ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

Г.Р.ДЕРЖАВИН НОМИДАГИ ТАМБОВ ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.Р. ДЕРЖАВИНА

Самарқанд иқтисодиёт илмий мактаби

«ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ»

халқаро илмий-амалий анжуман
МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

“ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ И ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ”

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
международной научно-практической конференции

(VI қисм)
(часть 6)

(2020 йил 21-22 февраль)
(21-22 февраля 2020 г.)

САМАРҚАНД – ТАМБОВ – 2020

Инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш муаммолари. / Халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари (VI қисм). 2020 йил 21-22 февраль кунлари. Самарқанд, СамИСИ, 2020. – 264 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,
Н.А.Ибрагимов – 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

Саҳифаловчи: Ҳилола Очилова

Анъанавий илмий-амалий конференция материалларида инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш соҳасини стратегик ривожлантириш тенденцияси ва истиқболлари, соҳанинг алоҳида тармоқ-лари самарадорлигини ошириш муаммоларига оид масалалар ёритилган. Унда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг назарий ва методо-логик муаммолари, туризм соҳасини ривожлантириш масалалари, хизмат кўрсатиш соҳасида менежмент, маркетинг ва молиявий муносабатлар, бухгалтерия ҳисоби, иқтисодий таҳлил ва аудитни такомиллаштириш, рақобатбардош кадрларни тайёрлашни ва шулар орқали аҳоли ҳаёт даражаси ва сифатини ошириш масалаларини ҳал қилишга қаратилган илмий-назарий ва амалий тавсияларга бой мақола ва тезислар ўрин олган.

Олий ва ўрта махсус ўқув юртлари профессор-ўқитувчилари, талабалари, магистрлар, таянч докторантлар, докторантурада таҳсил олувчилар, 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, 2020

I ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК МУАММОЛАРИ”

U.X.Xudoyberdiyev – SamISI dotsenti, i.f.n.,
O.Q.Narzullayeva – SamISI talabasi

O‘ZBEKISTONNING IQTISODIY TARAQQIYOTIDA KAPITAL BOZORLARINING O‘RNI

Annotatsiya: Ma’lumki, O‘zbekiston iqtisodiyotida hozirgi vaqtda amalga oshirilayotgan islohotlar eng avvalo fond bozori bilan bevosita bog‘liq bo‘lib, qimmatli qog‘ozlarning samarali va eng qulay shakllaridan foydalanish muhim masalalardan biri bo‘lib qolmoqda. Ushbu maqolada qimmatli qog‘ozlar bozori, sohadagi mavjud muammolarni aniqlash va ushbu muammolarni hal etish bo‘yicha takliflar keltirib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: qimmatli qog‘ozlar, fond bozori, aksiya, kapital, obligatsiya, fond birjasi, investitsiyalar.

Аннотация:Общеизвестно, что проводимые реформы в экономике Узбекистана напрямую связаны с фондовым рынком, и использование эффективных форм ценных бумаг остается одним из ключевых вопросов. В данной статье представлены предложения по выявлению актуалных проблем на рынке ценных бумаг и способам их решения.

Ключевые слова: ценные бумаги, фондовые рынки, акция, капитал, облигация, фондовая биржа, инвестиции.

Abstract:: It is well known that the ongoing reforms in the economy of Uzbekistan, first of all, are directly related to the stock market and use of the most effective and convenient forms of securities is one of the issues. This article presents suggestions for addressing the securities market, current issues in the industry and how to address them.

Key words: securities, stock market, stock, equite, bond, stock exchange, investment.

XX asrning iqtisodiy taraqqiyoti shuni to‘liq tasdiqladiki, faqat bozor iqtisodiyotigina xalq xo‘jaligi samaradorlik ko‘rsatkichlarining eng yuqori darajasini ta’minlaydi. Bozor mexanizmining samaradorligi ko‘p jihatdan iqtisodiyotning tovar-pul munosabatlari bilan qanchalik to‘liq qamrab olinganligiga bog‘liq. Bu tovar bozorlari bilan bir qatorda moliya bozorini, jumladan qimmatli qog‘ozlar bozorini shakllantirish zarurligini anglatadi.Hozirgi globallashuv sharoitida fond bozorlari iqtisodiyotning asosiy tarmog‘i bo‘lib kelmoqda.Bundan ko‘rinib turibdiki qimmatli qog‘ozlar bozorini rivojlantirish iqtisodiyotni rivojlantirish demakdir. Qimmatli qog‘ozlar bozori-bu jismoniy va yuridik shaxslarning qimmatli qog‘ozlarni chiqarish , ularning muomalada bo‘lishi va so‘ndirilishi bilan bog‘liq munosabatlari tizimidir.Yurtimiz mustaqillikka erishgandan so‘ng fond bozorini rivojlantirishga doir bir qancha ishlar amalga oshirildi, farmonlar va qarorlar ishlab chiqildi.Xususan,1993-yil 2-sentabrda Oliy kengash tomonidan “Qimmatli qog‘ozlar

va fond birjasi to‘g‘risida”gi qonuni,O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 2006-yil 27-sentabrdagi “Qimmatli qog‘ozlar bozorini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori, 2008-yil 22-iyulda “Qimmatli qog‘ozlar bozori to‘g‘risida” O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qonuni qabul qilinishi bu boradagi salmoqli qadam bo‘ldi.Respublikamiz birinchi prezidenti I.A.Karimov o‘z ma’ruzalarida: “Qachonki qimmatli qog‘ozlarning ikkilamchi bozori to‘la ishga tushsa, fond birjasi tom ma’noda faoliyat ko‘rsatsa, qachonki aksiyalar qiymati muntazam e’lon qilinib borilsa,alohida aksiyalar sotib olishga ishtiyoq va intilish tug‘ilsa, aksiyalarning o‘zi shunchaki oddiy qog‘oz bo‘lib qolmasdan, haqiqiy qim-matli qog‘ozga aylanib, o‘z egalari uchun muhum daromad manbai bo‘lsagina xususiylashtirish jarayoni aniq mazmun va ko‘rinishga ega bo‘ladi” [1] deb ta’kidlaganlar.

Mamlakatimiz qariyb 30 yil mobaynida rejali iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyoti tomon bosqichma-bosqich o‘tish jarayonini boshidan kechirdi.Ammo bu borada amalga oshirilayotgan vazifalar sohada bartaraf etilishi lozim bo‘lgan kamchiliklarning ham yetarlicha ekanligini ko‘rsatmoqda.Ya’ni, bozor iqtisodiyotining eng muhim institutlaridan biri bo‘lgan kapital bozori shakllanish bosqichida qolmoqda. O‘zbekiston bugungi kunda kapital bozorining rivojlanganlik darajasini belgilovchi xalqaro reytinglar(MSCI, FTSE Russel,Standart and Poor’s) bo‘yicha eng pastki pog‘onada turibdi.

Rivojlangan kapital bozori mavjud davlatlarda tadbirkorlar pul kerak bo‘lganda banklardan tashqari fond bozori orqali pul jalb qilish, fuqarolar esa bo‘sh pul mablag‘larini faqat bankka depozitga qo‘ymasdan, qimmatli qog‘ozlarga yo‘naltiradilar.Bu tadbirkor va fuqarolarga qo‘shimcha imkoniyat berishi bilan bir qatorda mamlakatda bank va kapital bozori o‘rtasida sog‘lom raqobatni ta’minlaydi.So‘nggi qirq yillikda jahonda fond birjalari sonining 50 tadan 160 tagacha keskin o‘sishi, kapital bozorining iqtisodiyot rivojida muhim o‘rin tutishini ko‘rsatadi.Bizda esa haligacha banklar moliyaviy resurslarni to‘plash va qayta taqsimlash bo‘yicha asosiy institutligicha qolmoqda.Natijada kompaniyalar va investorlar biznesni moliyalashtirishning raqobatbardosh manbalaridan foydalanish imkoniyatidan mahrum bo‘lib, asosiy ulushi davlatga tegishli bo‘lgan monopollashgan bank tizimiga murojaat qilishdan o‘zga chorasi yo‘q. Ushbu holatning vujudga kelishida asosiy sabablar sifatida quyidagilarni ko‘rsatishimiz mumkin:

-fond bozorining 85% kapitallashuvi asosan davlat banklari va sanoat gigantlari vakili bo‘lgan 10 ta yirik kompaniyalar ulushiga to‘g‘ri keladi;

-iqtisodiy jihatdan olib qaraganda bugun bankka omonat qo‘yish aksiyadan daromad olishga qaraganda foydaliroq.Chunki bugun banklar omonat uchun yillik o‘rtacha 18-20% foyda taklif etishyapti.Hozirgi kunda O‘zbekistonda berilayotgan eng yuqori dividendlar esa o‘rtacha 10-15% ni tashkil etadi.Bundan tashqari bankka qo‘yilgan omonatlardan olinadigan foyda soliqlardan ozod etilgan, aksincha aksiyalardan olinadigan dividendlar bo‘yicha rezidentlarga 5, norezidentlarga esa

[1] Karimov I.A.. “Asosiy vazifamiz vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligi ta’minlash.”2010 yil

10% miqdorida soliq belgilangan.Bularning barchasi bank omonatini aksiyaga nisbatan jozibali bo‘lishiga sabab bo‘lmoqda;
-banklar kapital bozoriga nisbatan rivojlangan infratuzilmaga egaligi;
-bank omonati aksiyaga qaraganda huquqiy jihatdan yaxshiroq himoyalanganligini ko‘rsatishimiz mumkin.

Afsuski hozirda qimmatli qog‘ozlar chiqarib ularni fond bozorida sotish mexanizmidan samarali foydalanilmayapti.Statistika ma’lumotlariga ko‘ra fond bozoridagi aksiyalarning jami qiymati 25 trillion so‘m bo‘lib,YaIM ga nisbatan 6% ga ham yetmaydi.Bu ko‘rsatkich Singapurda 188%, Malayziyada 112%,Rossiyada 34% ni tashkil etadi.Ma’lum qilinishicha 2019-yil iyul holatiga ko‘ra O‘zbekistonda atiga 9 ta korporativ obligatsiyalar muomalaga chiqarilgan bo‘lib, faqat Toshkent shaxridagi Respublika fond birjasida 136 ta kompaniya ro‘yhatdan o‘tkazilgan, ularning umumiy kapitallashuvi bozor kapitallashuvining 10% dan ham kamrog‘ini tashkil etadi.Bu soha bir necha yillar davomida o‘z faoliyatini samarali olib bormaganligi sababli kapital bozorida o‘sish kuzatilmadi. Mamlakatimiz prezidenti Sh.Mirziyoyev “Iqtisodiyotni rivojlantirishda asosiy o‘rin tutuvchi kapital bozoriga katta e’tibor qaratish, moliya bozorlari jumladan fond bozorlarini rivojlantirish ham yangi iqtisodiy sharoitda asosiy maqsadlarimizdan biri bo‘lishi kerak. Yangi moliyaviy instrumentlarni joriy etish va obligatsiyalar chiqarish orqali iqtisodiyotni yanada rivojlantirish zarur” [1]deya ta’kidladilar.Bu borada olib borilayotgan islohatlarning dastlabki bosqichi sifatida 2019-yil boshida “Kapital bozorini rivojlantirish agentligi tuzilganini ko‘rsatishimiz mumkin.Kapital bozorini rivojlantirish agentligi rahbari Otabek Nazirovning aytishicha, kapital bozorida yechim topilishi zarur bo‘lgan muammolar yetarlicha: “Kapital bozorida muammolar juda ko‘p, ularga yechim topish kerak.Odamlarda aksiyaga ishonch yo‘q,bu bor narsa. Bundan oldin ushbu holat bo‘yicha ham qator vaziyatlar kuzatilgan.Shuningdek, bizda ushbu soha bo‘yicha murakkab normativ-huquqiy baza mavjud, uni qayta ko‘rib chiqish lozim.Hozirgi kunda aynan kapital bozorini tartibga soluvchi 100 dan ortiq hujjat bor.Ular bo‘yicha ham ishlarni kuchaytirish kerak.Bizda o‘z bozorimiz uchun jozibador bo‘lgan milliy kompaniyalar tashkil etilishi lozim”,- deydi Otabek Nazirov.

Fond bozorini rivojlantirish bo‘yicha ishlar hozirgi kunda jadal sur’atlarda olib borilmoqda.Shu maqsadda mamlakatimizda qimmatli qog‘ozlar bozorini rivojlantirish mavzusiga bag‘ishlangan konferensiyalar tashkil etildi. Osiyo taraqqiyot banki vitse-prezidenti Shisin Chen ham Toshkentda bo‘lib o‘tgan xalqaro konferensiyada o‘z ma’ruzalarida to‘xtalib o‘tdi; “Hozirgi kunda O‘zbekistondagi kapital bozori moliya sektorida va resurslarni jalb qilishda muhim rol o‘ynamaydi. Qimmatli qog‘ozlar bozori rivojlanmagan.Davlat kabi yirik emitentlardan xalqaro bozorlarda kapitalni jalb qilish talab etiladi.” -deya o‘z fikrlarini bildirib o‘tgan.OTB vitse-prezidenti O‘zbekiston hukumati tomonidan joriy yil boshida 1 milliard dollarlik yevrobond debyuti muvaffaqqiyatli amalga oshirilganligini olqishlagan.Uning ta’kidlashicha , bu investorlarning mamlakatning iqtisodiy asoslari va islohotlar dasturiga bo‘lgan ishonchi yuksalayotganini aks

[1] O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning Oliy majlisga murojaatnomasi. 2018 yil 28-dekabr

ettiradi va O‘zbekiston iqtisodiyotini moliyalashtirish uchun mahalliy bozorlarni rivojlantirish imkoniyatlari ortib borayotganini ko‘rsatadi. Amalga oshirilayotgan bu ishlar kapital bozorini rivojlantirishga qaratilgan dadil qadamlardan biri hisoblanadi. Ushbu sohani rivojlantirish uchun turli qonun va strategiyalar ishlab chiqildi. Xususan,O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 24-yanvardagi PQ-4127 sonli qaroriga asosan,O‘zbekiston Respublikasi Kapital bozorini rivojlantirish agentligi qimmatli qog‘ozlar bozorini tartibga solish bo‘yicha vakolatli davlat organi etib belgilandi. Shuningdek, Yevropa tiklanish va taraqqiyot banki, Osiyo taraqqiyot banki ko‘magida va VTA va ISC maslahatchilari tavsiyalari asosida 2020-2025 yillarda kapital bozorini rivojlantirish strategiyasi ishlab chiqildi.Bu strategiyani amalga oshirish orqali quyidagi natijalar kutilmoqda:

-barcha bozor ishtirokchilari uchun aniq qoidalar/investor xuquqlarini mustahkam himoya qilish;

-erkin muomaladagi qimmatli qog‘ozlar ulushini yalpi ichki mahsulotning 10% ga yetkazish;

-“Frontier markets” xalqaro indekslariga qo‘shilish;

-kapital bozori orqali kirib keladigan xorijiy investitsiyalar xajmining sezilarli darajada oshishi ;

-iqtisodiyotning bank sektoriga bog‘liqligi va bank tizimida davlatning ishtirokini kamaytirish;

-aholi farovonligining o‘sishi 2,5 million mahalliy investorlar jalb qilinishi;

-norasmiy sektorda aylanayotgan qo‘shimcha mablag‘larni iqtisodiyotga jalb qilish;

-O‘zbekiston iqtisodiyoti o‘sish sur’atining yanada jadallashishi(prognozga nisbatan 2% yuqori o‘sish).

Xulosa sifatida aytishimiz mumkinki ushbu vazifalarning bajarilishi fond bozorining yuqori samaradorlik bilan rivojlanishiga imkoniyat yaratadi. Yuqorida keltirib o‘tilgan kamchiliklar bartaraf etilar ekan mamlakatimiz fond bozori albatta jahon bozorida yuqori o‘rinlarni egallaydi.Buning uchun esa barcha sharoitlar yetarli. Zero hech bir mutaxasis o‘z mamlakatining rivojlanishi uchun befarq qarab turmaydi.O‘zbekiston kelajagi buyuk davlatdir!

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. I.A.Karimov. Asosiy vazifamiz vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini ta'minlash.2010-yil.

2.O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning Oliy majlisga murojaatnomasi.2018-yil 28-dekabr.

3.O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 24-yanvardagi PQ-4127 sonli qarori.

4. www.stat.uz

B.U. Bozorov– SamDU dotsenti
J.B. Aminov– SamDU magistranti

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA AHOLI ISH BILAN TA'MINLASHDA YANGI KORXONALARNI TASHKIL ETISH

Annotatsiya: maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida xududlarda aholi ish bilan bandligini ta'minlashda yangi korxonalarni tashkil etish, ish o'rinlarini yaratish holati masalalari ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: raqamli, bandlik, mehnat potensiali, mehnat bozori, zamonaviy hayot, konyuktura

Аннотация: В статье рассматривается проблема создания новых рабочих мест и создания новых рабочих мест в области цифровой экономики.

Ключевые слова:цифровая, трудовой потенциал, рынок труда, современная жизнь, конъюктура.

Abstract:: The artide addresses the issues of creating new businesses and greating jobs in the regions in the contekt of digital ekonomics.

Keywords: digital, labor potensial, labor market, modern life, conjuncture.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining SH.Mirzievning 28 dekabr 2018 yil Oliy Majlisga qilgan Murojaatnomasida "Iqtisodiyotning barcha sohalarini raqamli iqtisodiyot milliy konepsiyasida ishlab chiqishni va shu asosida "Raqamli O'zbekiston 2030" dasturini holatga tadbiq etishimiz zarur ekanligini takidlab o'tdilar".

Bugungi kunda dolzarb muamolardan biri bo'lgan aholini ish bilan ta'minlash yangi ish o'rinlarini yaratish muhim ahamiyatga egadir. Hozirgi innavatsion iqtisodiyotda olib borilayotgan islohatlarda aholini ish bilan ta'minlash imkoniyatlarini yaratish uchun sanoat korxonalarida ish o'rinlarini ko'paytirish muhim ahamiyatga egadir. Mehnat taqsimoti va kooperasiyasining har qanday shakllarida ijrochilarning samarali, yuqori unum Bilan ishlashining zarur sharti ish o'rinlarini tashkil eti shva ularga xizmat ko'rsatishdir. Ish o'rni qanday ishlab chiqarish va mehnat jarayonining birinchi bag'ini bo'lib, aynan ish o'rnida ishlab chiqarish jarayoni uchta elementining hammasi: mehnat ashyolari, mehnat vositalari va ishchi kuchi, ya'ni ijrochi hodimning jonli mehnati yagona bo'lib birlashadi, bu hamkorlik natijasida esa Yangi iste'mol qiymatlari, mehnat mahsulotlari yaratiladi. Shuning uchun ham ish o'rinlarini tashkil etishga katta e'tibor beriladi.

Ish o'rni – ishlab chiqarish makonining bir qismi bo'lib, unda barcha asosiy va yordamchi texnologiya uskunalari, moslamalar, asboblar, ish mebellari va maxsus qurilmalar joylashgan bo'ladi va ular muayyan turdagi ishlarni bajarish uchun muljallangan bo'ladi. Ish o'rni ichida ish zonasi ajratiladi, bu uch ulchovli makon bo'lib, uning doirasida hodimning barcha asosiy mehnat harakatlari amalga oshiriladi.

Bizga ma'lumki ish bilan bandlik siyosati mamlakat rivojlanishi ijtimoiy-iqtisodiy siyosatining tarkibiy qismi sifatida mehnat potensialidan samarali foydalanish va uning rivojlanishi bo'yicha ish bilan bandlik muammolarini echishga yo'naltirilgan iqtisodiyotning o'tish davriga muvofiq, ish bilan bandlik

siyosati ish kuchini tarmoqlar va ish bilan bandlik koʻrinishi boʻyicha qayta taqsimlashda ijtimoiy jihatdan muvofiq ish bilan bandlik darajasini taʼminlashga yoʻnaltirilishi zarur.

Hozirgi paytda mehnat bozorini tartibga solish siyosati quyidagi maqsadlarga erishishni nazarda tutadi:

– ishchi kuchiga talab va taklif oʻrtasida muvozanatga erishish;

– ishsizlarni mehnatga yoʻnaltirishni ragʻbatlantirish;

– ish bilan band boʻlmagan fuqarolarning ish izlashda kasbiy harakatchanligini oshirish;

– ish izlayotgan har bir kishini ish bilan taʼminlash.

Mamlakatimizda iqtisodiy islohotlarni amalga oshirish bilan bogʻliq ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning hozirgi sharoitida ustvor vazifa sifatida iqtisodiyotni rivojlantirish sharoitlariga muvofiq keladigan aholini ish bilan bandlik siyosatining maqsad va vazifalarini ishlab chiqish hamda amalga oshirishdir. Aholini ish bilan bandligi zamonaviy hayot sifatini taʼminlash, inson kapitali rivojlanishiga shart-sharoitlar yaratish va mehnat taqsimotini nisbatan yuqori darajaga oʻtishini taʼminlash bilan bogʻliq boʻlgan mehnat faoliyatining turli koʻrinishlarini va yoʻnalishlarini oʻz ichiga oladi. Aholini oqilona ish bilan bandligini taʼminlamasdan turib ijtimoiy barqarorlikni taʼminlash, iqtisodiy islohotlar yoʻlidan yanada ilgarilab borish va zamonaviy mehnat bozorini taʼminlash mumkin emas. Bunda milliy iqtisodiyotimizning oʻziga xos tomonlarini hisobga olgan holda, ish bilan bandlikning faol yoʻnalishlarini ragʻbatlantirish asosida maqsadli dasturlarni ishlab chiqish muhim ahamiyatga ega, bu esa ish bilan bandlik siyosati inqirozga qarshi dastur bilan, koʻp ukladli iqtisodiyotni takror hosil boʻlish jarayonini jadallashtirish, iqtisodiyotdagi tarkibiy oʻzgarishlarni isloh qilish bilan hamda mehnat resurslarini rivojlantiishning umumiy strategiyasi bilan chambarchas bogʻliq boʻlishi lozimligini ifodalaydi.

Oʻzbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini hozirgi 2017-2021 yillarga muljallangan harakatlar strategiyasi davrida mehnat bozoridagi siyosat davlat tomonidan tartibga solish usullari va shakllari hamda xoʻjalik yuritishni yangi shakllarini rivojlantirish asosida amalga oshirilmoqda. Davlat ish bilan bandlik xizmati mehnat bozoridagi davlat siyosatini amalga oshirishning tarkibiy qismi boʻlib, uni amalga oshirishning asosiy yoʻnalishlari va vazifalarini belgilab beradi. Davlat ish bilan bandlik xizmati mehnat bozorida ijobiy ijtimoiy va iqtisodiy samaraga erishishga yoʻnaltirilgan. Bu bir tomondan, koʻp sonli ishga joylashtirilganlar normativ boʻyicha ish bilan bandlik Davlat jamgʻarmasiga ajratmalar ajratilishi uchun shart-sharoit yaratadi, ikkinchi tomondan esa ishsizlik nafaqasi oluvchilar soni kamayadi va faol yoʻnalishlar uchun sharoit yaratiladi. Bu esa oʻz navbatida, ularning ishga joylashishi uchun sifat koʻrsatkichlarini oshiradi.

Xududlarda aholini ish bilan taʼminlash davlat siyosati mehnat bozori konyukturasi va uning rivojlanish istiqbollaridan kelib chiqqan holda umumdavlat va hududiy ish bilan bandlik dasturlarini ishlab chiqish va realizatsiyasini amalga oshirishda namoyon boʻladi.

Абдумалик Бектемиров – СамИСИ доценти, и.ф.н.

МАРКАЗЛАШТИРИЛГАН ИССИҚЛИК ТАЪМИНОТИ ХИЗМАТЛАРИ ТИЗИМИНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: мақолада марказлаштирилган иссиқлик таъминоти хизматлари тизимини ёпиқ тизимга ўтказиш, ягона харидор моделидан фойдаланиш ҳамда рақамли бошқарувни жорий этиш йўллари ва уларнинг ижобий томонлари кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: ёпиқ тизим, синергетик самара, ҳамроҳ махсулот (когенерация), комбинирлашган, табиий монополия.

Аннотация: в статье рассмотрены преобразование централизованных систем отопления в закрытую систему, использование модели единого покупателя, а также пути внедрения цифрового управления и его преимущества.

Ключевые слова: закрытая система, синергетический эффект, сопутствующий продукт (когенерация), комбинация, естественная монополия.

Abstract: The article considers the conversion of centralized heating systems into a closed system, the use of a single customer model, and also describes ways to implement digital control and its advantages.

Key words: closed system, synergistic effect, associated product (cogeneration), combination, natural monopoly.

Республикамизнинг йирик шахарларида истеъмолчиларга иссиқлик таъминоти марказлаштирилган ва марказлаштирилмаган иссиқлик таъминоти тизими орқали амалга оширилади. Марказлаштирилган иссиқлик таъминоти тизими иссиқликни ишлаб чиқарувчи ва узатувчи тармоқдан иборат. Узатиш тармоғининг узунлиги ҳамда истеъмолчиларнинг қанчалик кўп жалб этилганлиги унинг марказлаштирилганлик даражасини белгилайди.

Марказлаштирилган иссиқлик таъминоти тизимининг ижобий ва афзаллик томонлари билан бирга тизимда камчиликлар ҳам мавжуд. Марказлашган иссиқлик таъминотининг асосий афзаллиги ёқилғидан кўпроқ самарали фойдаланиш имконияти бўлиб, синергетик самарага эришишдир. Бунга иссиқлик ва электр энергияларини қўшиб (ҳамрох махсулот) ишлаб чиқариш ҳисобига эришиш мумкин бўлади. Марказлаштирилган тизимда шартли ёнилғи тежалишига кучли қувватга эга бўлган қозонлар ва газли ёки буғли иссиқлик турбинали ускуналарнинг юқори фойдали иш коэффициенти ҳисобига эришилади. Марказлашган тизимнинг яна бир афзаллиги паст навли мазутни ёки кўмир ёқилғисини ҳамда маиший чиқиндиларни самарали ва экологик хавфсиз ёқиш ҳисобланади. Бундай турдаги ёқилғиларни ажратиш, узатиш ва ёқиш ҳамда зарарли чиқиндиларни ушлаб қолиш учун газ тутунларини тозалаш тизимларининг қимматлиги ва жуда мураккаблиги боис уларни фақат катта марказлашган иссиқлик манбаларида қуриш техник ва экологик жиҳатдан ўзини оқлайди. Марказлашган манбалар энг кам даражада шахар атмосферасини ифлослантиради, чунки иссиқлик ишлаб чиқриш манбаалари сезиларли масофада, қоида бўйича, шахар чегарасидан ташқарида жойлашган бўлади. Катта шахарларда марказлашган манбалар

ҳисобига маъмурий ресурслардан фойдаланиш имкониятини беришда экологик жиҳат сезиларли рол ўйнайди. Бугунги кунда марказлаштирилган тизимдаги асосий камчилик бу иссиқлик тармоқларида иссиқлик энергиясини транспортировка қилишдаги йўқотишларнинг меъёрга нисбатан анча ортиқчалигидир. Бу ўз навбатида когенерациянинг, яъни электр-энергияси билан иссиқлик энергиясини биргаликда комбинирлашган ҳолда ишлаб чиқариш самарадорлигини қарийиб йўққа чиқариб, иссиқлик ишлаб чиқиш харажатларининг янада кўпайишига олиб келади. Ўзбекистонда расмий маълумотларга кўра, Европа мамлакатларига нисбатан магистрал ва тақсимлаш қувур ўтказгичларда бундай йўқотишлар 30-40% ташкил қилади, турар-жой майдони бирлигига 2-3 баробар кўп энергия сарфланади.

Марказлашган манбаларнинг энергетик самараси тизимда замонавий ускуналардан (қозонлар, ёндириш ускуналар, газли ва буғли турбиналар, иссиқлик алмашувчилар, электр генераторлар ва ҳ.к.) фойдаланиш ҳисобига фойдали иш коэффициенти ўсиши билан белгиланади. Бугунги кунда тизимни модернизациялаш ва тежамкор соҳага айлантириш йўналишида Ю. Мунц, М.А. Башмаков Л.Д. Богуславский, Е.Е. Никитин, А.С. Некрасов, Ю. Синяк, С.А. Воронин, В.В. Семикашевлар каби бир қатор МДҲ давлатлари олимлари салмоқли илмий тақиқотлар олиб боришган. Уларнинг илмий тадқиқотларида соҳани ривожлантиришнинг техник ва технологик жиҳатларига асосий эътибор қаратилган. Соҳани монополиядан чиқариш, бозор муносабатларини ўрнатишнинг иқтисодий механизмларини шакллантириш ва ривожлантиришга етарлича эътибор қаратилмаган.

Иссиқлик таъминоти хизматлари ўз тавсифига кўра "...иссиқлик таъминоти хизматлари деганда, инсонлар турмушини табиатдаги ўзгаришлар ва тасодифларидан ҳоли ҳолда, инсон ҳаётининг барча жабҳаларида унга эҳтиёж пайдо бўладиган, муҳтожлик сезилган заҳотиёқ уни кўрсатиш лозим бўлган, алмаштириб бўлмайдиган, мунтазамлилик, даврийлик, мажбурийлик, узлуксизлик ва тўхтовсизлик ҳолатларини ўзида мужассам этган замонавий хизматлар тушунилади"[1]. Шунга кўра иссиқлик таъминоти хизматларини кечиктириб бўлмайди ва у узлуксиз таъминланиши керак. Бу эса тизимнинг мунтазам равишда яхши ишлаб туришини тақозо этади. Бугунги кунда тизимдаги мавжуд қозонхона ва тармоқ қувурларининг жисмонан эскириши натижасида энергия йўқотишларнинг катталиги бу талабни қондира олмайди. Шу билан бирга иссиқлик таъминоти хизматлари жараёнида бозор муносабатлари шаклланмаган. Бу ҳолат марказлаштирилган иссиқлик таъминоти тизимини техник, технологик модернизация қилиш билан бирга, тизимда бозор муносабатларини шакллантириш, табиий монополияга айланиб қолган тизимни монополиядан чиқариш бугунги куннинг объектив заруратига айланиб қолди. Шу нуқтаи назардан мақолада иссиқлик таъминоти хизматлари тизимини модернизациялашнинг қуйидаги йўллари таклиф қилинди:

1. Бугунги кунда асосан иссиқлик таъминоти тизими очиқ тизим

[1] К.М.Ибодов "Монополияга қарши бошқарув назарияси", ўқув қўлланма Т. "Иқтисод-молия", 2019. -304 б., 36б.

бўлгани учун уни ёпиқ тизимга ўтказиш зарур. Тажрибавий лойиҳалар таҳлили кўрсатадики, марказлаштирилган иссиқлик таъминоти хизматлари тизимини ёпиқ тизимга ўтказиш натижасида иссиқлик ишлаб чиқиш ва узатиш тизимини сув билан тўлдириш капитал харажатлари 5 баробарга, эксплуатация чиқимлари – 15 баробарга камаяди, иссиқлик таъминоти тизимларида частота ўзгартиргичларининг қўлланилиши натижасида насос ускуналари истеъмол қиладиган электр энергияси эса сезиларли даражада (20-60%) тежалади. Ёпиқ тизимга ўтказилиши натижасида марказлаштирилган иссиқлик тармоғига турли мулкдорларга қарашли иссиқлик манбаларининг тармоққа дискриминацион бўлмаган уланиш имкониятлари пайдо бўлади. Бу ўз навбатида янги замонавий иссиқлик манбаларини яратишда инвесторларни жалб этиши мумкин.

2. Иссиқлик таъминоти хизматлари тизимида бозор муносабатларини шакллантириш, рақобатни ривожлантириш мақсадида ягона харидор (ЯХ) моделидан фойдаланиш. Бунинг маъноси шундан иборатки тизимда худудий жойлашувига қараб бир нечта ягона харидорлар бўлиши мумкин Бу модел ёрдамида иссиқлик энергияси ишлаб чиқарувчилар ва ягона харидорлар ўртасида нарх-наво рақобати шаклланади ва ривожланиб боради. Бу ўз навбатида иссиқлик таъминоти хизматлари тизимини рақобат асосида ривожланишига олиб келади.

3. Марказлаштирилган иссиқлик таъминоти хизматларида рақамли бошқарувни ривожлантиришдан иборат. Бу иссиқлик энергиясини ишлаб чиқишдаги сарф харажатларни, уни реализация қилишда коррупция элементларини вужудга келтирмайди, истеъмолчиларнинг иссиқлик етказиб берганлиги учун тўловларни ўз вақтида тўлашга ва натижада тизимнинг молиявий таъминоти яхшиланишига олиб келади.

Юқорида келтирилган таклифлар ҳам назарий ҳам амалий характердаги таклифлар бўлиб, уларни амалга ошириш маълум бир даврни талаб этсада, тизимни ривожлантиришга олиб келади.

А.Н.Холиқулов – СамИСИ, Иқтисодий таҳлил ва статистика кафедраси мудири, и.ф.н., доцент

ИҚТИСОДИЁТ РИВОЖЛАНИШИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ РОЛИНИНГ ЎЗГАРИШИГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР

Аннотация: Мақолада “Иқтисодиёт ривожланишида хизмат кўрсатиш соҳаси турлари, замонавий иқтисодиётда хизматлар соҳаси роли, ҳамда унинг ўзгаришига таъсир этувчи омиллар, сервис фаолиятини ривожлантириш йўналишлари кенг ёритиб берилган.

Калит сўзлар: Хизмат, хизмат кўрсатиш, сервис, сервис фаолияти, ишлаб чиқариш сервиси, хизмат кўрсатиш соҳаси.

Аннотация: В статье подробно описываются виды услуг в экономическом развитии, роль сектора услуг в современной экономике, факторы, влияющие на ее трансформацию, а также тенденции развития услуг.

Ключевые слова: Сервис, сервис, сервис, сервисная деятельность, производственные услуги, сервис

Abstract:: The article describes in detail the types of services in the economic development, the role of the services sector in the modern economy, the factors affecting its change, and the trends in the development of services.

Key words: Service, service, service, production activities, production services,service.

Сўнгги 25-30 йил ичида жаҳон иқтисодиётида шунингдек турли давлатлар хўжалик амалиётида хизмат кўрсатиш соҳасининг роли ва аҳамияти сезиларли даражада ўзгариб кетди. Қуйида биз хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланишига объектив таъсир кўрсатувчи омилларни, шунингдек авваламбор айнан ривожланган давлатларнинг саноат ишлаб чиқаришга хос бўлган сифатли ўзгаришларни кўриб чиқамиз. Ривожланган давлатлар қаторига ҳозирги кунда энг аввало Ғарбий Европа, Шимолий Америка ҳамда Японияни давлатларини киритишади. Бу давлатларнинг замонавий саноат ишлаб чиқариши бир қатор қийин муаммолар билан дуч келяпти ва қуйидагилардан зарар кўряпти:

- Саноат ишлаб чиқаришнинг асоси бўлиб хизмат қилувчи қайта тиклаш учун яроқсиз бўлган кўпгина табиий ресурсларнинг емирилиб кетиши;
- Қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришнинг иқтисодий ўсишини ва моддий ишлаб чиқаришнинг баъзи бир турларини секинлашиш суръатларининг умумий пасайиши;
- Ишлаб чиқаришни ривожлантирувчи нетривиал манбаларни излашни рағбатлантирувчи ички ва жаҳон бозорида рақобатнинг чуқурлашуви;
- Сурункали тус олаётган ишсизлик даражасининг ўсиши;
- Инновациялар ва юқори технологияларни ишлатиш билан меҳнатни ишлаб чиқаришни ўсишидан саноат корхоналари ходимларининг иш ҳақи даражасининг қолоқлиги.

Лотин Америкаси ва Осиё ривжланаётган мамлакатларида баъзи бир экологик жиҳатдан хавфли ва меҳнат сарфини кўпроқ талаб қиладиган маҳсулотлар жўнатиш билан ривожланган Ғарб мамлакатларининг йирик бизнесининг намоёндалари юқорида кўрсатилган муаммоларни ечиш учун изланишлари натижасида юзага келган ҳолатдан чиқиб кетиш йўлини топишган. Бунинг ўрнига энг ривожланган мамлакатларда фан-тараққиёт маҳсулотларини кенг жорий қилиш инфармацион компютерлар технологиялардан фойдаланишлардан бошланади, бу эса иқтисодга уларнинг пост индустриал характерини билдиради.

Иқтисодиётда бундай ўзгаришлар ижтимоий тузилишда шунингдек, ривожланган мамлакатларнинг аҳолисининг истеъмол талабида ва маданий йўналишида радикал ўзгаришларни келтириб чиқарди. Шундай қилиб, энди билим эгаллаш, юқори профессионалликка эришиш, кенг дунёқарашга эга бўлиш, ҳаётда омадли бўлиш замини сифатида ҳамда индивидуал ривожланиш учун энг муҳим восита сифатида қаралмоқда. Аҳоли биринчи даражали эҳтиёжларини (озиқ-овқат, кийим кечак ва шу кабилар билан боғлиқ)

қондиришдан иккинчи даражали (хизмат кўрсатиш, ижтимоий, соғломлаштириш, руҳий талаблар) эҳтиёжларини қондиришга қилинаётган ҳаражатлар ошиб бормоқда. Жамият онгида асосий қийматни кундалик ҳаётни ҳар томонлама яхшилаш зарурияти, турмуш ҳаётни оптималлаштириш, болаларни тарбиялаш жараёнининг тобора ривожланиб ҳамда такомиллашиб бориши, инсонларда умуман бўш вақт қолмаслигинии таъминлайди.

Шундай қилиб инновацион ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш шароитида хизмат кўрсатиш соҳаси ривожланишининг илғор суръатларини нафақат баъзи бир миллий иқтисодиётда, балки бутун дунё иқтисодиётида тезлик билан ўсиш тенденциясига эга эканлигини кузатишимиз мумкин.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг субъектлари жамоат талабларини инобатга олиб уларнинг эҳтиёжларини қондиришга қаратилган бўлади. Натижада сўнгги учун йиллар мобайнида дунёнинг кўпгина мамлакатларида хизматларни экстернализация қилиш жараёнлари фаол олиб борилди. Экстернализация қилиш деганда олдин саноат ишлаб чиқаришнинг ташкилий қисми ёки оила доирасида ўз-ўзига хизмат кўрсатиш ва аҳоли фаоллигининг мустақил турлари бўлиб ҳисобланувчи, ўзига жамоат эҳтиёжларини қондириш функцияларини олувчи, сервис фаолиятининг янги тури ва шаклларининг кенг миқёсда пайдо бўлиши тушунилади. Бу жараёнлар хизмат кўрсатиш фаолиятини янада ривожлантирди, ҳамда хизмат кўрсатиш сифатини янада яхшиланишига сабаб бўлди.

Иқтисодиёти ривожланган давлатларнинг ЯИМда хизматлар улушининг ўсиши XX асрнинг сўнгги чорагида ҳамда XXI асрнинг биринчи чорагида хизмат кўрсатиш соҳаси жадал суръатлар билан ўсиб бориши кузатилди Бугунги кунда кўпгина мамлакатларда ЯИМнинг асосий қисмини хизмат кўрсатиш соҳаси таъминлайди. Европа иттифоқи мамлакатларида ЯИМда хизматлар улуши 63 % ни, АҚШда 73% ни ташкил этади.

Замонавий иқтисодиётда хизмат кўрсатиш соҳаси ролининг ўзгариши ҳақида шунингдек ички савдо натижалари кўрсаткичлари, хизматлар билан ташқи савдо ҳажми, бандлик структурасининг ўсиш томон ўзгариши ва бошқалар гувоҳлик беради.

Хизмат кўрсатиш соҳасидаги бандлар сони ҳақида гапирадиган бўлсак, унга нафақат хизматлар кўрсатиш соҳасида банд бўлган ходимлар, балки иқтисоднинг бошқа соҳаларида сервис функцияларини бажарувчилар ҳам киради. Шундай қилиб, ҳом ашё тайёрлови, қишлоқ хўжалиги, қайта ишлаш саноатига қрашли корхоналарида юрист, ташиш бўйича мутахассислар, кадрлар танлаш ва меҳнат ресурслари бўйича жавобгар ходимлар каби сервис профилининг мутахассислари мавжуд. Буларнинг барчаси “ички” хизматлар таркибида бўлади.

Инновацион иқтисодиётни шакллантириш шароитида хизмат кўрсатиш соҳаси ривожланишининг яна бир муҳим аҳамияти туризмнинг ички структурасининг динамик ва масштабли ўзгариши билан боғлиқ. Сўнгги 30 йил ичида асосий ишлаб чиқариш тармоқларини динамикасига асос бўлган ишлаб чиқариш хизматлари билан боғлиқ сегментлар ўсиши айниқса эсда

қоларли бўлди. Ишлаб чиқариш хизматлари орасида ҳозирги кунда мустақил сервис сегментини ташкил қилувчи ишбилармонлик хизматлари бунёд бўлди.

Инновацион иқтисодиётни шакллантириш шароитида ривожланишнинг мантиқий ишлаб чиқариш чегарасидан ташқарига саноат корхоналарининг ички бўлимларига хизмат кўрсатувчиларни чиқариш заруриятини келтириб чиқарди. Бу бўлимлар ҳуқуқий шахслар мақомига эга бўлди ва ўзининг фаолиятини саноат хусусан сервис фаолияти доирасида ишлаб чиқаришга белгиланган турли хизматларга қаратганлар рақобатда ютиб чиқмоқда.

