бандлиги таъминланади ва маҳаллаларнинг ҳам бюджети ички имкониятлар эвазига шаклланади.

6. Қишлоқларда ишсизлик муаммоси катта, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш субъектлари кам Қишлоқ маҳаллалари марказларида **“Туристларга хизмат кўрсатадиган меҳмондорчилик маркази”ни ташкил қилиш** лозим. Улар келган туристларни меҳмон уйларига

жойлаштиради ва маълум миқдорда маблағ топади. Унинг ҳам бир қисмини маҳалла бюджетига тўлайди.Туристларни қишлоқларга турли йўналишлар билан олиб келиш билан мазкур марказ шуғулланади ва марказга аъзо бўлган оилалар уйига меҳмонларни жойлаштиради, натижада уларнинг иш билан таъминланиши ва даромад манбаининг узлуксизлиги таъминланади. Маълум фоизнинг меҳмондорчилик марказига ўтказиб боради.

7. Маҳаллаларда кўпгина ишсиз ёшлар мавжуд бўлган жойларда корхоналар ҳали қурилмаган, янги иш жойлари яратилмаган бўлиши мумкин

Бундай қишлоқларда ишсизларни **“Ўзини ўз иш билан банд қилиш”** механизмини жорий қилиш лозим. Бунда ҳар бир киши ўз имкониятидан келиб чиқиб, кичик тадбиркорлик билан шуғулланиб бошлайди. Кўникма ҳосил қилиб, аста секинлик билан у каттариб боради. Булар ҳам солиқларини маҳалла бюджетига тўлайди. Шу тариқа маҳалла бюджетига маблағларнинг тушиши таъминланиб боради.

Маҳаллаларда ишсиз юрган кўпгина кишилар иш билан таъминланиб, бандлик муаммоси ўз-ўзидан ҳал бўлиб боради. Чунки маҳалла ҳудудидаги аҳолини иш билан таъминлашдан манфаатдор бўлади. Маҳаллалар ўртасида рақобат вужудга келади. Маҳаллалар шу тариқа маблағга эга бўлиб, жуда кўп муаммоларини ўзлари ҳал қилиш имкониятларини ҳам қўлга киритади.

8. Ҳозирги шароитда кўпгина оила хўжаликларида қўшимча иш ўринларини яратиш имконияти чекланган, ёлланадиган шахсларни ишга олиш масаласи ҳам тўлиқ ҳал қилиниб, яратилган фойданинг асосий қисми оилада қолдириш билан бирга тадбиркорликни ривожлантириш қўшимча имконияти пайдо бўладиган шароит етарли даражада яратилмаган.

Ушбу муаммони бартараф қилишда оилавий тадбиркорлик учун тегишли имкониятлар яратиб, имтиёзлар бериш орқали ишлаб чиқаришдан (хизмат кўрсатишдан) уни сотишгача бўлган жараённи қамраб оладиган кўптармоқли оилавий корхона мажмуаларини ташкил қилишга имконият яратиш лозим. Энг қулай усуллардан бири **“оилавий хўжалик кластери”ни шакллантириш** ҳам мақсадга мувофиқ.

Бу биринчидан, оилавий корхонада қўшимча ишчи ўринларини яратиш имкониятини туғдиради. Иккинчидан, яратилган фойданинг асосий қисми оилада қолади ва тадбиркорликни ривожлантириш учун қўшимча имконияти пайдо бўлади. Учинчидан, ҳудуд иқтисодиётида барқарор фаолият кўрсатадиган оилавий корхоналар пайдо бўлиши эвазига аҳолининг ижтимоий аҳволи ҳам яхшиланиб боради.

9. Ҳозирги кунда қишлоқ жойлардаги оилавий тадбиркорлар томонидан ишлаб чиқарилган маҳсулотлари жуда арзонга сотилмоқда, ўртадаги воситачилар ва савдогарлар арзон олиб, тегишли харидорини топиб қимматга сотмоқда. Натижада фойда маҳсулотни етиштиргандан (ишлаб чиқаргандан) кўра савдогарларга кўпроқ қолмоқда. Оилада етиштирилган маҳсулотини қайта ишлаш ва совутгичида сақлаш имкониятлари етарли эмас.