Ишлаб чиқариш хизматлари бир тармоқли корхоналарда маҳсулотга бозор талаби, таъминлаш билоан, ишлаб чиқарувчи, унинг ҳамкорлари ва истеъмолчилар ўртасида воситачилик ролининг бажарилиши билан боғлиқ. Охирги ҳолатда информацион, телекоммуникацион, транспорт, компьютер хизматлари бажарилмоқда, тадбиркорлик муҳити янгиланиб бормоқда ва ҳ.к. Шундай қилиб, ишлаб чиқариш хизматлари нима, қаерда ва қандай ишлаб чиқарилиши кераклигини янада юқори даражада аниқловчи мустақил ривожланувчи тармоқ бўлиб бормоқда.

Айниқса саноат маҳсулотларини сотиш бўйича хизмат кўрсатиш билан ва етказиб бериш билан боғлиқ ишлаб чиқариш хизматларини алоҳида айтиш лозим. Ҳар бир ишлаб чиқариш айниқса, юқори технологияли, техника ва узоқ муддатга фойдаланиладиган товарлар ишлаб чиқақувчи сервиснинг алоҳида турига муҳтождир. Бу сервис тайёр техникани монтаж қилиш ва жойлаштиришга, тайёр маҳсулотларни жамловчи, ҳом ашёни ташиш ва омборларга тахлашга шунингдек унга ёқилғи қуйиш, техник хизмат кўрсатиш, ремонт, ташқи кўринишини сақлаш кейинчалик уни фойдаланишга беришга йўналтирилган.

Хизмат кўрсатиш фаолиятининг ушбу кўринишлари асосий ишлаб чиқариш билан тўғрироғи унинг натижаси – товар билан уни истеъмолчига чиқиши олдидан ва ундан кейинги ҳолати билан боғлиқ. Ишлаб чиқарувчилар тез-тез бу хизматларни яхшиламасдан ортиқча юк сифатида қарашади. Лекин амалиёт шуни кўрсатадики, яъни сервиснинг бу турлари биринчидан ҳам ишлаб чиқарувчилар учун ҳам истеъмолчилар учун ўта муҳим, иккинчидан, юқори даромадли ҳисобланади. Бугунги кунда завод техник қурилмалари, локомативлар, самолётлар, ҳарбий техникалар, компютерлар ва бошқалар сотиш хизмтларининг объекти бўлиб ҳисобланмоқда.

Ишлаб чиқариш сервиси билан бир қаторда у билан яқин тўқнаш келувчи (лекин қўшилмайдиган) савдо, овқатланиш, транспорт, алоқа билан боғлиқ тақсимот, туризм, меҳмонхона, таълим, тиббий, суғурта ва банк хизматлари фаол ривожланмоқда. ХХ асрнинг охири ва ХХI аср бошларида алоқа ва транспорт хизматларининг тезкор ривожланиши асосий ишлаб чиқаришга нисбатан ҳар хил мижозларнинг сифатга бўлган талабларининг тезда ўсиши, алоқа хизматлари ва транспорт хизмат кўрсатиш дифференциал ва ихтисослаштириш билан шартланган. Айниқса коммуникациянинг янги турлари – телефон алоқанинг янги усуллари, компютер тармоқлари ва бошқалар билан боғлиқ алоқа хизматлари сегментлари сезиларли

ўзгаришларни бошдан кечиряпти. Коммуникацион хизматларнинг янги босқичи (спутник орқали алоқа, компютер алоқасини ўзлаштириш) транспорт хизматларини қисман бўлсада ўрнини эгаллашга етакламоқда.

Ривожланиш динамикаси ва юқори талаб бугунги кунда тадбиркорлик амалиётининг ҳамда хизмат кўрсатиш фаолиятининг барча тармоқларига кириб борувчи тадбиркорлик хизматлари учун ҳам характерлидир. Тадбиркорлик хизмат кўрсатиш ўзининг шакллари бўйича кўпқиррали кўринишга эга, шунингдек иқтисод ва жамоат фаолиятининг турли соҳаларида кўп тармоқли. Унинг ўзагини банк ва суғурта хизматлари ва воситачи тадбиркор фаолияти, транспорт-эксплуатацион, ташкилий-ахборот, консултация ва бошқа хизматлар ташкил этади.

Ва ниҳоят, туризм ва меҳмонхона хўжалиги тармоқларидаги жиддий ўзгаришлар иқтисодиётнинг ривожланиши ва инсонларга йўналтирилган хизматлар ролининг ўсиши билан асосланади. Бу хизматлар ҳар бир одамнинг ижтимоий-маданий, рекреацион, руҳий эҳтиёжлар ҳамда шахсий эҳтиёжлар билан боғлиқ. Бу йўналишда қуйидаги хизматларни алоҳида айтиш лозим: таълим олиш ва таълим бериш, ахборот-билиш, рекреацион-бўш вақт (шунингдек маданий-валеологик, туристик, туристик, спорт-соғлимлаштириш), кўнгил очар, бадиий-эстетик, диний, ижтимоий-сиёсий ва бошқа хизматлар. Шу ўринда моддий ёрдам истеъмоли билан боғлиқ бўлган шахсий хизматлар улуши сўнгги 10 йил ичида нисбатан мувозанатли бўлиб қолмоқда.

Шундай қилиб,ривожланган мамлакатларнинг иқтисоди сервисли ёки аниқроқ айтганда ахборотли-сервис бўлмоқда. Сервис ролининг ҳам иқтисодда ҳам жамоат амалиётидаги бундай ўсиши сервис фаолиятининг аҳволидан – унинг ташкилоти, таъминлаш, эффекти – кам бўлмаган даражада замонавий жамоат ҳаётининг ҳамма томонлари ҳамда унинг келажакдаги ривожланиши ҳақида далолат беради.

Ф.А. Сафаров – СамИСИ докторанти, PhD

ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ШВЕЦИЯ ТАЖРИБАСИ

Аннотация: мақолада менежментнинг Швед модели тўғрисида фикр юритилган. Унда Швеция менежментининг ўзига хос томонлари, уларни қўллаш самараси ҳақида ҳам мулоҳаза қилинган.

Калит сўзлар: менежмент, Швед модели, швед социализми, рақамли бошқарув, ижтимоийлашув.

Аннотация: в статье описана шведская модель управления. Она также отражает специфику шведского менеджмента и эффективность его реализации.

Ключевые слова: менеджмент, шведская модель, шведский социализм, цифровое управление, социализация.

Abstract: The article describes the Swedish management model. It also reflects the specifics of Swedish management and the effectiveness of its implementation.

Keywords: management, Swedish model, Swedish socialism, digital management, socialization.

Мамлакатимиз иқтисодиётини ривожлантиришнинг янги босқичига олиб чиқиш иқтисодиётни ривожлантиришга янгича ёндашувларни қўллашни тақозо этади. Бунда инновацион ва инқилобий усуллар билан бир қаторда йиллар давомида ўзини оқлаган ва сезиларли самарага эришишга сабаб бўлган усулларни ҳам назардан четда қолдирмаслик лозим. Айниқса, бу борада иқтисодиё жиҳатдан ривожланган мамлакатлар тажрибасини ўрганиш ва уларнинг айрим жиҳатларини иқтисодиётимизни ривожлантириш мақсадида қўллаш маълум жиҳатдан ижобий натижаларга олиб келиши мумкин.

Ривожланган мамлакатлар орасида АҚШ, Буюк Британия, Германия, Франция, Хитой, Япония иқтисодиётлари етакчи ўринга эга, уларнинг тажрибаси йиллар давомида чуқур ўрганилган ва таҳлил қилинган. Бу мамлакатлар билан бир қаторда жаҳон хўжалигида ўз ўрнига ва ривожланиш моделига эга бўлган Швецияни алоҳида таъкидлаб ўтиш жоиз. Швед моделининг ўзига хос томонларини ўрганиш ва уларни иқтисодиётда қўллаш имкониятини баҳолаш мақсадида энг муҳим маълумотларни келтириб ўтмоқчимиз.

Менежментнинг Швед модели “швед социализми” деб аталади. Швед моделига швед иқтисодчиси, Нобель мукофоти совриндори Гуннар Мюрдаль (1898–1987 йй.) асос солган. Г.Мюрдал Стокгольм иқтисодий мактабининг асосчиси, иқтисодий қолоқликни бартараф этишнинг институционал назариясини яратган. Деярли 70 давомида мамлакат социал-демократлар таъсири остида бўлди. Бу эса ўз навбатида мамлакатда юқори турмуш даражаси ва фаровонлигини таъминлаб берди. Швед моделига кўра:

– жамият аъзоларига юқори яшаш минимумини таъминлаш ва энг зарур бўлган тақдирда моддий ёрдам бериш; камбағалларга айрим имтиёзлар жорий этиш ва моддий таъминоти етарли бўлганларга бекор қилиш;

– фуқароларга қонун чекламайдиган исталган тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланиш имконияти яратиб берилди;

– фуқароларнинг таълим, тиббиёт ва бошқа ижтимоий хизматлардан баҳраманд бўлишлари учун шароитлар яратиб бериш;

– ёлланма ишчилар учун қулай иш шароити яратиб бериш, уларни бозор иқтисодиётининг салбий таъсирларидан ҳимоя қилиш;

– фуқароларни жиноий тажовузлардан химоя қилиш;

– фуқароларнинг давлатнинг ижтимоий-сиёсий тамойилларига мос келувчи сиёсий хуқуқ ва эркинликларини ҳимоя қилиш;

– фуқароларни сиёсий тайзиқ ва маъмурий тажовузлардан имоя қилиш;

– ғоявий босимдан холи ижтимоий муҳит яратиб бериш.

Г.Хофстеде индекси асосида аниқланган кўрсаткичларга кўра Германиянинг маданий тафовутлари менежментнинг ўзига хос модели шаклланиши мумкин.

14-жадвал

Швеция менежменти учун Г.Хофстеде индекслари қиймати

Ҳукуматдан узоқда бўлиш	Индивидуализм/ коллективизм	Гендер тафовутлар	Ноаниқликдан қочиш	Келажакка ёндашиш ёки стратегик фикрлаш
31	71	5	29	61

Хорижий тажрибалардан Швед моделига назар ташласак, бу моделга хос хусусиятларнинг бир қанча миллий томонларини кўриш мумкин: булар рационализм, тадбиркорлик, муаммоларни инқилобларсиз, катта сакрашларсиз тинч йўл билан ҳал эта билиш. Швед модели шунга асосланадики, давлат фирмаларнинг ишлаб чиқариш фаолиятига аралашмайди, меҳнат бозоридаги фаол сиёсат бозор ижтимоий-иқтисодий чиқимларини иложи борича минимум миқдорда сақлаши лозим. Моделнинг яна бир муҳим томони шундаки, хусусий сектор ишлаб чиқаришни максимал ўстириш, халқнинг турмуш даражасини яхшилаш, солиқлар тизими орқали давлат томонидан олинган фойдани иложи борича кўпроқ қисмини аҳолига қайта тақсимлашни назорат қилади. Бироқ бунда ишлаб чиқариш омилларига таъсир кўрсатмаслик керак (тадбиркорлик фаолиятининг эркинлиги эркин рақобат, эркин талаб ва таклиф). Бунда асосан жамоа пул жамғармалари ва инфраструктура элементларига кўпроқ ён босилади. Бу эса ўз навбатида солиқлар ва давлат харажатлари орқали миллий даромадни бўлиниши, истеъмол қилиниши ва қайта бўлиб берилишида давлат роли тобора ошиб боради. Швед моделининг яна бир муҳим жиҳати унинг юқори даражада институтционаллашувидир.

Кўпчилик швед тажрибасини ва услубларини осонгина экспорт қилиш ва уни исталган мамлакатда ҳаётга татбиқ қилиш мумкин деб ўйлайди. Лекин ҳар бир мамлакат ўз миллий анъаналари, дини, тарихига эга ва шуларга қараб иш кўриши лозим. Бундан ташқари кимдир швед модели қотиб қолган ва якунланган нарса, шведлар энди ҳеч нарса қилмай яшайверишлари мумкин деб ўйлайди. Амалда эса бундай эмас. Юқорида кўрсатиб ўтганимиздек, швед моделида доимо ўзгаришлар содир бўлади, чунки дунёдаги ҳар бир ўзгаришга мос ҳаракат қилинмаса ортда қолиши ҳеч гап эмас. Бироқ швед модели орқали кўп мамлакатлар ўзларига хулоса чиқариб олишлари лозим. Масалан, швед моделининг асосий қисми меҳнат бозоридаги фаол сиёсат тажрибаси бошқа мамлакатлар томонидан қўлланилиши мумкин. Бунинг маъноси шуки: ишсизларга фақат нафақа бериб улкан пул маблағларини сарф қилишнинг кераги йўқ, бунинг ўрнига ишсизларни қайта тайёрлаб, уларнинг малакасини ошириб меҳнатнинг бошқа турларига йўналтиришга қаратилади.

Л. Эрхарднинг «ижтимоий йўналтирилган бозор хўжалиги» концепцияси ва Г.К. Мюрдал концепцияси ўртасида кўпгина умумий жихатлар мавжуд десак муболаға бўлмайди.

Бошқарувнинг Швед модели АҚШ ва Япония моделлари каби ўзининг самарадорлигини амалиётда кўрсатиб бера олди. Инсонлар орасидаги тенглик швед меҳнат жамоаси ҳамда мамлакатдаги жамиятнинг ҳам фарқли жиҳатидир. Ўтказилган ислоҳатлар натижасида Швеция даромадлар ва гендер табақаланиши бўйича дунёдаги энг паст кўрсаткичга эга мамлакат ҳисобланади. Бугунги кунда швед парламентида аёллар улуши 42%ни, ҳукуматда -50% ни ташкил этади. Мамлакатдаги 80% аёлларнинг даромади бевосита эркакларга боғлиқ эмас.

Швед корхоналарида бошқарув тизими ўзаро ёрдам, умуминсоний қадри-

ятларга ва инсонларнинг тенглигига асосланган. Бизнес юритишда ҳам жаҳон амалиётида кам учрайдиган ёндашув танланган бўлиб, бизнес, тадбиркорлик ва инсонийлик ўртасидаги мувозанат сақлаб қолинган. Бу ёндашув инсонларнинг моддий эҳтиёжларни қондиришга ҳирс қўйиши, инсон қадр-қимматини поймол қилинишининг олдини олади.

Швед менежментининг энг муҳим жиҳатларидан бири юқори поғонадан қуйи поғонагача бўлган звенода инсоннинг иш муҳитида тушуниш лозимлигидир. Шу боисдан ҳам барча ишчилар тенг ишлашга ҳаракат қилади. Инсонларнинг меҳнатга муносабати унинг корхонадаги келажагини белгилаб беради.

Корхона раҳбарлари ўз мулкини ўзлари идора қилишни исташади. Менежерлар ва қуйи поғона менежерлари, ишчилар ўртасидаги қатъий бўлмаган иерархия, бошқарувчи мавқеининг сезиларсиз эканлиги ҳам швед менежментининг хусусияти ҳисобланади. АҚШ ва Япония моделларидан фарқли равишда корхоналарнинг ташкилий тузилмалари ҳам норасмий, пухта режалаштирилмаган, аксарият ҳолларда турли томондан назоратни таъминлаб берувчи матрицивий тузилмага эга.

Халқаро даражадаги швед компанияларида хорижий ёки шўъба корхоналар ўртасидаги муносабатлар қатъий бўлмасдан оддий шаклда амалга оширилади. Шу сабабли ҳам қатъий расмий муносабатларни талаб этадиган АҚШ ва Япония моделлари учун бу ҳолат анча тушунарсиз ҳисобланади. Шундай қилиб бошқарув назоратининг жуда суст бўлишига қарамасдан самарадорликнинг жуда юқори даражасига эришиш швед моделининг ўзига хос жиҳатларидан бири ҳисобланади.

Швециянинг муҳим жиҳатларидан бири мамлакатдаги кучли брендларга эга бўлиш муваффақият гарови сифатида қаралишидир. Ҳар бир тадбиркор ўз бозор нишасини топа олиши ва фойдага эга бўлиши муҳим ҳисобланади. Бунинг учун энг муҳими мижозлар эътиборига ва содиқлигига эришиш, қулай ишбилармонлик ва бизнес ҳамкорликни йўлга қўйиш муҳим. Турли сегментларга хизмат кўрсатувчи корхоналар охир-оқибат инқирозга учрайди. Айнан шу тамойил менежерлар ва ходимлар ўртасида ҳам амал қилади. Скандинавия қадриятларига кўра корхонада менежер учун содиқ ҳисобланган ходимларни тайёрлаш ва тарбиялаш зарур бўлади.

Швецияда олиб борилган ҳукумат сиёсати туфайли юқори технологиялар соҳасида жуда катта муваффақиятга эришилди. Давлат томонидан телекоммуникация бозорида рақобат муносабатлари ва шартлари белгилаб бералган, шахсий компьютерлар, алоқа линияларини барпо этиш давлат томонидан қўллаб-қувватланади. Мамлакатда АТ соҳасига инвестициялар киритиш ЯИМ 8% ини ташкил қилади. Бунинг натижасида мамлакатда соҳага оид кўплаб дастурлар ишлаб чиқилди ва мамлакат тўлалигича “рақамли бошқарув”га ўтди. Интернет хизматлари мамлакатда электр энергияси ва сув таъминотидан сўнг учинча заруратга айланган.

Швецияда менежментнинг муваффақияти халқнинг миллий стереотипларига ҳам боғликдир. Компанияларда жавобгарлик ва масъулият

номарказлашган ҳолда бўлиб, барчаси юқори поғона менежерлари ўртасида тақсимлаб берилган. Менежерлар барча вазифаларни котиб(котиба) ёрдамисиз тўғридан-тўғри ходимлар орқали ўзлари бажаришади. Компания раҳбарияти, ёлланма менежерлар, ишчи-ходимлар ўртасида тўсиқнинг мавжуд эмаслиги, норасмий муносабатларнинг кенглиги, бизнесга жамоавий ёндашиш швед услубининг ўзига хос жиҳатидир. Швед тадқиқотчиларнинг фикрича, ишбилармонлик амалиётида инсонларнинг статуси ва эгаллаб турган лавозими аҳамиятга эга эмас. Шунинг учун ҳам меҳнат жамоаси раҳбарият олдида умуман қўрқувни ҳис қилмайди, самарали ишлаши учун уни жамоа аъзоларига таққослаш шарт эмас. Шахслараро коммуникацияда психологик тўсиқларнинг мавжуд эмаслиги ишлаб чиқариш билан боғлиқ масалаларнинг самарали ҳал этилишини таъминлаб беради.

Иерархиянинг сустлиги швед корхоналарида бошқарув даражалари жуда содда, меҳнат жамоаси ўзаро тенгликда олиб қаралади. Менежерларнинг мавқеи, ижтимоий статуси иккинчи даражали ҳисобланади. Аксарият иш жараёни норасмий алоқалардан иборат бўлганлиги сабабли ташкилий тузилмада иерархия аниқ арор топмаган.

Тенглик менежерлар ва ишчи-ходимларнинг корхонада тенг мавқеда қабул қилиниши, норасмий алоқаларнинг кучлилиги, мулоқат ва тушунтириш барча учун мажбурий эмаслиги сабабли тенглик таъминланган. Корхона фаолиятига доир ишларнинг аксарияти норасмий алоқаларда, ортиқча бюрократик таомилларсиз амалга оширилади.

Швед менежменти асосан нормарказлашув тамойилига асосланган. Корхоналарнинг ташкилий тузилмаси вертикал йўналишда энг кам иэрархия ва бўлимлар сонига эга. латерал тузилмаларнинг самарадорлиги қарор қабул қилишнинг жамоавийлик тамойилига асосланганликдадир. Швецияда миллий анъаналарга кучли эътибор қаратилади, шу сабабли ҳам корхона ва ташкилотларда муҳим қарорлар жамоа томонидан муҳокама қилиниши керак. Қарор қабул қилишнинг бу тамойили ҳар бир ходимнинг ўз фикрини билдиришига, бошқа томондан қарор вариантларининг кенг таҳлил қилинишига имкон беради.

Швед моделининг етарли даражада самарали бўлишига қарамасдан, хорижий ҳамкорлик ва муносабатларда турли мураккабликларни келтириб чиқаради. Номарказлашув тамойилининг суст намоён бўлиши узоқ тарихий илдизга эга, шунинг учун ҳам шведлар юқори мавқе ва обрўга эга ҳамкорларига ҳурмат кўрсатишмайди. Бу ўз навбатида хорижий ҳамкорларга нисбатан катта ҳурматсизлик сифатида қабул қилинади.

Хулоса қилиб айтганда менежментнинг Швед моделининг мувоффақияти кўп жиҳатдан 1950–60 йиллардаги ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг энг тўғри моделини танлаш билан боғликдир. Ижтимоий йўналтирилган иқтисодиёт модели бугунги кунда дунёвий тус олмоқдаки, буни рад этиб бўлмайди. Бу йўналиш нафақат Швеция, балки ЕИ, қолган Скандинавия давлатлари, Исроил, Канада, Хитой, Жанубий Корея, Лотин Америкаси ва Араб давлатлари учун ҳам хосдир.

Ҳақиқатан ҳам ҳар бир давлат ўзининг келиб чиқиш тарихи, иқлим шароити, географик-ҳудудий жойлашиши каби ўзига хос хусусиятларга эга. Шунинг учун бирор мамлакат жорий этиш учун бошқа бирор давлатнинг моделини кўчириб олиш мутлақо нотўғри эканлиги ҳақиқатга мос тушади. Фақат ҳар бир ижтимоий- иқтисодий соҳани ривожлантириш учун турли давлат тажрибаларидан ижобий фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Б.Б.Мардонов – СамИСИ катта ўқитувчиси, PhD,
М.Э.Эрдонов – СамИСИ магистранти

ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ ОЛДИДА ТУРГАН ВАЗИФАЛАР

Аннотация: мақолада хизмат кўрсатиш соҳасини янада ривожлантиришнинг зарурияти ва афзалликлари келтирилган. Шунингдек, Инновацион иқтисодиётни шакллантириш шароитида хизмат кўрсатиш сохаси олдида турган мухим вазифалари баён этилган.

Калит сўзлар: инвестиция, глобаллашув, инновация, бандлик, хизматлар соҳаси, даромад.

Аннотация: в статье изложены необходимость и преимущества дальнейшего развития сферы услуг. Также были изложены важные задачи, стоящие перед сферой услуг в условиях формирования инновационной экономики

Ключевые слова: инвестиции, глобализация, инновации, занятость, сфера услуг, доход.

Abstract: The article outlines the need and advantages of the further development of the service sector. The important tasks facing the service sector in the context of the formation of an innovative economy were also outlined.

Key words: : investment, globalization, innovation, employment, services, income.

Ижтимоий-иқтисодий тараққиётнинг барча босқичларида, ҳар бир мамлакатда инсон ҳаётининг асосини хизмат кўрсатиш сохаси ташкил этади. Чунки, хизмат кўрсатиш жараёнлари бўлмаса, ишлаб чиқариш, айирбошлаш, тақсимлаш ва истеъмол қилишнинг ўзи ҳам бўлмайди. Ҳар қандай жамиятда инсоният истеъмолсиз яшай олмаганидек, хизмат кўрсатиш сохасисиз ҳам туролмайди. Мамлакатда инновацион иқтисодиётни шакллантиришда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантирмасдан унга эришиб бўлмайди. Хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиётни янгича ривожланишида асосий ричаги ҳисобланади. Шу сабабли барча мамлакат рахбарлари, олимлари, иқтисодчилари ушбу соҳа ривожланишига катта эътибор беришади. Айниқса жаҳон бозори конъюнктураси кескин ўзгариб, глобаллашув шароити кучайиб бораётган бир вақтда ушбу соҳани ривожлантириш ҳар доимгидан муҳим ҳисобланади. Дунё миқёсида содир бўладиган глобал ўзгаришлар бирор бир давлатни беэътибор қолдирмайди. Ҳар бир мамлакат бундай вазиятда ўзига хос ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқаради. Ўзбекистон ҳам ана шундай мураккаб вазиятда иқтисодиётни янада барқарор ва жадал суръатлар билан ривожлантириш учун мутлақо янгича ёндашув ҳамда тамойилларни ишлаб

чиқиб, амалга оширишни тақозо этади. Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича қабул қилинган Ҳаракатлар стратегиясида ҳам бу масалага катта эътибор берилган. Ҳаракатлар стратегиясининг учинчи устувор йўналишида миллий иқтисодиётни жадал ривожлантириш ва либераллаштириш борасида энг долзарб масалалар ечими борасида аниқ вазифаларнинг белгилаб берилгани бу борада ҳал қилувчи аҳамиятга эга. Шунингдек, инновацион иқтисодиётни шакллантиришда хизмат кўрсатиш соҳаси олдида ҳам муҳим вазифалар туради. Маълумки, хар қандай иқтисодий ривожланишнинг янгича йўли соҳа ва тармоқларда жидий ўзгаришларни талаб этади.

Тадқиқотларда хизмат кўрсатиш соҳаси мамлакат иқтисодиётини ривожланишидаги бир неча вазифаларни бажаришини кўрсатиб ўтилган. Масалан, иқтисодчи Т.Д.Бурменко хизмат кўрсатиш соҳаси олдида турган муҳим бир вазифа – бу тадбиркорликни ривожлантиришдир, деб ҳисоблайди. К.А.Омарова эса ўзининг илмий мақоласида хизматлар соҳасининг асосий вазифаларидан бири бўш иш ўринларини яратилишида муҳим рол ўйнашини таъкидлайди. Иқтисодчи олима В.П.Леонова юқорида билдирилган фикрлардан фарқли равишда, хизмат кўрсатиш соҳаси янги вазифаларни бажариши лозимлигини кўрсатади. У хизмат кўрсатиш соҳаси инсон капиталини ривожлантиришда, ижтимоий ва демографик муаммоларни ҳал этишда муҳим вазифаларни бажаради, деган хулосага келади. Мамлакатда аҳоли турмуш даражасини ошириш, фаровонлигини таъминлашда, умуман олганда ижтимоий-иқтисодий ривожланишида хизмат кўрсатиш соҳасининг ўрни ниҳоятда катта. Унинг имкониятларидан унумли фойдаланилса иқтисодий муаммолларга ечим топиш мумкин. Шунинг учун мамлакатдаги ижтимоий-иқтисодий, сиёсий, маънавий барқарорликни таъминлашда вазифалари кўп. Хориж олимларининг илмий тадқиқотларида ҳамда маҳаллий олимларимизнинг илмий ишларида бу борада қимматли ва аҳамиятли фикр мулоҳазалари мавжуд. Масалан, иқтисодчи олима Ю.П.Ўрунбаева аҳоли турмуш даражасини оширишда хизмат кўрсатиш соҳасининг вазифалари тўғрисида қуйидаги фикрларни билдирган: «аҳолининг бўш вақтидан самарали фойдаланишга қаратилган хизмат турларини кўпайтириш ва ривожлантириш, айниқса қишлоқ аҳолиси учун мўлжалланган хизмат турларини жадал ривожлантириш; хизмат кўрсатиш соҳасининг айрим тармоқларида жисмоний ва маънавий жиҳатдан эскирган жиҳозлар ҳанузгача сақланиб қолгани ва бу хизмат кўрсатиш фаолияти самарадорлиги ва хизматлар сифатига салбий таъсир кўрсатмоқда; аҳолининг хизматларга бўлган талабини ҳисобга олган ҳолда хизмат турларини белиглаб олиш ва бошқалар». Иқтисодчи олимларнинг миллий иқтисодиётни ривожланишида хизмат кўрсатиш соҳаси олдида турган вазифалари тўғрисидаги билдирган фикр ва мулоҳазаларини яна кўп давом эттириш мумкин. Бироқ биз юқоридаги номи келтирилган олимларнинг фикрларига қўшилган ҳолда, тадқиқотимиз мақсадидан келиб чиқиб, инновацион иқтисодиётда хизмат кўрсатиш соҳаси олдида қуйидаги вазифалар бор деб ҳисоблаймиз:

Биринчидан, хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқлари орасида ривожланишдан ортда қолаётган тармоқларга эътибор бериш вазифаси. Маълумки, соҳанинг ривожланиши унинг тармоқларнинг ривожланиши билан бевосита боғлиқ. Бир тармоқнинг ортда қолиши ушбу тармоқ билан боғлиқ бошқа тармоқнинг ҳам ортда қолишини билдиради. Таҳлилларимиз хизмат кўрсатиш соҳасининг соғлиқни сақлаш, таълим, маориф, маданият, санъат, дастурий таъминот, молия, суғурта каби тармоқлари иқтисодиётни ривожланиш даражасидан анча ортда қолаётганлигини аниқлади. Масалан, Ўзбекистонда соғлиқни сақлаш хизматларининг ЯИМдаги улуши 3-4 фоиз атрофида. Ривожланган мамлакатларда, эса жумладан Францияда соғлиқни сақлаш тармоғининг ЯИМдаги улуши 10-11 фоизни, АҚШда 17-18 фоизни, Швейцарияда 12 фоизни ташкил этади. Таъкидлаш ўринлики, кейинги йилларда ушбу тармоқ ҳам мамлакатда жадал суръатлар билан ривожланиш босқичига кирган. Лекин, соғлиқни сақлаш тармоғининг ЯИМдаги улушини ривожланган мамлакатларнинг ЯИМдаги улуши билан таққослаганда 9-10 фоизга кам. Бу эса, ўз навбатида, соғлиқни сақлаш тармоғини фойдаланилма-ган имкониятлари кенг эканлигини билдиради. Шунингдек, статистик маълумотларга кўра, Ўзбекистонда алоқа ва ахборотлаштириш хизматларнинг ЯИМдаги улуши қарийб 3,0 фоизни, хизматлар соҳаси таркибида эса 6,4 фоизни ташкил этади. Компьютерли дастурлаш хизматлари ЯИМ таркибида 0,1 фоизни, хизматлар соҳаси таркибида эса 0,2 фоизга тенг. Ушбу рақамларни иқтисодиёти ривожланган мамлакатлари кўрсаткичлари билан таққосласак алоқа ва ахборотлаштириш хизматларини ривожлантириш борасида ҳали анча ишлар қилиниши лозимлигини кўрамиз. Масалан: Россия Федерациясида алоқа ва ахборотлаштириш хизматларининг ЯИМ хиссаси 7-8 фоизни ташкил этади

Иккинчидан хизмат кўрсатиш тармоқларида олий маълумотли ходимларни кўпроқ жалб этиш вазифаси. Экспертларнинг ҳисоблашларича, самарали ижтимоий-иқтисодий тараққиётни таъминлаш учун мамлакат аҳолиси катта ёшдагиларининг 40-60 фоизи олий маълумотли, улар таркибида 2,5-5,0 фоизи илмий ходимлар бўлишини талаб этилади. Буни ривожланган давлатлар тажрибаси ҳам исботлайди. Масалан, Европа Иттифоқи мамлакатларида ҳар 1000 нафар ходим ҳисобига 5 та олим тўғри келади. Мазкур кўрсаткич АҚШ 8 та, Японияда эса 9 та олим тўғри келади. Ўзбекистонда аҳолининг саводхонлик даражаси жаҳонда энг юқориларидан бўлиб, 99,3 фоизни ташкил этади. Лекин Ўзбекистонда иқтисодиётда банд бўлганларнинг таркибида олий маълумотли мутахассисларнинг улуши ҳали анча паст. Шу сабабли хизмат кўрсатиш соҳасини келажакда олий маълумотли ходимлар билан таъминланса мақсадга мувофиқ бўлади.

Учинчидан, хизмат кўрсатиш соҳасида кўпроқ инвестицияларни жалб этиш вазифаси. Бу вазифа асосан хизмат кўрсатиш соҳасини асосий фондлар билан таъминлашга қаратилганлиги билан ажралиб туради. Хизмат кўрсатиш соҳасида самарадорликни оширишда замонавий воситаларнинг аҳамияти катта. Қолаверса, тадқиқотларда аниқланишича, ҳар тўққиз ойда истеъмол

товар ва хизматларга бўлган талаб ўзгариб турар экан. Ана шундай ўзгариш-ларга ҳар доим тайёр бўлиб туриш учун ҳам хизмат кўрсатиш соҳасида инвестицияларни кўпроқ хажмда киритиб туришни мақсадга мувофиқ деб топдик. Хизмат кўрсатиш соҳасида қанчалик кўп инвестициялар, айниқса хорижий инвестициялар жалб этилса, шунчалик ушбу соҳа барқарор ривожланиб боради. Бу масалага Ўзбекистон Республикаси Президенти «Жадал ва барқарор ривожланишга қаратилган инвестицион сиёсат бундан кейин ҳам сўзсиз давом эттирилади»[1] деб, эътироф этиб ўтгандилар.

Тўртинчидан, хизмат кўрсатиш соҳаси аҳоли даромадларини оширишдаги вазифаси. Хизмат кўрсатиш соҳаси кенг ва кўп тармоқли соҳа бўлганлиги учун кишиларни ушбу соҳада қўшимча банд бўлиш имконини беради. Қўшимча бандлик кишиларга қўшимча даромад манбаини шакллантиради. Аҳоли даромадларини ошиши кишиларни турли хизматлардан фойдаланиш имконини беради. Аҳоли даромадлари ошиши истеъмол даражасини кенгайтиради. Мамлакатда яратилаётган моддий ва маънавий неъматларга ҳамда хизматларга бўлган талабни шакллантиради. Аҳоли талабини қондириш моддий неъматларни яратиш, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш орқали амалга оширилади. Шу сабабли ҳам аҳоли даромадлари хизмат кўрсатиш соҳаси тараққиётига таъсир қилади Аҳолининг пул даромадлари таркиби, меҳнатга ҳақ тўлаш, мол-мулкдан, тадбиркорлик фаолиятидан олинадиган даромадлар ҳамда трансферт тўловларидан тушадиган тушум орқали шаклланади. Аҳоли пул даромадлари таркиби асосан меҳнатга ҳақ тўлашдан тушадиган даромад ҳисобланади. Бу кўрсаткичнинг мутассил равишда ўсиб бориши, аҳолининг турмуш даражасини яхшиланиб бораётганлигини ифода этади.

Кишилар эхтиёжининг янгиланиб туриши соха ва тармоқларни ривожлантириш заруратини талаб қилади. Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш, аҳолининг ушбу соҳа хизматларига бўлган эхтиёжини қондиришда инновациялар муҳим роль ўйнайди. Чунки инновацион фаолият ишлаб чиқариш базасини техник ва технологик жиҳатдан тўхтовсиз янгилаш, замонавий технологияларга асосланган корхоналарни ташкил этиш, табиий ресурслардан унумли фойдаланиш, умуман, иқтисодиётни юксалтиришнинг муҳим омили ҳисобланади.

Инновацион иқтисодиётда соҳа ва тармоқларни ривожланиши учун шу вазифаларни бажариш лозимлиги мухим деб ҳисоблаймиз.

1)Хизмат кўрсатиш соҳасини жадал суръатлар билан рвиожлантириш, унинг ЯИМ таркибидаги улушни ривожланган мамлакатлар даражасига яқинлаштириш.

2) Инвестицияларнинг мамлакат иқтисодиётига жалб этиш даражасини ошириш.

[1] Sh.M. Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. Mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma’ruza, 2017 yil 14 yanvar / Sh.M. Mirziyoyev. – Toshkent: O‘zbekiston, 2017. – 104 b.

3) Миллий иқтисодиёт тармоқларида банд бўлган ходимларнинг маълумот даражасини кўтариш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.

1. Mirziyoyev.Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. Mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma'ruza, 2017 yil 14 yanvar / Sh.M. Mirziyoyev. – Toshkent: O'zbekiston, 2017. – 104 b.
2. Нусратулин В.К.Неравновесная эканомика.2-е изд.доп.-М.:2006. С.361.
3. Бурменко Т.Д.Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг. 4.Практикум: учебное пособие/.-М.: КНОРУС, 2016.-422 с.
5. Омарова К.А. Развитие малого и среднего бизнеса в сфере услуг как фактор экономического роста// Экономика и управление в сфере услуг №3 (39). 2011.
6. Леонова В.П. Структурные реформы в сфере услуг и их воздействие на развитие и использование трудовых ресурсов.
7. Урунбаева Ю.П. Хизмат кўрсатиш соҳаси ва аҳоли турмуш даражаси: ўзаро боғлиқлиги ва ривожланиш истиқболлари. Монография, Тошкент: Фан,2013 йил, 46-47 Б.

М.К.Рашидов – Навоий давлат кончилик институти катта ўқитувчиси

ИҚТИСОДИЙ ТАРАҚҚИЁТ ДАВРИДА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ АҲАМИЯТИ ВА РИВОЖЛАНИШИ

Аннотация: ушбу мақолада иқтисодий тараққиёт даврида рақамли иқтисодиётнинг муҳимлиги ва долзарблиги таҳлил қилинган. Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш учун лозим бўлган омилларни ўрганишга ва давлатлардаги бу омилларни таҳлил қилишга ҳаракат қилинган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, аналог иқтисодиёт, ахборот воситалари, АКТ, компютерлаштириш, интернетдан фойдаланиш даражаси,давлатларнинг АКТ бўйича ривожланиш индекси.

Аннотация: В данной статье анализируется важность и актуальность цифровой экономики в процессе экономического развития. Были предприняты усилия для изучения факторов, которые необходимы для развития цифровой экономики, и для анализа этих факторов в странах.

Ключевые слова: цифровая экономика, аналоговая экономика, медиа, ИКТ, компьютеризация, использование интернета, индекс развития ИКТ стран.

Abstract: This article analyzes the importance and relevance of the digital economy in the process of economic development. Efforts have been made to study the factors that are necessary for the development of the digital economy, and to analyze these factors in countries.

Keywords: digital economy, analog economy, media, ICT, computerization, Internet use, countries ICT development index.

Ҳозирги глобаллашув даврида рақамли иқтисодиёт тобора кучайиб бораётганлиги барчамизни қувонтиради, албатта. Лекин, унинг аҳамиятини

чуқурроқ ўрганиш ва кўр кўрона иш тутмасликни ҳам талаб даражасида олиб бориш лозимдир. Шунинг учун ҳам дастлаб “рақамли иқтисодиёт” атамасига тўхталиб ўтсак.

Дастлаб бу атама 1995 йилда америкалик дастурчи олим Николас Негропонте (Массачисест университети) томонидан қўлланилди. Кейинчалик эса, бу атамани иқтисодчилар, сиёсатчилар, тадбиркорлар ва журналистлар кенг қўллай бошлаганлар. Ўтган йили Жаҳон банкининг асосий ҳисоботларидан бири ҳам дунёда рақамли иқтисодиётнинг ҳолати тўғрисидаги ҳисоботдир(“Рақамли дивидентлар” номи остидаги ҳисобот[1]).

Афсусланарли томони шундаки, шу пайтгача ушбу концепсиянинг мазмуни ноаниқлигича қолмоқда. Ҳатто, Жаҳон банкининг ҳисоботида ҳам аниқ таъриф йўқ. Кўпгина интернет материалларида рақамли иқтисодиёт қайси иқтисодиёт тури билан боғлиқлиги ва ўхшашлиги, қайси материалларни ўрганиши ҳақида маълумотлар қисман мавжуд холос.

Назарий жиҳатдан таҳлил қиладиган бўлсак, аввало “аналог” иқтисодиёт тушунчасини эсга олиш керак. “Аналог иқтисодиёт”- бу жамиятнинг иқтисодий фаолияти, шунингдек ишлаб чиқариш, тақсимлаш, айирбошлаш ва истеъмол қилиш тизимида шаклланадиган муносабатларнинг йиғиндисидир. Компютер, интернет ва мобил телефонлардан фойдаланиш аллақачон истеъмол сифатида кўриб чиқилиши мумкин бўлган омилдир. Бу ҳолда рақамли иқтисодиётни интернет, мобил телефон ва АКТ воситачилик қиладиган иқтисодий муносабатларнинг бир қисми сифатида ифодаланиши мумкин.

Бошқариш тизимлари ва электроника университети “Рақамли иқтисодиёт” атамасида иккита ёндашув мавжуд деб ҳисоблайди. Биринчи ёндашув “классик”: “Рақамли иқтисодиёт”- бу рақамли технологияларга асосланган иқтисодиётдир ва бундан ташқари, фақат электрон маҳсулотлар ва хизматлар соҳасини тавсифлаш янада тўғри бўлади. Классик мисоллар - телетиббиёт, масофадан туриб ўқитиш, тиббий таркибни сотиш (филъмлар, телевизорлар, китоблар ва бошқалар). Иккинчи ёндашув кенгайтирилган: “Рақамли иқтисодиёт” бу рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда ишлаб чиқариш.

“Рақамли иқтисодиёт” - бу маълумотларни яратиш, қайта ишлаш, сақлаш, узатишнинг янги усулларига, шунингдек рақамли компютер технологияларига асосланган иқтисодиётдир-деб, таърифни беради: Москва давлат университети доценти Енговатова Алехандра.

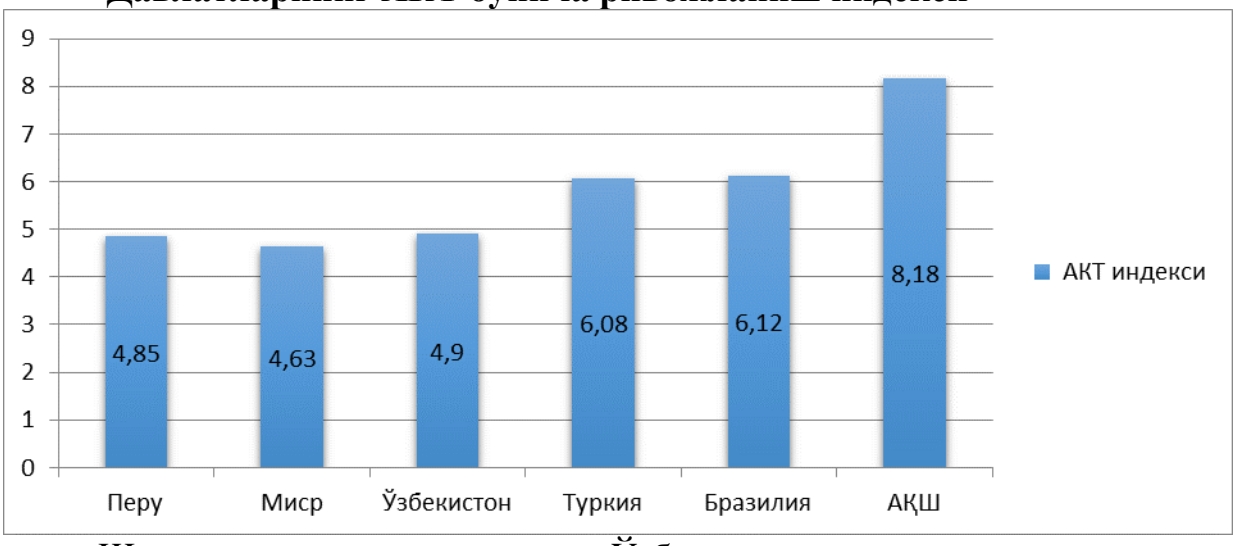
Иқтисод фанлари доктори, Россия Фанлар академиясининг мухбир аъзоси - Владимир Иванов энг кенг таъриф беради: “Рақамли иқтисодиёт - бу бизнинг ҳаёт ҳақиқатимизни рақамларда тўлдирадиган виртуал муҳит”.

Жаҳон иқтисодиётининг глобаллашуви ва технологик ривожланиш шароитида Ўзбекистоннинг иқтисодий ривожланишини рақамли иқтисодиётнинг жадал ўсишини тасаввур қилиш қийин. Масалан, Ассентуре консалтинг компанияси 2022 йилга келиб, глобал ЯИМнинг чорак қисми рақамли соҳада бўлишини тахмин қилмоқда. Бунинг ажабланарли жойи йўқ, чунки 2019 йилда технологик гигантлар даври бошланди, бунда технологик

[1] Анна Урманцева “Риа-новости” газетаси, Москва, 16 июн 2017 г.

соҳадаги 7 компания энг қиммат 10 та компаниялар рўйхатига маҳкам ўрнашиб олди. Бироқ, рақамли иқтисодиётни рағбатлантириш учун рақамлаштириш ва рақамли тижоратни ривожлантиришга тўсқинлик қиладиган тўсиқларни олиб ташлаш керак. Масалан, АКТ ривожланиши индекси бўйича Ўзбекистон 170 дан ортиқ давлат ичида 103-ўринни эгаллаб турибди, Миср ва Перудан олдинда, аммо Туркия ва Бразилиядан кейин.

Давлатларнинг АКТ бўйича ривожланиш индекси[1]



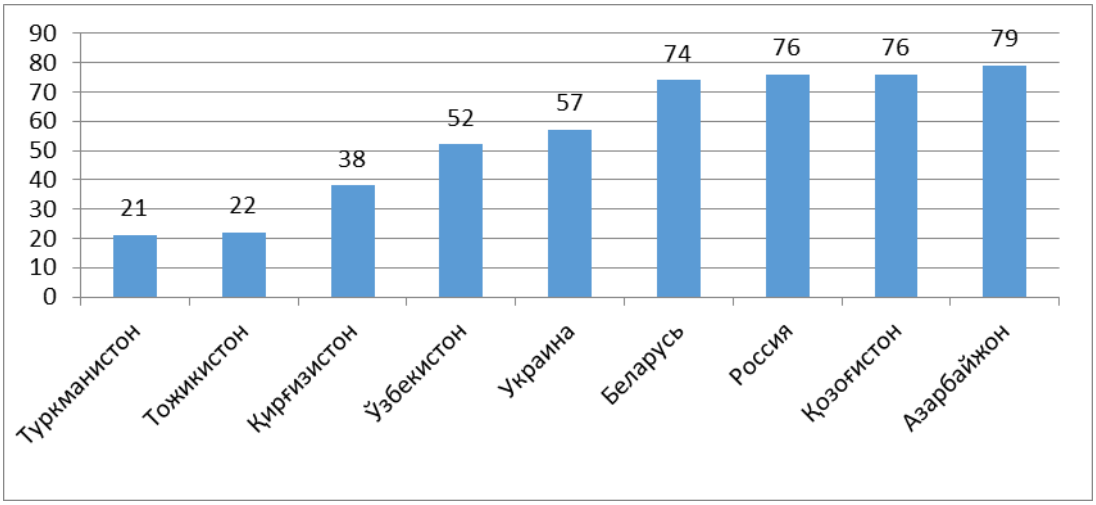
Шуни таъкидлаш керакки, Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни ривожлантириш муаммолари ривожланаётган мамлакатлар ҳам дуч келадиган умумий муаммоларга ўхшашдир. Асосий муаммолардан яна бири телекоммуникация инфратузилмаси ва коммуникациясининг пастлиги. АКТга инвестицияларнинг камлиги (2017 йилдаги умумий инвестицияларнинг 2,8%) туфайли республикада базавий алоқа станцияларининг зичлиги жуда пастлигича қолмоқда (1600 аҳолига 1 та база станцияси). Бундан фарқли ўлароқ, Қозоғистондаги бундай минора 643, Россияда эса 235 аҳолига АКТ эҳтиёжларини қондиради. Бу эса ёмон интернет ва уяли алоқа хизматлари рақамли иқтисодий ўсишни секинлаштириши ва рақамли тафовутни кенгайишига олиб келади. МДҲ давлатлари билан таққослаганда, 2019 йилда Ўзбекистонда интернетнинг ўртача тезлиги (мобил ва кўзғалмас кенг бўғинли) тахминан икки баравар паст эди.

Ўзбекистонда рақамли кўникмаларнинг етишмаслиги рақамли конвертация учун жиддий тўсиқ бўлиши мумкин. Ўзбекистон кам ривожланаётган давлатлардан бири сифатида аҳоли жон бошига тўғри келадиган ЯИМ даражаси мутлақо (2016 йилда 100%) бошқа мамлакатлар билан таққослаганда (масалан, Лаос Халқ Демократик Республикасида 84,66%) йил). Бошқа томондан, ривожланаётган мамлакатларда катталар саводхонлиги даражаси юқори бўлишига қарамай, рақамли саводхонлик паст даражада қолмоқда. Эҳтимол, буни мактабларда АКТнинг паст даражаси ва тарқалиши билан изоҳлаш мумкин. 2017 йилда 1000 талабадан 32тасида

[1] ЕРГО тадқиқот ва маслаҳат маркази маълумотлари асосида

шахсий компютерлар мавжуд эди. Бундан ташқари, мактаблардаги компютерларнинг етишмаслиги, Ўзбекистондаги шахсий компютерларга эга уй хўжаликлари сони, ҳар 100 хонадонга 50тадан компютерни кучайтирмоқда. Буни меҳнат бозоридаги тенденциялар ҳам тасдиқлайди - Ўзбекистон меҳнат бозорида малакаларнинг етишмаслигини баҳолаш бўйича ўтказилган тадқиқотга кўра, сўралган компанияларнинг 68 фоизи янги номзодларни ёллашда асосий сабаблардан бири сифатида АКТ ва компютер кўникмаларининг аҳамиятини таъкидлашган.

Интернетдан фойдаланувчилар сони(аҳоли сонига нисбатан % да)



Рақамли инфратузилманинг заифлиги ва мамлакатда рақамли кўникмаларнинг етишмаслиги туфайли Ўзбекистонда рақамли айланмалар суст суръатлар билан ривожланмоқда. Масалан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарорида мамлакатда онлайн-савдо ва савдо майдончаларининг етарли даражада эмаслиги қайд этилган.

Шунга қарамай, сўнгги 13 йил ичида терминал орқали битта карта бўйича ўртача тўлов миқдори 207 минг сўмдан 2,7 миллион сўмгача ошди. 2018 йилда терминал орқали амалга оширилган тўловларнинг умумий ҳажми 53 трлн.сўм. Гарчи, Парламент 2005 йилда Интернет орқали қонуний операцияларни амалга ошириш учун асос бўлган "Электрон рақамли имзолар тўғрисида" ги қонунни қабул қилган бўлса-да, тартибга солишнинг йўқлиги Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратни ривожлантиришга халақит берадиган асосий тўсиқ бўлиб олмоқда. Ҳозирги вақтда меъёрий ҳужжатлар лойиҳаларини муҳокама қилиш учун мўлжалланган (regal.gov.uz.) веб-сайтда "Электрон тижорат тўғрисида" ги қонунга электрон тижорат соҳасидаги такомиллаштирилган тартибга солувчи ўзгартиришлар ва қўшимчалар тўғрисидаги қонун лойиҳаси жойлаштирилган. 2017 йилда Ўзбекистон электрон ҳукумат тизимига давлат хизматлари веб-порталини ишлаб чиқиш билан бошлади. 2018 йилда турли хил давлат идоралари томонидан 127 та онлайн хизматлар таклиф қилинди ва уларнинг сони 3,2 миллионга етди. Бироқ, 32 миллиондан фойдаланувчилар сони атиги 57,7 минг кишини ташкил этди. 2019 йилдан бошлаб, давлат хизматларини Интернет орқали

олиш 10% арзонроқ.

Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг электрон ҳукумат индекси мамлакат ўз аҳолиси учун кириш ва интеграцияни таъминлаш учун ахборот технологияларини қандай ишлатишини акс эттиради. 2018 йилда Ўзбекистон бўйича кўрсаткичлар МДҲ бўйича ўртача кўрсаткичга тенг ва дунё бўйича ўртача кўрсаткичдан юқори. Рейтингдаги 193 мамлакат орқасида Ўзбекистон 81-ўринни эгаллади.

Интернетнинг ошган нархи, етарли қамров йўқлиги ва интернетнинг халқаро ўтказувчанлиги пастлиги телекоммуникация соҳасининг монополлашган натижасидир. Ривожланаётган мамлакатларда телекоммуникацияларнинг бозор шакли кўпинча олигополия ёки ҳатто монополия ҳисобланади. Ўзбекистонда ва бошқа МДҲ мамлакатларида телекоммуникация соҳаси асосан битта етакчи компания билан чекланган, улар махсус ваколатларга ва манбаларга эга (масалан, Ростелеком, Укртелеком, Казактелеком, Азтелеком ва бошқалар). Рақамли иқтисодиёт сари муҳим қадам 2020 йилга мўлжалланган дастурларда давлат монополиясини бекор қилишдан бошланиши лозим. Телекоммуникация соҳасини либераллаштириш орқали Ўзбекистон ўз фуқароларига хавфсиз ва арзон интернет хизматларини тақдим этиш ва рақамли итқисодиётдан фойда олиш имконини беради.

Нурбек Давлатов – СамДУ ассистенти
Акмал Абдусаидов – СамДУ ассистенти
Беҳбуд Эркинов – СамДУ магистранти

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ФАОЛИЯТ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ УСУЛЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада сервис иқтисодиётининг шаклланиши ва ривожланиб бориши билан хизмат кўрсатиш корхоналари фаолияти самарадорлигини баҳолаш усуллари ва турлари ҳамда ресурс-сарф ва мақсадга йўналтирганлик таснифи бўйича ёндашувлари тадқиқ этилган.

Калит сўзлар: сервис иқтисодиёти, хизмат кўрсатиш, самарадорлик, унумдорлик, ресурс-сарф ёндашув, мақсадга йўналтирганлик ёндашув, меҳнат унумдорлиги, материал қайтими, фонд қайтими, рентабеллик.

Аннотация: В этой статье проанализованы существующие подходы, методы и виды оценки эффективности предприятий, а также издержки производства направленные на развитие и становление экономики сервиса.

Ключевые слова: Экономика сервиса, сфера обслуживания, эффективность, производительность, издержки производства, целенаправленно, подход, эффективность труда, возврат материалов, возвратный фонд, рентабельность.

Abstract: In this article are researched the formatiyon of service economy and appreciating methodi and types developing the efficiency of the activity of service enterprises and also appoaches on direcnted definition to the resource-expenses and goal.

Key words: Service economiy, servising efficiency, productivity resource-expenditure approach, directed approach to the goal, work efficiency, material compensation, fund compensation, profitability.

Хизмат кўрсатиш соҳаси моҳияти ва мазмунига кўра, замонавий ҳаёт сифатини таъминлаш билан боғлиқ бўлган инсон капитали ривожланишига шарт-шароит яратиш ҳамда меҳнат тақсимотининг нисбатан юқори даражага ўтишини таъминлаш билан боғлиқ бўлган инсон фаолиятининг турли кўринишларини ва йўналишларини ўз ичига олади.

Шунга кўра, Президентимиз Ш.Мирзиёев таъкидлаганларидек, "...2019 йил якунлари бўйича ялпи ички маҳсулот 5,6 фоиз ўсганлиги қайд этиб ўтилди. Саноат маҳсулотлари ҳажмлари – 6,6 фоиз, қурилиш-пудрат ишлари – 12,5 фоиз, чакана савдо айланмаси – 14,4 фоиз хизматлар – 12,5 фоиз ўсди".

Ҳозирги мамлакатимиз иқтисодиётини диверсификациялаш ва энг муҳим тармоқларни модернизациялаш жараёнида хизмат кўрсатиш корхоналарини доимий равишда ўзгариб борувчи бозор муносабатлари шароитида баркарор иқтисодий ривожланиши, уларни хўжалик фаолиятлари самарадорлигини ошириш механизмини такомиллаштиришни талаб этади. Чунки, хизмат кўрсатиш корхоналари фаолиятлари самарадорлигини ошириш механизми билан боғлиқ бўлган хизмат кўрсатиш интенсивлигини таъминлаш ресурслардан фойдаланишда тежамкорликка эришиш, ходим меҳнатидан фойдаланиш самарадорлиги ва хизмат кўрсатиш сифати ҳамда унинг натижадорлигини ошириш, истеъмолчилар талабини тўлиқ қондириш масалалари соҳанинг ўзига хос муаммоларидан бири ҳисобланади.

Хизмат кўрсатиш корхоналари фаолияти самарадорлигини ошириш бўйича иқтисодий тизимлар ва нисбатларни ўрганишга диалектик ва тизимли ёндашув, комплекс баҳолаш, қиёсий ва солиштирма таҳлил, статистик ва динамик ёндашув ҳамда гуруҳлаш усулларидан фойдаланилди.

Иқтисодий адабиётларда таъкидланган умумий қабул қилинган таснифдан ташқари яна бир неча таснифни ажратиб кўрсатиш мумкин. Масалан, сарфлар ва натижаларни тўлиқ ҳисоблаш даражаси учун унумдорлик кўрсаткичи таснифини ҳам уч турини ажратиб кўрсатиш мумкин.

а) хусусий (бир натижани бир сарфга нисбати);

б) умумлашган (бир ёки бир неча натижаларни бир неча сарфларга нисбати);

в) интеграл (унумдорликнинг тўлиқ ҳисоботи);

Олдинги таснифга фарқли равишда ушбу таснифда нафақат ишлаб чиқаришда фойдаланиладиган ресурслар миқдори, балки ишлаб чиқариш натижаларини табақаланиш имкониятлари ҳам инобатга олинган.

Иқтисодий самарадорлик хўжалик юритувчилар фаолиятлари натижасини акс эттиради, ижтимоий самарадорлик эса иқтисодий субъектларнинг ижтимоий самарадорлигини, уни жамият ҳаётининг турли томонларига таъсирини акс эттиради. Бунда ижтимоий ва иқтисодий самарадорлик муайян даражада ўзаро боғлиқдир. Ижтимоий самарадорликка эришиш – инсонларнинг ижтимоий яшаш шароитларини яхшиланиб бориши бўлиб, у иқтисодий самарадорликни оширишга имкон яратади. Оқибатда у, инсоннинг меҳнат қилиш қобилиятига таъсир кўрсатиб, унинг меҳнат унумдорлигини оширишга олиб келади. Шу билан биргаликда, ижтимоий дастурларни амалга

ошириш учун моддий асос зарур. Бу моддий асос корхоналар фаолиятини иқтисодий самарадорлигини ошириш орқали эришилади. Демак, сервис иқтисодиёти шароитида самарали фаолиятнинг янгича мазмунини қуйидагича ифодалаш мумкин: фаолият самарадорлиги самарадорлик тушунчасининг моҳияти ёки мазмуни билан ўлчанмайди, балки ижтимоий самарадорликни ташкил қилувчи кўрсаткичлар орқали белгиланади. Бу кўрсаткичлар иқтисодий самарадорликни белгиловчи кўрсаткичларга нисбатан кенгроқ мазмунга эга. Самарадорликни ташкил этувчи сифатий ҳолатларни ўзгариши хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини самарадорлигини баҳолаш заруратини келтириб чиқаради. Шу билан умумий қабул қилинган нўқтаи назарга кўра, ижтимоий самарадорликни аниқ миқдорий ўлчовга тушириб бўлмайди. Шундай килиб, анъанавий тарзда самарадорликни фақат иқтисодий табиатини акс эттириш мумкин, унинг ижтимоий ва ижтимоий-иқтисодий жиҳатларини миқдорий мезонлар билан ўлчаш мураккабдир. Бундай нўқтаи назар ҳозирги даврда иқтисодий фанларда кенг тарқалган. Шу билан биргаликда, сервис иқтисодиёти шароитида самарадорликни баҳолаш муаммоси ечимига боғланган илмий тадқиқотлар долзарблашиб бормоқда ва бу йўналишдаги илмий тадқиқотларга талаб анча юқоридир.

Ривожланган бозор иқтисодиётли мамлакатларида сервис иқтисодиётининг шаклланиши билан фаолият самарадорлигини баҳолаш масалалари тадқиқотига алоҳида эътибор қаратилмоқда. Биз ҳам ўз тадқиқотимизда ушбу масалага ўз эътибормизни қаратмоқчимиз. Бунинг учун биринчи навбатда самарадорлик тушунчасига ва унинг таърифига эътибор бериш мақсадга мувофиқ. Самарадорлик тушунчаси мураккаб тушунча эканлигини эътироф этиб, илмий адабиётларда (efficieny – инглизча) бир нечта таржимавий талқинга эга бир мунча кенг таркалган «efficieny» иборасини самарадорлик, ҳаракатчанлик, маҳсулдорлик, ҳаракатчанлик қобилияти, оперативлик каби тушунчалар билан изоҳлаш мумкин. Ҳозирги вақтда самарадорликни кўплаб таърифлари нафақат иқтисодиёт фанларида, балки бошқа фанларда ҳам келтирилган.

Самарадорлаштириш – меҳнат фаолиятининг у ёки бу соҳасида юқорироқ натижаларга эришиш ва ушбу натижаларнинг бирлигига сарфларни қискартириш мақсадларида энг яхши ечимларни излашдир.

Меҳнат унумдорлиги, ишлаб чиқариш самарадорлиги, маҳсулдорлиги иқтисодий маконнинг бир-бирини тўлдириб турувчи параметрларидир. Чунки улар айни бир уша объектнинг – ишлаб чиқарилган маҳсулотини турли томондан, яъни жонли меҳнатни тежаш, ишлаб чиқариш чиқимларини қискартириш ва жамият эҳтиёжини мумкин қадар қондириш томонидан кўриб чиқади. Иқтисодий маконнинг аниқланган параметрлари табиийдир, чунки улар иқтисодий ҳодисалар моҳияти ва табиатини акс эттиради.

Илмий адабиётларда ресурс-сарф нўқтаи назаридан самарадорлик ва унумдорликни ташкил қилишда бир хил кўрсаткичлар сифатида тадқиқ этилади. Аммо иқтисодий тушунчалар сифатида улар турличадир. Шунинг учун ресурс ёндашуви бўйича самарадорликни баҳолашда унумдорлик

кўрсаткичлари тизимига тўхталиш мақсадга мувофиқдир.

Мақсадга мувофиқ ёндашув доирасида самарадорликни қуйидаги кўринишларини ажратиб кўрсатиш мумкин:

– ташқи самарадорлик, (ташкилот ташқи имкониятларидан фойдаланиш нуктаи назаридан самарадорлик) уни ҳисоблаш олдиндан режалаштирилган натижаларни бирор бир жараённи бажарилиши орқали олинган натижаларга нисбати сифатида аниқланади;

– ички самарадорлик, (ташкилотларни ички имкониятларидан фойдаланиш нўқтаи назаридан самарадорлик) уни ҳисоблаш минимал зарур ресурсларни фойдаланишга мўлжалланган режаларга нисбати сифатида амалга оширилади;

– умумий самарадорлик, (ташқи ва ички самарадорлик асосида аниқланади).

Умумий самарадорлик тушунчаси дастлаб П.Друкер томонидан таклиф қилинган.

Шуни таъкидлаш лозимки, америкалик иқтисодчилар томонидан таклиф қилинган самарадорлик талқини кенг мақсадларда фойдаланиш мумкин, яъни нафақат иқтисодий, балки ижтимоий, маданий ва табиатни муҳофаза қилиш ва бошқаларда фойдаланиш мумкин. Шунинггдек, сервис иқтисодиётида мазкур ёндашув асосий аҳамиятга эга.

Самарадорликни ҳисоблашни мақсадга йўналтирганлик ёндашуви асосчиларидан бири америкалик Г.Эмерсондир. У ўзининг «самарадорлик-нинг ун икки тамойили» номли асари «tvelve prinsiples of efficiency 1912) асарида унумдорликни самарадорликни ун икки тамойилидан бири деб айтади. Аммо Г.Емерсоннинг фикрича, унумдорлик ва самарадорлик тенг кўрсаткичлар эмас. Шуни айтиш керакки, Г.Емерсоннинг самарали ишлаб чиқаришнинг юқори унумдорлигини бирламчи вазифа қилиб қўймайди.

Б.Б.Мардонов – СамИСИ катта ўқитувчиси, PhD,
М.Э.Эрдонов – СамИСИ магистранти

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ ЖАДАЛ РИВОЖЛАНИШИДА ТЎСҚИНЛИК ҚИЛУВЧИ БАЪЗИ САБАБЛАР

Abstract: In the article, some reasons hindering the intensive development of the service sector were identified by the authors

Keywords: GDP, agriculture, investment, innovation, employment, services, income.

Аннотация: в статье не которые причины, препятствующие интенсивному развитию сферы обслуживания, были определены авторами

Ключевые слова: ВВП, сельское хозяйство, инвестиции, инновации, занятость, сфера услуг, доходы.

Аннотация: мақолада хизмат кўрсатиш соҳасини жадал ривожланишида тўсқинлик қилувчи баъзи бир сабаблар муаллифлар томонидан аниқлаб берилган.

Калит сўзлар: ЯИМ, қишлоқ хўжалиги, инвестиция, инновация, бандлик, хизматлар соҳаси, даромад.

XX аср иқсодиётининг энг асосий қонунияти–бу индустриал иқтисодиётни постиндустриал иқтисодиётга ўзгаришидадир. Бунда хизмат кўрсатиш соҳаси муҳим ўрин тутади. Хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиётига ўтиш жараёни универсал бўлиб, барча мамлакатларга хосдир. Лекин, ушбу жараён ҳар бир мамлакатнинг ўз ички имкониятлари асосида шаклланиб бориши ҳамда бевосита иқтисодиётнинг ривожланиш даражасига боғлиқ бўлади. Шу жумладан Ўзбекистон Республикасининг Биринчи Президенти қайд этганларидек, “Барчамизга аёнки, хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиётимизни барқарор ривожлантиришнинг энг муҳим манбаи ва омили ҳисобланади. Жаҳон тажрибаси бугун айнан ушбу соҳа ялпи ички маҳсулотни шакллантириш, аҳоли бандлигини таъминлаш, одамларнинг фаровонлигини оширишда етакчи ўрин тутишини кўрсатмоқда”[1] дея таъкидлаб ўтган эди. Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича қабул қилинган Ҳаракатлар стратегиясида ҳам ушбу соҳани жадал ривожлантириш устувор вазифа қилиб белгиланган. Ушбу устувор вазифани бажариш ҳамда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш давлат Дастурини 2016-2020 йиллар мобайнида муваффақиятли амалга оширилиши натижасида хизматлар соҳаси жадал суръатлар билан ривожланиб боряпти. Шу давр мобанийда хизмат кўрсатиш соҳасининг ЯИМ таркибидаги улуши 1990 йилда 33,8 фоиздан 2017 йил 49,7 фоизни ташкил этгани диққатга сазовордир. Мамлакат иқтисодиётида хизмат кўрсатиш соҳасини янада жадал ривожлантириш унинг кенг имкониятларидан мамлакат равнақи йўлида унумли фойдаланиш, айниқса, аҳоли турмушида, ҳаётида, умуман олганда барча жабҳаларда унинг фойдасини хис этиши лозим.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг мамлакат ижтимоий-иқтисодий ривожланишида унинг имкониятлари кенг. Қолаверса, жамият тараққиёти ривожланиб борган сари унинг имкониятлари янада ошиб бораверади. XX аср бошларида кўрсатилаётган хизматлар доираси чегараланган бўлиб, уларнинг катта қисмини уй хизматлари, шунингдек савдо, транспорт, маиший хизматлар ташкил этган. Бугунги кунда эса илмий тадқиқотлардан тортиб токи таъмирлаш хизматларигача, таълимдан бошлаб токи қариялар ва ногиронларга хизмат кўрсатишгача бўлган 160 та хизмат турлари мавжуд. Шунингдек, хизмат кўрсатиш соҳасининг мураккаб ақлий меҳнатдан фойдаланиладиган тармоқлари юқори ўринни эгаллайди. Шу сабабли хизмат кўрсатиш соҳасини юқорида иқтисодчи олимлар вазифалари тўғрисида айтиб ўтилган фикрларга ёндошмасдан унинг янги имкониятларини излаб топишимиз лозим бўлади. Бизнингча мамлакат иқтисодиётини ривожланти-ришда хизмат кўрсатиш соҳасини вазифаларини эмас балки унинг ривожланиш йўлларини кўрсатиб беришимиз лозим. Айниқса ушбу соҳа ривожланишида иқтисодиётнинг қайси тармоқлари билан кучли боғланишда эканлигини, иқтисодиётнинг ўсиш суръатлари қандай бўлганда ушбу соҳани

[1] Каримов И.А. 2015 йилда иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш – устувор вазифамиздир. – Т.: Ўзбекистон. 2015. – 64 б.

ривожлантириш мумкинлиги тўғрисида изланишлар олиб бориш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. О.С.Комолов «Хизматлар кўрсатиш ва унинг ривожланиш босқичлари» номли мақоласида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожланиши учун қуйидаги ишларни амалга ошириш лозимлигини таъкидлаб ўтган:- “- юқори технологик тармоқларни хизмат кўрсатишдаги жадал ўсишини таъминлаш, энергия тежамкор тармоқларини ривожлантириш, инфратузилма объектларини ташкил этиш, информацион-тижорат тармоқларини ривожлантириш, ҳуқуқий, маркетинг ва молия-кредит хизматларини ривожлантириш, чет эл инвестияларини кенг жалб қилиш механизмини такомиллаштириш. Д.Хусанова эса ундан фарқли равишда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожланиши учун хориж тажрибасидан кенг фойдаланишни, жахонда қўлланиладиган хизматларнинг янги турларини мамлакатимизда жорий этишни таклиф этган. Иқтисодчи олим И.Хабибуллаев жаҳон иқтисодиётидаги ўзгаришлар Ўзбекистон иқтисодиётининг бошқа соҳалари каби хизмат кўрсатиш соҳасига ҳам таъсир этишини таъкидлаб, шу сабабли мамлакатимизни модернизация қилиш шароитида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш асосий масалалардан биридир деб ҳисоблайди. Мамлакат иқтисодиётида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожланиш йўлларини аниқлаш иқтисодиётда вужудга келиши мумкин бўлган турли иқтисодий ҳодисаларнинг жумладан, тармоқларда меҳнат ресурсларининг қисқариши, корхоналарда технологияларнинг таркибий ўзгариши аҳоли эхтиёжларини янгиланиш жараёнларини олдини олиш имконини беради.

Бизнингча, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожланиш йўлларини ишлаб чиқишнинг бир қанча сабаблари бор. Уларни аниқлаш, таъсирини ўрганиш, бартараф этиш мақсадга мувофиқдир.

Биринчиси, Миллий қитисодиёт таркибида қишлоқ хўжалиги асосий тармоқ шаклида шаклланган эди. Мустақилликдан олдинги даврда, масалан, 1989 йил маълумотларига кўра, Ўзбекистоннинг барча меҳнат ресурслари 9801,2 минг кишини ташкил этган бўлиб, унинг асосий қисми – 38,4 фоизи қишлоқ хўжалигида банд бўлганлигидир. Ўзбекистон миллий иқтисодиётининг тармоқлар бўйича таркибий тузилишидаги жиддий муаммоларни, унинг амалдаги қолоқ аграр мамлакатга айланганлигини акс эттирувчи яна шундай статистик муаммоларни келтириш мумкин. 1990 йилда мамлакатда ишлаб чиқарилган ялпи ички махсулот таркибида қишлоқ хўжалигининг улуши атиги 33,4 фоизни ташкил этган.

Иккинчиси, Режали иқтисодиёт даврида Ўзбекистон миллий иқтисодиётининг таркибий тузилиши ягона марказ, яъни собиқ советлар давлати манфаатлари нуқтаи назаридан шаклланган эди. Ўзбекистон нима ишлаб чиқариш, уни кимларга қайси нархларда ва қанча сотиш муаммоси шу мамлакат миллий иқтисодиётининг туб манфаатларини, унинг бугунги куни ва келажаги, истиқболини назарда тутиб эмас, балки «марказга яхши бўлса бас, бошқасининг ҳеч қандай аҳамияти йўқ» тамойилиги асосан фақат ягона мақсад ва манфаатларидан келиб чиққан ҳолда ҳал этилган.

Учинчиси, Ўзбекистон миллий иқтисодиёти мулк шакллари бўйича

таркибий тузилишини ҳам унинг муҳим ўзига хос хусусиятларидан бири сифатида кўрсатиш мумкин. 1990 йилда мамлакатда ялпи ички махсулот ишлаб чиқариш таркибида давлат сектори етакчи аҳамиятга эга бўлган. 1990 йилдаги статистик маълумотларига кўра, иқтисодиётда банд бўлганларнинг 58,5 фоизи давлат сектрининг, қолган 41,5 фоизи нодавлат секторининг улушига тўғри келган[1].

Тўртинчиси, Ўзбекистон миллий иқтисодиёти учун ҳам мутахассис ходимларини тайёрлаш ҳам бир ёқлама тизимга асосланган эди. Мутахассислар асосан қишлоқ хўжалиги тармоқлари учун етиштирилган. Ҳатто, олимларнинг илмий тадқиқотлари асосан пахта навларини яратишга, 1 га пахта мойдонидан самарали фойдаланишга қаратилган. Мутахассисларни тайёрлаш уларни малакасини ошириш замонавий касбларни эгаллаш фақатгина Собиқ советлар давлатидаги Ғарбий Европа чегараларига яқин бўлган баъзи республикаларида эътибор қаратилган. Ўрта Осиё мамлакатлари бундан мустасно эди.

Бешинчиси, хўжалик юритувчи субъектлар мустақил равишда фаолият юритиши қатъиян ман қилиб қўйилган. Улар гўё фаолияти мустақил кўринсада, аслида олганда юқори ташкилотлардан кўрсатмалар асосида ишни ташкил қилар эди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1.Каримов И.А. 2015 йилда иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш – устувор вазифамиздир. – Т.: Ўзбекистон. 2015. – 64 б.

2.Хусанова.Д. Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш истиқболлари. // “Ҳудудлар молиявий салоҳиятини юксалтиришда хизмат кўрсатиш соҳасининг аҳамияти” мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани, Тошкент.: 2017 йил., 262-263 б.

3.Ҳабибуллаев.И. Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожланиши ҳақида. “Ҳудудлар молиявий салоҳиятини юксалтиришда хизмат кўрсатиш соҳасининг аҳамияти” мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани, Тошкент.: 2017 йил., 308-309 б.

4.Ўзбекистон Республикаси ижтимоий-иқтисодий тараққиётининг мустақиллик йилларидаги (1990-2010 йиллар) асосий тенденцияси ва кўрсаткичлари ҳамда 2011-2015 йилларга мўлжалланган прогнозлари: Статистик тўплам.-Т.: Ўзбекистон, 2011, 98-б.

[1] Ўзбекистон Республикаси ижтимоий-иқтисодий тараққиётининг мустақиллик йилларидаги (1990-2010 йиллар) асосий тенденцияси ва кўрсаткичлари ҳамда 2011-2015 йилларга мўлжалланган прогнозлари: Статистик тўплам.-Т.: Ўзбекистон, 2011, 98-б.

I.A.Mutalibova – SamISI 1-bosqich magistranti
L.A.Shodiyeva – SamISI 1-bosqich magistranti

O‘ZBEKISTONDA RAQAMLI IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH MUAMMOLARI VA BOSHQA DAVLATLAR TAJRIBASIDA RAQAMLI IQTISODIYOTGA O‘TISH TENDENSIYALARI

Annotatsiya: ushbu maqola O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning muammolari va dunyo mamlakatlari tajribasini o‘rganish davomida raqamli iqtisodiyotga o‘tish tendensiyalari haqida.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, raqamlashtirish, elektron tijorat, axborot texnologiyalari va kommunikatsiyali.

Аннотация: эта статья посвящена проблемам развития цифровой экономики в Узбекистане и тенденции перехода на цифровую экономику, изучая опыт стран мира.

Ключевые слова: цифровая экономика, цыфровизация, электронная коммерция, информационные технологии и коммуникации.

Abstract: This article is devoted t the problems of the development of the digital economy in Uzbekistan and the trend of transition to the digital economy, studying the experience of countries around the world.

Key words: Digital economy, digitalization, E-Commerce, information technology and communications.

Barchamizga ma’lumki, 2020 – yilga O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. M. Mirziyoyev tomonidan “Ilm, ma’rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili” deb taklif kiritilib, ma’qullandi. Yilni bunday nomlash qaroriga osonlikcha kelingan emas. Jahon iqtisodiyotining globallashuvi va texnologik rivojlanish sharoitida O‘zbekistonning iqtisodiy rivojlanishini, jadal o‘sishini raqamli iqtisodiyotsiz tasavvur qilish qiyin. Masalan, Accenture konsalting xalqaro kompaniyasi 2022 - yilga kelib, global Yalpi ichki mahsulotning chorak qismi raqamli sohada bo‘lishini taxmin qilmoqda. Buning ajablanarli joyi yo‘q, chunki 2019 - yilda texnologik gigantlar davri boshlandi, bunda texnologik sohadagi 7 ta kompaniya eng qimmat 10 ta kompaniyalar ro‘yxatiga mahkam o‘rnashib oldi. Biroq, raqamli iqtisodiyotni rag‘batlantirish uchun raqamlashtirish va raqamli tijoratni rivojlantirishga to‘sqinlik qiladigan baryerlarni olib tashlash kerak bo‘ladi. Axborot kommunikatsiya texnologiyalari rivojlanishi indeksi bo‘yicha O‘zbekiston 170 dan ortiq davlat ichida 103-o‘rinni egallab turibdi, masalan, Misrdan oldinda, ammo Turkiya va Braziliyadan keyin.

Ushbu omillarning barchasini hisobga olgan holda, O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotning elementlari ham milliy iqtisodiyotga faol joriy etilmoqda. Buni tasdiqlash uchun O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga yo‘llagan murojaatida aytilgan so‘zlarni eslash kifoya: “... biz raqamli texnologiyalar asosida iqtisodiyotning barcha sohalarini yangilashni ko‘zda tutadigan raqamli iqtisodiyotning milliy kontsepsiyasini ishlab chiqishimiz va shu asosda "Raqamli O‘zbekiston - 2030" dasturini joriy etishimiz zarur”. Bu yo‘lda boshlang‘ich qadam raqamlashtirishni shakllantirish, joriy etish va rivojlantirishi iqtisodiyotning yangi innovatsion tarkibiy qismi O‘zbekiston Respublikasi

Prezidentining “Rivojlanishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasini amalga oshirish Davlat dasturi to‘g‘risida” gi Farmonining qabul qilinishi bo‘ldi. 2017–2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasining asosiy yo‘nalishi - O‘zbekiston iqtisodiyotini rivojlantirishning innovatsion modelini shakllantirishdir. Aslida, ushbu hujjat kelgusi o‘n yillikda mamlakatda axborot texnologiyalarini rivojlantirish bo‘yicha keng qamrovli strategiya hisoblanadi.

Shuni ta'kidlash kerakki, O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish muammolari rivojlanayotgan mamlakatlar duch keladigan umumiy muammolarga o‘xshashdir. Asosiy muammolardan biri - telekommunikatsiya infratuzilmasi va kommunikatsiyasining pastligi. Axborot kommunikatsiyalari texnologiyalariga investitsiyalarning kamligi (2018 - yildagi umumiy investitsiyalarning 3,8%) tufayli respublikada bazaviy aloqa stansiyalarining zichligi juda pastligicha qolmoqda (1500 aholiga 1 ta baza stansiyasi). Bundan farqli o‘laroq, Qozog‘istondagi bunday minora 543, Rossiyada esa 235 aholiga axborot kommunikasiyasi texnologiyalariga ehtiyojlarini qondiradi. Sekin ishlaydigan internet va uyali aloqa xizmatlari esa raqamli iqtisodiy o‘sishni sekinlashtirishi va raqamli tafovutni kengayishiga olib keladi. MDH davlatlari bilan taqqoslaganda, 2019 - yilda O‘zbekistonda Internetning o‘rtacha tezligi (mobil va qo‘zg‘almas keng polosali) taxminan ikki baravar past edi.

O‘zbekistonda raqamli ko‘nikmalarning yetishmasligi raqamli konvertatsiya uchun jiddiy to‘siq bo‘lishi mumkin. O‘zbekiston kam rivojlanayotgan davlatlar qatorida aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan YaIM darajasi o‘xshash mamlakatlar bilan solishtirganda kattalarning mutlaq savodxonlik darajasiga (2019 - yilda 100%) ega (masalan, Laos Xalq Demokratik Respublikasida 2015 - yilda 84,66%). Boshqa tomondan, rivojlanayotgan mamlakatlarda savodxonlik darajasi yuqori bo‘lishiga qaramay, raqamli savodxonlik past darajada qolmoqda. Ehtimol, buni maktablarda axborot kommunikatsiyalarining past darajasi va tarqalishi bilan izohlash mumkindir. 2019 - yilda 1000 ta talabadan 57 tasida shaxsiy kompyuterlar mavjud. Bundan tashqari, maktablardagi kompyuterlarning yetishmasligi, O‘zbekistondagi shaxsiy kompyuterlarga ega uy xo‘jaliklari soni, har 100 xonadonga 50tadan kompyuterni kuchaytirmoqda. Buni mehnat bozoridagi tendensiyalar ham tasdiqlaydi. O‘zbekiston mehnat bozorida malakali kadrlarning yetishmasligini baholash bo‘yicha o‘tkazilgan tadqiqotga ko‘ra, so‘ralgan kompaniyalarning 68 foizi yangi nomzodlarni yollashda asosiy sabablardan biri sifatida informatsion texnologiyalar va kompyuter ko‘nikmalarining ahamiyatini ta'kidlashdi.

Raqamli infratuzilmaning zaifligi va mamlakatda raqamli ko‘nikmalarning yetishmasligi tufayli O‘zbekistonda raqamli aylanmalar sust sur'atlar bilan rivojlanmoqda. Masalan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarorida mamlakatda onlayn-savdo va savdo maydonchalarining yetarli darajada emasligi qayd etilgan.

Uyali aloqa, internet, davlat xizmatlari, soliq va to‘lovlar uchun onlayn to‘lovlarni amalga oshirishga imkon beradigan mavjud to‘lov tizimlariga qaramay (Click, Payme, M-bank, Upay, Humo, Oson va boshqalar), 2019 yilda hisob

egalarining 47%i raqamli to‘lovlarni amalga oshirgan yoki oshira olgan. Shunga qaramay, so‘nggi 13 yil ichida terminal orqali bitta karta bo‘yicha o‘rtacha to‘lov miqdori 207 ming so‘mdan 2,7 million so‘mgacha oshdi. 2018 - yilda terminal orqali amalga oshirilgan to‘lovlarning umumiy hajmi 53 trln. So‘mdir. Garchi Parlament 2005 - yilda internet orqali qonuniy operatsiyalarni amalga oshirish uchun asos bo‘lgan "Elektron raqamli imzolar to‘g‘risida" gi qonunni qabul qilgan bo‘lsa-da, tartibga solishning yo‘qligi O‘zbekiston Respublikasida elektron tijoratni rivojlantirishga halaqit beradigan asosiy to‘siq bo‘lib qolmoqda. Hozirgi vaqtda me'yoriy hujjatlar loyihalarini muhokama qilish uchun mo‘ljallangan (regal.gov.uz) veb-saytda "Elektron tijorat to‘g‘risida" gi qonunga elektron tijorat sohasida takomillashtirilgan tartibga soluvchi o‘zgartirishlar va qo‘shimchalar kiritish to‘g‘risida qonun loyihasi joylashtirilgan. 2017 - yilda O‘zbekiston elektron hukumat tizimiga davlat xizmatlarining veb-portalini ishlab chiqish bilan boshladi. 2018 - yilda turli xil davlat idoralari tomonidan 127 ta onlayn xizmatlar taklif qilindi va ularning soni 3,2 millionga etdi. Biroq, 32 million aholidan bu xizmatlardan foydalanuvchilar soni atigi 57,7 ming kishini tashkil etdi. 2019 - yildan boshlab, davlat xizmatlarini Internet orqali olish 10% arzonlashdi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Мирзиёев, Ш. М. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису/ Народное слово, 28 декабря 2019 г.
2. О государственной программе по реализации стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017–2021 годах в «год активных инвестиций и социального развития». Указ Президента Республики Узбекистан за № УП-5635 от 17.01.2019//Национальная база данных законодательства, 18.01.2019 г., № 06/19/5635/2502
3. Margianti, E. S., Ikramov M. A., Abdullaev A. M. Entrepreneurship in Uzbekistan: trends, competitiveness, efficiency //Indonesia, Jakarta, Gunadarma Publisher. — 2016
5. Паньшин, Б. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития //Наука и инновации.— 2016.— Т. 3. — №. 157.
6. Курпаяниди, К. И., Ашуров М. С. Ўзбекистонда тадбиркорлик муҳитининг замонавий ҳолати ва уни самарали ривожлантириш муаммоларини баҳолаш/GlobeEdit Academic Publishing, European Union, 2019.
7. Ходиев, Б. Ю. Узбекистан: построение «цифровой экономики» //Российский внешнеэкономический вестник. — 2017. — №. 12. — с. 5–12.