Буларни инобатга олиб, қишлоқ жойларда боғдорчилик ва полизчилик билан шуғулланадиган оилавий корхоналарга маҳсулотларни сақлайдиган, қайта ишлайдиган ва сотиш билан шуғулланадиган барча жараёнларни ўз ичига олган **“Оилавий тадбиркорликдан – аҳоли дастурхонига**” принципини жорий қилиш ва ушбу жараёнга имкон қадар шу оиланинг ўзини сафарбар қилиш мақсадга мувофиқ.

Бу биринчидан, юқоридаги сингари қишлоқ жойларда боғдорчилик ва полизчилик билан шуғулланадиган оилавий тадбиркорлар сонининг кўпайишига олиб келади. Иккинчидан, қишлоқларда маҳсулотларни сақлайдиган, қайта ишлайдиган мини заводлар пайдо бўлади. Учинчидан, шу тадбиркорнинг ўзи сотиш билан шуғулланадиган ва фойдасига эгалик қиладиган имкониятга эга бўлади. Тўртинчидан, оилавий тадбиркорлик билан шуғулланадиган тадбиркорлар ўз маҳсулотини бевосита аҳоли дастурхонига етказиш тизимини шакллантиради. Бу оилавий тадбиркорга яна қўшимча даромад олиб келади.

10 Ҳозирги пайтда жуда кўп қишлоқларимизда кўпболали аёллар болаларига қараб ишсиз ҳолда яшамоқда. У ерларда касаначиликни ташкил қилиш учун йирик корхоналарнинг ўзи йўқ. Шу туфайли ишсизлар сони ортиб бормоқда. Ушбу ҳолат иш билан бандликнинг янги йўналишларини жорий қилишни тақозо қилади.

Ушбу муаммони ҳал қилишнинг бир йўли у ерларда касаначиликни ривожлантириш мақсадга мувофиқ. Бунда оилавий тадбиркорликнинг йўналишларидан бири бўлган касаначиликни йирик корхоналар билан бирга ҳудудларда, айниқса йирик корхоналар бўлмаган қишлоқ жойларда **“Касаначилар уюшмаси ва фонди”ни** ташкил қилиш орқали ривожлантиришнинг янги йўналишларини жорий қилиш мумкин.

Бу биринчидан, маблағи бўлмаган аҳолини ўз уйида янги иш ўринларини яратиш орқали иш билан таъминланади. Иккинчидан, йирик корхоналар йўқ қишлоқ жойларда ҳам касаначилик пайдо бўлади. Учинчидан, ушбу ҳолатни тартибга солувчи меъёрий ҳужжатни ўзгартириб, касаначилик уюшмаси ва фондини тадбиркорларнинг ўзлари

ҳам очиши мумкинлиги қайд этиладиган бўлиши лозим бўлади. Тўртинчидан, аҳолининг қўшимча даромади кўпайиб фаровонлиги ошади, уларнинг яшаш даражаси ва сифати ўнгланади.

Кўриниб турибдики, оилавий тадбиркорликнинг ҳуқуқий, ташкилий, иқтисодий ва ижтимоий механизмларини такомиллаштиришга ҳали катта эҳтиёж мавжуд. Шу туфайли мамлакатимизнинг иқтисодий қудратини, ижтимоий барқарорлигини, бандлик муаммосини ҳал қилиш заруратидан келиб чиққан ҳолда, янги иш ўринларини очиш масалаларини таъминлаш учун оилавий тадбиркорликни ривожлантириш масаласига алоҳида аҳамият бериш лозимлигини тақозо қилади. Бунда асосий бирламчи бўғин маҳаллалар бўлиб, уларни (маҳалла ва оила хўжаликларини) бир-бири билан ҳудудий бирлигини инобатга олган ҳолда улар ўртасида иқтисодий ва ҳуқуқий муносабатларни ҳам мустаҳкамлаш борасида бир қанча ташкилий-қтисодий ва ҳуқуқий механизмларни ишга солишни тақозо қилмоқда.