II ШЎЪБА. “МАМЛАКАТИМИЗ АҲОЛИСИГА ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАРНИ КЎРСАТИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ЖИҲАТЛАРИ ВА УЛАРНИ РАҚАМЛИ ВА ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШНИНГ СТРАТЕГИК ЙЎНАЛИШЛАРИ”

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
И.Р.Бердикулова – СамИСИ катта ўқитувчиси

ТУРИЗМНИ 2025 ЙИЛГАЧА РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Аннотация: мақолада туризмни ривожлантириш истиқболлари хусусида ёритилган. Унда 2020-2025 йиллар давомида мазкур соҳани ривожлантиришнинг устувор вазифалари ҳам кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар:туризм, туризм инфратузилмаси, устувор вазифалар, меҳмон уйлари, меҳмонхоналар, транспорт хизматлари, хизматлар сифати

Аннотация: в статье освещены перспективы развития туризма. В ней также приведены приоритетные задачи развития сферы туризма в 2020-2025 гг.

Ключевые слова: туризм, туристическая инфраструктура, приоритетные задачи, гостевые дома, гостиницы, транспортные услуги, качество услуг.

Abstract: The article highlights the prospects for tourism development. It also presents priority tasks for the development of the tourism sector in 2020-2025.

Keywords: tourism, tourism infrastructure, priority tasks, guest houses, hotels, transport services, quality of services.

Бутунжаҳон Сайёҳлик ташкилотининг 1994 йил 5 октябрда Самарқанд шаҳрида бўлиб ўтган кенгашида “Самарқанд декларацияси” қабул қилинди. Бунда Самарқанд шаҳри дунёда туризм учун муҳим бўлган “Ипак йўлининг юраги”, деб тан олинган эди. Шундан буён мамлатимизда туризм йилдан-йилга ривожланиб келмоқда. Айниқса мазкур соҳадаги туб бурилиш 2017 йилдан бошланди. Шу даврда бошлаб давлатимиз раҳбарининг ўнлаб Фамонлари эълон қилиниб, кўплаб қарорлари ҳам қабул қилинди.

Мазкур соҳага эътибор Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017, 2018 ва 2020 йиллардаги Олий Мажлисга қилган Мурожаатномасида ҳам асосий иқтисодиётнинг стратегик тармоғи сифтида қаралиб келинди. Ушбу масала устувор вазифа сифатида белгилаб берилди. Бунинг учун бизда етрлича имкониятлар яратилди. Зеро, “86 та давлат фуқароларига визасиз ва 57 та давлат фуқароларига соддалаштирилган виза режими жорий этилиши натижасида ўтган йили юртимизга 6,7 миллион нафар хорижий сайёҳ ташриф буюрди. Бу 2016 йилга нисбатан 4,7 миллион нафарга ёки 3,3 баробар кўп демакдир”[1], деб таъкидланди.

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 24 январдаги Олий Мажлисга қилган

Келгуси истиқболда туризмни ривожлантириш учун Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28 январ куни махсус йиғилиш ўтказилди. Бунда туризмни ривожлантириш, жисмоний тарбия ва спортни янада оммалаштириш масалалари қараб чиқилди. Эътироф этилишича, “Бугунги кунда жаҳон туризм бозори ҳажми қарийб 9 триллион долларни ташкил этмоқда. Дунёда иш билан банд аҳолининг ҳар ўнинчиси ушбу соҳада фаолият юритмоқда”[1]. Бу дегани дунё миқёсида меҳнатга қобилиятли аҳолининг 10 фоизи айнан шу туризм соҳасида банд деганидир. Аммо бизда ушбу кўрсаткич ҳали қиёслашга арзимайди.

Бироқ бизда туризмни ривожлантириш учун жуда катта имкониятлар мавжуд. Булар қуйидагилардан иборат:

Биринчидан, тан олинган ҳақиқат борки, туристлар “ҳаво транспортида учиш вақти 5 соатгача бўлган ўлкаларга энг кўп саёҳат қилар экан”[2]. Агар мамлакатимизнинг жойлашувига назар ташлайдиган бўлсак, бундай масофада “60 га яқин давлатлар, 3 миллиард аҳоли бор экан”[3]. Йилига уларнинг хорижга саёҳат қиладиганлари 360 миллионга тенг бўлса, у барча аҳолининг 12,0 %ни (360*100/3000) ташкил қилади. Албатта буларнинг бир қисми мамлакатимизга ҳам ташриф буюради.

Иккинчидан, 2019 йилда мамлакатимизга 6,7 миллион сайёҳ келган бўлса, 2020 йилда уларнинг сони 7,5 миллионтага етиши кўзда тутилган[4]. 2022 йилда 22 миллион, 2025 йилда 12 миллионга етказиш режалаштирилган[5]. Демак 2025 йилда 2019 йилга нисбатан 179,1 %га йки 1,8 мартага (12*100/6,7) ўсиши кўзда тутилган.

Учинчидан, мамлакатимизни дунёнинг жуда кўп мамлакатлари туризм соҳасидаги салоҳиятимизни таниди, уларни тан олди ва ҳақиқий тариий ва бетакрор маданий мерос объектлари сифатида тан берди. Натижада Самарқанд дунёнинг албатта бориб кўрадиган 50 та шаҳарларнинг рўйхатига киритилди.

Тўртинчидан, мамлакатимиз раҳбарининг 2020 йилдаги Парламентга мурожаатномасида ҳам туризм тармоғи яна бир бор иқтисодиётнинг стратегик тармоғига айлантириш юзасидан устувор вазифаларни белгилаб берди.

Бешинчидан, туризмни ривожлантиришниг устувор йўналишларидан бири туризм инфратулилмасини, хусусан меҳмонхоналарни ривожлантириш масаласи билан боғлиқдир. Меҳмонхоналарнинг сони 2019йилда 1700 тага етгказилди. 2025 йилга бориб 3000 тагача кўпайтириш кўзда туилмоқда. Яни бир муҳим жиҳат шу йилга бориб, Оилавий меҳмон уйларини ҳам 2000 тага етаказилиши кўзда тутилган.

Олтинчидан, ҳозирча туристик маршрутларга 800 та объекти киритил-

---

Мурожаатномасида. .// “Халқ сўзи” газетаси. 2020 йил 25 январь 19-сон. – 1-4 бетлар.

[1]ЎзА хабари.// “Халқ сўзи” газетаси. 2020 йил 29 январь 21-сон. – 1 бет.

[2] Ўша жойда.

[3] ЎзА хабари.// “Халқ сўзи” газетаси. 2020 йил 29 январь 21-сон. – 1 бет.

[4] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 24 январдаги Олий Мажлисга қилган Мурожаатномасида. .// “Халқ сўзи” газетаси. 2020 йил 25 январь 19-сон. – 3 бетлар.

[5] ЎзА хабари.// “Халқ сўзи” газетаси. 2020 йил 29 январь 21-сон. – 1 бет.

ган. Ушбу кўрсаткични Туризмни ривожлантириш Давлат қўмитаси ва Маданият вазирлиги билан ҳамкорликда 2025 йилга бориб 2500 тага етказиш вазифаси юклатилган.

Еттинчидан, ҳозиргача туризм мавсумий бўлиб, бизда асосан баҳор, ёз ва кузда амалга оширилда эди. Эндиликда 2020-2025 йиллар давомида қишги туризмни ривожлантириш масаласига ҳам катта аҳмият берилди ва бу устувор вазифалардан бири чифатида белгиланди.

Саккизинчидан юртимизда юқори салоҳиятга эга бўлган тиббий туризмни ривожлантириш масаласи ҳам илгари сурилди. Олдин фуқароларимиз хорижга борадиган бўлса, эндиликда чет эл фуқароларини ўзимизда даволаш имкониятларини яратишдек, устувор вазифалар ҳам белгиланди. Айниқса, кордиология, урология, стаматология, афтолмология каби йўналишларда ривожлантириш, дам олиш ва соғломлаштиришнинг бошқа йўналишларини ҳам такомиллаштириш масаласига алоҳида аҳамият берилмоқда.

Тўққизинчидан, қишлоқ жойларда фақат қишлоқ хўжалиги билан чегараланиб қолинганлиги туфайли, аҳоли нисбатан камбағал яшашнини инобатга олиб қишлоқ туризмини ҳам ривожлантириш масаласига алоҳида аҳамият берилди. 2020-2025 йилларда қишлоқ туризмини ривожлантириш бўйича ҳар бир ҳудудда ўзларининг ички имкониятларидан, туристик объектларнинг мавжудлигидан ва инқратузилманинг ҳолатидан келиб чиқиб, тегишли тадбирларни амалга ошириш лозим бўлади.

Ўнинчидан, туристларга хизмат кўрсатиш сифатини ошириш учун транспорт хизматларини (автомобиль, авиа ва темирйўл) такомиллаштириш масаласига ҳам алоҳида аҳамият берилди. Айниқса, йўл ҳаққининг қимматлиги ва шунга яраша хизмат сифатнинг талабга жавоб бермаслиги қайд этилди. Келгусида транспорт хизматлари сифатини ошириш билан бирга чипта нархларини арзонлаштириш масаласи ҳам бугунги кунда алоҳида эътиборни талаб қилмоқда.

Ўнбиринчидан, туристларга бирорта ҳам ҳолат ёки жараён зерикарли бўлмслиги керак. Жумладан, автомобил транспортида юрган паллада ҳам улар юрадиган йўлларда йўлбўйи инфратузилмасини яхшилош лозим бўлади. Қишлоқларда “Туризм қишлоғи”, “Туризм овули”, “Туризм маҳалласи” каби лойиҳаларини амалга ошириб, у ерда ҳам туристлар учун ёдда қоладиган ҳақиқий масканларга айлантириш мақсадга мувофиқ.

Ўниккинчидан, кадрлар тайёрлаш масаласини ҳам такомиллаштириш лозим. Ҳозирги кунда туризм бўйича мутахассислар 20 та олий ўқув юртида тайёрланмоқда. Бундан ташқари Туризмни ривожлантириш қўмитаси тасарруфига 3 та техникум, 9 та коллеж ҳам берилган. Ушбу ўқув муассасаларида малакали рақобатбардош қадрларни тайёрлашни йўлга қўйиш масаласи ўта долзарб масалалар сирасига киради.

Унучинчидан, мамлакатимизда 2016 йилдан буён ҳар йили “Дам олиш дунёси—2016” халқаро сайёҳлик кўргазмаси ўтказилиб келинаётган эди. Шу кўргазмани яна жонлантириш лозим. Чунки, жуда кўп мамлакатлардан туристларнинг келишига визалар очилиши, ушбу тадбирни кенг кўламда

ўтказиш имкониятини беради.

Ўнтўртинчидан, мамлакатимизда зиёрат туризмини ривожлантириш борасида ҳам катта салоҳият мавжуд. Ислом оламига машҳур алломалар бизнинг мамлакатимиздан чиққанлиги бунга асосс. Мавжуд 8 минг 200 тадан иборат маданий мерос объектларининг ҳозирги кунда атиги 500 таси туристик маршрутларга киритилган. Уни давлатимиз раҳбари ўзининг мурожаатномасида 800 тага етказиш вазифасини қўйди. Шунинг аксарият қисми зиёрат туризмидан иборат бўлмоғи лозим. Чунки таталитар даврда жуда кўп авлиё ва амбиёларимизни номини учириш бобида қилинган ишлар буларнинг кўпининг ҳамон юзага чиқмаётганлигидан далолатдир.

Ўнбешинчидан, Ўзбекистондаги жуда кўп моддий ва номоддий мерос объектларини ЮНЕСКОнинг Умумжаҳон моддий маданий мероси ва Номоддий маданий мероси рўйхатига киритиш масаласини ҳам тезлаштириш устувор вазифа сифатида белгиланди. Ушбу масала ҳам олимлар, мутасадди ташкилотлар ва маҳаллий аҳолидан жиддий эътиборни талаб қилади.

Хулоса қилиб айтганда, 2020 ва ундан кейинги йилларда ҳам туризмни ривожлантириш борасида масъулиятли йил бўлади. Ушбу соҳа нафақат миқдор жиҳатидан, балки сифат жиҳатидан ҳам янги Ўзбекистонга мос равишда муттасил такомиллашиб бориши лозим. Бу эса мазкур соҳа бўйича комплекс тадбирларни амалга оширишни тақозо қилади.

Ўзбекистонда экотуризмни ташкил қилиш ва ривожлантиришнинг орқага сурилаётганлигининг объектив сабаблари бор. Биринчидан, ҳар қандай янгилик кўп йиллар мустаҳкам бошқарувни амалга оширган раҳбарлар учун ишончсизроқ қабул қилиниши маълум жараён ва муҳит ҳисобланади. Ватанимизда алоҳида муҳофазадаги ҳудудлар ўтган асрнинг 70-йилларидан давлат муҳофазасида ва бу ҳудудларга фақат илмий тадқиқотлар ўтказувчиларга рухсат берилади. Бу ҳудудлардан бирданига экотуризмда оммавий фойдаланиш уларнинг фикрича шунча йиллардан бери муҳофаза қилинган ва сақланиб келинаётган экологик тизимлар «оёқ ости» бўлади.

Иккинчидан, экотуризмнинг ўзига хослиги, тамойиллари, қоидалари ва белгиларини тушуниб олишга алоҳида муҳофазадаги ҳудудларнинг раҳбарлари унчалик ҳам вақт ажратишни ҳоҳламайди.

Учинчидан, ватанимизда экотуризм бозорининг шаклланиши суст даражаларда ҳисобланади. Экотуризм маҳсулотларини қайси бозорга чиқариш керак, нарх-наволар қандай бўлиши керак?.. ва ҳакозолар.

Тўртинчидан , Ўзбекистонда экотуримзни ривожлантиришдаги энг муҳим масала- экотуризмдан олинадиган даромаднинг бир қисми маҳаллий аҳолининг ижтимоий-иқтисодий даражаларини кўтаришга йўналтирилиши лозимлиги механизмлари ишлаб чиқилмаган.

А.О.Очилов – ҚарДУ, “Иқтисодиёт ва сервис” кафедраси профессори в.б., и.ф.д.;
А.И. Рахматов– СамИСИ таянч докторанти
Ж.А.Одилов – Самарқанд “Ипак йўли” туризм халқаро университети талабаси

ТУРИЗМ СОҲАСИДА МАЛАКАЛИ КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ – ДОЛЗАРБ ВАЗИФА

Аннотация: Мақола туризм соҳасини ривожлантиришнинг долзарблигига бағишланганбўлиб, унда мамлакатимизда туризм соҳасида юқори малакали кадрлар тайёрлашнинг асосий мақсади, вазифалари ва муҳим жиҳатлари баён қилинган.

Таянч сўзлар: туризм, билим, таълим, ўқитиш, малака, бакалавр, магистр, юқори малакали кадр, меҳмонхона, ресторан, экскурсия, қулайликлар.

Аннотация: Статья посвящена на актуальности развития туристической сферы, в ней изложены основные цели, задачи и важные аспекты подготовки высококвалифицированных кадров в сфере туризма в нашей стране.

Ключевые слова: туризм, знание, образование, обучение, квалификация, бакалавр, магистр, высококвалифицированный кадр, гостиница, ресторан, экскурсия, удобства.

Abstract: The article is devoted to the relevance of the development of the tourism sector, it outlines the main goals, objectives and important aspects of training highly qualified personnel in the tourism sector in our country.

Keywords: tourism, knowledge, education, training, qualification, bachelor, master, highly qualified personnel, hotel, restaurant, excursion, amenities.

Республика иқтисодиёт тармоқ ва соҳаларини модернизациялаш ва диверсификациялаш, мамлакатимизда иш ўринларини яратиш ва кўпайтириш, ҳудудларни жадал равишда тараққий эттириш, валюта тушумларини кўпайтириш, аҳоли даромадлари ва турмуш даражасини ошириш мақсадида энг муҳим ижтимоий-иқтисодий вазифаларни яқин истиқболда амалга ошириш учун кенг имкониятларга эга бўлган туризм соҳасини ривожлантиришнинг долзарблик даражаси кундан-кунга кўтарилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони[1]га мувофиқ тасдиқланган 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш концепциясида мамлакатимиз миқёсида туризм соҳасининг жорий ҳолати таҳлили ва туризм соҳасида қисқа муддатли истиқболга мўлжалланган устувор ва мақсадли вазифаларни ҳисобга олган ҳолда туризм соҳасини ривожлантиришнинг асосий мақсадлари, босқичлари ҳамда туризмни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари белгилаб берилган. Бу йўналишлар кўпгина вазифалар, шу жумладан, қуйидаги вазифаларни зудлик билан ва сифатли равишда амалга оширишни тақозо қилади: қуйидагиларни назарда тутган юқори малакали мутахассисларни тайёрлаш, хизмат кўрсатувчи ходимларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини такомиллаштириш: туризм соҳасида касб-ҳунар таълими

муассасаларидаги кадрлари ва битирувчиларининг малакасини баҳолашни ташкил қилиш; туризм соҳасида халқаро талабларга жавоб берадиган узлуксиз, кўп босқичли таълим тизимини яратиш; таълимнинг амалиётга йўналтирилган ва модернизациялашган таълим стандартлари, ўқув-услубий дастурлар ҳамда илғор ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш; ички ва кириш туризми соҳасида бевосита туристик хизматларни кўрсатувчи туризм соҳаси ходимлари (гидлар, йўриқчи-кузатувчи, туризм фаолияти субъектлари, умумий овқатланиш ташкилотлари, транспорт ва бошқалар ходимлари) учун мажбурий малака талабларини белгилайдиган стандартлар ишлаб чиқиш; туризм соҳаси ходимларини туристларга ахборот бериш ишлари ва хавфсизлик бўйича йўриқномаларни ўтказиш қоидаларга ўқитиш бўйича тизимни ишлаб чиқиш ва жорий қилиш; таълим жараёнига хорижий мутахассисларни жалб қилиш орқали туризм соҳасида кадрлар малакасини ошириш тизимини такомиллаштириш, шунингдек туризм соҳасида кадрлар малакасини ошириш тизимини ташкил этиш учун, шу жумладан ҳудудларда таълим муассасалари сонини ошириш; туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш учун етакчи хорижий олий ўқув юртлари филиалларини очиш ва б.

Ваҳоланки, Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси[2]да 2020 йил ва кейинги йилларда иқтисодиёт соҳасида амалга ошириш зарур бўлган дастурий ва мақсадли вазифалар юзасидан таъкидланганидек, “туризмни иқтисодиётнинг стратегик тармоғига айлантириш биз учун устувор вазифа бўлиб қолади. Ҳукумат олдидаги энг муҳим вазифалардан бири – жорий йилда юртимизга келадиган туристлар сонини 7,5 миллионга етказишдан иборат. Маълумки, қатор нуфузли хорижий оммавий ахборот воситалари 2020 йилда Ўзбекистонни саёҳатга албатта бориш тавсия этилган мамлакатлар қаторига киритди. Биз бундай имкониятдан унумли фойдаланишимиз керак. Катта салоҳиятга эга бўлган зиёрат ва тиббиёт туризмини ҳам жадал ривожлантириш зарур”. 2019 йилда эса Ўзбекистонга ташриф буюрган хорижий туристларнинг сони 6,7 миллион нафарга етди.

Статистик маълумотларга кўра, Ўзбекистон Республикасига ташриф буюраётган туристлар сони йилдан-йилга ортиб бораётганлиги, туризмнинг барча йўналиш ва турларининг ривожланаётганлиги боис, хорижий фуқароларга тўғри, оқилона ва сифатли хизмат кўрсатишни ташкил этиш учун ўрта-махсус, касб-ҳунар ва олий таълим муассасаларида билимли, масъулиятли, меҳнатсевар, креатив фикрлайдиган рақобатбардош кичик мутахассислар ва юқори малакали кадрлар тайёрлаш долзарб аҳамият касб этмоқда. Ҳозирги кунда 40 дан ортиқ касб-ҳунар коллежларида туризм соҳасида кичик мутахассислар ва 10 дан ортиқ олий таълим муассасаларида бакалаврлар ва магистрлар тайёрланмоқда. Кўпгина олий таълим ва илмий тадқиқот муассасаларида туризмни ривожлантириш йўналишлари бўйича илмий-тадқиқот ишлари олиб борилиб, фалсафа доктори (PhD) ва фан доктори (DSc) диссертациялари ҳимоя қилиниб, талабгорларга илмий даражалар берилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори [3]га мувофиқ Самарқанд шаҳрида “Ипак йўли” туризм халқаро университети ташкил этилиб, қуйидагилар университет фаолиятининг асосий йўналишлари этиб белгиланган: замонавий инновацион ва илмий-педагогик технологияларни, фан ва техниканинг энг янги ютуқларини қўллаган ҳолда, туризм соҳасида юқори малакали профессионал кадрларни миллий ва халқаро таълим стандартларига мувофиқ сифатли тайёрлашни таъминлаш; таълимнинг тегишли йўналишлари ва мутахассисликлари бўйича ўқув-методик адабиётларни яратиш, ёш талабалар ва мутахассисларни жалб қилган ҳолда фундаментал ва амалий илмий тадқиқотлар олиб бориш, туризм соҳасида таълим тизимига етакчи хорижий таълим муассасалари тажрибасини жорий қилиш; туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштириш ва модернизация қилишга қаратилган янги таълим дастурларини ҳамда ўқитишнинг инновацион шаклларини ишлаб чиқиш ва жорий этиш; истиқболли ёш битирувчиларни чет эл олий таълим муассасаларига ва илмий-тадқиқот марказларига магистратура ҳамда докторантурада ўқишга мунтазам равишда юбориш орқали университетнинг илмий-педагогик салоҳиятини ошириш, педагогик технологиялар ва ўқитиш услубларини фаол такомиллаштириш; таълим ва илмий фаолиятнинг ишлаб чиқариш фаолияти билан узвий интеграциялашуви учун шарт-шароитлар яратиш; туризм соҳаси субъектлари мутахассисларини қайта тайёрлашни ва уларнинг малакасини оширишни ташкил этиш; туристик фаолиятни ва туризм соҳасида йўловчиларни ташиш фаолиятини амалга ошириш; етакчи республика ва хорижий таълим муассасалари ҳамда илмий-тадқиқот марказлари билан ҳамкорликни, жумладан уларнинг мутахассис ҳамда экспертларини ўқитиш ва илмий тадқиқотлар ўтказиш жараёнларига жалб қилиш орқали ривожлантириш, туризм соҳасидаги долзарб масалаларни муҳокама қилиш бўйича халқаро илмий-амалий конференциялар, семинарлар ва симпозиумлар ташкил этиш.

Ҳозирги даврда “Ипак йўли” туризм халқаро университетида Касбий таълим (туризм); Туризм соҳасида маркетинг; Туризм (фаолият турлари бўйича: рақамли туризм); Туризм соҳасида лойиҳалаштириш; Туристик фаолиятда логистика; Оммавий тадбирлар менежменти («Event management»); Гид-йўлбошловчи ва таржимонлик фаолияти; Менежмент (рекреация ва саёхатни бошқариш); Менежмент (туристик бизнес менежменти); Менежмент (меҳмонхона менежменти); Менежмент (меросларни бошқариш); Менежмент (халқаро меҳмондорчилик ва туризм соҳаси менежменти); Менежмент (ресторан бизнесини бошқариш) бакалавриат таълим йўналишлари ҳамда Менежмент (туризм, меҳмонхоналар ва оммавий тадбирларни бошқариш); Менежмент (халқаро меҳмондорчилик ва туризм); Иқтисодиёт ва туризмни бошқариш магистратура мутахассисликлари бўйича кадрлар тайёрланмоқда. Университетда профессор-ўқитувчиларнинг илмий-педагогик салоҳияти, ишга масъулиятини ошириш, натижада таълим сифатини юксалтириш ҳисобига юксак салоҳиятли ва иқтидорли юқори малакали кадрлар тайёрлаш мақсадида бакалавриат, магистратура ва олий ўқув юртидан кейинги таълим

йўналишлари бўйича етакчи хорижий олий таълим муассасалари билан қўшма таълим дастурларини жорий этиш; университетнинг фаолият йўналишлари бўйича шартнома асосида консалтинг ва эксперт-таҳлилий хизматлар кўрсатиш, ушбу вазифаларни амалга ошириш учун ташкилий-ҳуқуқий ва инновацион-инвестициявий тузилмаларни ташкил этиш вазифалари белгиланган. Бошқа ОТМларда кундузги таълим шакли бўйича бир ўқитувчига талабалар сонининг нисбий нормативи амалда 1:12,0 ва истиқболда 1:16,0 га ўзгартирилиши назарда тутилган бир пайтда университет учун бу кўрсаткич 1:8,0 этиб белгиланган. Бу эса профессор-ўқитувчининг ҳар бир талаба билан индивидуал шуғулланишига имконият яратади. Бундан ташқари қарор [3]да профессор-ўқитувчиларни мотивациялаш масаласига катта эътибор берилган, яъни бюджет маблағлари ҳисобидан университетнинг профессор-ўқитувчилар таркибига ҳар ой лавозим маошининг 100 фоизи миқдорида, туризм соҳаси бўйича халқаро миқёсда тан олинган хорижий олий таълим муассасалари дипломига эга бўлган ва университет ўқув жараёнига тўлиқ ставкада жалб қилинган ўқитувчиларга – 150 фоизи миқдорида устама тўланиши; университет ректорига бюджетдан ташқари маблағлар ҳисобидан университет ходимларига уларнинг иш ҳажми ва самарадорлигини ҳисобга олган ҳолда лавозим маошининг 100 фоизигача бўлган миқдорда қўшимча ойлик устама белгилаш ҳуқуқи берилган.

2019/2020 ўқув йилидан бошлаб халқаро туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш бўйича ўқитишнинг кредит тизими қўлланилмоқда.

Юртимизда ёшларимизнинг ҳуқуқлари, эркинликлари ва қонуний манфаатларини таъминлаш, уларнинг маънавий, интеллектуал, жисмоний ва ахлоқий жиҳатдан камол топишлари, ҳуқуқий онг ва маданиятни юксалтиришлари, олий ва ундан кейинги таълим муассасаларини муваффақиятли битириб, юқори ва олий малакали кадрлар сифатида жамият учун астойдил хизмат қилишлари, ривожланган хорижий мамлакатлардаги тенгдошлари билан рақобатлашишга тайёр бўлишлари, натижада ҳаётда яхши яшаш ва жамиятда муносиб мартабаларни эгаллашлари лозимлиги масалалари кун тартибига асосий вазифа сифатида қўйилаётган экан, бу вазифа яқин келажакда республика иқтисодиётининг драйвер соҳасига айланиши режалаштирилаётган туризм индустрияни ривожлантиришга хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармони. № 5611. (1-илова: 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш концепцияси). – Тошкент, 2019 йил 5 январь.
2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. – Тошкент, “Халқ сўзи” газетаси, 2020 йил 24 январь. Манба: www. press-servis.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ипак йўли” туризм халқаро университетини ташкил этиш тўғрисида”ги ПҚ-3815-сон Қарори. – Тошкент, 2018 йил 28 июнь. Манба: www.lex.uz.

Б.Қусекеев – Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси Қорақалпоғистон Республикаси ҳудудий бошқармаси бошлиғи
О.Назарбаев - Қорақалпоқ Давлат Университети доценти,

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТГА ЎТИШ – ТУРИЗМ СОҲАСИНИ ЖАДАЛ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ АСОСИЙ ОМИЛИ

Аннотация: мақолада анъанавий сайёҳлик саноатини рақамли туризм индустриясига «алмаштириш» тенденциясини Қорақалпоғистон Республикаси шароитида кўриб чиқилди.

Калит сўз: Рақамли туризм, веб-сервис, ижтимоий медиа, дестинация, масофавий ўқитиш, электрон маркетинг.

Аннотация: В статье рассмотрена тенденция “изменения” традиционной туристической индустрии на индустрию цифрого туризма в условиях Республики Каракалпакстан.

Ключевые слова: Цифровой туризм, веб-сервис, социальная медиа, дестинация, дистанционное обучение, электронный маркетинг.

Abstract: In the article there was considered the tendency of “changing” the traditional touristic industry to industry of digital tourism.

Key words: Digital tourism, web-service, social media, destination, distance learning, e-marketing.

Сўнгги йилларда Давлатимиз раҳбари Шавкат Мирзиёев томонидан амалга оширилаётган чуқур ислоҳотлар ва туризм соҳасини ривожлантиришга қаратилаётган алоҳида муҳим эътиборлари натижасида соҳа ривожи бир неча поғонага кўтарилди.

Президентимизнинг жорий йил 24 январдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси доирасида ҳам туризмни иқтисодиётнинг стратегик тармоғига айлантириш устувор вазифа бўлиб қолиши таъкидланди[1]. Шунингдек, 2020 йилнинг “Илм-маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш” деб аталиши алоҳида диққат-эътиборга, илмий таҳлилга ва масъулиятни сафарбар қилишга сазовордир.

Ҳозирги кунда, рақамли иқтисодиёт тамойили деярли барча соҳаларда, шу жумладан туризм секторида ҳам кенг қўлланилмоқда. Юртимизда рақамли иқтисодиётнинг асосий кўринишлари айнан шу соҳанинг турли йўналишларига тадбиқ этилмоқда десак муболаға бўлмайди.

Потентциал сайёҳлар томонидан веб-ресурслардан кенг фойдаланиш рақамли туризм пайдо бўлишига, мижозларга саёҳат йўналишини ва туризм соҳасидаги қарорларни қабул қилишга ёрдам берадиган тавсияларни ишлаб чиқиш учун интеллектуал веб-сервисларнинг ривожланишига олиб келди.

Аввало, рақамли туризм деганда туризм фаолиятини илғор ахборот технологиялари ва телекоммуникацион тизимлар орқали амалга оширишга айтилади. Рақамли туризм саёҳатчиларга саёҳатдан олдин, саёҳат давомида ва ундан кейин тақдим этиладиган электрон хизматлар мажмуасидир.

[1] “Еркин Қарақалпақстан” газетасы, 28 январь 2020 жыл, № 12 (20410).

Барчамизга маълумки, саёҳатларни ташкил этиш кўринишига қараб, 2 турдаги сайёҳлар фарқланади:

1. Маълум бир туристик ташкилотлар томонидан саёҳати ташкил этиладиган сайёҳлар;

2. Ўз саёҳатини ўзи индивидуал тарзда ташкил этадиган сайёҳлар.

Бундан 15-20 йиллар муқаддам Ўзбекистонга 2-турдаги сайёҳларнинг ташрифи камдан-кам кузатилар эди. Бунинг асосий сабабларидан бири сифатида ўша пайтларда иқтисодиётимизда рақамлаштиришнинг ўрни камлиги билан изоҳлаш мумкин. Айни дамда, туризм соҳасида рақамли иқтисодиётнинг ҳиссаси сезиларли даражада ошганлиги туфайли ўз саёҳатини мустаққил равишда ташкиллаштириб, юртимизга келадиган туристларнинг сони ортиб бормоқда.

Ҳозирда, юртимизда рақамли иқтисодиётнинг турли даражадаги кўринишлари туризм соҳасининг қуйидаги йўналишларида кенг қўлланилмоқда:

- уйдан ёки офисдан чиқмаган ҳолда саёҳат дестинациялари ҳақидаги маълумотлар ва ахборотларни олиш;

- турли дестинациялардаги ҳар хил тематикаларга ихтисослашган турлар (турпакетлар) ни сотиб олиш;

- электрон кўринишдаги авиачипталар ва темир йўл билетларини банд қилиш ёки сотиб олиш;

- меҳмонхоналарни online равишда банд қилиш ва улар учун тўловларни амалга ошириш;

- электрон ва аудио гидлар хизматидан фойдаланиш;

- электрон маркетинг хизматлари (масалан, қидирув тизимлари, баннерли реклама, мобил иловалар, QR код, ижтимоий медиа ва ҳ.к.)

- юртимизга ташриф буюрган сайёҳларни электрон кўринишда рўйхатга олиш;

- электрон виза (e-visa) ларни расмийлаштириш;

- сайёҳлик ташкилотларига электрон лицензияларни тақдим қилиш;

- хорижий ва маҳаллий сайёҳлар, шунингдек, соҳадаги тадбиркорлик субъектларининг шикоят ва таклифларни қабул қилишнинг электрон кўриниши;

- туризмнинг ҳар хил турларига ихтисослашган туризм объектлари, меҳмонхоналар, оилавий меҳмон уйлари, туристик агентликлар, гид-таржимонлар, умумий овқатланиш объектлари, транспорт ташкилотлари тўғрисидаги маълумотларни электрон тарзда олиш ва бошқа кўринишдаги туристик хизматларни истеъмолчиларга етказишда рақамли технологияларнинг аҳамияти катта.

Қорақалпоғистон Республикаси ўзига хос табиати, маданий мерос объектлари ва ҳунармандчилик йўналишлари билан хорижий ва маҳаллий сайёҳларни ўзига жалб қилиб келмоқда.

Қорақалпоғистон Республикасига 2019 йилда жами **100,4 минг** чет эл сайёҳлари келган бўлиб, 2018 йилга нисбатан **19% (82,046**)га ошган.

Шу билан бирга, ички сайёҳлар сони 2019 йилда **551 мингни** ташкил қилган бўлса, 2018 йилга нисбатан **38% (347,000**)га кўпайган.

Қорақалпоғистон Республикаси туризм салоҳиятини янада кенг тарғиб қилиш мақсадида, тарғибот материаллари жумладан **туристик хариталар, туристик буклет ва брошюралар** тайёрланиб, туризм ахборот марказлари, меҳмонхоналар, сайёҳлик фаолияти билан шуғулланувчи туроператорлар ва Республика даражасидаги кўргазма ва форумларда чет эллик меҳмонларга тарқатилмоқда.

Шунингдек, ҳудуднинг туристик салоҳиятини ёритиб берувчи karakalpakstan.travel сайти, telegram ва facebook (karakalpakstan.travel) ижтимоий тармоқларида ўз саҳифалари юритилмоқда.

Шунингдек, чет эл ва маҳаллий оммавий ахборот воситалари учун “France 5” Франция миллий телевидениесининг “BO Travail” операторлар делегацияси аъзолари, “Вояж Жерара Депардье” фильми ижодкорлари, “Race Across The World” (Дания) туристик реалити шоу кўрсатувининг тасвирга олиш гуруҳи ва иштирокчилари Қорақалпоғистон Республикасидаги диққатга сазовор жойларга инфотурлар ташкил қилинмоқда.

Ўзбекистоннинг туризм соҳасида рақамли иқтисодиёт улушини ошириш мақсадида соҳанинг қуйидаги йўналишларида рақамли технологияларни жорий этиш мумкин:

- туризм турларини ва кўрсатиладиган хизматларни янада диверсификация қилиш, сайёҳларнинг сонини ва қолиш муддатларини узайтириш мақсадида, Республикада эко, агро, этно ва гастрономик туризмларни кенг оммалаштириш чораларини кўриш;
- Ресторан ва бошқа умумий овқатланиш объектларида online стол банд қилиш ва буюртма бериш имкониятини яратиш;
- Туризм соҳасида фаолият юритаётган кадрларда халқаро кўникмаларни шакллантириш учун online масофавий ўқитиш тизимини яратиш;
- ҳудуднинг жозибадор ҳудудлари ва турли байрам тадбирларининг видеомаҳсулотлари тасвирга олинишини ва тарғиб қилинишини таъминлаш.

Хулоса қилиб айтганда, туризм саноатини рақамлаштириш жараёни унинг рақобатбардошлигини оширади, натижада сайёҳларга кўрсатиладиган хизматлар сифати яхшиланади, туризм соҳасининг муҳим тенденциялари вужудга келади ва туристик корхоналар ўз фаолиятларидан юқори даромад ола бошлайдилар.

У.Р.Матякубов – Урганч Давлат университети докторанти, и.ф.н., доцент
О.А.Саидмахмудова – УрДУ “Туризм” мутахассислиги магистранти

ТУРИСТИК КОРХОНАЛАРГАИННОВАЦИОН СТРАТЕГИЯЛАРНИ ТАДБИҚ ҚИЛИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ЖИҲАТЛАРИ

Аннотация: мақолада туристик корхоналарга инновацияларни тадбиқ қилишнинг ўзига хос хусусиятлари, инновацион қайта ўзлаштириш омиллари очиб берилган. Шунингдек, гипер рақобат шароитида туристик корхоналар рақобатбардошлигини оширишнинг асосий йўналишлари ҳам ёритилган.

Калит сўзлар: туризм, инновация, инновацион фаолият, гипер рақобат, инновацион стратегия

Аннотация: в статье раскрыты пути внедрения инноваций в туристические организации, факторы инновационной переуспеваемости. А также рассматриваются основные направления повышения конкурентоустойчивости туристических предприятий в условиях гиперконкуренции

Ключевые слова:туризм, инновация; инновационная деятельность, гипер конкуренция инновационная стратегия

Abstract: The article explains the specifics of the implementation of innovations to tourism companies and the factors of innovation reclamation.It also outlines the main direction for improving the competitiveness of tourism companies in the context of hyper competition.

Key words: tourism, innovation; innovation activity, hyper competition, innovation strategy.

Бугунги кунда инновация ҳар бир тармоқни иқтисодий жиҳатдан ривожланишининг муҳим омилларидан бири ҳисобланади. Ҳар қандай корхонада ишлаб чиқариш самарадорлиги, меҳнат унумдорлигининг ўсиши инновацияларни тадбиқ қилиш (янги техника ва технология, персонални бошқариш ва ишлаб чиқаришни ташкил қилишда янги технологияларни қўллаш, янги билим, малака ва кўникмалар билан қуролланиш) натижасида юзага келади. “Инновация” тушунчаси илмий адабиётларда “инновацион жараён”, “инновацион қайта ўзгартириш”, “инновацион фаолият” каби бир-бирига яқин иборалар билан бирга қўлланилади.

Ҳар қандай корхонада инновацион фаолият фан ва ишлаб чиқариш ўртасида муҳим бўғин вазифасини бажаради. Инновацион фаолият бутун истеъмолчилар жамияти ёки алоҳида олинган истеъмолчилар гуруҳининг янги маҳсулот, хизматлар орқалиэҳтиёжларини қондиришга йўналитирилган корхонанинг интелектуал ва илмий-техник имкониятларини амалга ошириш тизими сифатида қараш мақсадга мувофиқ[1]. Инновация фаолияти ўз таркибига технологик, илмий, тижорий, ташкилий чора-тадбирларнинг мажмуали тизимини ўз ичига олади. Инновацион жараёнлар инновацияларни тадқиқ қилиш, ишлаб чиқиш, тадбиқ қилиш ҳамда уларни самарадорлигини баҳолашни амалга оширади. Инновацион қайта ўзгартириш – инновацион фаолиятни амалга ошириш натижасида ёндошувлар, бизнес жараёнлар, хизматлар, маҳсулотлар хусусиятларини сифат жиҳатдан ўзгартириш ҳисобланади.

[1]Большаник П.В. Рекреационная география: учеб.псособ / П.В.Большаник. -Омск, 2003.

Туризм бугунги кунда жадал суръатлар билан тез ривожланаётган иқтисодиётнинг стратегик соҳаларидан бири ҳисобланиб, турли даражада инновацияларни жалб қилади. Туризмга инновацияларни тадбиқ қилиш ўзига хос хусусиятларга эга бўлиб, уларнинг мақсадларини қуйидагича ифодалаш мумкин:

– хизмат кўрсатувчи ва мижоз ўртасида ўзаро фаолият жараёнларини яхшилаш;

– мизож муаммосини самарали ечиш;

– янги маҳсулот ёки хизмат шаклларини излаш эмас, балки хизмат кўрсатишнинг янги йўлларини излаш;

– мижознинг "ҳаёт сифати" баҳосини яхшилаш;

Шунингдек, туризмда инновация яна шу жиҳатдан тавсифланадики, бу соҳада меҳнат ҳаражатларидан то хизмат кўрсатиш ҳажмигача чизиқли боғланиш кузатилади. Ундан ташқари, корхона доирасида инновацион қайта ўзгаришлар учун фаолият майдони анча чегараланган. Яъни туристик корхоналарда инновацион қайта ўзгаришлар ички омилларга қараганда ташқи омилларга боғлиқ бўлади. Туристик корхоналарда инновацион қайта ўзгариш омилларига қуйидагилар киради:

– истеъмолчилар (туристлар) талабларининг ўзгариши;

– ахборот технологияларни ривожланиши;

– рақобатни кучайиши (корхона, минтақа, давлат даражасида);

– янги бозорларнинг пайдо бўлиши;

– соҳадаги пасайишлар ва инқирозлар;

– ресурсларнинг тақчиллиги;

Шунингдек, туризм соҳаси корхоналарида инновацион қайта ўзгаришларга тўсиқ бўлаётган омилларга қуйидагилар киради:

– корхоналарда ва бутун жамиятда инновацион маданиятнинг паст даражада ривожланганлиги;

– туристик корхоналар (туроператорлар, меҳмонхоналар) ва илм-фан ўртасида узвий боғлиқлик йўқлиги;

– туризм бизнесида инновацион ташаббусни давлат томонидан етарлича қўллаб қувватланмаслиги;

– корхонанинг нисбатан кўп пул маблағлари талаб қиладиган ва ўзини узоқ муддат давомида қоплайдиган лойиҳаларидан воз кечиши;

– истеъмол бозорининг иқтисодий ривожланишини паст даражада ривожланганлиги[1];

Рақобатнинг кучайиши инновацион қайта ўзгаришларни қўллаб-қувватлашнинг муҳим омили ҳисобланади. Бугунги бозор ўзига хос хусусиятларга эга бўлиб, улардан бири глобализация жараёнларидир. Бозорларнинг глобаллашуви глобал рақобатнивужудга олиб келади. Глобал рақобат мураккаброқ бўлган мазмун билан тўлдирилади ва гипер рақобат

[1]Асаул А.Н. Модернизация экономики на основе технологических инновации / А.Н.Асаул [и др.]. – СПб: АНО ИПЭВ, 2008. – 606 с.

унинг янги шакли ҳисобланади. Гипер рақобатда аввалига рақобат омиллари бир-биридан алоҳида ажралган бўлади кейинчалик корхонага бутунлай таъсир қила бошлайди. Гипер рақобат баҳони пасайтириш орқали бир хил истеъмолчилар учун курашувчи кўп сондаги етказиб берувчиларни англатади. Гипер рақобатда товар инновациялари, агрессив баҳо рақобати тез суръатларда кўринади ҳамда истеъмол эҳтиёжларига хизмат қилувчи янгича ёндошув тажрибалари амалга оширилади[1].

Бугунги кунда Ўзбекистон миллий туризм бозорида рақобат даражасида шунча юқорики, уни гипер рақобат десак хато бўлмайди. Гипер рақобатни кўпчилик олимлар инновация рақобати деб ҳам талқин қиладилар. Унинг ўзига хос тавсифи шундан иборатки, рақобат курашидаги асосий роли янгиликларни жалб қилиш орқали узлуксиз ривожланиб боришни таъминлаш ҳисобланади. Туризм соҳаси ва унинг алоҳида корхоналари доирасидаги юқори суръатлардаги ўзгаришлар ҳар доим янгилик киритишни талаб қилади. Туризмда гипер рақобат бозорда, қатор корхоналарни банкротлик ҳолатига тушганда, демпинг баҳоларда рақобат кучларини ўзгартиради.

Бугунги кунда мамлакатимизда гипер рақобат шароитида туристик корхоналар рақобатбардошлигини ошириш қуйидаги йўналишларда инновацион фаолиятни амалга ошириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

1. Туристик корхона ва ташкилотлардаги ходимлар малакасини ошириш ва қайта тайёрлаш бўйичатавсия қилинадиган инновацион воситалар:
   - мунтазам равишда ходимларни аттестациядан ўтказиш;
   - малака ошириш курсларини ташкил қилиш;
   - ходимлар учун мамлакатимизнинг туристик марказларида ва хорижда амалиёт ва стажировкаларини ташкил қилиш;
   - онлайн, дистанцион курслар ташкил қилиш;
   - бизнес курсларини ташкил қилиш;
   - касбга доир ахборот ресурсларидан фойдаланиш ва ходимлар ўртасида билим ва тажрибалар алмашиш;
2. Туристик корхона ва ташкилотлардаги инновацион ахборот тизимларини ташкил қилиш бўйича таклиф қилинадиган инновацион воситалар:

- корхона веб сайтида ахборот матни ва тасвирлар, ташрифлар статистикаси ҳамда веб сайтни асосий элементлари жойлашуви билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилиш мақсадида веб сайтни доимий равишда мониторинг қилиб бориш;
- зарурият бўлганда корхона веб сайтини янгилаш;

3. Туристик корхона ва ташкилотлардаги инновацион фаолиятни ташкил қилиш ва олға силжитишда тавсия қилинадиган инновацион воситалар:

- туристик корхоналарда инновацион жараёнлар самарадорлигини баҳолайдиган кўрсаткичларни аниқлаш;

[1]Aveni D’. R. Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering. New York, The Free Press, 1994.

– туристик корхоналарда инновацион жараёнларни рағбатлантириш воситаларни ишлаб чиқиш;

Инновацион қайта ўзгартириш технологияси инновацион стратегияни аниқлаб беради ҳамда гипер рақобат шароитида туристик корхона ривожланишида асосий ролни ўйнайди. Корхоналарда инновация стратегияси ички ва ташқи омиллар ҳамда ресурслар чегараланганлигини ҳисобга олган ҳолда, узоқ муддатли прогнозларга асосланган янгиликларни амалга ошириш ва ривожланишининг ўзгаришида самаралироқ йўл бўлиб ҳисобланади.

Б.Ш. Хусанов – и.о.доц. кафедры «Финансы», СамИЭС
З.Ж. Расулов – и.о.доц. кафедры «Банковское дело», СамИЭС
И.Н.Турсунов – магистрант СамИЭС

ФАКТОРЫ, МОГУЩИЕ СДЕРЖИВАТЬ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: данная статья посвящена финансовой поддержке развития туристских предприятии для стимулирования реализации их инновационной инициативы в Узбекистане, и факторам которые влияют на их деятельность, в том числе рынку турпродукта, уровню доходности населения и др.

Ключевые слова: цифровая экономика, инновационная инициатива туристских предприятий, финансовая потенциал, доступность информации, конкурентоспособность, финансовая поддержка.

Аннотация: ушбу мақолада Узбекистонда турстик корхоналарни инновацион ташаббусларини молиявий рағбатлантиришни қўллаб-қувватлашга бағишланган бўлиб, унга таъсир этувчи омиллар сифатида турмахсулотлар бозори, аҳолини даромадлилик даражаси ва бошқалар ўрганилган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, инновацион ташаббускорлик, туристик корхоналар, молиявий салоҳият, маълумотларни эга бўлиш имкониятлари, маълумотлардан фойдаланиш, рақобатбардошлик, молиявий қўллаб-қувватлаш.

Abstract: this article is devoted to financial support for the development of tourism enterprises to stimulate the implementation of their innovative initiatives in Uzbekistan, and the factors that affect their activities, including the tourism product market, the level of profitability of the population, etc.

Key words: digital economy, innovative initiative of tourism enterprises, financial potential, accessibility of information, competitiveness, financial support.

Ключевым элементом в условиях развития цифровой экономики является спрос, поэтому без участия бизнеса в инновационных инициативах все принципы финансовой поддержки будут обречены на провал. Как показывают результаты организации деятельности туристских предприятий, наиболее эффективное освещение в рамках предприятия финансовые решения проходят при участии в них первых руководителей туристских предприятий. Это существенно повышает шансы для обеспечения

стабильности развития предприятий сферы туризма. И, понятно, большую роль при этом играет финансовый потенциал туристского предприятия.

Однако следует отметить, что на поддержание динамично развивающегося финансового потенциала туристского предприятия влияет ряд факторов, которые могут поддерживать и сдерживать инновационное развитие туристского предприятия.

Что касается поддерживающих факторов. По сравнению с многими развивающимися странами СНГ в Узбекистане наблюдается высокая степень доступности туристов к информации о туристских объектах.

Второй поддерживающий фактор – это доступность к информации, касающейся деятельности туристского предприятия, туристов и научного работника. Причем, для Узбекистана, как нам кажется, большую ценность представляет инновационно думающий специалист, который необходим не только в разработке инновационного турпродукта для конкретного туриста.

Отсюда следует, что развитость инновационного потенциала очень сильно влияет на способность адаптировать международные знания в различных отраслях знаний. Неслучайно в новых инновационно развитых странах первый шаг к обеспечению стабильного состояния финансового потенциала турпредприятий был связан с развитием и повышением уровня инновационных услуг.

Что касается сдерживающих факторов. Несмотря на доступность клиентов к информации, очень важной и серьезной проблемой для Узбекистана является низкая качество доступа к информации в рамках туруслуг и конкурентоспособность, отсутствие условий стимулирования инновационной деятельности туристских предприятий, отсутствие условий конкуренции. Например, в разгар туристского притока становится очень трудно большой наплыв туристов устроить в гостиницы, и самое главное – стоимость гостиничных услуг во всех гостиницах почти единая. Ибо, когда стоимость за проживание единая, тогда не остается времени для выбора гостиницы для конкретного туриста, а это, безусловно, косвенно влияет на финансовый потенциал туристских предприятий.

Следовательно, в процессе становления инновационного туристского рынка меняются количественные и качественные характеристики финансового потенциала туристского предприятия, на которые также влияют не только демографические процессы, но и, во-первых, принципы стабильности развития турпредприятий, а во-вторых, принципы финансовой поддержки населения со стороны финансовых институтов, включая бюджетные организации (учреждения).

В соответствии с концептуальными основами финансовой политики поддержка туристских предприятий должна быть направлена на всестороннее развитие туристского потенциала. При этом следует отметить, что в числе конституционных принципов поддержки населения со стороны финансовых институтов, включая бюджетные организации (учреждения), можно выделить:

- всеобщность;
- гарантированность;
- самофинансирование;
- бюджетное финансирование;
- благотворительные формы финансовой поддержки туристских предприятий.

Подобные принципы направления финансовой поддержки туристских предприятий являются их исключительным характером идеи. Именно подобные принципы являются идейной основой реализации осуществления правовых норм финансово-кредитной поддержки финансового потенциала туристских предприятий.

Финансовая поддержка, прежде всего, означает степень финансовой обеспеченности туристских предприятий, ибо под финансовой обеспеченностью следует понимать форму выражения финансовой помощи государства, направленную на финансовую поддержку определенных категорий субъектов из средств государственного бюджета и внебюджетных государственных фондов в случае наступления событий (т.е. рисков), признаваемых государством на данном этапе своего инновационного развития значимыми, с целью выравнивания их экономического положения в конкурентной среде по сравнению с остальными благополучно развивающимися субъектами сферы туризма.

Несомненно, важнейшим из факторов, влияющих на финансовый потенциал туристского предприятия, является состояние и развитие рынка турпродукта, в частности, рынка туристских услуг, изучение которого позволяет выявить степень исследования турпродукта в системе инновационных туристских финансовых отношений.

При этом также надо учитывать, что на рынке турпродукта действуют особые регуляторы.

Во-первых, рынок турпродукта распространяется на сферу туристских предприятий, так как туристские отношения в рамках купли-продаж турпродукции не прекращаются с притоком туристов. Туристы могут искать или выбирать другие турпродукты внутри и/или вне данных турпредприятий, а турагент подбирает туристский продукт для последующего предоставления туристам.

В-вторых, при продаже турпутевки турпредприятие не утрачивает права собственности на нее, оно продает лишь право ее использования, в процессе которого не исчезает турпродукт и его сегменты.

В-третьих, на структуру турпродукта влияет большое число факторов, формирующихся вне туристского рынка, прямо или косвенно воздействующих на финансовый потенциал предприятий.

Организационно рынок турпродукта (услуг) выступает как система социальных институтов, каждый из которых выполняет частично или полностью какой-либо из принципов поддержки финансового потенциала турпредприятий путем гарантирования притока туристов, бюджетного

финансирования, поддержки путем направления благотворительных средств и путем создания соответствующих условий для самофинансирования. Поэтому финансовая поддержка финансового потенциала турпредприятий неоднородна.

Активная финансовая политика в рамках туристского предприятия способствует продвижению рыночных преобразований в рамках приоритетных направлений стратегии развития страны, реальному осуществлению принципа всеобщности спроса-предложения на турпродукт.

Сильное воздействие на финансовый потенциал оказывает уровень доходов населения и его важнейший компонент – оплата труда. Рост зарплаты следует рассматривать как стратегическое направление формирования финансового потенциала турпредприятий. Больше зарплата – больше приток туристов и, безусловно, доход турпредприятий от предоставления клиентам турпродукта.

Определить потребности туристов и турпродукта, получение доходов (прибыли) от предоставления турпродукта (услуг) можно, используя продукт информационной технологии. Поэтому в нынешних условиях развития цифровой экономики активность турпредприятий как на внутреннем, так и на внешнем рынках туруслуг будет определяться долей предоставляемых туристам – клиентам туристских услуг в рамках использования информационно-технологических услуг.

На рост финансового потенциала также аналогично будет воздействовать расширение турпродукта по регионам мира и по территории страны и получение дохода (прибыли), прежде всего, от услуг, оказываемых клиентам – туристам (путешественникам) посредством интернет-услуг (ИУ).

Поэтому для повышения роли ИУ необходимо законодательно гарантировать истинность Интернет-услуг, именно этот вид услуг должен служить основой для формирования интернет-услуг, способных уменьшить затраты и увеличить доходы (прибыль турпредприятий.

Ш.У.Ташматов – СамИСИ менежмент кафедраси ўқитувчиси

ТУРИЗМ БОЗОРИНИНГ РИВОЖЛАНИШ МУАММОЛАРИ ВА ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

Аннотация: Мақолада туризмнинг ривожланиш тенденциялари, ҳудуд ижтисодий-иқтисодий ривожланишига таъсири кўриб чиқилади.

Калит сўзлар: туризм саноати, туристик салоҳият, глобаллашув омили, ахборотлашуви омили, технологиялашув омили, турист типлари.

Аннотация: В статье рассматриваются тенденции развития туризма, его влияние на социально-экономическое развитие региона.

Ключевые слова: индустрия туризма, туристический потенциал, фактор глобализации, фактор информации, технологический фактор, типы туристов.

Abstract: The article discusses the development trends of tourism, its impact on the socio-economic development of the region.

Key words: tourism industry, potential of tourism, factor of globalization, informational factor, technological factor, types of tourists.

Туризм иқтисодиётнинг реал секторига тегишли бўлиб, ҳозирги кунда жадал ривожланаётган соҳалардан бири ҳисобланади. У иқтисодий фаолиятнинг кўплаб ёндош тармоқларига – саноат ишлаб чиқаришдан тортиб то қишлоқ хўжалигигача таъсир қўрсатмоқда.

Бундай шароитда туризм ўзининг ижтимоий-иқтисодий мавқеини жадаллик билан мустаҳкамланиб бормоқда.

2018 йилда туризм соҳаси жаҳон ЯИМнинг 10,4 фоизини ташкил этди, соҳанинг ўсиш суръати ахборот технологиялар соҳасига нисбатан икки баробардан кўпроқ юқори бўлди.

Соҳанинг иқтисодий таъсири ва ижтимоий аҳамияти тўғрисидаги Туризм ва сайёҳатлар бўйича бутунжаҳон кенгаш (WTTC)нинг йиллик тадқиқотларига кўра, 2018 йилда туристик бозор ҳажми ўзининг рекорд даражаси 8,8 трлн. АҚШ долларига етди. Тармоқ қаторисига саккиз йилдан буён ўсиб келмоқда. 2018 йилдаги ўсиш пул кўринишида 3,9 фоизни кўрсатди.

WTTC маълумотларига кўра, соҳанинг умумий таркибида чет эллик туристлардан тушган даромад улуши 2017 йилдаги 27,3 фоиздан 2018 йилда 28,8 фоизга ўсди. Бу глобал туристик бозор ҳажмининг 71,2 фоизини ички туризм ташкил этишини англатади.

Туризм соҳаси бандлик бўйича ҳам етакчи ҳисобланиб, ушбу соҳада ўтган йили 319 млн. киши банд бўлган. Бу эса дунёдаги ҳар ўнта иш жойидан бири ҳисобланади. Охирги беш йилда айнан туризм соҳасида янги иш ўринларининг 20%и яратилди[1].

WTTC прогнозларига кўра, келгуси ўн йил ичида туризм соҳасида дунё бўйича 100 млн. янги иш ўрни яратилади ва умумий ҳолда 421 млн. кишини иш билан таъминлайди.

Туризм тармоғи молиявий-иқтисодий ҳолатининг тезкорлик билан кучайиши дунёнинг кўплаб мамлакатларида туризмни ҳудуд ривожланиш-нинг муҳим омилига айлантирди. Турли иерархик даражадаги ҳудудий бошқарув органлари туризм ривожланишини ҳамда қимматли рекреацион ресурсларга эга бўлган жойларни қўллаб-қувватлайди. Туризм ҳудудий иқтисодиётнинг катализатори сифатида қаралиб, у нафақат бутун рекреацион ресурслар комплексини ишга солишга, балким экологик ва маданий рангбаранглиқни сақлаган ҳолда ҳудуднинг ялпи ишлаб чиқариш ҳамда ижтимоий-маданий салоҳиятидан самарали фойдаланишга имкон яратади.

Шундан келиб чиқиб, ҳокимият туризмни ривожлантириш стратегиясини бизнес билан ҳамкорликда ишлаб чиқади, яъни туризм инфратузилмасини ривожлантириш, миллий боғлар ва дам олиш

[1] UNWTO Tourism Highlights 2019 Edition

масканларини барпо этиш, туризм соҳасига инвестициялар жалб қилиш ҳамда ҳудудга ташриф буюрувчилар сонини кўпайтиришни рағбатлантиради.

Мамлакатимизда мавжуд шарт-шароит туризмнинг деярли барча турларини ривожлантириш имконини беради. Нодир туристик ресурсларнинг мавжудлиги ички туризм хизматларига фаол талабни шакллантириш учун юқори салоҳиятни белгилаб беради. Бироқ, Ўзбекистон ўзининг туристик салоҳиятидан етарлича фойдалангани йўқ.

Ўзбекистон жуда катта туризм ва рекреация салоҳиятига эга, унда жами 7,4 минг маданий мерос объектлари мавжуд, улардан 209 таси тўртта музей шаҳарлар – “Хива шаҳридаги Ичан-қалъа”, “Бухоро шаҳрининг тарихий маркази”, “Шаҳрисабз шаҳрининг тарихий маркази”, “Самарқанд шаҳри” ҳудудида жойлашган бўлиб, ЮНЕСКО бутунжаҳон мероси рўйхатига киритилган[1]. Бироқ, мамлакат туризм салоҳиятидан етарли даражада фойдаланилмаяпти. Маҳаллий ва чет эл туристларининг Ўзбекистон ҳудудида сифатли дам олишлари учун шароит яратилиши туризм соҳасида фаол давлат сиёсатини талаб этади.

Туризм ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишига сезиларли таъсир кўрсатади. Экспертларнинг ҳисоб-китобларига кўра, 3-4 та чет эллик турист миллий иқтисодиётда билвосита битта иш ўрнини таъминлайди, туризм соҳасида яратилган битта иш ўрни эса тушаш соҳаларда камида 20 та иш ўрнини пайдо бўлишига олиб келади. Бу айниқса, молиявий-иқтисодий инқироз шароитида жуда муҳим ижтимоий жиҳат ҳисобланади. Бугунги кунда давлат олдида соҳани комплекс ёндошув асосида самарали ривожлантириш вазифаси турибди. Бунинг учун бир қатор қўшимча чора-тадбирлар, жумладан, Ўзбекистоннинг истиқболли туристик ҳудудлари негизида янги ҳудудий туристик маҳсулотларини шакллантириш ва таклиф қилиш зарур. Айнан ҳудудий туристик ресурслар истиқболли туризм турлари билан биргалик ички туристик салоҳиятдан самарали фойдаланишнинг асосини ташкил этади.

Охирги йилларда мамлакатимизда туризм жадал ривожланаётган соҳага айланиб, иқтисодиёт ва ижтимоий соҳага тобора сезиларли таъсир кўрсатмоқда. Айниқса, ҳудуд иқтисодиётини ривожлантиришда ички туризмни ривожлантириш алоҳида аҳамият касб этади. Ушбу йўналиш давлат томонидан тартибга солишнинг устувор йўналишларидан бири ҳисобланади.

Тармоқни ривожлантиришнинг зарурий шарти тартибга солишнинг замонавий меъёрий-ҳуқуқий базасини яратиш ҳисобланади. Ўзбекистонда туризм соҳасининг қонунчилик базасида сезиларли ўзгаришлар амалга оширилаяпти. Жумладан, Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонуни янги таҳрирда қабул қилинди. Шунингдек, 2019 йил 5 январда Ўзбекситон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармони қабул қилиниб, унда мамлакатимизда

[1] 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепцияси. ҚҲММБ: 06/18/5611/2430-сон. 06.01.2019 й.

туризмни миллий иқтисодиётни диверсификация қилиш, ҳудудларни жадал ривожлантириш, янги иш ўринларини яратиш, аҳолининг даромадлари ва турмуш даражасини ошириш, мамлакатнинг инвестициявий жозибадорлигини оширишни таъминловчи стратегик тармоқлардан бири сифатида ривожлантириш бўйича комплекс чора-тадбирлар босқичма-босқич амалга оширилиши назарда тутилган.

Туризм иқтисодий инқирозни бошқа тармоқларга нисбатан камроқ йўқотишлар билан бошидан кечиради. Иқтисодий инқироз даврида бўшатилган меҳнат ресурслари туризм соҳасига келиши мумкин, чунки ушбу соҳада катта улушни кичик бизнес корхоналар ташкил этади. Давлат кичик корхоналарнинг тезда шаклланишига кўмаклашувчи инқирозга қарши дастурлар ишлаб чиқиши лозим.

Кўпгина компаниялар янги маршрутлар яратиш ва янги брендларни ишлаб чиқаришни бошладилар. Турфирмалар туристик маҳсулотни шакллантиришга бошқача ёндошмоқдалар. Асосийси, бугунги кунда турбизнес ниҳоят бевосита туристик маҳсулотни тайёрлаш билан шуғулланишни бошлади. Агар илгари туристик компаниялар бир мартта тузилган туристик маҳсулотни ҳар йили таклиф қилган бўлсалар, ҳозир барчаси ўзгариб, кўплаб янги туристик маршрутлар ва қизиқарли кўнгилочар дастурлар ишлаб чиқармоқдалар.

Туризмнинг ривожланиш тенденцияларини тадқиқ қилиш натижасида бир қатор омилларини ажратиб кўрсатиш мумкин.

Биринчидан, бу глобаллашув омилидир. Бу чегаралар очиқлиги ҳамда ҳалқаро савдо ва туризм кўламининг ортиши, соҳаларининг кенгайиши натижасида мамлакатлар ўртасидаги ўсиб бораётган ўзаро алоқалар ва боғлиқликлардир. Глобаллашув замонавий инсоннинг ўтроқлик табиатини йўқотишга ва, бир пайтнинг ўзида, аҳолининг ҳаётий истиқболларини кенгайтиришга кўмаклашади, туризм халқаро алоқаларнинг чуқурлашувига, у ёки бу мамлакатнинг маданий мерослари билан тўлароқ танишишга имконини беради.

Иккинчидан, жамиятнинг ахборотлашуви омили. Бу нафақат туристик ташкилотлар фаолиятининг асосини белгилайди, балки тезкор, чуқур ва аниқ туристик ахборотларни олиш имконини беради.

Компьютер технологияларининг туризм соҳасига жуда тез суръатлар билан жорий қилиниши туфайли Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётга ўтишда айнан шу соҳа етакчи бўлмоқда.

Учинчидан, технологиялашув омили. Янги техника ва технологияларнинг ривожланиши, уларни туризм соҳасига жорий қилиш ҳамда улардан кенг фойдаланиш туристик оқимлар мобиллигига олиб келди, шунингдек, туризмнинг янги тури космос туризми пайдо бўлди.

Туристик йўналишни танлашга “бозор” омилларидан ҳам кўпроқ “нобозор” омиллар таъсир кўрсатади. Бундай омилларга виза олиш тартибининг соддалаштирилиши, электрон кириш визасини олиш имкониятининг яратилиши, илгари виза тартиби бўлган мамлакатлар учун

визасиз режимнинг жорий қилиниши ва бошқаларни киритиш мумкин.

Турист типлари таҳлили ноаниқлиги, анъанавий статистик усуллардан фойдаланиш эса ижтимоий воқеликни етарлича акс этмаслигини билган ҳолда туристларнинг қуйидаги типологиясини таклиф қилишимиз мумкин.

Биринчи тип – элита туристлар. Булар давлат элитаси ва йирик бизнес вакллари ҳисобланишади. Асосий устуворликлар – нуфузли ва шу билан бирга қиммат дам олиш масканлари, фақат бизнес классдаги авиапарвозлар, фақат беш юлдузли меҳмонхоналарда яшаш кабилар ҳисобланади. Сайёҳат бюджети бир неча юз минг долларни ташкил этади. Сайёҳатлар индивидуал дастурлар бўйича ташкил этилади.

Бундан ташқари, охирги пайтларда бадавлат туристлар ўртасида туризмнинг янги тури шакллана бошлади. Бунда улар жамиятнинг энг қуйи табақаси, яъни худди бошпанасиз кишилар каби сайёҳатни амалга оширишади.

Иккинчи типдаги туристлар супер-турист деб номланиб, улар биринчи типнинг турмуш тарзига тақлид қилишади. Асосий устуворлик – “қиммат ва нуфуз”, чунки сайёҳат мақсади ўз имижини сақлаш ҳисобланади. Кўпинча бу тип топ-менежерлардан ташкил топади. Сайёҳат бюджети – ўн минг доллардан қирқ минг долларгача бўлади.

Учинчи типга оммавий туристларни киради ва улар бутун дунёда кўпчиликни ташкил этади. Бу туристларнинг ижтимоий мавқеи бўйича типологиясидир.

M.E.Ahtamova –SamISI, “Menejment” kafedrasi assistenti
M.M.Bo‘riboyev – SamISI, Mn-119 guruh talabasi

MAMLAKATIMIZ AHOLISIGA TURISTIK XIZMATLARNI KO‘RSATISHNING O‘ZIGA XOS JIHATLARI VA ULARNI RAQAMLI VA INOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA TAKOMILLASHTIRISHNING STRATEGIK YO‘NALISHLARI

Annotasiya: Maqolada respublikamizda turizm soxasini rivojalantirish bo‘yicha amalga oshirilgan va kelgusida belgilab qo‘yilgan ishlar, hamda mamlakatimiz aholisiga turistik xizmatlarni ko‘rsatishning o‘ziga xos jihatlari va ularni raqamli va innovatsion iqtisodiyot sharoitida takomillashtirishning strategik yo‘nalishlari o‘rganilib tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: turizm, turistik xizmat, transit parvoz, electron viza, eksport ko‘rsatkichi, milliy taqvim, investitsiya, turistik xizmatlar bozori, an’anaviy turizm

Abstract:: The article explores and analyzes the current and future work on tourism development in the country, as well as the peculiarities of the provision of tourism services to the population of the country and strategic directions for their improvement in the digital and innovative economy. .

Keywords: tourism, tourism services, transit flights, electronic visas, export figures, national calendar, investment, tourism services market, traditional tourism.

Аннотация: В статье исследуются и анализируются текущая и будущая работа по развитию туризма в стране, а также особенности предоставления туристических услуг населению страны и стратегические направления их совершенствования в цифровой и инновационной экономике. ,

Ключевые слова: туризм, туристические услуги, транзитные рейсы, электронные визы, показатели экспорта, национальный календарь, инвестиции, рынок туристических услуг, традиционный туризм.

Ma'lumki hozirgi kunda turizmni rivojlantirishga ko‘proq e’tibor berilmoqda. Buning sababi eksport va import sohalarini rivojlantirishga va aholining daromadlarini yanada oshirishga qaratilganligidir . Bundan tashqari investitsiya sohalarini yanada takomillashtirish orqali davlatni rivojlantirishga ko‘maklashishdan iboratdir. Buni rivojlantirish uchun eng avvalo turistik bozorni rivojlantirishga to‘g‘ri keladi. Turistik xizmat – turistlarni mos ravishdagi ehtiyojlarini qondirish bo‘yicha turistik korxona faoliyat natijasi hisoblanadi. Turistik xizmatlar ko‘rsatishning aholiga ko‘plab ustunliklar yaratadi:

* Birinchidan aholi daromadlarining oshishi. Bunday holatda aholi o‘z milly mahsulotlarini chet el xodimlariga ko‘proq narxga sotish orqali erishiladi;
* Ikkinchidan valyutaning almashishi;
* Uchinchidan o‘zaro fikr almashishlari mumkin. Bu orqali tuzim strategik rejalarini belgilab olishi uchun ham yordam beradi.

Bugungi kunda O‘zbekistonda 18 mamlakat uchun vizasiz tartib, 50 mamlakat uchun viza olishning soddalashtirilgan tartibi joriy etilgan. Tranzit parvozlarni amalga oshirayotgan fuqarolar uchun mamlakatimizda bo‘lish imkoniyati yaratilgani 101 davlatdan keladigan sayyohlar oqimini sezilarli oshirish imkonini bermoqda. Elektron viza tizimining ishga tushirilishi tufayli o‘tgan uch oy mobaynida ushbu xizmat turidan foydalanganlar qariyb 20 ming nafarga yetdi. O‘zbekistonda ham turizm yildan yilga rivojlanib bormoqda buning misolini esa quyidagi ko‘rsatkichlar orqali ko‘rish mumkin :

2019 yil oxiriga qadar turistik xizmatlar eksporti ko‘rsatkichi 1 313 032 AQSH dollariga yetgan. Bu 2018 yilga (1 041 089$) nisbatan 26,1 %ga o‘sgan”, - deyilgan xabarda. AQSH dollariga yetganligi qayd etilgan. Shuningdek, sayyohlarning joylashuv nuqtalari soni jami 1188 taga yetgan. Shundan 833 tasi – mehmonxonalar, 214 tasi – xostellar va 141 tasi boshqa ob’yektlarni tashkil etgan.
Hududlar kesimida olib qaralganda aksariya viloyatlarda mehmonxonalarning band bo‘lish ko‘rsatgichi 50 %dan yuqori bo‘lgan. Qoraqalpog‘iston Respublikasida – 62,6 %, Andijon viloyati – 65,0 %, Buxoro viloyati – 96,6 %, Jizzax viloyati – 52,5 %, Qashqadaryo viloyati – 61,0 %, Navoiy viloyati – 74,3 %, Namangan viloyati – 40,6 %, Samarqand viloyati – 82,3 %, Sirdaryo viloyati – 64,4 %, Surxondaryo viloyati – 68,8 %, Toshkent viloyati – 76,1 %, Farg‘ona viloyati – 42,7 %, Xorazm viloyati – 81,5 %, Toshkent shahri – 85,7 %.

XXI asri texnalogiya asri hisoblanadi shu sababli raqamli iqtisodiyot davlat va unga mijoz bo‘lguchi turist uchun hamdir. Internetning

takomilllashganligi, transport, online xaridlar, online kurslar va boshqa shu kabi prinsiplar asosiy roʻlni oʻynaydi. Buni 2020 yil 24-yanvardagi prezidentimizning murojatnomasida ham yaqqol koʻrish mumkin. Yaʼni 2020 yilda Oʻzbekistonda 7,5million xorijiy sayyoh tashrif buyurishiga erishish koʻzlanmoqda. Ziyorat va anʼanaviy turizm rivojlanishi mumkin boʻlgan marshrutlardagi obʼektlar soni 800 taga yetkaziladi. Joriy yilda yangi va zamonaviy mehmonxonalarni qurish uchun 200 milliard soʻm davlat subsidiyasi ajratilishidan turizmga katta eʼtibor berilganini koʻrish mumkin. Turistlarga qulay boʻlishi uchun yanada w.w.w Uzbekistan. travel orqali siz Oʻzbekistondagi ,,Yagona milliy taqvim " orqali 12 oy ichida Oʻzbekistondagi barcha festivallar haqida bilib olishlari mumkin. Bugungi kunga kelib esa endilikda turist turistik xizmatlarni baholash imkoniyatiga ega boʻldi. " Turizm xizmatlarini sertifikatlashtirish markazi " Davlat unitary korxonasi tomonidan "QR-soʻrovnoma" loyihasi yoʻlga qoʻyildi. Bundan tashqari butun Oʻzbekiston boʻyicha mehmonxolarni birlashtirgan telegram kanal yoki web sahifalar tuzildi. Bu esa Oʻzbekiston ichida mehmonxonalarning aloqasi va turistlar uchun har qanday savollarga online javob berish orqali ularning vaqtini va mablagʻini tejashga yordam beradi .

Foydalanilgan adabiyotlar :

1.Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga murojatnomasi 2020 yil 24-yanvardagi
2. http://trvl.uz ,
3.http://uza.uz/oz/tourism ,
4.https://stat.uz

А.А.Абдувалиев – ТАТУ Қарши филиали катта ўқитувчиси
Ф.Ортиқова – ТАТУ Қарши филиали 2-босқич талабаси

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ON-LINE ТУРИСТИК ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ МУАММОЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада рақамли иқтисодиёт шароитида on-line туристик хизмат кўрсатиш соҳасиривожлантиришнинг назарий асослари бўйича таклифлар берилган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, on-line, туристик хизмат курсатиш сохаси, интернет, виртуал туризм, туристик бозор.

Аннотация: в данной статье будут предложены теоретические основы развития сферы on-line туристических услуг в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика, on-line, туристические услуги, интернет, виртуальный туризм, туристический рынок.

Abstract: This article provides suggestions on the theoretical foundations for the development of online tourism services in the digital economy.

Keywords: digital economy, on-line, tourism services, internet, virtual tourism, tourism market.

Рақамли иқтисодиёт бугунги кунда жаҳон иқтисодиётининг муҳим қисмига айланди. Бундан ташқари, у инсон фаолиятининг барча соҳаларига мисли кўрилмаган суръатларда ривожланади ва кириб боради. Рақамли технологияларга асосланган иқтисодиётдир ва фақат електрон товарлар ва хизматлар соҳасини тавсифлаш тўғри бўлади.

Рақамли иқтисодиёт-бу электрон маълумотларни ишлаб чиқариш, қайта ишлаш, сақлаш ва узатишнинг янги усуллари сифатида кенг тарғиб этилмоқда, шунингдек рақамли компютер технологияларига асосланган иқтисодиётдир.

Юқоридаги таърифларни умумлаштириб шуни айтиш мумкинки, рақамли иқтисодиёт расмийлаштирилиши мумкин бўлган, яъни мантиқий схемаларга айлантирилган ҳамма нарсани қамраб олиши мумкин. Ҳаётнинг ўзи эса ушбу рақамли иқтисодиётни ишлаб чиқариш, тарқатиш, айирбошлаш ва истеъмол қилиш тизимига мослашиш имконини топади.

Бироқ "рақамли иқтисодиёт"нинг умумий қабул қилинган концепцияси йўқ.

Адабиётларда ва электрон манбаларда "рақамли иқтисодиёт" атамасининг синонимлари сифатида қуйидаги атамалар қўлланилади: тармоқ иқтисодиёти; электрон иқтисодиёт; virtual иқтисодиёт;

Тармоқ иқтисодиёти-электрон тармоқлар (рақамли) ва телекоммуникациялар ёрдамида амалга ошириладиган фаолият ҳисобланади.

Технологик жиҳатдан тармоқ иқтисодиёти-бу юридик ва жисмоний шахсларнинг биргаликдаги фаолияти тўғрисида бир-бири билан боғланишлари мумкин бўлган муҳитдир.“Рақамли (тармоқ) иқтисодиёт” атамаси билан бир қаторда қуйидаги тушунчалар ҳам қўлланилади: электрон бизнес; интернет бизнес; "е-бизнес ҳамкорларнинг оптимал ўзаро ҳамкорлигини таъминлаш ва интеграциялашган қиймат занжирини яратиш мақсадида ахборот технологияларидан фойдаланишга асосланган бизнес.

Е-бизнес ўз ичига олади: савдо, маркетинг, молиявий таҳлил, тўловлар ва ҳамкорлар қўллаб-қувватлаш.

Рақамли иқтисодиёт-бу бизнинг воқелигимизни тўлдирувчи виртуал муҳит. Рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши бутун дунё бўйлаб, шу жумладан Ўзбекистонда туристик бозорининг ривожланишининг асосий тенденцияларини ташкил этади. Мутахассисларини фикрича, улар орасида энг салмоқлиси:

- -туризм бизнесининг глобаллашуви;
- -трансмиллий интернет ресурсларининг фаол ривожланиши;
- -тур хизмати провайдерлари ва истеъмолчиларнинг яқинлашуви;
- -офлайн компанияларнинг интернетга оммавий кириш;
- -мобил иловалардан фойдаланиш.

Ривожланган мамлакатларнинг туризм бўйича тажрибаси шуни кўрсатадики, яқин келажакда рақамли иқтисод жаҳон туризм саноатини ривожлантиришнинг янги стратегиясининг технологик асоси бўлади.Сўнгги пайтларда ушбу технология ёрдамида шакллантирилган пакетлар улуши

Европа бозорида сотилаётган туристик маҳсулотлар ҳажмининг ярмини ташкил этмоқда. Маҳсулотнинг юқори технологияси онлайнтуристик хизмат кўрсатиш учун идеалдир. Европада, онлайн турпакетлар савдоси жадал сураатлар билан ортиб бормоқда

Меҳмонхона мажмуаларида хизмат кўрсатиш сифатини яхшилайдиган ва шу билан бирга ходимлар сонини оптималлаштириш имконини берадиган электрон захирага, електрон калитларга ва бошқа технологияларни татбиқ етадиган ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланмасдан юқори даражада хизмат кўрсатиш мумкин емас. Тармоқ ахборот технологиялари ахборотни қўллаб-қувватлашни ривожлантиришнинг долзарб ва истиқболли йўналишини ифодалайди. Улар ахборот-ҳисоблаш тизимларининг алоҳида фойдаланувчилари ўртасида ахборот алмашинувини, тақсимланган ахборот ресурсларини алмашиш, турли ихтисослашган ахборот фондларидан маълумотнома, ҳужжатли ва бошқа маълумотларни олиш имкониятини беради.

Туристик бозорни рақамлаштириш ва глобаллаштириш шароитида туристик бозорнинг барча иштирокчилари ўртасида ахборот алмашиш сифатининг роли ва аҳамияти ошади.Аввало бу ахборот жараёнларига тегишли: турагент-туроператор-қабул қилувчи туроператор. Туристик корхонанинг рақобатбардошлигини таъминлаш учун ягона ахборот маконини яратиш лозим: етказиб берувчи – туристик маҳсулотни сотувчи.

Туристик бозорнинг барча иштирокчилари ўртасида ахборот муносабатлари мавжуд.

Туризмни ахборот билан қўллаб-қувватлаш сейфами туристик маҳсулот ва хизматлар сифатига бевосита таъсир кўрсатувчи энг муҳим омил ҳисобланади.

Туристик саноатни ахборот билан таъминлашнинг ҳозирги ривожланиш даражаси туристик бизнеснинг соҳасига ва туристик бозорнинг барча таркибий қисмларига сезиларли таъсир кўрсатади. Инновацион ахборот-коммуникация жамияти шароитида туристик бозорнинг барча субъектлари, шу жумладан ишлаб чиқарувчилар ва туристик хизматлар истеъмолчилари ўртасидаги ўзаро муносабатлар намунаси ўзгариб бормоқда.

Туристик хизматлар бозори электрон тижорат хизматларининг энг жадал ривожланаётган соҳаси бўлиб, у сезиларли йиллик ўсишни кўрсатади.

Сўнгги йилларда, туристларининг ярмидан кўпи режалаштириш ва дунё бўйлаб ўз сафарларини ташкил қилишдаглобал интернет тармоғидан фойдаланган. Жахонда саёҳат қилаётган хорижлик туристлар эса интернет ёрдамида сарфланган барча маблағнинг учдан бир қисмигатўғри келади.

Туризмдаги инновациялар рақобатбардошлигини ошириш, туристик хизматлар истеъмоли ҳажмини ошириш ва иқтисодий ўсишга эришишнинг шартидир.

Бугунги кунда, туристик бозоригафаол динамик тур пакетни тарғиб қилиш бўйича иш олиб бормоқда. Бу авиакомпаниялар, меҳмонхоналар ва туристик хизмати агрегатларининг ресурс тизимларига бевосита кириш орқали тур маҳсулотларини яратиш ва амалга оширишнинг янги

технологиясидир. Бу туризмнинг янги турлари орасида **Виртуал** туризм ажралиб туради.

"Виртуал туризм-бу замонавий компютер технологиялари ва коммуникация тармоқларидан фойдаланиш имконини берувчи шахснинг фаолияти бўлиб, унга реал кишилар орасидан керакли аниқ манзил ҳақида маълумотларни олишга ёрдам беради.

Виртуал туризм ҳам муайян манзилни тарғиб қилишнинг истиқболли воситаси бўлиб, туристларга ташриф учун маданий, тарихий ва рекракцион имкониятлари билан танишиш ва энг қизиқарли объектларни танлаш уларда виртуал саёхат қилиш имконини беради.

А.М. Каримова – СамИСИ ўқитувчиси
У.Б. Болқибоева – СамИСИ талабаси

ҚУШРАБОТ ТУМАНИДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Аннотация: Бугунги кунда Ўзбекистонда туризм соҳаси энг тез ривожланиб келаётган соҳаларидан бири бўлиб ҳисобланади. Ушбу мақола Самарқанд вилояти Қушработ туманининг сайёҳлик салоҳияти ва уни янада ривожлантириш истиқболларига бағишланган.

Калит сўзлар: турист, туризм, банк, иқтисодиёт, инновация, сервис, инвестиция, саёҳат

Аннотация: Туризм на сегодняшний день является одной из самых быстро развивающихся сфер деятельности бизнеса в Узбекистане. Данная статья посвящена туристическому потенциалу Кушрабатского района Самаркандской области и его дальнейшему развитию.

Ключевые слова: туризм, туризм, банковское дело, экономика, инновации, сервис, инвестиции, путешествия

Abstract. Tourism today is one of the fastest growing business areas in Uzbekistan. This article is devoted to the tourism potential of the Kushrabat district of the Samarkand region and its further development.