М.Рахматова – СамИСИ, “Сервис ва туризм” факультети талабаси,
Т.Истамова – СамДаҚИ, “Қурилишни бошқариш” факультети талабаси

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Ҳозирги вақтда хизмат кўрсатиш соҳасида кўплаб корхоналар ва ташкилотлар мавжудки, улар орқали истеъмолчиларнинг турли хилдаги талаблари қондирилиб борилмоқда. Бу корхоналар ўзининг тури, йирик ва кичиклиги ҳамда қандай хизмат кўрсатиш билан фарқ қилсада, лекин уларнинг ҳаммаси ҳам ҳозирги вақт, анъанавий меъёр қоидаларига жавоб беради деб айтолмаймиз. Шунинг учун ҳам корхоналарни модернизациялаш ўта муҳим вазифа ҳисобланади. Корхоналарни модернизацияси деганда, уларни такомиллаштириш, яхшилаш, объектини янгилаш билан ҳозирги замон талаблари ва меъёрлари, техникавий шарт-шароитлари, меъёр ва сифат кўрсаткичларига мос келтириш ишларини бажариш лозим. Корхона модернизацияси бўйича бажарилган ишларнинг ижобий бўлганлигини эса унинг охир оқибат самарадорлигининг ошган ёки ошмаганлиги билан баҳоланади. Корхона фаолиятининг сифат натижаларидан бири бу унинг самарадорлиги ҳисобланади. Юксак даражада тараққий этган ҳозирги замонни транспортсиз ривожланган жамият асосини яратиб бўлмайди.

Хизмат кўрсатиш – бу аҳоли ҳар бир қатламининг (эҳтиёж сезганда) моддий-маънавий эҳтиёжларини қондиришга қаратилган ва ушбу

хизматларни ишлаб чиқарувчилари томонидан кўрсатилиши лозим бўлган фаолиятдир.

Сервис – ходимнинг моҳирлигидан келиб чиқувчи малакали ақлий меҳнатнинг ҳиссаси кўпроқ барча йўналишда кўрсатиладиган юқори сифат (янги замонавий технологиялар ёрдамида интернет, консалтинг, экзотик ва ҳ.к хизматларнинг аҳоли табақаларининг эҳтиёжига қараб кўрсатиладиган) кўрсаткичларга эга бўлган хизматдир.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги ПФ-4947-сонли Фармони ва Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил 26 февралдаги 55-сон «2016-2020 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида»ги қарори ҳамда мазкур соҳага тегишли бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширилди

Юқорида келтирган таърифдан, қолаверса, иқтисодий қарашлардаги илмий асосланган мулоҳазаларга (Ўзбек тилининг беш жилдлик изоҳли луғатининг тўртинчи жилди «хизмат – иш; лавозим; хизмат кўрсатиш; ёрдам; аҳолига сифатли хизмат кўрсатиш ва шундай хизматнинг ўзи»)5[1] таянган ҳолда, ушбу фаолият турлари аниқ манзилга мўлжалланган ҳаракат сифатида қаралиши лозим, деган назарий хулосага келиш мумкин.

Аммо, шуни таъкидлаш лозимки, аҳолининг турмуш даражасини оширишга қаратилган ҳар қандай фаолият аксарият ҳолларда хўжалик субъектлари томонидан амалга оширилади. Бозор иқтисодиёти шароитида инсон (аҳоли) барча товар ва хизматларни ишлаб чиқарувчиси, истеъмолчиси ва сотувчиси вазифаларини ҳам бажаради. Дэмак, хизмат кўрсатиш соҳасидаги турли мулкдаги хўжалик юритувчи субъектларнинг иқтисодий фаолияти ҳам охир-оқибатда аҳолининг манфаатига, унинг талаб-эҳтиёжларини қондиришга хизмат қилади.