Keywords: tourism, tourism, banking, economics, innovation, service, investment, travel

Сўнгги йилларда туризм жаҳон иқтисодиётидаги тез ривожланиб келаётган тармоқлардан бири бўлиб бормоқда. Бу соҳа нефт қазиб чиқариш ва автомобилсозликдан сўнг йирик учликка кирадиган катта даромад келтирувчи тармоқ ҳисобланади. Бугунги кунда туризм ва унга бевосита ҳамда билвосита ҳизмат кўрсатувчи соҳаларда жаҳон меҳнат ресурсларининг қарийб 60% қисми фаолият олиб бормоқда. Шуни айтиб ўтиш жоизки, 2019-йилнинг 8 ойи мобайнида Ўзбекистонга ташриф буюрган 4 млн 300 дан ортиқ турист, ташриф буюрган маълумотларга қараганда мазкур кўрсаткич ўтган йилнинг шу даврига нисбатан 26,7 % етганлигини кўришимиз мумкин.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2018-2019 - йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора тадбирлар” тўғрисидаги қарори[1], “Туризм тўғрисида”ги[2], “Банклар ва банк фаолияти тўғрисида”ги[3], “Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги[4] Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони каби қонуларига биноан мамлакатимизда туризм соҳасини жадал ривожланиши учун қисқа муддатда энг қулай шарт – шароит, иқтисодий, маъмурий ва ҳуқуқий муҳит яратиш хизматлар сифатини янада ошириш ҳудудларда туризм турларини ривожлантириш ва даромадлар базасини кенгайтириш ва иш ўринларини ташкил этиш каби мақсадлар илгари сурилди. Мазкур қарорда кўзда тутилган ва биринчи навбатдаги чора тадбирлар дастурига киритилаган тадбирларни молиялаштириш манбалари этиб тадбиркорлик субъектлари, ижрочиларнинг ўз маблағлари, тижорат банкларнинг кредитлари, чет эл инвестициялари белгиланди.

Туризмни ривожлантириш бўйича тасдиқланган қонун қарорларга мувофиқ равишда ҳудудларда мавжуд ресурслардан туризм мақсадида фойдаланиш жойлардаги бюрократик тўсиқларни бартараф этишга қаратилди.

Самарқанд вилоятининг ўзига хос ва бой ресурсларга эга туманларидан бири бу - Қўшработ туманидир. Бу ерда жуда кўп тарихий обидалар, зиёратгоҳ жойлар мавжуд, шу билан бир қаторда ўзининг иқлими, сўлим табиати, хушманзара, кўркам масканлари борлиги билан ажралиб туради.

Туман маркази, Пичот сойда “Балиқчи ота” зиёратгоҳи жойлашган. Зиёратгоҳнинг табиати, гўзал манзараси ҳамда мусафо ҳавоси кишига ўзгача кайфият ва руҳий тетиклик бахш этади. Ривоятларга қараганда, “Балиқчи ота” чашмасининг балиқлари “Нур ота” чашмасининг балиқлари ҳар жума куни алмашинар экан. Маҳаллий аҳоли бунинг устида қизиқ бир тажриба ўтказиб кўришган: “Балиқчи Ота” чашмасининг балиғига белги сифатида бир парча боғич боғлаб қўйилган ва ушбу балиқни “Нур Ота” чашмасининг ҳавзасида кўришган ва бу ҳолат ҳар жума кунлари содир бўлади деб тахмин қилишган.

Пичотсой қишлоғининг манзараси ҳам инсонга кўтаринки кайфият бағишлайди. Саёҳатингизни “Шова” қишлоғи тамон давом эттирсангиз, “Шова” қишлоғида жойлашган зиёратгоҳ масканларни кўрасиз ва бу жойнинг тарихи билан таниша оласиз. Шу ерда туғилган ва шу ерда яшаган авлиё, “Домла Камолиддин бобо”нинг масжиди қурилган бўлиб, йилнинг 4 фаслида ҳам бу ерда зиёрат қилувчиларнинг қадами узилмайди. Ҳозирда “Домла Камолиддин бобо” нинг қабри “Пангат” қишлоғида жойлашган.

Яна бир эътирофга сазовор маскан “Пангат-Қисмоқ” тоғлари тепасида, Заргрaндан XVI- асрларда Хитой давлати маълум миқдорда бўёқ олиб кетишган, “Шова” қишлоғи “Қоравулхона” (Пистаманан-қадимий номи)

[1] 2018-2019-Йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори

[2] Ўзбекистон Республикасининг Қонуни “Туризм тўғрисида” ЎРҚ-549 18.07.2019

[3] Ўзбекистон Республикасининг «Банклар ва банк фаолияти тўғрисида»ги Қонуни 11.10.2019

[4] “Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони.

деган жойидан эса XIII-XVI асрларда тилло, мис, ер ости бойликларини олиб кетишган. Бу ҳақида маълумотлар тошларга ўйиб ёзилган бўлиб, жуда катта кенг майдонни қамраб олган тош қолдиқлари, чуқурликлар бунинг яққол далили сифатида кўриниб туради.

Пангат тоғларининг тепасида яна бир ажойиб табиат мўжизасига гувоҳ бўлишингиз мумкин, бу ерда чуқурлиги таминан 3000-3500 метр бўлган, шакли айлана кўринишида бўлган ажойиб мўжизакор, “Позилмон” кўли жойлашган. Бу кўл йилнинг 4 фаслида ҳам бир хил тиниқ бўлиб туради. Буни томоша қилган инсонга оз муддатга бўлса ҳам завқланишига шубҳа йўқ.

Ўзбек адабиёти халқ оғзаки ижодига ўзининг йирик ҳиссасини қўшган шоир ва ёзувчи бахши эргаш Жуманбулбул ҳам айнан мана шу Қўшработ туманининг Жўш-Қўрғон қишлоғида таваллуд топган. Умри давомида мана шу ерда яшаб ижод этди ва ўз халқининг ҳаёт тарзи ҳақида шеърлар битган шунингдек, ўз ўлкасининг гўзал табиати ҳақида ашъорлар битган.

Бундан ташқари, “Оқчопсой” қишлоғида “Абдуллахон” банди (сув омбори) жойлашган бўлиб, бу Абдуллахон даврида қурилган. Саёҳатингизни Қоратош қишлоғи томон давом эттирсангиз, Қоратош қишлоғининг ҳам ўзига хос туристик салоҳияти билан танишасиз.

Қоратош – “Чинор” қишлоғида Холоров Зайниддин отанинг боғига ҳар йили турислар ташриф буюришади чунки ўзбек халқининг ҳақиқий турмуш тарзини кўришни истовчи туристлар учун ушбу хонадонда барча шароитлар мавжуд ҳамда ён атрофдаги туристик объектлар билан танишиб чиқишади. Бу ерда туристлар учун ўтовлар ташкил этилган бўлиб, ҳар йили ўтов шароитида дам олиб кетишади. Туристлар ўзларининг саёҳатини “Оқ тоғ”, “Лангар тоғ”, “Чармиш тоғларини томоша қилиб, то Нур Ота тоғларигача давом эттиришимиз мумкин. Яна бир муҳим эътиборга сазовор жой бу “Оқ тоғ” бўлиб тоғнинг тепасида 1000 метр чуқурликдан қайнаб чиқувчи, атрофи қумлоқ бўлган “Оқ Булоқ” мавжуд.

Бугунги кунда Қўшработ туманида жуда катта ўзгаришлар бўлганлигининг гувоҳи бўламиз. 2019-йилда Жўш қишлоғида 3 та янги “Мини фудбол стадион”ни ташкил этилди. 2019 йил якунида имтиёзли кредитлар бериш ҳисобидан кўплаб қурилишлар барпо этилди. Аҳолини турар жой бинолари билан таъминлаш режалари амалга оширилди. Туман, қишлоқлар бўйлаб йўллар қайтадан реконструкся қилинганлиги албатта туманга ташриф буюраётган сайёҳлар учун қулайлик яратди ва уларнинг сонини кўпайишига сабаб бўлади. Жўш қишлоғида 2020-йилга мўлжалланган янги “Сок ишлаб чиқариш завод”и ишга тушурилиши белгиланган. Албатта бу заводнинг очилиши туризм соҳасига ҳам ижобий таъсир кўрсатади. Туристлар ўз навбатида тумандаги табиий мева маҳсулотларидан қандай қилиб сок тайёрланиш жараёнида бевосита қатнашиб кўриш имкониятига эга бўлиши мумкин. Бундан ташқари, “Эргаш Жуманбулбул” музейи қайтадан реконструксия қилиниб, сайёҳларнинг зиёрат марказларидан бирига айлантирилди.

Бундан ташқари, кўплаб аҳолига кредитлар берилиши билан хусусий

тадбиркорлик йўлга қўйилди ва аҳолини иш билан таъминланиш даражаси ошди. Инсонларда саёҳатга бўлган қизиқишларни ошириш мақсадида Ўзбекистон бўйлаб саёҳатлар йўлга қўйилди. Бу албатта ички туризмнинг ривожланишидан далолат бермоқда. Аҳолига қулайлик яратиш мақсадида Тошкент-Жўш қатнови учун “Люкс” афтобуслар йўлга қўйилди. Бундай ўзгаришларнинг мавжудлиги туманда туризм маъданиятининг кириб келишига ҳам ижобий жиҳатдан катта таъсир қилмоқда.

Юқорида таъкидлаб ўтилганидек, Қўшробот туманида кўплаб эътиборга молик қадамжолар бисёр ва ҳар биридан туристик объект сифатида фойдаланиш мумкин. Биз бу борада ўзимизнинг қуйидаги таклифларимизни билдирмоқчимиз:

- ҳудудда мавжуд туристик объектларнинг туристик харитасини яратиш;
- ҳудунинг барча ресурсларидан оқилона фойдаланган ҳолда унинг “туристик инфратузилмасини” шакллантириш;
- эски қадамжоларни қайта тиклаш (реконструксия) ишларини олиб бориш;
- туманда “уй мехмонхоналар сонини” кўпайтириш.

З.М.Мухаммедова – СамИСИ PhD докторант

ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЧИЛИГИНИНГ ЎРНИ ВА АҲАМИЯТИ

Аннотация: Мақолада туризм соҳасини ривожлантиришда давлат-хусусий шерикчилигининг ўрни ва аҳамияти ёритиб берилган. Шу билан бир қаторда, ўзаро шерикликни мувофиқлаштириш, ижтимоий инфратузилмани жадал ривожлантириш, тўлов балансини бошқариш каби муҳим вазифаларнинг бажарилишида давлатнинг фаол иштироки бўйича амалга оширилаётган чора-тадбирлар тўғрисида фикр юритилган.

Калит сўзлар: Туризм, инвестиция, инновация, давлат хусусий шериклиги.

Аннотация: В статье освещается роль и значение государственно-частного партнерства в развитии туризма. В то же время были высказаны мнения о проводимых мерах по активному участию государства в реализации таких важных задач, как координация взаимного партнерства, ускоренное развитие социальной инфраструктуры, управление платежным балансом.

Ключевые слова: Туризм, инвестиция, инновация, государственно-частное партнерство.

Abstract:: The article highlights the role and importance of public-private partnerships in the development of tourism. The sides also discussed the measures taken by the state for active participation in such important tasks as coordination of partnerships, accelerated development of social infrastructure, balance of payments management.

Keywords: Tourism, Investment, Innovation, Public-private partnership.

Ўзбекистонда давлат ташаббуси билан амалга оширилаётган кенг қамровли ислоҳотлар доирасида туризм мамлакатнинг устун суръатлар билан

ривожланиши лозим бўлган энг истиқболли стратегик тармоқ сифатида белгиланган. Меҳнат тақсимоти чуқурлашиб бораётган мураккаб иқтисодий вазиятда ҳудудий ва миллий иқтисодиёт тармоқларининг пропорционал ривожланишини таъминлаш, уларнинг ўзаро ҳамкорлигини мувофиқлаштиришга эришиш, ижтимоий инфратузилмани жадал ривожлантириш зарурати, тўлов балансини бошқариш каби муҳим вазифаларнинг бажарилишини давлатнинг фаол иштирокини тақазо этади.

Туристик фаолиятни давлат томонидан тартибга солиш сиёсатининг асосий йўналишлари Ўзбекистон Республикасининг янги "Туризм тўғрисида"ги Қонунининг 2-бобида "Туризм соҳасини тартибга солиш"[1]: 6-модда, 7-модда, 8-моддаларида акс эттирилган. Бундан ташқари, Қонунда "Туризм соҳасига инвестицияларни жалб қилиш ва инвестициялар киритиш учун қулай шарт-шароитлар яратиш" (2-боб, 6-моддаси) давлат тартибга солиш сиёсатининг алоҳида банди сифатида киритилган[2]. Ушбу бандниг соҳага инвестицияларни жалб этиш орқали нафақат туризм ривожланишига, унинг ихтиёридаги инвестицион ресурслар мутлақ миқдорининг ўсишига, тармоқнинг инвестицион салоҳиятини юксалтиришга, балки соҳа инвестицион ресурслари таркибида сифат ўзгаришларни таъминлашга, инновацион омиллар ҳисобига инвестицион ресурслар иқтисодий самарадорлигини кескин ошириш имконини беради. Ўз навбатида, инновацияларга инвестициялар соҳага жалб этилган инвестицион ресурслар иқтисодий самарадорлигини оширишнинг, уни интенсив омиллар асосида ривожлантиришнинг асосий йўли ҳисобланади.

Хорижда анча илгари бошланган ва амалиётда ўзининг позитив натижаларини берган туризм соҳасидаги давлат-хусусий ҳамкорлигининг илғор тажрибасидан биз ҳам унумли фойдаланишимиз, Ўзбекистоннинг бой тарихий-маданий ва табиий туристик салоҳиятини мамлакатга туристларни жалб қилишнинг муҳим омилига айлантиришда хусусий секторнинг иштирокини фаоллаштириш имкониятларидан унумли фойдаланмоғимиз керак. Бизнинг мамлакатизда давлат-хусусий шерикликнинг ҳуқуқий асослари Ўзбекистон Президентининг 2019 йилнинг 10-майида "Давлат-хусусий шериклик тўғрисида"ги[3] Қонунга мувофиқ яратилган. Ушбу қонунга мувофиқ давлат-хусусий шериклик – бу давлат шериги ва хусусий шерикнинг муайян муддатга юридик жиҳатдан расмийлаштирилган, давлат хусусий шериклик лойиҳасини амалга ошириш учун ўз ресурсларини бирлаштиришга асосланган ўзаро ҳамкорлиги ҳисобланади[4].

Айни пайтда, туристик хизматлар бозорида мамлакатлар ўртасида тобора кескинлашиб бораётган рақобат муҳити шароитида бошқаришнинг истеъмолчи талабларига, унинг шиддат билан ўзгариб бораётган эҳтиёжларига мослаша оладиган усулларни қўллашни тақазо этади. Ҳозирги даврда рақобат курашида катта муваффақиятга эришиш учун сифатни

[1]Ўзбекистон Республикасининг "Туризм тўғрисида"ги Қонуни. Т.: 2019 йил 18 июль.
[2]Ўша Қонун.
[3]Давлат-хусусий шериклик тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Қонуни. https://gazeta.uz
[4]Ўша Қонун.

ошириш, харажатларни пасайтириш, маҳсулот сотиш ҳажмини кўпайтиришнинг ўзи кифоя қилмайди. Бунинг учун шиддат билан ўзгариб бораётган бозор конъюктурасига мослаша олиш, истеъмолчи талабларини аниқлаш ва уни бекаму-кўст қондириш тезкор чораларини кўриш зарур. “Туризм тўғрисида”ги Қонунга мувофиқ кадрларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш Ўзбекистонда туризм соҳасини давлат томонидан тартибга солиш ва қўллаб-қувватлаш сиёсатининг асосий йўналишларидан бири сифатида белгиланган[1]. Бугунги кунда кадрлар тайёрлаш ривожлантириш ва соҳага жалб этилган инвестицион ресурслардан оқилона фойдаланиш асосида уларнинг иқтисодий самарадорлигини оширишнинг муҳим омили ҳисобланади. Жаҳон амалиёти шундан далолат беради, кадрлар салоҳиятини юксалтириш, инсон капитали ролининг ижтимоий-иқтисодий тараққиётнинг етакчи омилига айлантиришда давлатнинг фан ва таълим соҳасидаги сиёсати бениҳоя муҳим аҳамиятга эга. Туризмда банд бўлган кадрлар салоҳиятининг миқдор ва сифат кўрсаткичлари соҳага жалб этилган инвестицион ресурслар самарадорлигини оширишга кучли таъсир кўрсатади. Амалий тажриба корхонада банд бўлганларнинг касбий маҳорати ва юқори малакаси унинг мураккаб иқтисодий шароитларда барқарор ва муваффақиятли фаолият юритишининг асосий шарти эканлигидан далолат беради.

Бугун касбий таълим мамлакатда изчиллик билан амалга оширилаётган кенг қамровли ислоҳатлар доирасида модернизация босқичини бошидан кечирмоқда ва таълим сифатини тубдан ошириш муаммолари изчиллик билан ҳал этилмоқда. Таълим сифатини яхшилаш давлат ижтимоий-иқтисодий сиёсатининг устувор йўналишларидан бирига айланган. Шуни эътибордан чиқармаслик керакки, таълимни модернизациялаш иқтисодиётни, қолаверса бутун жамиятни модернизациялашнинг, уни мазмунан ва таркибий янгилашнинг таянчи ҳисобланади. Ушбу мақсадга эришиш учун йирик туристик компаниялар қошида ходимлар касбий маҳоратини юксалтириш учун хизмат қилувчи махсус бўлим ёки марказ ташкил этилиши лозим. Бундай бўлимнинг ёки марказнинг асосий вазифаси истеъмолчиларга бевосита хизмат кўрсатувчи ходимларнинг касбий маҳоратини ошириш ва уларни узлуксиз ўқитиш комплекс тизимини ташкил этишдан иборат. Касбий билимларнинг, маҳорат ва кўникмаларнинг доимий тарзда янгиланиб бориши – кадрлар салоҳиятини юксалтиришнинг, уларнинг тараққиётдаги ролини оширишнинг асосий шарти ҳисобланади.

Давлатнинг туризм соҳасида инновацион жараёнларни қўллаб-қувватлашнинг асосий йўналишларидан бири – туризм ва у билан дахлдор бўлган иқтисодиётнинг бошқа тармоқларида инновацион лойиҳаларни ишлаб чиқиш ва амалга оширишни грантлар, субсидиялар ва инвестициялар ёрдамида молиявий ёрдам кўрсатиш бўлмоғи керак. Шунингдек, туризмнинг ривожланишига ташқи таъсир кўрсатишда бюджет ҳисобидан давлат капитал

[1] Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонуни. Т.: 2019 йил 18 июль.

қўйилмалари ҳам муҳим рол ўйнайди. Айниқса, бозорда вазият ёмонлашган, туристик хизматларга талаб сусайиб кетган пайтларда хусусий инвестициялар кескин қисқаради, инқироз юзага келади. Ана шундай вазиятда давлат инвестициялар орқали инқирозга ва унинг энг салбий оқибати – ишсизликка қарши курашади, туристик корхоналар инвестицион салоҳиятни юксалтиришга ёрдам беради.

T.Rahmonov – SamDU dotsenti
A.H.Hamdamov– SamDU assistenti
S.Jo‘raqulova – SamDU 2-kurs magistranti

INNOVATSION TARAQQIYOT YO‘LIDA TURIZM SOHASINING BUGUNGI ISTIQBOLLARI

Annotatsiya: Maqolada mamlakatning turizm sohasini rivojlantirilishi orqali mamlakat iqtisodiy taraqqiyotiga qanchalik o‘z hissasini qo‘shganini ko‘rishimiz mumkin.

Kalit so‘zlar: innovatsiya, turizm, strategiya, fan va texnologiya, aholi turmush darajasi, turistik mahsulot, pozitsiya, indeks, inson kapitali.

Аннотация: В статье мы увидим, как они способствовали экономическому развитию страны через развитие туризма в стране.

Ключевые слова: инновации, туризм, стратегия, наука и техника, уровень жизни, туристический продукт, положение, индекс, человеческий капитал.

Abstract: In the article we will see how they have contributed to the economic development of the country through the development of tourism in the country.

Key words: innovation, tourism, strategy, science and technology, living standards, tourism product, position, index, human capital.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev tashabbusi bilan mamlakatda turizmni milliy iqtisodiyotning strategik tarmoqlaridan biri sifatida rivojlantirishga, uni barqaror rivojlanish, tuzilmaviy o‘zgartirishlar va iqtisodiyotni diversifikatsiyalashning qudratli vositasiga aylantirishga yo‘naltirilgan kompleks chora-tadbirlar izchil amalga oshirilmoqda. Turizm sohasining yaratiladigan yalpi ichki mahsulotdagi, mahalliy budjetlar daromadlaridagi, bandlikni ta'minlash, aholining turmush darajasi va sifatini oshirishdagi hissasini oshirish bo‘yicha faol ishlar olib borilyapdi. Xususiy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha o‘tkazilayotgan islohotlar oqimida xususiy turizmni jadal rivojlantirish bo‘yicha qulay shart-sharoitlar shakllantirilmoqda, jamoat tashkilotlari, kichik va o‘rta biznes vakillaridan chiqayotgan tashabbuslar faol rag‘batlantirilmoqda.

Bugungi kunda shiddat bilan rivojlanayotgan turizm sanoati turistik mahsulotlar va xizmatlar sohasini takomillashtirishning ustuvor yo‘nalishlarini yanada chuqurlashtirishga, raqobat kurashida o‘z pozitsiyalarini yaxshilash uchun zamonaviy innovatsion yechimlarni joriy etishga qaratilgan.

O‘zbekiston 2030 yilda dunyodagi 50 ta innovatsion iqtisodiyot qatoridan o‘rin olishni rejalashtirmoqda – ushbu vazifa yaqinda qabul qilingan va ishlab chiqilishi jarayonida BMTTD ishtirok etgan mamlakatni innovatsion rivojlantirish strategiyasida qayd etilgan. **«Innovatsiyalar darajasi qancha yuqori bo‘lsa, YaIM ko‘rsatkichlari ham shuncha baland bo‘ladi turizm sohasi esa ko‘kda parvoz qiladi»** Innovatsion rivojlanishning global indeksi mamlakatdagi innovatsion salohiyatni tahlil qilish uchun dastlabki bosilgan qadam bo‘ldi. Innovatsiyalarning global indeksi (The Global Innovation Index) – innovatsiyalar rivojlanganligi darajasiga oid ko‘rsatkich bo‘yicha global tadqiqot va unga hamrohlik qiluvchi jahon davlatlari reytingi. Indeks 81 ta ko‘rsatkichdan iborat bo‘lib, ular iqtisodiy rivojlanishning turli darajalarida bo‘lgan dunyo davlatlarining innovatsion rivojlanganligini batafsil ta’riflaydi.

O‘zbekiston pozitsiyalarini o‘rganish asosida takomillashtirish zarur bo‘lgan sohalar aniqlandi. Ularning orasidan ta’lim tizimini takomillashtirish va inson kapitalini rivojlantirish; fan, ixtirolar va texnologiyalari transferini rivojlantirish; innovatsion faoliyatni moliyalashtirish tizimini takomillashtirish; raqobatni rivojlantirish va ma’muriy to‘siqlarni qisqartirish; infratuzilma va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish kabi yo‘nalishlar joy olgan. Strategiyaning vazifasi – keng ko‘lamli bo‘lib, mamlakatning jahon maydonidagi raqobatbardoshligini va innovatsion taraqqiyoti darajasini belgilab beradigan inson kapitalini rivojlantirish orqali turizm va iqtisodiyotni yuksaltirishdan iboratdir.

O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasi rivojlanishining 2015-2018 yillardagi maqsadli ko‘rsatkichlari

Yillar	Turizmning YaIM umumiy hissasi (mlrd. so‘m, real narxlarda)	O‘zR tashrif buyurgan xorijiy fuqarolar soni ming kishi,	Turistik xizmatlar eksporti, mln. AQSH dollari hisobida	Mehmonxona va an’anviy joylashtirish vositalari soni,
2015	4049,59	2034,2	287,4	661
2016	5273,73	2157,7	462,3	750
2017	7354,72	2847,8	546,9	816
2018	8752,61	6432,9	1040,9	914

(Jadval ma’lumotlari maqola mualliflari tamonidan tayyorlangan)

Statistika ma'lumotlariga ko‘ra, 2019 yil davomida O‘zbekistonga 6 748 500 nafar sayyoh tashrif buyurgan, 2018 yilda esa bu ko‘rsatkich 5 346 200 kishini tashkil qilgan. Ularning orasidan aksariyat, ya'ni 51,3 foizni 31-55 yoshdagi kishilar (2018 yilda 52,1 foiz), 20,2 foizini 55 yosh va undan kattalar (2018 yilda 19,4 foiz), 19,5 foizini 19-30 yoshdagilar (2018 yilda 20,4 foiz) va 9,1 foizini 0-18 yoshlilar (2018 yilda 8,1 foiz) tashkil qiladi (1).

Eng ko‘p sayyoh Markaziy Osiyo mintaqasidan tashrif buyurgan bo‘lib, ularning soni 5764500 kishiga yetgan. MDH mamlakatlaridan kelganlar soni 495600 kishini tashkil qilgan. Uzoq xorijiy mamlakatlardan tashrif buyurgan mehmonlar soni esa 488400 ming kishini qayd etgan. Sayyohlarning aksariyati

Qozog‘iston, Tojikiston, Qirg‘iziston, Turkmaniston, Rossiya Federatsiyasi, Turkiya, Afg‘oniston, Xitoy, Koreya Respublikasi, Hindiston kabi davlatlardan tashrif buyurgan. O‘zbekistonga tashrif buyurganlar orasida qarindosh-urug‘ va do‘stlarini ko‘rishga kelganlar soni 81,8 foizdan iborat bo‘lgan bo‘lsa, dam olish uchun kelganlar 15,5 foizni tashkil etgan. Boshqa sabablar, jumladan davolanish, xaridlar, biznes uchrashuvlarda ishtirok etish hamda ta'lim olish maqsadida kelgan xorijliklar soni 2,7 foizni qayd etdi. 2019 yil yakuniga ko‘ra, turistik xizmatlar eksporti ko‘rsatkichi 1 mlrd 313 mln AQSh dollarini tashkil qilib, 2018 yilga nisbatan (2018 yilda 1 mlrd 041 mln) 26,1 foizga o‘sish qayd etildi. Joylashuv vositalari soni jami 1188 tadan iborat bo‘lgan bo‘lsa, shundan 833 tasi – mehmonxonalar, 214 tasi – xostellar va 141 tasi boshqalar.

Hududlar kesimida joylashuv vositalarining yuklanish darajasi quyidagicha: Qoraqalpog‘iston Respublikasi – 62,6 foiz, Andijon viloyati – 65,0 foiz, Buxoro viloyati – 96,6 foiz, Jizzax viloyati – 52,5 foiz, Qashqadaryo viloyati – 61,0 foiz, Navoiy viloyati – 74,3 foiz, Namangan viloyati – 40,6 foiz, Samarqand viloyati – 82,3 foiz, Sirdaryo viloyati – 64,4 foiz, Surxondaryo viloyati – 68,8 foiz, Toshkent viloyati – 76,1 foiz, Farg‘ona viloyati – 42,7 foiz, Xorazm viloyati – 81,5 foiz, Toshkent shahri – 85,7 foiz.

Mamlakat turizm salohiyatini dunyo jamoatchiligi orasida keng targ‘ib etish maqsadida AQSh, Yaponiya, Germaniya, Italiya, Xitoy, Indoneziya, Rossiya va boshqa mamlakatlardan jami 30 OAVning 160 dan ortiq vakillarining tashrifi tashkillashtirildi. An'anaviy targ‘ibot usullari bilan bir qatorda zamonaviy targ‘ibotning zamonaviy usullaridan foydalanilmoqda, xususan, 2019 yilning 17-21 dekabr kunlari Tokio (Yaponiya) shahridagi Sibuya maydonida O‘zbekiston turizm salohiyatini targ‘ib qiluvchi videorolik namoyish etildi. O‘zbekistonga sayyohlarni jalb etishda turli ommaviy-madaniy ko‘ngilochar tadbirlar ahamiyatini hisobga olib, o‘tgan yildan boshlab har bir hududning o‘ziga xosligidan kelib chiqqan holda turli ommaviy tadbirlar tashkil etildi. Jumladan, birinchi marotaba tashkil etilgan Ziyorat turizmi forumi (Buxoro viloyati), Bahodirlar o‘yini (Xorazm viloyati), “Mo‘ynoq” avtoralli, “Stixiya” musiqa festivali (Qoraqalpog‘iston Respublikasi), MDH turizm yarmarkasi, (Samarqand viloyati), Geoturizm forumi, Anor festivali (Qashqadaryo viloyati), Elektron musiqa festivali, Gastronomik festival, “World Influencers Congress” (Toshkent shahri) kabi yirik tadbirlar o‘tkazildi.

Xulosa qilib aytganda yuqoridagi ma’lumotlar shuni ko‘rsatadiki, mamlakatning innovatsion taraqqiyotida turizm sohasi bilan iqtisodiyot o‘rtasidagi bog‘liqlik bo‘lsa mamlakatning yanada rivojlanishida muhim omil bo‘lib xizmat qilishini ko‘rsatib turibdi. Mamlakatimizdagi bunday shart-sharoitlardan to‘g‘ri va oqilona foydalangan holda, innovatsion taraqqiyotga, innovatsion rivojlanishga va asosiy maqsadlarimizdan biri bo‘lgan innovatsion rivojlangan davlatga erishish kaliti bo‘lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yhati:

1. Statistika qo‘mitasi ma’lumotlari 2019 yil yakunlari.
2. www.uzbektourism.uz sayti ma’lumotlari.

П.Ш. Усмонов – СамИСИ, “Молия” кафедраси ўқитувчиси,
Ж.М. Гадаев – СамИСИ, “Молия” кафедраси ўқитувчиси,
А.А. Ходжимамедов – СамИСИ, “Молия” кафедраси ўқитувчиси,
Ш.К. Набиев – СамИСИ, “Молия” кафедраси ўқитувчиси.

ТУРИСТИК КОРХОНАЛАР МОЛИЯВИЙ РЕСУРС БАЗАСИНИ МУСТАҲКАМЛАШНИНГ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Аннотаци: Мақолада туристик корхоналарда молиявий ресурсларнинг аҳамияти, уларни шакллантириш йўллари келтирилган. Шунингдек, туристик корхоналар молиявий реусрс базасини мустаҳкамлаш бўйича таклифлар ўз аксини топган.

Калит сўзлар: туризм, туристик корхоналар, молиявий ресурс, акциядорлик жамиятлари, акция, эмиссия.

Аннотация: В статье рассматривается роль финансовых ресурсов в туристических компаниях и пути их формирования. А также, разработаны предложения по стабилизации финансовых ресурсов туристических предприятий.

Ключевые слова: туризм, туристические предприятия, финансовые ресурсы, акционерные общества, акции, эмиссия.

Abstract: The article considers the role of financial resources in travel companies and the ways of their formation. And also, proposals have been developed to stabilize the financial resources of tourism enterprises.

Key words: tourism, tourism enterprises, financial resources, joint-stock companies, stocks, issue.

Барчамизга маълумки, 2017 йилнинг 7 февраль куни Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев томонидан “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони[1] мамлакатимизда иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришнинг устувор йўналишларида янги босқични бошлаб берди.

Ушбу стратегияда белгиланган 5 та йўналишнинг ҳар бирини ишлаб чиқиш ва такомиллаштиришда “Ҳаракатлар стратегияси” катта кўламга эга бўлиб, у мамлакатимиз ижтимоий, иқтисодий ва сиёсий ҳаётининг ҳар бир жабҳасини қамраб олган. Бундай кенг кўламдаги вазифаларни бажариш нафақат давлат хизматчисининг, балки хизмат соҳа корхоналари ходимларининг катта меҳнатини талаб этган ҳолда кўп миқдордаги молиявий ресурсларга ҳам эҳтиёж борлигини эътироф этади.

Шу ўринда айтиб ўтиш лозимки, “Ҳаракатлар стратегияси”нинг учинчи йўналиши иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришга қаратилган бўлиб, унинг 3.1-бўлимида келтирилган қуйидаги устувор вазифаларга алоҳида эътибор қаратилган[2]:

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида / Расмий нашр / Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги. – Т.: Адолат, 2017.

[2] Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида / Расмий нашр / Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги. – Т.: Адолат, 2017. 17-б.

- Туризм индустриясини жадал ривожлантириш, иқтисодиётда унинг роли ва улушини ошириш, туристик хизматларни диверсификация қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтириш;

- илғор халқаро тажрибада қўлланиладиган инструментлардан фойдаланган ҳолда пул-кредит сиёсатини янада такомиллаштириш, шунингдек валютани тартибга солишда замонавий бозор механизмларини босқичма-босқич жорий этиш, миллий валютанинг барқарорлигини таъминлаш;

- банк тизимини ислоҳ қилишни чуқурлаштириш ва барқарорлигини таъминлаш, банкларнинг капиталлашув даражаси ва депозит базасини ошириш, уларнинг молиявий барқарорлиги ва ишончлилигини мустаҳкамлаш, истиқболли инвестиция лойиҳалари ҳамда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини кредитлашни янада кенгайтириш;

- суғурта, лизинг ва бошқа молиявий хизматларнинг ҳажмини уларнинг янги турларини жорий қилиш ва сифатини ошириш ҳисобига кенгайтириш, шунингдек капитални жалб қилиш ҳамда корхона, молиявий институтлар ва аҳолининг эркин ресурсларини жойлаштиришдаги муқобил манба сифатида фонд бозорини ривожлантириш.

Юқоридаги маълумотга таяниб айтиш жоизки, фақат 2017 йилга мўлжалланган давлат дастурини амалга ошириш учун 16,9 трлн. Сўмдан ортиқ банк кредитларини жалб этиш кўзда тутилган эди ва бу борада банклар томонидан кенг кўламдаги чора-тадбирлар амалга оширилди.

Президентимиз томонидан Республика хизмат кўрсатиш соҳа корхоналарига мамлакат иқтисодиётини ривожлантириш, хусусан, хорижий инвестицияларни жалб қилишда етакчи бўғинлардан бири бўлган банк тизимини тадбиркорлик фаолиятига эътибор қаратиш зарурлиги айтиб ўтилди.

Мамлакатимизнинг ҳозирги жадал ривожланиш босқичи ўз навбатида барча тармоқлар олдида турган, шу жумладан, хизмат соҳа корхоналари олдидаги ресурс базасини янада мустаҳкамлашдек муҳим вазифасининг долзарблигини янада оширди.

Маълумки, хизмат кўрсатиш, шу жумладан туристик корхоналарнинг активлари ўз маблағлари (капитал) ва жалб қилинган маблағлар (мажбуриятлар) ҳисобига шаклланади.

Бундан келиб чиқадики, туристик соҳа корхоналари ҳам кредит, инвестиция ва ҳ.к. кўламини ошириши учун мустаҳкам молиявий ресурс базасига эга бўлиши, уни ошириш ва жалб қилишнинг янги усулларини тадбиқ этиб боришлари тақозо этади.

Туристик корхоналар молиявий ресурс базасини 2 усулда оширишлари мумкин:

- ўз маблағлари (капитал) миқдорини ошириш орқали;

- мажбуриятлар миқдорини ошириш орқали (турли депозитлар жалб қилиш, банклараро ресурс бозоридан ресурс олиш орқали ва ҳ.к.).

Шу билан бирга, туристик корхона активларининг миқдори капиталга монанд бўлиши лозим, яъни капитални етарлилигига қўйилган талаблар бузилмаслиги лозим.

Ўзбекистон Республикаси Марказий банки томонидан белгиланадиган қайта молиялаштириш ставкаси туристик корхоналарнинг ресурс базасини кенгайтириш имкониятларини чекламаслиги ҳам лозим бўлади.

Энди бевосита туристик корхоналарнинг молиявий ресурс базасини мустаҳкамлаш масалаларига ва унинг истиқболларига қаратадиган бўлсак, унда бу борада сўнгги йилларда Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев ташаббуси асосида қатор ижобий ишлар амалга ошириб келинмоқда. Хусусан, 2018 йилда мамлакатимизнинг туристик экспорти 1,041 млн. АҚШ доллардан ортиб, хорижий туристлар сони 5,3 млн. киши ташкил этди. Туристик корхоналар сони эса 2018 йил натижаларига кўра 950 тага етди. Ушбу кўрсаткич 2015 йилда 398 тани ташкил этган эди[1]. Шу ўринда айтиш жоизки, туристик корхоналарда ўз маблағлари (капитал) миқдорини оширишда мамлакатимизда қимматли қоғозлар бозори нисбатан паст ривожланганлиги сабабли, улар томонидан акция эмиссия қилиб сотиш ҳисобидан ўз капитали миқдорини ошириш имкониятига ҳам алоҳида эътибор қаратиб келмоқда. Шу сабабли улар олган соф фойдасини капитализация қилиш орқали ўз маблағларини кўпайтириш имкониятларига эга бўлишлари мумкин бўлади. Бу эса истиқболда ўз маблағларини ошириши керак. Ушбу ҳолатда имтиёзлар қўллаш ҳисобига олинган соф фойдани капитални оширишга йўналтириш шарти билан туристик корхоналарга турли солиқ ва божхона тўловлари бўйича имтиёз берилса, самарали бўлар эди.

Сўнгги пайтларда туристик корхоналарнинг фаолият мақомини ўзгартириш, яъни уларни акционерлик жамиятларига айлантириш ва акцияларини хорижий инвесторларга сотиш бўйича ҳам мамлакатимизда қатор ишлар олиб борилаётганлиги муҳим аҳамиятга эга. Мамлакатимиз туристик корхоналарига чет эллик инвесторларни жалб этишнинг қатор ижобий томонлари ҳам мавжуд. Масалан, туристик корхоналар ўртасида рақобат муҳити яхшиланади, самарали менежмент усуллари кириб келади.

Шуни ҳам эътиборга олиш лозимки, бунда хорижий инвесторга акцияларнинг катта улушини сотишнинг айрим салбий томонларини юзага келиш эҳтимоли ҳам мавжуд бўлади. Хусусан, хорижий инвестор катта дивиденд талаб қилиши ва фойдани тўлиқ репатриация қилишни талаб қилиши мумкин ёки хорижий инвесторнинг туристик корхоналарининг акциялар назорат пакетини қўлга киритиш ва мамлакатимиз молиявий тизимига таъсир ўтказишга ҳаракат қилиши иқтисодий хавфсизлигимизга салбий таъсир этиши ҳам мумкин.

Шу сабабли Ҳаракатлар стратегияси дастурига амал қилган ҳолда йирик туристик корхоналарни акциядорлик жамиятларига айлантирадиган бўлса, унда уларнинг акциялари назорат пакети бевосита ёки билвосита давлат назоратида бўлиши муҳим аҳамиятга эга бўлади.

Туристик корхоналар томонидан турли депозитлар жалб қилиш, истиқболда эса қимматли қоғозлар эмиссия қилиб сотиш орқали ўз ресурс

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Пф-5611-сонли Фармони

базасини кенгайтириш ўз молиявий имкониятларини яхшилашда муҳим аҳамиятга эга деб ҳисоблаймиз. Чунки ушбу ҳолатда корхонанинг айланмасида молиявий маблағлар ошади, хўжалик субъектлари ўз маблағларини ҳисобрақамлари орқали айлантиришлари солиқ солинадиган базани ортиши ва бюджет тушумларини кўпайишига олиб келади.

Шу сабабли туристик корхоналарини ҳам босқичма-босқич акциядорлик жамиятларига айлантириш ва уларни қўллаб-қувватловчи сиёсат (паст фоизли кредитлар, паст ставкадаги суғурта хизматлари)ни изчил уларга нисбатан қўллаш лозим деб ҳисоблаймиз.

Ушбу орқали туристик корхоналар ресурс базасининг мустаҳкамланиши яқин келажакда мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотини миқдор ва сифат жиҳатидан ўсишига ҳамда туристик экспорт ва импорт балансини яхшиланишига ижобий таъсир кўрсатилган бўлар эди.

Президентимиз Ш.М.Мирзиёев томонларидан 2030 йилга қадар мамлакатимиз ЯИМ миқдорини 2 баравардан зиёдга ошириш устувор вазифа сифатида белгилаб берилганлиги ҳеч кимга сир эмас[1].

ЯИМ таркибида юқори қўшилган қийматга эга туристик маҳсулотлар тақдим этиш билан бир қаторда туристик хизматлар улушини ҳам ошириб бориш жуда муҳим аҳамиятга эга. Сабаби, ЯИМ таркибида хизматлар улушининг юқорилиги ривожланган мамлакатларнинг сифат кўрсаткичлари сифатида эътироф этилади.

Хусусан, туристик хизматлар кўрсатилишини давлат томонидан рағбатлантирилиши ЯИМ таркибида туристик хизматлар улушини ортишига олиб келади. Туристик корхоналарнинг капиталлашув даражасини ошириш, уларни ресурс базасини мустаҳкамлаш давлат учун кўплаб қўшимча имконият эшикларини очиб беради. Мисол учун, туристик хизматлар экспортининг ошишига олиб келади. Ўзбекистон банкларининг хорижий давлатларда, жумладан, Тожикистон, Қирғизистон, Қозоғистон, Россия давлатларида туристик агентликларни ташкил этиш орқали давлатимизга туристик хизматлар экспортидан валюта тушумларини ошириш имкониятларини яратади.

Ушбу илмий мақолада келтирилган маълумотлар, фикр ва мулоҳазалардан келиб чиқиб, қуйидагилар хулоса ва тавсияларни бериб ўтамиз:

- Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясида туризмни ривожлантиришга қаратилган вазифаларни изчил ва бажариб бориш катта миқдордаги молиявий ресурсларга ҳам эҳтиёж уйғотади. Бу эса туристик корхоналарнинг олдига ресурс базасини янада мустаҳкамлаш вазифасини қўяди;
- Имтиёзлар қўллаш ҳисобига олинган соф фойдани туристик корхона капиталини оширишга йўналтириш шарти билан уларга турли солиқ ва

[1] Ўзбекистон республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Ўзбекистон Республикаси Президенти лавозимига киришиш тантанали маросимига бағишланган Олий Мажлис палаталарининг қўшма мажлисидаги нутқи (14.12.2016 й.).

божхона тўловлари бўйича имтиёзлар берилиши туристик корхоналарнинг капиталини ошишига ижобий таъсир кўрсатиши сабабли шу каби имтиёзларни кенг қўллаш тавсия этилади;

- Йирик туристик корхоналарини йирик акциядорлик жамиятларига айлантириш орқали истиқболда акцияларнинг назорат пакети бевосита ёки билвосита давлат назоратида бўлиши мақсадга мувофиқдир;
- Туристик корхоналарни акциядорлик жамиятларига айлантириш ҳамда улар томонидан қимматли қоғозларни эмиссия қилиб сотиши орқали ўз ресурс базасини кенгайтиришда ҳозирги кунда уларнинг экспортини ҳам ошириш мумкин бўлади;
- Туристик корхоналар ресурс базасини мустаҳкамлашнинг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши яқин истиқболда мамлакатимиз ЯИМни миқдор ва сифат жиҳатидан ўсишига олиб келиши мумкин бўлади.

А.М. Амиров– СамДУ таянч докторанти
Д.А.Амирова– “Ипак йўли” ТХУ талабаси

АГРОТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ЙЎНАЛИШЛАРИ : ХОРИЖ ТАЖРИБАСИ

Аннотация. Ушбу мақолада Европа мамлакатлари ва АҚШда агротуризмнинг шаклланиши ва ривожланиш йўналишлари ёритилиб, қишлоқ жойларда табиий ресурслардан фойдаланиш билан боғлиқ фаолиятнинг муқобил тури, шунингдек қўшимча даромад ва иш жойларини яратишда агротуризмнинг ижобий таъсири борлиги аниқланди. Ундан ташқари агротуризм ривожланишининг асосий йўналишлари ва истиқболлари аниқланиб, Европа мамлакатларида кенг тарқалган унинг асосий турларига тавсиф берилди ҳамда Ўзбекистонда ривожлантириш бўйича таклифлар келтирилди.

Калит сўзлар: агротуризм, қишлоқ жойлари, қишлоқ туризми, минтақа, ривожланиш потенциали.

Аннотация. В этой статье рассказывается о формировании и развитии агроуристики в европейских странах и Соединенных Штатах, а также указывается альтернативный вид деятельности, связанный с использованием природных ресурсов в сельских районах, а также положительное влияние агротуризма на создание рабочих мест и создание рабочих мест. Кроме того, были определены основные тенденции и перспективы развития агротуризма, основные виды которого распространены в европейских странах, и предложения по развитию в Узбекистане.

Ключевые слова: агротуризм, сельская местность, сельский туризм, регион, потенциал развития.

Abstract:. This article talks about the formation and development of agro-tourism in European countries and the United States, and also indicates the alternative type of activity associated with the use of natural resources in rural areas, as well as the positive impact of agritourism on job creation and job creation. In addition, were identified the main trends and prospects for the development of agritourism, the main types of which are common in European countries, and development proposals in Uzbekistan.

Key words: agritourism, rural area, rural tourism, region, development potential.

Агротуризмнинг ривожланиши қишлоқ аҳолисини йирик шаҳарларга кўчиб кетиши ва бунинг оқибатида қишлоқ жойларда социал муаммоларнинг келиб чиқиши сабабли Европа мамлакатларида 1950-1960 йилларда пайдо бўлди. Ушбу ички миграция қишлоқ жойлардаги аҳоли бандлигига салбий таъсир кўрсатиб, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариш ҳажмининг камайишига ва қишлоқ аҳолисининг турмуш даражаси пасайишига олиб келди.

Маълум давр мобайнида Европанинг кўплаб қишлоқ ҳудудларида аҳоли аграр ишлаб чиқаришга нисбатан асосий фаолият сифатида қизиқмай қолди ва натижада улар томонидан ер ресурсларидан унумли фойдаланиш заифлашди. Шу сабабли, қишлоқ ҳудудида мавжуд ресурслардан фойдаланишнинг янги усулларини қўллаш ва янги фаолият турларининг вужудга келишига зарурат туғилди [1]. Ушбу заруратнинг пайдо бўлиши агротуризм тармоғининг табиий ресурслардан самарали фойдаланишнинг муқобил турига айланди. Шу билан бирга, қишлоқ жойларда тадбиркорликнинг янги йўналишини шаклланишига, ҳудуддаги бандлик муаммосини ҳал қилишга ва аҳоли учун қўшимча даромад манбасини яратишга ижобий таъсир кўрсатди.

Ҳозирги кунда дунёнинг кўп мамлакатларида агротуризмга қизиқиш кундан кунга ортиб бормоқда. Агротуризм тармоғи жуда тез суръатда ривожланиб, баъзи мамлакатларда хорижий сайёҳларни жалб қилишдан келадиган асосий даромад манбаи ҳисобланади. Европада агротуризмни ривожлантириш бўйича Испания, Италия, Франция, Швейцария, Ирландия, Скандинавия каби мамлакатлар етакчи ўринни эгаллайди. Агротуризмнинг ўзига хослиги шундаки, у туфайли табиий ресурсларни муҳофаза қилиш бўйича чора-тадбирларни ишлаб чиқиш ва зарур маблағларни топиш мумкин.

Турли мамлакатларда агротуризмни ривожлантириш масаласи, ноёб табиий ландшафтларни муҳофаза қилиш ва қайта шакллантиришнинг асосий йўл-йўриғи сифатида намоён бўлади. Айнан шу боис, Швейцариядаги ноёб Алп ўтлоқлари, Нидерландиядаги сув ҳавзалари ва тегирмонлар, Италиядаги виллалар ва боғлар сақланиб қолинган [2]. Натижада Европа аҳолиси, яхши ташкил этилган ва ривожланган агротуризмдан юқори фойда олиш мумкинлигини англаб етишди. Мутахассисларнинг фикрича, Европа мамлакатларида қишлоқ жойларда дам олишдан келадиган даромад ҳиссаси бутун туризм саноати умумий даромадининг 10-20% ни ташкил этар экан. Статистик маълумотлар шуни кўрсатадики, Европада шаҳар аҳолисининг 35 фоизи меҳнат таътилларини қишлоқ жойларда дам олиш учун ўтказишар экан. Голландияда бу кўрсаткич юқори бўлиб 49 % ни ташкил этади [3]. Европа мамлакатларининг агротуризм соҳасидаги тажрибаси шундан далолат беради, унинг шакллари хилма-хиллиги ва сўнгги йилларда ҳордиқ чиқаришнинг юқори даражадаги қулайликларга эга эканлиги сайёҳлар томонидан афзал кўрилмоқда.

Бироқ, бу маҳаллий табиий шароитларнинг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда, жумладан, қишлоқ уйларидаги реал ҳаётга яқин яратилган шароитлар, мебел жиҳозлари, ошхона анжомлари, кийим-кечак ва

ҳоказолардан фойдаланиш, ҳордиқ чиқаришнинг классик шаклларига бўлган талабни истисно қилмайди [4].

Сўнгги йилларда Европа мамлакатларида агротуризмнинг ривожланиш йўналишлари шаклланди ва ихтисослашуви аниқланди. Бунга мисол тариқасида Испания, Франция ва Италияда миллий ошхона хусусиятлари ва урф-одатлари билан қизиқадиган ва ҳаттоки маҳаллий виночилик сирларини ўрганишга қарор қилган сайёҳлар, қишлоқ уйларини ижарага олишни афзал кўришликларини айтишимиз мумкин..

Бордо, Тоскан ва Андалузия шаҳарларида қишлоқ уйларига бўлган талаб жуда юқоридир. Финляндияда эса балиқ овлаш, дарё ва кўл бўйида велосипедда саёҳат қилиш каби фаол ҳордиқ чиқаришга алоҳида эътибор берилади. Словакия, Венгрия ва Польшада маҳаллий урф-одатлар ва маданият ҳақида кўпроқ билишни истаган, шунингдек, турли хил табиий диққатга сазовор жойларни, масалан, кўлларни ёки миллий боғларни кўришни истаган туристлар учун таълим (билиш) агротуризми ривожланган.

Францияда қишлоқ туризми комплекс ривожланмоқда ва у ердаги дам олиш уйлари “яшил туризм” элементларини ўз ичига қамраб олади. Франция мамлакати халқаро стандартларни ҳисобга олган ҳолда сертификатланган юқори хизматларни тақдим этади ва ҳар йили 7,5 миллиондан ортиқ туристлар қишлоқ жойларига дам олишга ташриф буюришади.

Мактаб таътили даврида қишлоқ жойларда болалар учун дам олиш дастурлари ташкил этилади ва такомиллаштирилиб борилади. Турли мамлакатлар шаҳарларидан болалар қишлоқ оилаларда яшайдилар, уларнинг ҳаёти билан танишадилар (қуёнлар, қўзилар ва бошқа уй ҳайвонларини боқишади), қишлоқдаги тенгдош болалар билан фаол вақт ўтказишади, ўйнашади ва сайр қилишади. Ундан ташқари улар ушбу ҳудудда яшайдиган халқнинг рақслари, қўл санъатлари, хорижий тиллар ва маҳаллий фольклорни ҳам ўрганишлари мумкин.

Польшада “Яшил мактаблар”га ихтисослаштирилган ўқув дастурлари кескин ривожланиб, қишлоқ жойлардаги махсус танланган асосий агротуристик хўжаликларда шаҳар болалари учун икки-уч ҳафталик дам олиш кунлари ташкил этилади. Бу жараён нафақат ҳордиқ чиқаришга, балки қишлоқ ҳаётини ўрганишга ҳам имкон беради. Ҳаттоки фермер хўжаликларида болалар учун махсус ўқув дастурлари таёрланиб, улардан бири "Дондан-нонгача" дастури ҳисобланади ва болалар бевосита бу дастур асосида нон тайёрлаш жараёнига жалб этилади.

Европада агротуризмни машҳур бўлиши Англия фермаларида турли хил хизматларнинг ривожланишига туртки бўлди. Ушбу мамлакатда ҳам агротуризм фаол ривожланиб, дам олишга келган болали оилалар учун арзон нархлар ва турли хил чегирмалар тақдим этилади. Мамлакатнинг жанубий ҳудудидаги қишлоқларда ташлаб кетилган фермалар таъмирланиб, дам олиш учун қулай шароитлар яратилиб келинмоқда.

1980-йилларда Германияда йирик шаҳарлардан узоқда жойлашган қишлоқ ҳудудларида агротуризмни ривожлантириш дастури ишлаб чиқилган.

Дастурнинг асосий мақсади - табиат қўйнида арзон дам олиш учун туристик йўналишлар бўйича таклифларни ишлаб чиқишдан иборат. Ҳозирги вақтда Германияда агротуризмнинг қуйидаги турлари кўпроқ ривожланишга эришилди: қишлоқ ҳовлисида дам олиш, фермада ва виночилик хўжаликларида дам олиш.

Сўнгги йилларда Италияда монастирлар яқинида қурилаётган қишлоқ меҳмонхоналарида яшаш каби агротуризмнинг тури машҳур бўлмоқда. Бунга мисол тариқасида Сиена шаҳри яқинидаги монастирларни келтиришимиз мумкин ва у ердаги меҳмонхоналарда хизмат кўрсатувчи ходимлар роҳибалардан иборат. Дам олувчиларнинг кун тартиби қуёш чиқиши ва ботиши билан боғлиқ бўлиб, тонг саҳарда улар уйғониб эрталабки ибодатда иштирок этишади ҳамда ибодатдан сўнг роҳибалар билан биргаликда монастир ҳовлисида ишлашади. Дам олиш хотиржамлик билан қишлоқ ҳаётига мос равишда амалга оширилади. Бу жараён шаҳар аҳолисига соғлигини тиклашга имкон беради, руҳий соғлом ва хотиржамликка ҳисса қўшади.

Ғарбий Европа мамлакатлари ва АҚШда яшил агротуризм тури кенг тарқалган бўлиб, дам олувчи туристлар қишлоқ аҳолиси турмуш тарзини олиб боришади. Ушбу ҳудудда истиқомат қиладиган халқлар маданиятининг ўзига хос хусусиятлари, рақслари ва қўшиқлари билан танишадилар, урф-одатларини ўрганадилар ва қишлоқ меҳнат жараёнларида, маҳаллий байрамларда ва фестивалларда иштирок этадилар.

Ушбу турдаги агротуризмнинг оммабоплиги қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариш соҳасининг ривожланиш даражаси юқори, аммо табиий ландшафтлари мавжуд бўлмаган мамлакатлар учун хосдир. Ундан ташқари агротуризмнинг ушбу тури фаол саёҳат қилувчилар ва йирик шаҳарларда ҳаётнинг гавжум суръатлари билан доимий стрессга эга бўлган инсонлар учун ҳам қизиқарлидир.

Кейинги йилларда агротуризмнинг яна бир тури “меҳнат агротуризми” ривожланиб бормоқда. Бунда туристлар шахсий меҳнатлари эвазига турар жой ва озиқ-овқат билан таъминланадилар. Агротуризмнинг ушбу йўналиши дунёнинг 30 дан ортиқ мамлакатларида “Фермада кўнгиллилар” номли шиори остида ривожланмоқда.

Кўпинча, қишлоқ жойларда саёҳат қилувчиларни маълум ҳудудларнинг табиий диққатга сазовор жойлари ва ўзига хос хусусиятлари қизиқтиради. Бундай ҳолатда, биз фаол ва пассив дам олишни ўз ичига қамраб олган рекреацион агротуризм турини келтиришимиз мумкин [5].

Ўзбекистонда ҳам туризмнинг мазкур йўналишини ривожлантириш учун кенг имкониятлар мавжуд. Боиси ўзига хос табиатга эга сўлим қишлоқларимиз, у ердаги сайёҳлар эътиборини тортадиган турмуш тарзи, маҳаллий урф-одатлар кўпчилик учун қизиқ.

2017-2021йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини “Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш йили”да амалга оширишга оид Давлат дастурида намунали фермер

хўжаликларини сайёҳларга хизмат кўрсатишга мослаштириш, уларга сайёҳларни жалб қилиш ҳамда хорижликларнинг мамлакатимизда бўлиш муддатларини узайтириш мақсадида агротуризмни ривожлантиришга доир вазифалар белгиланди.

2019 йил 5 январда Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида" ги ПФ-5611-сон Фармони ва бу фармонга мувофиқ "2019-2025 йилларда Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш" Концепцияси қабул қилинди.

Концепцияда агротуризмни ривожлантириш бўйича қуйидаги таклифлар берилган[7]:

- туризм айланмаси (бизнес)га фермер ва деҳқон хўжаликларини, қишлоқ жойлардаги маҳаллий аҳолини (асосан узоқ ва тоғли ҳудудлардан) жалб қилиш;

- қишлоқ ва этнографик турлар (анъанавий турмуш тарзи, ҳунармандчилик, таом тайёрлаш ва бошқалар) доирасида сайёҳларни қабул қилиш истагига ва имкониятига эга бўлган деҳқон ва фермерлар учун намунавий «туристик маҳалла» типдаги уй-жой комплекслари (анъанавий услубдаги) қуриш;

- фермер хўжаликларининг фаолиятини кенгайтириш ва диверсификация қилиш, қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари, шу жумладан, шароб маҳсулотлари, қуритилган мевалар, ширинликлар ва бошқаларни жойида татиб кўришни ташкил қилиш йўли билан улар ҳудудида ягона тузилмага (қишлоқ туристик кластери) бириктирилган агро-этно-қишлоқ шаклидаги модель уюшмалар барпо этиш;

Ундан ташқари олиб борилган тадқиқот натижаларига кўра агротуризмни ривожланиш бўйича қуйидаги таклифларни келтирамиз:

- агротуризм соҳасини тартибга солувчи қонунчилик базасини ишлаб чиқиш;

- туристик инфратузилмани ривожлантиришда имтиёзли кредитлаш тизимини такомиллаштириш асосида қишлоқ хўжалиги корхоналарини қўллаб-қувватлаш;

- мамлакатимизнинг ҳудудий хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда агротуризмни қўллаб-қувватлаш "ҳудудий давлат дастурлари"ни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;

- жаҳон амалиётидан келиб чиқиб, мамлакатда "агротуристик компания", "агротуристик марказлар" ва "агротуристик хўжаликлар"ни ташкил этиш.

- олий ва ўрта махсус таълими тизимида агротуризм соҳасида мутахассис-кадрларни тайёрлаш ва малакасини ошириш;

Юқоридаги келтирилган фикрлардан хулоса қилиб айтадиган бўлсак, агротуризмни ривожлантириш қишлоқ аҳолисининг турмуш даражасини яхшилашга, қишлоқларни ободонлаштиришга, инфратузилмани ривожлантиришга, ишсизликни камайтиришга ва қишлоқ аҳолисининг

даромадларини оширишга ижобий таъсир кўрсатади. Деярли ҳар қандай аҳоли ўзининг яшаб турган ҳудудий хусусиятларини ривожлантириши мумкин ва бу агротуризмга эҳтиёж сезувчилар орасида талабни оширишга замин яратади.

Фойдаланган адабиётлар

1. Волков, С.К. Сельский туризм в РФ: тенденции и перспективы развития / С.К. Волков // Экономика, предпринимательство и право. – 2012. – № 6 (17). – С. 30–38.
2. Кундиус, В.А. Проблемы и перспективы агротуризма в регионе / В.А. Кундиус, В.В. Чермянина // Аграрная Россия. – 2011. – № 2. – С. 49–54.
3. Ю.И. Новиков, О.А. Блинов, О.В. Шумакова, Направления и опыт развития агротуризма , Экономичесие и социально-гуманитарные науки. - 2015.
4. Агротуризм как перспективное направление развития сельских территорий в Омской области [Электронный ресурс] / О.В. Шумакова [и др.] // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2. – Режим доступа: www.science-education.ru/122-20294.
5. Методика оценки агротуристического потенциала сельских территорий / О.В. Шумакова [и др.] // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2 (ч. 24). – С. 5478–5481.
6. Шумакова, О.В. Формирование агротуристического кластера как фактор повышения устойчивого развития сельских территорий / О.В. Шумакова, О.А. Блинов, М.А. Рабканова // Вестник Алтайской науки. – 2013. – № 2–2. – С. 192–196.
7. https://lex.uz/docs/4143188

E.Farmonov – SamISI, MR-116 guruh talabasi
D.H.Xolmamatov– SamISI katta o‘qituvchisi, PhD? Ilmiy rahbar

MEHMONXONA NOMERLARINI BRONLASHDA DIREKTMARKETING TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH

Annotatsiya: maqolada mehmonxona nomerlarini bronlashda direktmarketingdan foydalanish, direktmarketingning o‘ziga xos xususiyatlari, direktmarketingning shakllari yoritilgan.

Kalit so‘zlar: direktmarketing, interaktiv marketing, bevosita sotuv kanali, bronlash, oldindan bronlamasdan sotish, bronlash xizmati, elektron tijorat.

Аннотация: в статье описывается использование режиссуры при бронировании гостиничных номеров, специфика режиссерского маркетинга, формы режиссерского маркетинга.

Ключевые слова: прямой маркетинг, интерактивный маркетинг, канал прямых продаж, бронирование, предварительное бронирование, бронирование, электронная коммерция.

Abstract:: The article describes the use of directing in booking hotel rooms, the specifics of directing marketing, and the forms of directing marketing.

Keywords: direct marketing, interactive marketing, direct sales channel, reservation, pre-booking, reservation, e-commerce.

Mamlakatimizda xizmatlar sohasiga berilayotgan e’tibor natijasida yangi xizmat yo‘nalishlari va turlari shakllanib, mamlakat iqtisodiyotida salmoqli o‘rinni egallab bormoqda. Ayniqsa turizm va mehmondo‘stlik industriyasi xizmatlari tubdan zamonaviy ko‘rinishga ega bo‘lishi bilan birga ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati ham yildan-yilga oshib bormoqda. Bugungi kunda asosiy masala turizm va mehmondo‘stlik industriyasida xizmatlarni potensial iste’molchilarga maksimal darajada sotish, marketing vositalaridan samarali foydalanish, maqsadli bozorni aniqlash va bozor kon’yunkturasi o‘zgarishlarini tahlil qilib borish hisoblanadi. Bunda asosiy o‘rinni mavjud va potensial mijozlar ehtiyojini o‘rganish, potensial bozor imkoniyatlarini aniqlash muhim bo‘lib, bu jarayonlar bugungi kunda interaktiv tarzda amalga oshirilmoqda.

Xizmat ko‘rsatish sohalarining tez sur’atlar bilan rivojlanib borayotgan sektoridan biri mehmondo‘stlik industriyasi hisoblanadi. Mehmondo‘stlik industriyasi iste’molchilarga xizmatlar kompleksini taqdim etadi, ularning ichida mehmonxona xizmati asosiy o‘rinni egallaydi. Biznes nuqtai-nazaridan mehmonxona – bu ma’lum iste’molchilik xususiyatlariga ega va mijozlar ehtiyojini qondira oluvchi xizmatlarni ishlab chiqarish va ko‘rsatish bo‘yicha korxonadir. Mehmonxona korxonasi joylashtirish, ovqatlantirish, sayohatlarni tashkil etish, avtomobillarni ijaraga berish, kimyoviy tozalash, sartaroshxona, masaj xonasi, fitnes-markazlar xizmatini taklif etuvchi bir nechta bo‘limlardan iborat. Ulardan eng muhimi ovqatlanishni, joylashtirish va yetkazish bo‘yicha xizmatlardir.

Joylashtirish xizmatining mazmuni shundan iboratki, birinchidan – mehmonlarga foydalanishga maxsus joy (mehmonxona nomerlari) beriladi va ikkinchidan – mehmonxona personali tomonidan bevosita bajariladigan xizmatlar ko‘rsatiladi.

Mehmonxona nomerlarini potensial iste’molchilarga taklif etish va sotish sotuv kanallari orqali amalga oshiriladi. Sotuv kanallarining ikki shakli mavjud: bevosita va bilvosita sotuv kanallari.

Bevosita sotuv kanali – mehmonxona nomerlarini iste’molchilarga vositachilarsiz, o‘z personali tomonida sotilishi hisoblanadi. Bevosita sotuv kanali to‘g‘ri marketing yoki ayrim ilmiy adabiyotlarda direktmarketing ham deb atalmoqda. Direktmarketing mehmonxonalar uchun ham, mahsulot va xizmatlarni sotib oluvchilar uchun ham qulay va foydalidir.

Direktmarketing — bu muayyan reaksiyaga ega bo‘lish maqsadida iste’molchi bilan bevosita muloqot qilish uchun foydalanadigan kommunikatsiya vositalarining kompleksidir. Direktmarketing usullariga katalog bo‘yicha, pochta, telefon, internet va interaktiv xizmatlar yordamida sotishlar kiradi. Ular iste’molchi bilan muloqot qilishning eng samarali darajasiga erishishga va ular bilan uzoq muddatli munosabatlarni o‘rnatishga yordam beradi. Bu ma’noda direktmarketing ko‘pincha to‘g‘ri munosabatlar marketingi deyiladi.

Dirketmarketing texnologiyalari asosida potensial iste’molchi mehmonxona nomerlarini turar joyi, ish joyi, uyida turib interkativ sotish xizmatlaridan foydalanib yoki pochta kataloglarini ko‘rib chiqish orqali sotib olishi mumkin. Boshqa tomondan esa mehmonxona, zamonaviy texnologiyalar (yangi

multmediyali kompyuterlarning ma’lumotlar bazasi, ijtimoiy tarmoqlar, modemlar, fakslar, elektron pochta va hokazo)dan foydalanib bitta iste’molchini yoki ularning muayyan guruhini tanlab olishi va ularning xohish-istaklariga muvofiq xususiy aloqa vositalari haqidagi takliflarni yo‘naltirishi mumkin.

Direktmarketingning tez rivojlanayotgan shakli interaktiv marketing hisoblanadi. Interaktiv marketing mehmonxona nomerlari, xizmatlari va mehmonxona haqidagi umumiy axborotlarni tezkor tartibda taqdim etadigan zamonaviy kompyuter xizmatlari yordamida olib boriladi. Buning uchun mehmonxona, uning personali va potensial iste’molchi o‘rtasida ikki tomonlama elektron aloqalarni o‘rnatishga imkon beradigan tizimlardan: ijtimoiy tarmoqlar, mobil telefonlar, e-mail marketing, SMS, tezkor qidiruv qurilmasi, displey reklama va boshqa raqamli vositalardan foydalaniladi.

Interaktiv marketing iste'molchilarga to‘g‘ridan-to‘g‘ri mehmonxona bilan bog‘lanish uchun ikki tomonlama aloqa kanallaridan foydalanadigan marketing strategiyasidir. Ushbu almashuv shaxsan amalga oshirilishi mumkin bo‘lsa-da, so‘nggi o‘n yilda u deyarli faqat onlayn tarzda elektron pochta, ijtimoiy media va bloglar orqali amalga oshirilmoqda.

An’anaviy marketingidan farqli o‘laroq, interaktiv marketing mehmonxona va uning iste’molchilari o‘rtasida ikki tomonlama suhbatni yaratadi. Reklama iste’molchilarni etaklashdan ko‘ra ularni kuzatib boradigan dinamik jarayonga aylanadi. Iste’molchi har safar mulohaza bildirishga, shaxsiy xohishlarini bildirishga yoki demografik ma'lumotlarni taklif qilishga taklif qilganda, ular reklama beruvchilar reklama harakatlarini boshqarish uchun foydalanishi mumkin bo‘lgan ma'lumotlarni taqdim etadilar.

Mehmonxonalar nomerlarini bir necha shakllarda direktmarketing texnologiyalarini qo‘llab sotishlari mumkin:

- oldindan bronlamasdan sotish,;
- mehmonxonaning bronlash xizmati orqali sotish;
- markaziy bronlash tizimi orqali sotish;
- elektron tijorat.

Oldindan bronlamasdan mehmonxona nomerlarini sotish bu oldindan bronlash xizmati yoki hech qanday vositachilarsiz mijozlarning mehmonxona xizmatilarini sotib olish jarayonidir. Bu sotishning eng oddiy shakli bo‘lib ko‘pchilik mijozlar xizmat safarlari, sayohat davrida yaqin oradagi mehmonxonani tanlab, agar mehmonxonada bo‘sh nomerlar bo‘lsa harid qiladi. Bu jarayonda asosiy o‘rinni bo‘sh nomerlar mavjudligi muhimdir. Yirik mehmonxonalarning yillik ko‘rsatkichlariga ko‘ra 8-10 foiz bo‘sh joylari bo‘ladi.

Mehmonxonaning bronlash xizmati orqali sotish mijozlar mehmonxonaning bronlash xizmati yoki qabul bo‘limidan oldindan nomerlarni sotib oladi. Ushbu usulda interaktiv marketing texnologiyalarining o‘rni beqiyosdir. Ijtimoiy tarmoqlar, elektron pochta, mobil telefonlar, e-mail marketing, SMS, tezkor qidiruv qurilmasi, displey reklama, faks orqali bog‘lanib axborot oladi va nomerlarni band qiladi.

Yirik mehmonxonalar zanjiri va franchayzinglari mavjud mehmonxonalar

nomerlarini sotish uchun markaziy **bronlash xizmatini** yo‘lga qo‘ygan. Markaziy bronlash xizmati mehmonxona filiallari nomerlarini markaziy bronlash xizmati orqali nomerlarni sotadi. Ushbu shaklda ham nomerlarni bronlash ijtimoiy tarmoqlar, elektron pochta, mobil telefonlar, e-mail marketing, SMS, tezkor qidiruv qurilmasi, displey reklama, faks orqali amalga oshiriladi.

So‘ngi yillarda bevosita sotishning interaktiv usullari rivojlanib bormoqda. Xususan mehmonxonalar **elektiron tijoratdan** keng foydalanmoqda. Elektron tijorat Web-sayt, elektron do‘kon orqali mehmonxona nomerlarini sotishga qaratilgan.

Xulosa qilib aytganda mehmonxonalar nomerlarini bronlashda bugungi kunda direktmarketingning raqamli texnologiyalarga asoslangan shakllaridan keng foydalanmoqda. Mehmonxona va uning potensial iste’molchilari bilan online tarzda ikki tomonlama aloqa qilish imkonini beradi. Potensial iste’molchilar o‘zlari uchun kerakli bo‘lgan barcha mehmonxona xizmatlari, jumladan, nomerlar haqidagi axborotlarni to‘liq, tezkor va ishonchli tarzda oladi.

Mahalliy mehmonxonalarda ham nomerlarni sotishda direktmarketing texnologiyalaridan foydalanish, potensial iste’molchilarni talabini shakllantirish va ularni jalb qilish mexanizmini takomillashtirish lozim.

Э.Б. Ибадуллаев– УрДУ таянч докторанти

ТУРИЗМДА РЕКРЕАЦИЯ ТУШУНЧАСИГА ТУРЛИ ХИЛ ҚАРАШЛАР ТАЛҚИНИ

Аннотация: Мақолада туризмда рекреация ва рекреацион фаолят тушнучаларига маҳаллий ва хорижий олимлар томонидан берилган таърифларнинг мазмун ва моҳияти очиб берилган.

Калит сўзлар: туризм, рекреация, дам олиш, минтақа, туристик-рекреацион хизматлар

Аннотация: В данной статье раскрывается значение и сущности рекреация и рекреационной деятельности в сфере туризма.

Ключевые слова: туризм, рекреация, отдых, регион, туристско-рекреационные услуги

Abstract:: This article describes defenitions given by foreign and local scientists to recreation in tourism and recreational activity terms and reveals meaning and essence of them.

Key words: tourism, recreation, relaxing, region, tourism-recreational services

Жаҳон иқтисодиётида кундан кунга мустаҳкам ўрин эгаллаб бораётган соҳа бу хозирда туризм индустрияси ҳисобланади.Ривожланаётган давлатларда аҳолининг ўрта синфини ортиб бораётгани, технологик ютуқлар, бизнеснинг янги моделлари, арзон нархлар ва визаларни расмийлаштиришда амалга оширилган ўзгаришлар сабабли халқаро туристларнинг сони 2018 йилда 5 фоизга ўсиб 1,4 миллиардга етди. Бу кўрсаткичга БТТ нинг

прогнозидан 2 йил олдин эришилди. Бу эса ўз ўрнида туризм экспортининг 1,4 трлн.долларга етказди ва ушбу секторни йилдан йилга янги иш ўринларини яратиб дунё иқтисодиётини ривожига хисса қўшмоқда[1].

Рекреация яъни инсонларнинг жисмоний ва интеллектуал ёшартириш уларни ўтган давр мобайнида йўқотган энергияларини қайта тиклаш йиғилиб қолган стресслардан ҳоли қилиш ҳозирда туризмнинг асосий мақсадларидан бири ҳисобланади. Одамларнинг ўтмишга нисбатан молиявий аҳволининг мустаҳкамланганлиги шу билан бирга истеьмолчилар харид қобилиятининг ошиши, техника ва технология ривож топиши билан кўпроқ бўш вақтга эга бўлаётганлиги туризм ва рекреация хизматларини оммавий ҳодисага айлантирди. Туризм ва рекреацион хизматларни асосий ҳаракатга келтирувчи куч эса фаол дам олиш, меҳнат қобилиятини тиклаш ва шу орқали келажакдаги меҳнат унумдорлигига замин яратиш, одамларнинг соғлиқини қайта тиклаш ва яхшилаш ҳисобланади. Шу боисдан рекреацион-туризм кўплаб соғлиқни сақлаш ва тиббий туризмга ҳам боғликдир.

Туризмда рекреациянинг муҳим ва ажралмас қисми эканлиги С.Виллиамс томонидан катта урғу берилган “биз туризмни ўрганишимизда оддий хордиқ чиқариш ва завқ олиш ўртасидаги боғлиқликни ва фарқни билишимиз керак. Дам олиш ва туризм бу анча яқин ва алоқадор тушунча ҳисобланади”[2]. Шунингдек С.Виллиамс рекреация тушунчасини туризмни турларга ажратганда алоҳида ахамиятга эга деб ҳисоблайди ва рекреацион туризни алоҳида битта туризм тури сифатида таснифлайди.

Чарлес Р.Гоелденер ва Ж.Р Брент Ричиларнинг фикрига кўра туристларнинг турига қараб дам олиш вақтида хордиқ чиқариш бирламчи ёки иккиламчи эҳтиёжга айланиши ҳам мумкин. Ушбу муаллифларнинг фикрига кўра саёҳатнинг асосий мақсадлари:бизнес, қариндош ва дўстларникига ташриф ва бошқа шахсий ишлар билан ёки фақтгина хордиқ чиқариш мақсадларида бўлиши мумкин.[3]

“Рекреация”- тушунчаси лотин тилидан олинган бўлиб,“re-яна, бошдан”, “creation эса тиклаш” маьноларини билдиради. Шунингдек, реакрация тушунчаси, XIV-аср бошларида эса инглиз тилида илк бор қўлланилган бўлиб, "refreshment or curing of a sick person" яьни тетиклан-тириш ёки касал одамларни тузалиши деган маъноларида ишлатилган.

Қуйидаги жадвалда рекреация ва рекреацион фаолият тушунчаларига турли даврларда турлича манбалар ва олимлар томонидан берилган таърифларни кўриб чикамиз.

Рекреация инсон нормал турмуш тарзининг зарурий шарти бўлиб, руҳий зўриқиш ўрнини қоплаш, меҳнат қобилиятини тиклаш воситаси ва

[1] International Tourism Highlights 2019, from the speech of ZurabPalolikashvilli Secretary-General, World Tourism Organisation (UNWTO)

[2]Gjorgievski, Mijalce, SasoKozuharov, and DejanNakovski. 2013. Tipology of recreational-tourism resources as an important element of the tourist offer. Special issue, UTMS Journal of Economics 4 (1): 53–60.

[3]Tourism: Principles, Practices, Philosophies. Front Cover. *Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie*. Wiley, Jan 15, *2009* - Business & Economics - 648 pages

№	Манба ва олимлар номи	Берилган таьриф
1	John Ap (1986) Recreation trends and implications for government. In R. Castle, D. Lewis & J. Mangan (eds) Work, Leisure and Technology. Melbourne, Longman Cheshire,167-83 (p. 167).	Оддий қилиб айтганда рекреация бу одамлар ўзларининг бўш вақтларида танлаган танлаган ва шуғулланадиган машғулотлари тушунилади. Бундан олинадиган завк ва тажриба инсонларни қайта яратади кундалик муаммоларни маьлум бир муддатга унутишга ёрдам беради
2	Countryside Recreation Research Advisory Group (1970) Countryside Recreation Glossary, Cheltenham, UK, Countryside Commission, p. 7.	Рекреация бу бўш вақтда қилинадиган ҳар қандай иш бўлиши мумкун, яьни фақатгина жисмоний куч талаб қилувчи жараён эмас бу қўшимча тақлим олиш, уйнинг камчиликларини тузатиш хаттоки болаларга билан вақт ўтказиш ҳам бўлиши мумкун
3	Grant Cushman and Allan Laidler (1990) Recreation, Leisure and Social Policy. Occasional Paper No. 4, Canterbury, NZ, Dept of' Parks, Recreation & Tourism. LincolnUniversity, p. 2.	Рекреация бу дам олиш уни бошдан ўтказиш ва ундан завқланиш мумкун бўлган фаолтятдир лекин шу билан бирга у ижтимоий мақсадлар учун ижтимоий жиҳатдан ташкил этилган ижтимоий институт сифатида ҳам кўрилади.
4	И.Тухлиев, Ғ.Х Қудратов, М.Қ Пардаев “Туризмни режалаштириш” дарслик “Иқтисод-молия“ 2010 й	Рекреацион туризм бу дам олиш мақсадидаги туризм бўлиб, қатор давлатлар учун туризмнинг оммавий шакли бўлиб хисобланади. Дам олиш мақсадида сафарлар хилма хиллиги билан фарқланади ва қизиқарли томоша дастурлари, машғулотлар ташриф буйрилган мамлакатнинг маданиятини ўрганиш билан боғлиқ бўлган этник саёхатларни ўз ичига олиши мумкун

ишлаб чиқаришда қатнашишни давом қилдиришга асос бўлиб ҳисобланади.Рекреациянинг асосий вазифаси жамиятнинг ҳар бир аьзосини жисмоний ва руҳий қобилиятини тиклаш ва ривожлантириш, унинг маънавий дунёсини бойитиш ҳисобланади. Бунда энг асосий эҳтиёж бўлиб, инсон маьнавий дунёсини, унинг ижодий қобилиятини ривожлантириш ҳисобланади.[1] Рекреациянинг вазифаларини асосий 3 та гурухга ажратиш мумкун:

1. Тиббий-биологик вазифаси бу - санатория курорт даволаши ва соғлиқни тиклаш инсонни ишлаб чиқаришдаги ва ундан ташқарида юзага келган руҳий чарчашларини бартараф этиш муаммосини ҳал қилиш йўлларидан биридир.

2. Ижтимоий-маданий вазифаси эсарекреациянинг етакчи вазифаси ҳисобланади. Маданий ёки маънавий эҳтиёжлар- кенг маьнодаги билим эҳтиёжидир, инсонни ўраб турган дунёни ва унда тутган ўз ўрнини билиб олиши, ҳаётнинг моҳиятини ва мақсадини тушуниб олишдир. Туристик-рекреация хизматлари инсонга нафақат ўз мамлакати балки бутун дунё

[1]А Садуллаев, С Авезов, А Матчанова “Туризм ва рекреация географияси” ўқув услубий қўлланма “Хоразм Маьмун академияси “ 2019 й

маданияти, табиати тарихи ва ижтимоий қадриятлари билан мулоқат қилиш имконини беради.

3. Иқтисодий вазифаси-ишчи кучини оддий ва такрор ишлаб чиқариш ҳисобланади. Рекреация ижтимоий зарурий вақтни тежаб қолади Рекреация туфайли ишчининг меҳнат қилиш қобилияти тикланади ва ишлаш даври узаяди бу эса касалланиш эҳтимолини камайтириб иш сифати ва унумининг ошишига олиб келади.

С.З.Усманова – Тошкент молия институти мустақил изланувчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИГА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИ ЖАЛБ ҚИЛИШ ВА МОЛИЯЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ

Аннотация: ушбу мақола туризм тармоғининг Ўзбекистон иқтисодиётда тутган ўрни ва ролига бағишланган бўлиб, асосий эътибор туризмнинг ривожланиши ҳамда унинг молиявий жиҳатларига қаратилган.

Калит (асосий) сўзлар: туризм, туризм ривожланиши, туризм соҳаси, туристик хизмат, туристик ташкилот, иқтисодий ўсиш, иқтисодиёт секторлари, молиявий маблағларнинг сарфланиши, туризмнинг мультипликатив самараси, молиявий ресурслар, истеъмолчилар даромади, солиқ имтиёзи, инвестиция, туризмни молиялаштириш, рақамли иқтисодиёт.

Аннотация: Данная статья посвящена на место и роль туризма в экономике Узбекистана и главное внимание обращено на развитие и финансирование туризма.

Ключевые слова: туризм, развитие туризма, сфера туризма, туристские услуги, туристская организация, экономическое развитие, секторы экономики, притока денежных средств, мультипликативный эффект туризма, финансовые ресурсы, доход потребителей, налоговая льгота, инвестиция, финансирование туризма, цифровая экономика.

Abstract: This article is devoted to position and role of tourism in economics of Uzbekistan and the main attention is paid, mostly, to development and financial sectors of tourism.

Keywords: tourism, the development of tourism, the sphere of tourism, touristic services, touristic organization, economic development, the sectors of economy, inflow of money resources, the multiplicative effect of tourism, financial resources, income of consumer, tax credit, investment, financing tourism, digital economy.

Иқтисодиётнинг даромад келтирувчи ва давлат бюджетига салмоқли валюта тушумини таъминловчи тармоқлардан бири туризмдир. Бугунги кунда жаҳон туризми бозори ҳажми қарийб 9 триллион долларни ташкил этмоқда. Дунёда иш билан банд аҳолининг ҳар ўнинчиси ушбу соҳада фаолият юритмоқда.

Туристик фаолиятни кенгайтириш, янги рекреацион ҳудудларни жиҳозлаш, курорт мажмуалари ва меҳмонхоналарни қуриш катта ҳаражатларни талаб қилади. Одатда, йирик лойиҳалар турли манбалар

ҳисобидан молиялаштирилади. Бу лойиҳаларни амалга ошириш учун давлат тузилмалари, хусусий молия муассасалари ва халқаро ташкилотлар иштирок этади.

Туризмни молиялаштиришнинг асосий манбалари давлат ва чет эл инвестициялари, хусусий ва қўшма корхоналар маблағлари, ҳар хил фондлар ва мақсадли йўналишдаги маблағлар ҳисобланади.

Туризм соҳасининг юқори суръатларда ривожланиши инвесторларни жалб қилади ва капиталнинг қайта тақсимланиши учун имконият яратади. Йирик миқдордаги валюта тушумлари юқори технологияли тармоқларнинг ривожланишини таъминлайди.