Шу сабабдан, хизмат кўрсатиш соҳаси билан аҳоли турмуш даражаси ҳамда сифати ўртасидаги ўзаро боғлиқликни баҳолаш, хизмат кўрсатиш соҳасини жадал суръатлар билан ривожлантириш, хизмат турларини кўпайтириш ва сифатини яхшилаш асосида аҳоли моддий фаровонлигини оширишнинг чэксиз имкониятларини аниқлаш нафақат «хизматлар» тушунчасига доир, балки «аҳоли турмуш даражаси» тушунчасини ҳам назарий ва мэтодологик жиҳатдан тадқиқ этиш лозим, деган назарий хулосага келинди.

Хизматлар соҳасини ривожлантириш орқали аҳолиниг иш билан таъминланиш каэффициентини ошириши бўш ишчи ўринларни яратиш мумкин. Маълумки бирор бир соҳа ривождангани сайин давлат ҳам ривожланади. Масалан бирор бир хизмат кўрсатиш корхонаси очилди. Албатта корхона замонавий теника технологиялардан фойдаланиши шарт.

[1]Ўзбек тилининг изоҳли луғати.- Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси. 2008. - 395 б.

Замонавий техника технологияларни чэтдан харид қилади ва бу орқали мамлакатга янги технологияларни олиб киради. Корхонада ўз ўзидан бўш иш ўрни пайдо бўлади ва мамлакатдаги ишсиз одамлар сони маълум миқдорда камайиб, аҳоли иш билан таъминланади. Рақобатбардош маҳсулот ишлаб чиқариш учун сифат кўрсаткичлари анча юқори бўлиши кэрак шунда маҳсулотга бўлган талаб ошади ва харидорда шу корхонага нистабан ишонч ҳисси пайдо бўлади. Маркэтинг тадқиқотлари утказилганда истеъмолчи товар сотиб олгандан кейин уша тавар уни эҳтиёжларини тўла қондирса ўртача беш та одамга сотиб олган товари ҳақида маълумот берар экан. Аксинча агатр товар истеъмолчини талабини умуман қондирмаса бу ҳолда истеъмолчи 16 кишига узининг товар сотиб олгани ва у сифатсиз товар бўлиб чиқганлиги тўғрисида айтар екан.[1] Шунинг учун корхона сифатли маҳсулот ишлаб чиқиши муҳимдир. Корхона фаолият бошлаганлан кейин мамлакатга турли солиқлар масалан: даромад солиғи, ер мулк солиғи ва шу турдаги солиқларни тўлаб боради. Бу эсасаноатда битта тармоқ ривожланиши орқали ҳам аҳоли бандлиги таъминланади ҳам давлат вюджетига маблағлар тушуми ошади демакдир.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг табиати ўта мураккаб бўлиб, унинг аҳоли турмуш даражасига таъсири йўналишлари, аҳоли турмуш даражаси ва сифатини такомиллаштиришдек муҳим муаммони ҳал этишда тутган ўрни беқиёс ва у бир неча йўналишларда намоён бўлади. Тадқиқотлар жараёнида улардан энг муҳимлари назарий жиҳатдан асослаб берилди: аҳолининг хизматларга бўлган эҳтиёжларини ва талабларини қондириш, аҳолининг истеъмол харажатларини тежаш ва бўш вақтини қўпайтириш; аҳолининг бўш вақтидан самарали фойдаланиш учун шароит яратиш; аҳоли бандлигини ошириш ва даромадларини кўпайтириш.

Ўзбекистон Республикасида бу соҳа ривожланиб бораркан тез орада Ўзбекистон Республикаси ҳам ривожланган давлатлар сафидан жой олади дейиш мумкин.

[7]“Сифатни бошқариш ва уни ташкил этиш” Нормахматова.Р.Н, СамИСИ 2018, 30 б.

МУНДАРИЖА:

I ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ИҚТИСОДИЁТ ВА АҲОЛИ ФАРОВОНЛИГИНИ ОШИРИШДАГИ ЎРНИ ВА АҲАМИЯТИ”		
Пардаев М.Қ., Пардаев О.М.	Инновацион иқтисодиётни шакллантириш зарурлиги ва уни амалга оширишдаги муаммолар ечимлари	3
Шодиева Г.М., Пардаева О.М.	Оила хўжалиги фаравонлигини оширишда оилавий бизнеснинг роли	7
Джульматова С.Р.	Особенности инноваций в сфере услуг	10
Исхакова С.А. Урунбаева Ю.П., Бозорова М.И.	Аҳоли турмуш даражаси ва сифатини юксалтиришда хизмат кўрсатиш соҳасининг роли	12
Hamzaev Aziz	Macro-environmental challenges in luxury car industry in the USA and UK.	15
Рахматуллаев Б., Пардаева О.М.	Оилавий корхонани очилиш тартиби бўйича мулоҳазалар	20
Эшонкулов З.	Тижорат ва унинг одоблари	24
Собиров Қ. Ашурова М.Ж.	Аҳолини даволашдан кўра даво туризми салоҳиятини ривожлантириб касалликнинг олдини олиш фойдали	26
Пардаев Обид	Инновация ва у билан боғлиқ тушунчаларнинг назарий талқини	28
Пардаева О.М., Очилова Ҳ.Н.	Тадбиркорликни ривожлантиришнинг ҳуқуқий асосларини ва уларнинг аҳамиятли жиҳатлари	31
Абдуллаева З.И., Бададян И. С., Раджабова Ш. И.	Практика планирования и прогнозирования в зарубежных фирмах	35
Рахматова М., Истамова Т.	Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш, аҳоли фаравонлигини ошириш истиқболлари	39
II ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ, ТУРИЗМ ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ”		
Тухлиев И.С., Болтабаев М.Р.	Ўзбекистонда туристик-рекреацион салоҳиятни ривожлантиришнинг минтақавий геоахборот тизимини шакллантириш	41
Пардаев М.Қ., Исломова Р., Тагирова Н.Б.	Туризмни ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий омиллари ва улардан фойдаланишнинг самарали йўллари	47

Тухлиев И.С., Абдувалиев А.А.	Туризм соҳасида геоахборот технология-ларини жорий қилишнинг назарий асослари	51
Ahrorov F.B., Abduraxmanova A.F	Ekoturizmni O‘zbekistonda rivojlanishining konseptual asoslari	55
Тухлиев И.С., Абдухамидов С.А.	Геоахборот тизимида туристик-рекреацион салоҳиятни баҳолашнинг назарий ва амалий асослари	58
Хаитбоев Р.	Ўзбекистоннинг чўлларидаги зиёратгоҳлар: Султон Увайс ота зиёратгоҳи	62
Амриддинова Р.С.	Правовая основа развития школьного туризма в Узбекистане	65
Tuxliev I.S., Muhamadiyev A.N.	Geoaxborot tizimini turizmda qo‘llash masalalari	68
Бердиев Х.Х.	Ўтовнинг миллий қадриятлар ва сайёҳлик тизимини ривожлантиришдаги ўрни	70
Куймуратова М.А.	Туризм соҳасини диверсификация ва модернизация қилишнинг орқали янги туристик хизматларни ишлаб чиқиш йўллари	73
Хаитбоев Р., Абдухамидов С.	Минтақа геоахборот тизимида туризм маршрутларини ишлаб чиқиш тамойиллари	79
Аблақулов А.А.	Туризм хизматларининг рақобатбардошлик омилларини баҳолаш хусусиятлари	84
Muxamadiyev A.N.	Geoaxborot tizimlarida smart-turizmning ahamiyati	91
Усманова З.И., Хамитов М.Х.	Геоахборот тизими асосида ҳудуднинг туризмга ихтисослашувини аниқлаш	95
Абдувалиев А.А.	Туризм соҳасида геахборот тизимидан фойдаланиш механизмини такомиллаштиришнинг назарий асослари	100
Муртазакулова П.А, Амриддинова Р.С.	Влияние школьного туризма в воспитании молодого поколения	106
Куймуратова М.А.	Туризм соҳасида инновациянинг турлари ва уларнинг таснифи	110
Абдувалиев А.А., Хамитов М.Х.	Туризм соҳасида ВЕБ ва ГАТ технологияларнинг имкониятлари	113
Аблақулов А.А.	Туристик-рекреацион хизматларга бўлган талабни шакллантиришда маркетинг технологияларининг ўрни	119
Бакаев З.Т.	Ўзбекистонда ички туризмни ривожлантириш имкониятларидан самарали фойдаланиш йўллари	123
Muhamadiyev A.N.	Turistik geopartal tizimining umumiy arxitekturasi	127

Каландаров У.Х., Эгамкулова Д.Б., Каландарова Э.У.	Эффект мультипликации туризма в Узбекистане	129
Хамитов М.Х., Абдуҳамидов С.А., Ҳайдаров О.З.	Меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришда хизмат кўрсатиш сифатини ошириш йўллари	133
III ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Ибрагимов Н.А.	Стратегический план туристической компании	137
Бердиқулов В.	Ўзбекистон чиқараётган евробондларнинг жойлашувида маркетинг силжитишларининг роли	140
Исломов Ш.М., Уразов С.Ш., Ахмедов Ж.Н.	Ишлаб чиқариш корхоналарда меҳнат самарадорлигини баҳолаш мезонлари ва кўрсаткичлари таснифи	144
Бердиқулов В.	Самарқанд вилоятида туризм соҳасини янада ривожлантириш йўналишларининг маркетинг тадқиқотлари	149
Ибрагимов И.Ҳ., Пардаев Ш.Х.	Харидорлик феъл-атворининг мотивацион механизмлари	151
Йўлдошев Ш., Ҳакимов Д.Ш.	Барқарор иқтисодий ўсишда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг роли	156
Махмудов Қ.С.	Сифатни назорат қилиш тизимлари ва уларнинг сифатни бошқаришдаги ўрни	159
Ibragimov M.	Social Media Marketing as an essential tool to increase consumers’knowledge of pharmaceutical products	162
Musayev B.Sh., Siddiqov A.A., Sattorov D.F.	Boshqaruv jarayonida kadrlar faoliyatini baholashning o‘ziga xos xususiyatlari	168
Qalandarov U.X., Qarshiboyev X.Q., Tog‘ayev O.N., Ro‘ziyeva S.G.	Turizm sohasida Samarqand shahri bo‘yicha talabni shakllantirish	171
Уразов С.Ш., Мансуров.А., Умурзоқов Л.	Таълим хизматлари тизимини бошқариш самарадорлигини ошириш омиллари	174
Тагирова Н.Б.	Иқтисодий жараёнларни бошқаришда менежернинг этикаси	177
Kamilov A.A.	Improvement menegment mechanism`s of the service sphere on the conditions market economy	180

Rakhmatova M., Naberaev F.	The role of marketing researches in the development of tourism	182
IV ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Рафеев Д.Р., Жамшедова Н.Ж.	Роль государства в регулировании инвестиций: пути, возможности и ограничения	186
Юнусов Н.А., Мамаюнусова М.О.	Солиқ ислоҳотларидаги ўзгаришлар фаравонликка хизмат қилади	191
Нозимов Э.А., Мелиев А.М.	Тижорат банклари томонидан инвестицион лойиҳаларни кафолатлашда консалтинг хизматларнинг ролини ошириш йўллари	195
Abdullaeva Z.I.	The role of the budget-tax policy in ways of increasing work places and incomes of population in Republic of Uzbekistan	197
Vafohojayeva D.M., Allamurodov O., Vafohojayeva SH.	Organizational and financial development of the tourist activity of Uzbekistan	200
Рузибаева Н.Х. Усмонова Ш.	Инвестиция лойиҳаларини молиялаштиришда краудфандингни аҳамияти	202
KHalikov Y.M., Absalomov B.A., Samadova F.N.	Investigation of asian countries in the sphere social service and theirs perspectives	207
V ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ, АУДИТ ВА СТАТИСТИКА ФАНЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Мусаев Ҳ.Н., Умаралиев Д.А.	Молиявий ҳисобот аудитини яхшилаш йўллари	210
Рафеев Д.Р., Абдуллоев Ф.О.	Аудит готовой продукции	212
Тураев А.А., Хусанова С.Ж., Тўхтаев Р.	Айланма активларнинг ўзига хос хусусиятлари	216
Калонов М.Б.	Автомобиль транспорти корхоналарида харажат-лар таркиби бўйича ҳисоб юритиш масалалари	218
Собиров К. Ашурова М.Ж.	Виды и структуры лечебного туризма и показатели их эффективности	222
Артиков З.С.	Савдо корхоналари меҳнат самарадорлиги ўзгаришига таъсир этувчи омиллар тизими ва уларнинг таснифи	224

Мусаев Ҳ.Н., Ниёзов Ш.Қ.	Устав капитали аудитининг услубий жиҳатлари	227
Вафохожаева Д.М., Абдухоликова Ф., Вафохожаева Ш.	Перспективы внедрения международных стандартов финансовой отчетности в национальные учетные системы	230
VI ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ”		
Зайналов Ж.Р., Лавриненко А.Р.	Инновацион ғояларга бой ва инновацион маҳсулотлар ишлаб чиқариш кўникмаларига эга ёш мутахассисларни тайёрлаш истиқболи	233
Адилова З., Хонтўраев Б.	Таълим хизматлари ва инсон капитали иннова-ционн салоҳиятни ривожлантириш пойдевори	235
Зайналов Ж.Р., Расулов З.Ж., Малей Е.Б.	Фан ва техника ютуқларини молиявий қўллаб қувватлашда ёш кадрларни ролини ошириш зарурияти	239
Адылова З.Д., Адылова С.У.	Проблемы совершенствования подготовки конкурентоспособных кадров в повышении эффективности сферы услуг	241
Искандаров Б.А., Қўшшоқов Х.О.	Хизмат кўрсатиш соҳасининг рақобатбардошлигини ошириш ва тармоқлари иқтисодиётига доир фанларни ўқитиш	243
Рустамова Ш.А., Караматуллаева З.Э., Баҳриева З.Д.	Ўзбекистонда таълим сифатини оширишда замонавий модулли таълим технологиясидан фойдаланишни йўлга қўйиш	248
Бабаназарова С.А.	Таълим сифатини ва самарадорлигини ошириш йўллари	250
Rahimov A.A., Ozodov G‘.Y., Xalikov O.A.	Iqtisodiy munosabatlarni yo‘lga qo‘yishda zamonaviy kadrlar tayyorlashning ustuvor tamoyillari	253
Бахриева З.Д., Тиркашев О.С., Муминова Ш.Ш.	Таълим тизимида замонавий инновацион технологиялардан фойдаланган холда малакали кадрлар тайёрлашнинг ўзига хос аҳамиятлари	256
VII ШЎЪБА. “МАМЛАКАТИМИЗДА ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА РАҚАМЛАШТИРИШ МУАММОЛАР ВА УЛАРНИНГ ЕЧИМЛАРИ”		
Пардаев М.Қ., Пардаев О.М.	Жамият тараққиётини таъминловчи муҳим омиллар	259
Рахимов Ҳ.А., Амонова Ш.А.	Ўзбекистонда иқтисодий ўсиш суръатларини жадаллаштиришнинг инновацион имкониятлари	264

Жаббаров И.	Аҳолига давлат хизматлари кўрсатиш янги босқичга кўтарилди	270
Худойбердиев С.И, Ашуров Б.	Иқтисодий жараёнларда боғлиқликлар турларини ўрганиш	273
Пардаева О.М.	Оилавий тадбиркорлик: ҳуқуқий, ташкилий, иқтисодий ва ижтимоий механизмларини такомиллаштириш	277
Рахматова М., Истамова Т.	Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш истиқболлари	282

ҚАЙДЛАР УЧУН

2019 йил. Қоғоз бичими А5,
Офсет қоғози. Times New Roman” гарнитураси
Босма табоғи 18,25
Буюртма № 7, Адади 85 нусха

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
Босмахонасида чоп этилди
Манзил: А. Темур кўчаси, 9-уй