Туризм соҳасига йўналтирилган инвестицияларнинг юқори ўсиш суръати охирги йилларда, асосан, Осиё минтақасига тўғри келмоқда. Бу ўрта ва узоқ муддатли даврда туризмнинг барқарор ривожланиши учун кенг имконият яратилишидан далолат беради. Шундай қилиб, туризм соҳаси ҳозирги хўжалик тизимида иқтисодий жиҳатдан етакчи тармоққа айланди, кўпгина дунё мамлакатлари аҳолисининг даромади ва бандлик миқиёсининг ошишини таъминлайди, иқтисодий ўсишига имконият яратади. Шунинг учун ҳам республикамизда туризм соҳасини ривожлантириш масалаларига устувор даражада эътибор қаратилмоқда.

Давлатнинг устувор вазифаларидан бири туризмни иқтисодиётнинг стратегик тармоғига айлантиришдан иборат. Таҳлилларга кўра, туристлар ҳаво транспортида учиш вақти беш соатгача бўлган ўлкаларга энг кўп саёҳат қилади. Юртимиз атрофида бундай масофада 60 га яқин давлат, 3 миллиард аҳоли бор. Йилига уларнинг қарийб 360 миллиони ҳорижга саёҳат қилади.

Юқоридагилардан келиб чиқсак, мамлакатимиз улкан туризм бозорига эга эканлиги кўринади. 2019 йилда юртимизга 6,7 миллион нафар сайёҳ келди. Юртимиз ўндан ортиқ нуфузли халқаро нашрларда энг жозибали туристик маскан сифатида эътироф этилди. 2020 йилда ҳориждан келадиган сайёҳлар сонини 7,5 миллионга, 2022 йилда 10 миллионга ва 2025 йилда 12 миллионга етказиш режалаштирилган. Келтирилган натижаларга эришишимизда инновациялар ва рақамли иқтисодиётга ўтишимиз ҳам ёрдам беради. Чунки, бу тизимда маълумотлар алмашуви тезкорлиги ошади.

Давлатимиз раҳбарининг 2018 йилдаги “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори ички туризмни кенгайтирди. Лекин, жаҳон стандартларига мос меҳмонхоналар, малакали гидлар етишмайди. Шу боис меҳмонхоналарни 2020 йилда 1 минг 700 тага, келгуси беш йилда 3 мингтагача кўпайтириш режалаштирилган. Оилавий меҳмон уйларини эса 2 мингтага етказилади. Булар орқали туризм соҳасида йилига камида 30 мингта янги иш ўрни яратилади. Жорий йилда янги замонавий меҳмонхоналарни қуришга давлат бюджетидан 200 миллиард сўм субсидия ажратиб, туризм инфратузилмасини жадал ривожлантириши режалаштирилган.

Пул маблағларини янги туристик объектларни қуриш ва мавжудларини янгидан жиҳозлашга қайта тақсимлар экан давлат ва бошқа инвесторлар

тақдим этилган қарз маблағларидан муайян миқдордаги даромад олишга интиладилар. Улар киритилган капитални ўз вақтида қайтариб олиш билан бирга унинг учун муайян фоизга ҳам эга бўлишни кўзлайди. Моддий манфаатдорлик инвесторларни кредитлашнинг энг яхши шартларини излашга мажбур қилади. Шу мақсадда улар хорижий туристик бозорларга чиқадилар ва капитал экспортерларига айланадилар.

Чет эл инвесторлари қўйган капиталлари ва олган даромадларини тўлиғича ёки қисман ўз мамлакатларига эркин ва маъмурий тўсиқларсиз қайтарилишини давлат томонидан кафолатлаш молиявий ёрдамнинг халқаро жиҳатлари ҳисобланиб, бу барча чет эллик инвесторлар маблағларини туризм соҳасига сарфлашни рағбатлантиради.

Давлат томонидан инвестицияларни рағбатлантиришнинг қудратли механизми солиқларни бир мунча пасайтириш ёки маълум вақт давомида солиқ тўлашдан озод қилиш ҳисобланади. Янги инвесторлар баъзан туристик хизматлар экспортида анча паст бож тўловларидан фойдаланади. Хусусий секторга пансионатлар, кемпинглар, туристик базалар, профилакториялар каби туризм объектларини қуришга банк ссудаларини бериш шу соҳадаги нодавлат корхоналар сонини кескин кўпайтиради.

Туризм индустриясидаги хусусийлаштириш хорижий инвестициялар ҳажмининг ўсиши амалда фақат самарали солиқ қонунчилигини яратиш, ички улгуржи бозорни ривожлантириш, ташқи ва ички савдони эркинлаштириш, туризм индустрияси учун кредит воситалари ички бозорини яратиш ва кредит ресурсларига эркин эга бўлишни таъминлаш, бир хил йўналишдаги корхоналар сонини кўпайтириш йўли билан рақобат учун шароит яратиш каби энг қулай иқтисодий шароитларнинг юзага келиши натижасида содир бўлиши мумкин.

Туризмни ривожлантиришнинг молиявий рағбатларидан бири янги туристик объектларнинг қурилишига узоқ муддатли кредитлар бериш ҳисобланади. Банклардан қарз олишда кредитга расмий кафолатлар бериш йўли билан давлат томонидан қўллаб-қувватлаш ҳам шулар жумласидандир.

Туризм фаолиятига хос бўлган хусусиятлар ушбу соҳага ички ва ташқи инвестицияларни кенг жалб қилиш имкониятларини беради. Соҳанинг кўп тармоқлилиги, яъни сайёҳлик, савдо хизмати, овқатланишни ташкил этиш, сайёҳларнинг соғлигини тиклаш ва хавфсизлигини таъминлаш каби фаолиятларни ривожлантириш ушбу соҳаларга инвестицияларни, айниқса хорижий инвестицияларни кенг жалб қилишни тақозо қилади.

Туризм соҳасининг янги қирраларининг шаклланиб бориши, аҳоли бандлигини таъминлаш ва турмуш даражасини оширишда кенг имкониятли тармоқларидан бири сифатида қолади.

Республикамизда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича бир қатор муаммолар мавжуд бўлиб, улар қуйидагиларда намоён бўлмоқда: туристик инфратузилманинг заифлиги; туристларга хизмат кўрсатиш сифатининг яхши эмаслиги; туристлар оқимининг мавсумийлиги ва мавсумлар даврининг қисқалиги; туризм тармоғи ишлаб чиқариш салоҳиятининг ҳудудлар бўйича

нотекис жойлашганлиги.

Ўзбекистонда туризм соҳасини яхшилаш борасида қуйидагиларга эътиборимизни қаратсак мақсадга мувофиқ бўлар эди: туристик ресурслари ҳолатини инобатга олган ҳолда туристик хизматларни ривожлантириш ҳамда янгиларини яратиш; туризм соҳасидаги хизматлар нархини туристлар учун маъқул ва туризм индустрия учун фойда келтирадиган даражада сақлаб қолиш; туризм соҳасига чет эл инвстицияларни жалб этиш кўламини ошириш; туризм объектларида туристларга хизмат кўрсатишни тизимли ташкил этиш ва хизматлар сифатини ошириш; туризм соҳасида фаолият юритувчи ходимларнинг касбий малакасини ошириш.

Туризмни ривожлантириш орқали қуйидагиларга эришишимиз мумкин: ялпи ички маҳсулотнинг кўпайиши; давлат бюджетига тушумларнинг ошиши; аҳолининг иш билан бандлик даражасини кўтариш; табиий ресурсларни асраб-авайлаш; мамлакатнинг сиёсий нуфузини янада ошириш; давлатлар ўртасида маданий алоқаларни кенгайиши ва бошқалар шулар жумласидандир.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, мамлакатимизни кўриш, томоша қилиш истагида бўлган жаҳон аҳли сайёҳлари учун тегишли шароит яратиб бериш ва уларга юқори савияда хизмат кўрсатиш, маблағларни мамлакатимиз иқтисодиётини юксалтиришга сафарбар қилишдан иборатдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси (2020 йил 24-январь). “Тошкент оқшоми” газетаси, №13 (14.064). 2020 йил 25-январь.
2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 28-январь куни туризмни ривожлантириш, жисмоний тарбия ва спортни янада оммалаштириш масалаларига бағишланган йиғилиши. “Тошкент оқшоми” газетаси, №15 (14.066). 2020 йил 29-январь.

J. Norkulov – Student of Samarkand state institute of foreign languages
M.Shukurov – Student of Samarkand institute of economics and service

THE ROLE OF INTERNATIONAL TOURISM IN LEARNING A FOREIGN LANGUAGE

Abstract: This article is dedicated to the main problems of the improvement of tourism and the role of foreign languages in it. In the XXI century, as a result of developing international tourism, most of the people began to learn foreign languages such as English, Spanish, and Chinese. Due to the fact that these languages are more important to develop not only tourism but also the business. It causes individuals to motivate for learning foreign languages.

Key words: tourism, foreign languages, international tourism, language-teaching tour, intensive language.

Аннотация: Данная статья посвящена основным проблемам совершенствования туризма и роли иностранных языков в нем. В XXI веке, в

результате развития международного туризма, большинство людей начали изучать иностранные языки, такие как английский, испанский и китайский. В связи с тем, что эти языки важнее для развития не только туризма, но и бизнеса. Это заставляет людей мотивировать к изучению иностранных языков.

Ключевые слова: туризм, иностранные языки, международный туризм, языковой тур, интенсивный язык.

Annotatsiya: Ushbu maqola turizmni rivojlantirishning asosiy muammolari va undagi xorijiy tillarning roliga bag‘ishlangan. XXI asrda xalqaro turizmning rivojlanishi natijasida, ko‘pchilik ingliz, ispan va xitoy tillarini o‘rganishni boshladi. Ushbu tillar nafaqat sayyohlikni, balki biznesni rivojlantirish uchun ham muhimdir. Bu odamlarga chet tillarini o‘rganishi uchun turtki bo‘la oladi.

Kalit so‘zlar: turizm, chet tillari, xalqaro turizm, til o‘rganish, intensiv til.

The term "tourism" appeared relatively recently because before the mid-XIX century it was impossible to find this language in any language of the world term. The concepts of “foreign languages” and “international tourism” are closely interconnected, affect the development of each other and are inconceivable one without another. After all, international tourism implies a system travel and tourist exchanges concerning representatives of different countries and cultures speaking a variety of languages. International tourism is one of the factors in the world. Integration processes and the tourism business has long been a significant sector of the economy. When applying for a job in a travel company or in a prestigious restaurant, hotel, etc. One of the employer's first questions will be the question of how many and which foreign languages a candidate for a job speaks.

The modern employer is quite demanding. The candidate is required to work in tourism rather high requirements: he must have a good experience, be curious, active, and additional skills are stipulated, including knowledge of a foreign language. Knowledge of a foreign language helps to successfully compete with other candidates for a vacant place, as tourism employees must be able to offer their services in a foreign language, especially in English. This makes a good impression on foreign customers, has a beneficial effect on the reputation of a travel company, on productivity. Accordingly, we can assume that the requirements for a candidate when applying for a job are by no means overstated, but a necessary condition for the productive work of a travel company [2, p.38].

English is an international language not only in the field of tourism but also in the field of business, education and trade, science and technology. Regardless of what language is spoken in a particular country, the role of the English language remains significant, and along with the significance, culture is also transmitted. Particularly noteworthy is this type of tourism, as independent tourism, which has become increasingly popular in recent times.

In Turkey, 20% of the population speaks 50 languages, but when it comes to tourism, the first and most common language is still English, followed by German. In Egypt, English took root under the influence of tourism and became the official language of communication, so when traveling to any part of the country, you can freely communicate in English. In Spain, most often English can be found in

Barcelona, in large hotels in all cities they can still answer in English. English can be spoken in Sweden, the Netherlands, Denmark, Norway, Finland, Slovenia, Estonia, Luxembourg, Poland, and Austria. Among the Asian countries can be called Singapore, Malaysia, India, South Korea, Vietnam, Japan, Taiwan, Indonesia, and Hong Kong, where you can be sure that they understand English and you can discuss questions with your interlocutor in English. That is why those who want to connect their lives with tourism should know at least one language - English. People working in the field of tourism need to regularly replenish their vocabulary in order to stay updated on lexical trends [1].

It is no accident that teaching a foreign language is defined as the process of mastering the means of interethnic and intercultural communication, and the purpose of training is the training of specialists who are able to apply knowledge of a foreign language to solve professional problems. However, despite the importance of mastering a foreign language during the training of service and tourism specialists, and the growing need for mastering a foreign language as a means of international and interethnic communication, a contradiction arises between high requirements for the level of language proficiency of future tourism specialists and the result of its teaching objective, teacher-independent reasons - a low level of knowledge by his students of non-linguistic universities, for which the discipline is "foreign language" not profiling. International tourism can contribute to increasing the motivation and effectiveness of teaching a foreign language.

The first half of the day is devoted to the study of a foreign language, the second half of the day is provided for entertainment, leisure, sports, and excursions. Language training tours can be individual and group. Group tours with accommodation in summer camps, campsites, colleges allow you to learn a language among your peers while training programs are combined with sports and leisure activities. In the last decade, language tours for businessmen have become widespread, for which the main reason for studying is the need to know one or more foreign languages. Adult clientele usually makes such trips at the expense of their firms and enterprises, individually or with family. Favorite tours of this category are tours combining intensive courses with a large cultural program.

In conclusion, I suggest that everyone who is going to entre to the way of tourism should learn foreign languages, as it will be beneficial to create a future of the person in business by the tourism. Moreover, tourism will make to learn foreign languages in easy way. According to the article, we can know that speaking in foreign languages during the tour improves people’s ability of knowing languages. So, we should organize more tours for individuals with tourists to achieve in the result of knowing foreign languages as expert.

Resources:

1. Английский язык и туризм. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.edutur.org/eng/angliyskiy-yazyik-i-turizm (Дата обращения: 22.11.2016).
2. Плужник И. Л. Формирование межкультурной коммуникативной компетентности студентов в процессе профессиональной подготовки. М.: ИНИОН РАН, 2003. 216 с.

Ш.Ш.Рахмонов – “Ипак йўли” туризм халқаро университети магистранти,
У.Р. Тураева– “Ипак йўли” туризм халқаро университети магистранти
Р.С.Исакова – СамИСИ магистранти

ЎЗБЕКИСТОНДА MICE ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ДОЛЗАРБЛИГИ

Аннотация: ушбу мақолада дунё туризм бозорининг бугунги ҳолати ва унинг жаҳон иқтисодиётидаги ўрни келтирилган. Шунингдек, мақолада бизнес туризм ва унинг муҳим таркибий қисми ҳисобланган MICE туризм, унинг ҳудудларда ривожланиши, аҳамияти ва мамлакатимизда ривожлантиришнинг долзарблиги келтирилган.

Калит сўзлар: Дунё саёҳат ва туризм кенгаши, Бутунжаҳон туризм ташкилоти, бизнес туризм, MICE туризм, Халқаро конгресс ва конвенция ассоциацияси.

Аннотация: В этой статье описывается текущая ситуация на мировом туристическом рынке и его вклад в мировую экономику. Кроме того, в статье освещается концепция делового туризма и его важнейшей отрасли MICE-туризма, развитие MICE-туризма в регионах, его значение и важность для развития в нашей стране.

Ключевые слова: Всемирный совет по туризму и путешествиям, Всемирная туристская организация, бизнес туризм, MICE туризм, Международная ассоциация конгрессов и конференций

Abstract:: this article describes the current situation of world tourism market and its contribution to the world economy. Moreover, article highlights the concept of business tourism and its essential branch MICE tourism, the development of MICE tourism in regions, its significance and importance to develop in our country.

Key words: World Travel&Tourism Council, UNWTO, business tourism, MICE tourism, ICCA (International Congress and Convention Association)

Бугунги иқтисодий интеграциялашув ва глобаллашув замонида туризм соҳаси дунё мамлакатлари иқтисодиётини бойитувчи асосий манбалардан бири бўлиб келмоқда. Дунё саёҳат ва туризм кенгашининг (World Travel&Tourism Council) берган маълумотларига кўра, 2018 йилда туризм соҳасининг жаҳон ялпи ички маҳсулотидаги улуши 10,4 фоизни, хизматлар экспортидаги улуши 6,5 фоизни, жами киритилган инвестициялардаги улуши эса 4,5 фоизни ташкил этган. Шунингдек, дунёда иш билан банд бўлган аҳолининг 1/10 қисми (319 миллион) туризмга хизмат қилмоқда, бу эса дунёдаги иш билан банд бўлган аҳолининг 10 фоизини ташкил этади [1, б.1].

Бутунжаҳон туризм ташкилотининг (UNWTO) берган маълумотларига кўра, туризм соҳаси йилдан-йилга жадал суръатларда ривожланаётган иқтисодиёт соҳаларидан бири бўлиб, 2018 йилда дунё бўйлаб саёҳат қилаётган хорижий туристлар сони ўтган 2017 йилга нисбатан 5 фоизга ўсган ва 1 миллиард 400 миллион кишини ташкил етган, улардан тушган даромад

эса 4 фоизлик ўсишни кўрсатиб 1 триллион 700 миллиард АҚШ долларига тенглашган [2, б.2].

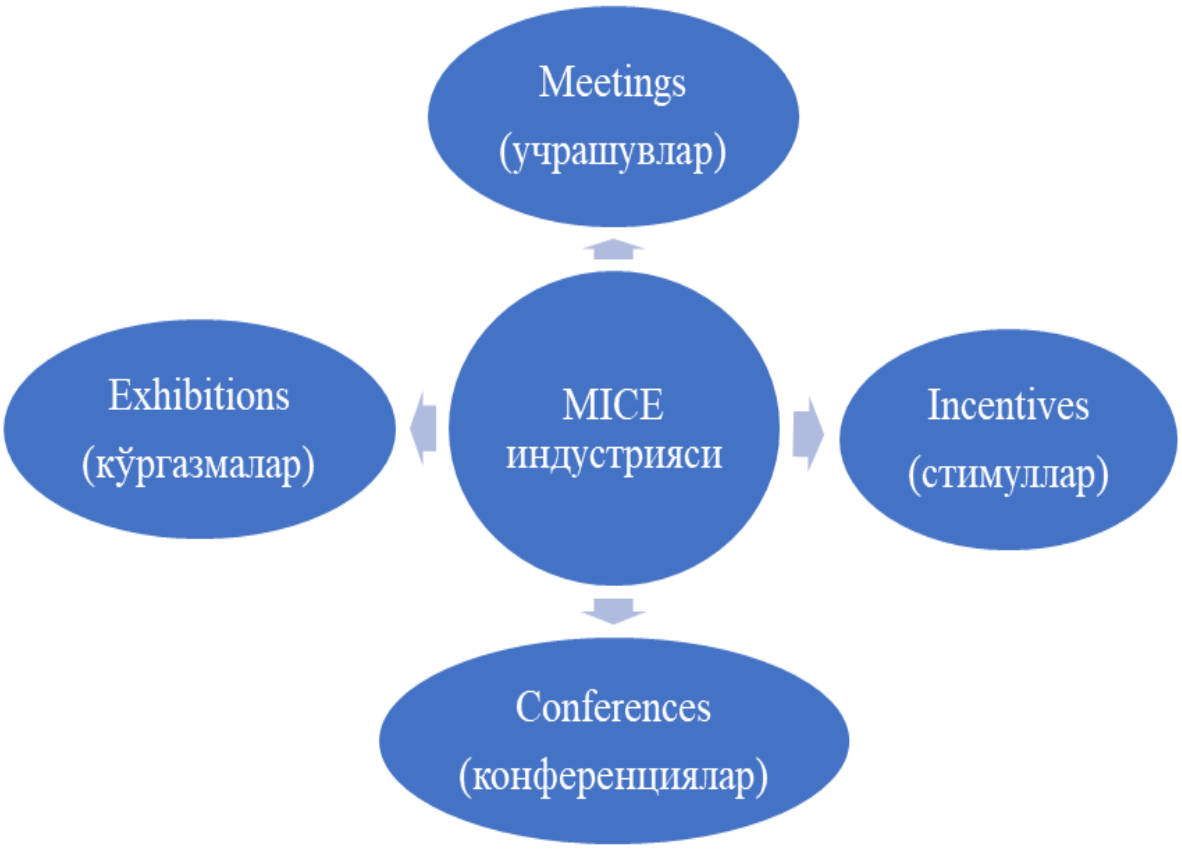
Хорижий туристлар маълум бир мақсадларда саёҳат қиладидар. Статистик маълумотларга қараганда, 2018 йилда дунё бўйлаб саёҳат қилган туристларнинг ярмидан кўпи – 56 фоизи дам олиш, рекреация, таътил пайти ҳордиқ чиқариш мақсадида, 27 фоизи соғлиғини тиклаш, диний, дўстлар ва қариндошларникига ташриф, 13 фоизи бизнес (иш ва касбий) мақсадларда, 4 фоизи аниқ белгиланмаган мақсадларда саёҳат қилгандар [3, б.7] .

Бизнес туризмнинг истеъмолчилари 13 фоизни ташкил этишига қарамасдан, ушбу турнинг иқтисодий таъсири дунё иқтисодиётига сезиларли саналади. Дунё саёҳат ва туризм кенгашининг (World Travel&Tourism Council) нашрига кўра, 2016 йилда ишга алоқадор туризмдан тушган тушум дунё иқтисодиётига 1,150 трлн. АҚШ доллари миқдорида даромад келтирган ва бу кўрсаткич 2026 йилда 1,658 трлн. АҚШ долларини ташкил этиши башорат қилинмоқда [4, б.10]. Рақамлардан кўриниб турибдики, бизнес турлар туризмда муҳим ўрин эгаллайди, чунки бугунги кунда замонавий мутахассис кадрларнинг ҳаётини соҳага оид музокаралар ва учрашувлар, ўз билим доираларини кенгайтиришга йўналтирилган турли маҳорат дарсларига қатнашишсиз тасаввур қилиб бўлмайди. Айнан шунинг учун ҳам кейинги йилларда ишга алоқадор саёҳатларнинг сони ортиб бормоқда ва бизнес туризмнинг муҳим таркибий қисми ҳисобланган MICE индустрияси жадал ривожланиб, дунё туризм бозорининг истиқболли ва кўп даромад келтирадиган сегментига айланиб бормоқда.

MICE туризм турли корпоратив тадбирларни ташкил этиш ва ўтказиш билан боғлиқ бўлган бизнес туризмнинг таркибий қисми ҳисобланади. MICE (инглизча аббревиатура “meetings, incentives, conferences, exhibitions”) – ўзида тўртта базавий йўналишларни қамраб олган кенг маънодаги тушунча саналади. Бу йўналишлар: meetings – корпоратив учрашувлар, тақдимотлар, музокаралар; incentives – рағбатлантирувчи ёки мотивация берувчи турлар ва дастурлар, тимбилдинг, кадрларни ўқитиш, корпоратив байрамлар; conferences – конференциялар, конгресслар, форумлар, семинарлар; exhibitions – кўргазмалар, фестиваллар, пресс-турлар ва ҳ.к.лар.

MICE туризм ўзининг бевосита ва билвосита (транспорт, алоқа, молия сектори, мажаният, соғлиқни сақлаш, савдо) таъсири билан миллий ва дунё иқтисодиётига катта ҳисса қўшади. Шунингдек, MICE туризм иштирокчилари ўз соҳаларида етук малакали кадрлар бўлганликлари сабаб, улар ҳудуднинг илмий ривожланишига ҳамда ўзаро ҳамкорлик алоқаларининг ривожланишига ҳам таъсир кўрсатишади [5, б.13].

MICE туризм ўзининг бевосита ва билвосита (транспорт, алоқа, молия сектори, мажаният, соғлиқни сақлаш, савдо) таъсири билан миллий ва дунё иқтисодиётига катта ҳисса қўшади. Шунингдек, MICE туризм иштирокчилари ўз соҳаларида етук малакали кадрлар бўлганликлари сабаб, улар ҳудуднинг илмий ривожланишига ҳамда ўзаро ҳамкорлик алоқаларининг ривожланишига ҳам таъсир кўрсатишади [5, б.13]. MICE туризмнинг асосий



1-расм. MICE туризмнинг элементларини қамраб олган схема

марказлари дунёда Европа, Шимолий Америка, Осиё ва Океания регионлари саналади. Дунё бўйича ўтказиладиган ишга алоқадор учрашувларнинг деярли ярми Европа регионидаги Германия, Буюк Британия, Франция ва Италия каби мамлакатларга тўғри келади. Осиё ва Океания регионида MICE туризмнинг асосий марказлари Япония, Сингапур, Тайвань, Сянган кабилар ҳисобланади. БТТнинг прогнозларига кўра, 2020 йилга келиб ушбу регион бизнес туризмда қилган даромад бўйича Шимолий Америка регионини ортда қолдиради [6].

Бугунги кунда мамлакатимизда ҳам MICE туризмни ривожлантириш бўйича қатор ишлар олиб борилмоқда. 2019 – 2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш консепсиясида "...MICE туризмни ривожлантириш бўйича дастурий чора-тадбирларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш" масалаларининг белгилаб қўйилганлиги [7], Ўзбекистон Республикаси норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар лойиҳалари муҳокамаси порталида "Ўзбекистонда MICE туризмни ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги Президент қарори лойиҳасининг жойлаштирилганлиги [8] ва ҳужжат билан "2019-2025 йилларда Ўзбекистонда конференция, форум, конгресс, кўргазма, семинар ва анжуманлар (MICE) туризмини ривожлантириш бўйича консепция" тасдиқланиши ҳамда Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитасининг "Ўзбекистон конгресс ва кўргазма" марказини ташкил етиш таклифига розилик берилиши мумкинлиги мамлакатимизда MICE

туризмни ривожлантиришнинг долзарблигидан далолат беради.

Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси томонидан ҳозирда республикада MICE туризмни ривожлантириш бўйича қатор амалий ишлар амалга оширилмоқда. Буларга мисол қилиб Gastro Bazaar—2019 халқаро гастрономик фестивал доирасида UNWTO va ICCA (International Congress and Convention Association) вакиллари томонидан мамлакатимиз туристик ташкилотчилари учун MICE туризм бўйича маҳорат дарсининг ўтказилганлиги, "IMEX – 2019" халқаро форумида Ўзбекистонда MICE туризмни ривожлантириш масалаларининг муҳокама этилганлиги, Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Хива шаҳарларида "World Influencers Congress" конгрессининг, Мўйноқда "Стихия" электрон мусиқа фестивалининг, Термизда "Ўзбекистон – цивилизациялар чорраҳасида" археологик туризм форумининг, Сирдарёда "I халқаро инвестиция форуми"нинг, Самарқанд шаҳрида "Silk Road Bazar" фестивалининг, Бухорода "I халқаро мото туристлар фестивали"нинг, Қашқадарёда "I халқаро анор фестивали"нинг, Қўқонда бўлиб ўтган "I халқаро ҳунармандлар фестивали"нинг, Хоразмда "Рақс сеҳри" халқаро фестивалининг, тарихий шаҳарларимизда "Ўзбекистон – буюк йўллар ва цивилизациялар чорраҳаси; империя, дин, маданият" ҳафталигининг, Шаҳрисабзда "I халқаро геотуризм форуми"нинг ўтказилганлиги бутун дунёдан йирик ишбилармонлар, илмий соҳа вакиллари, мусиқашунос олимлар, ҳунармандлар, блоггерларнинг мамлакатимизга ташриф буюришига ҳамда халқаро майдонда Ўзбекистон номини кўтаришга кўмаклашди.

Хулоса қилиб айтганда MICE туризмни ривожлантириш мамлакат иқтисодиётига, илмий соҳанинг юксалишига, ўзаро ҳамкорлик алоқаларининг мустаҳкамланишига, халқаро майдонда мамлакат нуфузининг кўтарилишига ҳамда туристик оқимнинг кўпайишига катта ижобий таъсир кўрсатади. Шундай экан, мамлакатимизда ушбу туризм турини ривожлантириш учун шарт-шароитлар яратиш, ишбилармон доира вакиллари ва нуфузли чет эл мутахассислари учун хизмат кўрсатиш сифатини яхшилаш долзарб вазифалардан саналади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. World Travel & Tourism Council, Economic Impact 2019, page 1
2. UNWTO Tourism Highlights 2019 Edition, page 2
3. UNWTO Tourism Highlights 2019 Edition, page 7
4. World Travel & Tourism Council, Economic Impact 2014, page 10
5. Gábor Michalkó. Design and development of touristic products. The effects of MICE tourism, synergy effect. University of Pécs, 2011, Page 13
6. Основные районы и центры делового туризма. 03.02.2015. https://studopedia.org/8-196617.html
7. "Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПФ-5611-сонли фармони. 2019 йил 5 январь. www.lex.uz
8. Ўзбекистон Республикаси норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар лойиҳалари муҳокамаси портали https://regulation.gov.uz/uz/document/3345

Р.Б.Коссе Д.Т.Тангиров – СамИСИ ўқитувчилари

ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ЭКОЛОГИК САЁҲАТЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ

Аннотация: Экологик сайёхатлар саломатликни сақлаш чиниқиш, ҳаво алмаштириш каби соғломлаштирувчи тадбир бўлиб ҳисобланади. Экологик сайёҳатлар инсонлар иш унумдорлигини оширишга ёрдам бериб, иқтисодиётни ривожлантиришга ўз ҳиссасини қўшади.

Аннотация: В статье освещаются вопросы, связанные с экологическими путешествиями, оздоровления, закаливания, проветривания воздуха. Экологические путешествия способствуют работоспособности и вносит свою лепту в развития экономики.

Abstract: Ecologic traveling is keeping health, tempering, air changing, as a wellness event. Ecologic traveling is can help to develop productivity, contribute to develop ecology.

Калит сўзлар: Чиниқиш, саёхат, руҳий, физиологик, иқтисодий, инновация, яшаш мухити.

Ключевые слова: Закаливание, путешествия, духовность, физиология, экономика, инновация, сфера жизни.

Keywords: be tempered, travel, spiritual, physiology, economics, innovation, envirovement.

Мамлакатимизни иқтисодий ривожиантиришда экологик са хатларнинг ўрни беқиёсдир. Экологик максаддаги саёҳатни, ривожлантиришда саломатликни сақлаш йўлида саёҳатга чиқиш, ҳаво алмаштириш тадбирларидан кўра, кўпроқ, иқтисодий фойда олиш масалаларини илгари сурган ва тарғибот қилган. Бундай табиатни ўрганган одамда, табиатга саёҳат қилиб, вақтни мазмунли ўтказиш, жисмоний камолатга интилиш, Ватан сарҳадларини сезиш ва унинг гўзаллигини ҳис қилишдан кўра, кўпроқ иқтисодий фойда олиш мақсадида саёҳат ишларини ташкил этиш билан боғлиқ таъсуротларни ҳосил қилади. Шундай бўлсада экологик саёҳатчиларда иқтисодий интилишлар негизига асосланган юксак маънавий бойлик ва ватанпарварликни тарғибот қилиш муҳим ўрин эгаллайди. Шу муносабат билан бутун жахон туристик ташкилоти экалогик са атларни ташкил этишда қўйидаги вазифаларни бажаришни асосий максад қилиб қўган:

- муҳофаза қилинадиган экологик ҳудудга яқин бўлган қишлоқ туманлари аҳолисининг турмуш даражасини ошириш ва иқтисодий кумак бериш;

- табиатни билиш ва унга эҳтиёткорона, тежаб, муносабатда бўлишни, маҳаллий халқ маданиятига, унинг иқтисодига биологик ва маданий хилма-хилликка ижобий муносабатни рағбатлантириш;

- уларни келажак авлодга хам етказиш билан боглик иктисодий чоралар куриш;

-маданий аҳамиятга эга булган турмуш тажрибаларини кекса авлод

вакиллари тамонидан еш авлодга етказиб беришжх;

Бундай халқаро аҳамиятга эга бўлган вазифаларни Республикамиз ҳудудида ҳам амалга ошириш мумкин. Ҳозирги табиат куринишини келажак авлодларга соф табиат манзаралари ва бойликларини мерос қилиб қолдиришда, Она ер ҳаётининг мангулигини таъминлашда муҳим аҳамият касб этади. Экологик саёҳатлар жисмоний маданиятнинг ўзига хос воситаларидан бири бўлиб, у ёшларни табиатга меҳр-муҳаббат руҳида тарбиялашдан ташқари , уларни меҳнатсевар ва ватанпарвар, ростгўйлик, садоқат, ўзаро ишонч, табиатга меҳр-муҳаббат руҳида тарбиялашга ҳам катта ёрдам беради. Шунингдек, экологик саёҳатлар жараёнида ўқувчиларда мардлик, жасурлик, чидамлилик, кучлилик, кескин вазиятларда зарур қарорга келиш каби руҳий ва жисмоний сифатларни ҳам тарбиялаш имконияти жуда кенг. Республикамизда ҳали яхши ўрганилмаган, инсон оёғи етмаган жойлар жуда кўп. Туристик саёҳатлар ва уларни ташкил қилиш, ўтказиш бўйича республикамизда катта тажриба тўпланган. Бугунги кунда бу тажрибаларни янада ривожлантириш, уни замонавий даражага кўтариш зарурияти туғилди. Ўзбекистон Республикасининг “Жисмоний тарбия ва спорт тўғрисида”ги янги тахрирдаги қонунида белгиланганидек, “Санаторий-курорт муассасаларида, дам олиш уйлари ва туристик марказларда жисмоний тарбия-соғломлаш-тириш ишлари” муҳим аҳамиятга эга бўлган тадбирлардан биридир. Шу сабабдан “Барча санаторий–курорт муассасаларида, дам олиш уйлари ва туристик марказларда жисмоний тарбия моддий базаси ҳамда якка тартибда ва гуруҳ бўлиб ўтказиладиган жисмоний тарбия-соғломлаштириш машғулот-лари учун шарт-шароит яратилади”, - деб алоҳида таъкидланган. Бунинг боиси шундаки,табиат қо`йнига экологик саёҳатлар соғломлаштирувчи жисмоний тарбия воситаларининг муҳим таркибий қисмидир.

Эътироф этиш лозимки, жаҳондаги жуда кўп мамлакатларда туризмнинг бу шакллари билан бир қаторда ҳаваскорлик туризми (пиёда юриш, тоққа чиқиш, транспортларда юриш, дарё, кўллар ва ҳакозоларда сайр қилиш) ҳам асосий ҳисобланади. Ўзбекистонда ҳаваскорлик саёҳатнинг шаклланиши ва унинг ривожланишида касаба уюшмалари ташкилотлари ғамхўрлик қилиб келмокда. Кейинги даврда ҳаваскорлик туризми шаклан ва мазмунан ўз кучини қисман пасайтирди. Яъни моддий таъминот, транспорт, жиҳозлар, хавфсизликни сақлаш, ташкилий ва хўжалик ишлари ҳамда бошқа кўп муаммолар вужудга келди. Шунга қарамасдан аҳолининг саломатлигини яхшилаш, талаба-ёшларнинг жисмоний камолотини ўзгартириш йўлида саёҳатнинг ўрни ва моҳияти йўқолган эмас. Булар ахоли давлат , жамоат ташкилотлари томонидан эътироф этилмокда. Бундай ижтимоий-маданий ва тарбиявий жараёнларни амалга ошириш мақсадида “Алпомиш” ва “Барчиной” махсус тестлари мажмуйи ишлаб чиқилиб, у 2000 й. 1 мартдан бошлаб амалга ошириб келинмокда. Эътиборли томони шундаки, бу мажмуйида барча ёшдаги (6 ёшдан 60 ёшгача)ҳам кишилар учун мўлжалланган синов меъёрлар таркибида сайр-саёҳатлар (пиёда юриш) ўрин эгаллаган. Уларни намуна қилиб кўрсатиш мақсадга мувофиқдир.

Саломатлик махсус тестлардаги саёҳат талаблар ва синов меъёрлари шуғулланувчи ёки қатнашчиларнинг ёши, жисмоний тайёргарлиги, жинси ҳамда саёҳатларга қизиқишларини эътиборга олади. Ўз навбатида уларнинг жисмоний жиҳатдан ривожланиши, саломатликни яхшилаш, чиниқиш каби сифатлар ҳамда ўзаро ҳамкорлик, дўстлик, ўлкани ўрганиш билан Ватанга меҳр-муҳаббат, садоқат, экологик муҳитни сақлашга кўмаклашадиган назарий билим ҳамда амалий кўникмаларни янада мустаҳкамлаш, уларни бойитиш фазилатлари ҳам мужассамлаштирилган**.**

Экологик саёҳат Республикамиз аҳолисининг ижтимоий-иқтисодий, маънавий-маърифий салоҳиятини янада мустаҳкамлашга маълум даражада ўз ҳиссасини қўшмоқда. Бу йўлда Республикамиз Президенти ва ҳукумати томонидан олиб борилаётган турли–туман тадбирлар, бевосита ғамхўрликлар муҳим аҳамият касб этмоқда.Булар аҳолининг саломатлигини яхшилаш, талаба-ёшларнинг жисмоний баркамоллигини тарбиялашда экологик саёҳат ўз мавқейи ва мақомига эришмоқда. Бу жиҳатлар “Алпомиш” ва “Барчиной” махсус тестлари мажмуйида ўз ифодасини топганлиги муҳим аҳамиятга эгадир.

Хулоса қилиб айтканимизда республикамизнинг мустақиллиги туфайли ва шаҳарларнинг бугунги жамоликескин равишда ўзгариб бориши аҳолини юртимиз худутларида экалогик сайрларни ўтказмоқда. Шундай экан экологик саёҳат мамлакат иқтисодини ривожлантиришда муҳим омил булиб хизмат қилиши керак.Мамлакатимизнинг баҳаво жойларини ташвиқот ва таргибот қижиш ҳамда купроқ иқтисодий фойда олиш масалаларини илгари суриш зарур.

Ўзбекистоннинг географик жиҳатдан жойлашиши ва иқлим шароити экалогик саёҳатларнинг деярли барча турлари учун қулайдир.

Р.Б.Коссе – СамИСИ ўқитувчиси

МАМЛАКАТИМИЗ АҲОЛИСИНИНГ ЭКОЛОГИК САЁҲАТЛАРИДА ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИЛМИЙ АСОСЛАРИ

Аннотация: Туристик ҳизматлар, табиатга эҳтиёткорона тежаб таъсир этишга, саломатликни сақлаш йўлида, инсонларни узоқ йиллар фаолият кўрсатиш каби таъсуротларини ҳосил қилади.

Калит сўзлар: Экология, ватанпарварлик, маънавий бойлик, иқтисодий интилиш, рақамли инновация, саломатлик.

Аннотация: В статье описано оказивание туристических услуг оберигать природу использавать природу для оздоровления организма человека, укреплять здоровья поколения и осмысления мышления человечества.

Ключевые слова: Экология, патриотизм, Духовное богатство экономическая стримительность, цифровая инноватция, здоровье.

Abstract: Tourism services make effecting cautiously environment, the way of keeping health, people's activity in many years.

Keyvords: Ecology, patriotism, spiritual wealth, economic aspiration, digital innovation, health.

Экологик мақсаддаги саёҳатлар минг йиллар олдин ҳам мавжуд бўлган. Буни қадимий китоб "Авесто" ва ислом динининг муқаддас китоби бўлмиш Қуръони Карим саҳифаларидан ўқиб билиш мумкин. Ўз она юртини гўзаллигини билмоқ учун эса гўзалликка интилган ва гўзал қалб зарур бўлади. Бундай қалбни эса она юртга ва она табиатга муҳаббат тарбиялайди. Шундай қилиб, экологик туризм, яъни экологик саёҳатлар инсоният ўтмишидаги ўсимлик ва ҳайвонот дунёси ва умуман моддий олам неъматларидан тежаб, асраб-авайлаб фойдаланиш, уларни келажак авлодларга ҳам етказиш билан боғлиқ ижтимоий, маданий аҳамиятга эга бўлган турмуш тажрибаларини кекса авлод вакиллари томонидан ёш авлодга берилиши ва бу тажрибаларни ёш авлод томонидан фаол ўзлаштириб олиш жараёнидир**.**

Экологик саёҳат, туризм фани мазмунида шаклланиб келган бўлсада, унинг мазмуни, мавжуд ва кейинги йилларда эълон қилинган адабиётлар таҳлилига кўра, улар табиатга эҳтиёткорона, тежаб таъсир этиш, саломатликни сақлаш йўлида саёҳатга чиқиш, ҳаво алмаштириш тадбирларидан кўра, кўпроқ , иқтисодий фойда олиш масалаларини илгари сурган ва тарғибот қилган. Бундай адабтиётларни ўрганган одамда, табиатга саёҳат қилиб, вақтни мазмунли ўтказиш,жисмоний камолатга интилиш,Ватан сарҳадларини сезиш ва унинг гўзаллигини ҳис қилишдан кўра, кўпроқ иқтисодий фойда олиш мақсадида саёҳат ишларини ташкил этиш билан боғлиқ таъсуротларни ҳосил қилади. Шундай бўлсада экологик саёҳатчиларда иқтисодий интилишлар негизига асосланган юксак маънавий бойлик ва ватанпарварликни тарғибот қилиш

асосий мақсад қилиб қўйилган:

- муҳофаза қилинадиган ҳудудга яқин бўлган қишлоқ туманлари аҳолисининг турмуш даражасини ошириш;
- табиатни билиш ва унга эҳтиёткорона, тежаб, муносабатда бўлишни, маҳаллий халқ маданиятига, биологик ва маданий хилма-хилликка ижобий муносабатни рағбатлантириш.

Бундай вазифаларни республикамиз ҳудудида ҳам амалга ошириш ҳозирги авлодларни келажак авлодларга соф табиат манзаралари ва бойликларини мерос қилиб қолдиришда, Она ер ҳаётининг мангулигини таъминлашда муҳим аҳамиятга эгадир.

Экологик саёҳатлар жисмоний маданиятнинг ўзига хос воситаларидан бири бўлиб, у ёшларни табиатга меҳр-муҳаббат руҳида тарбиялашдан ташқари , уларни меҳнатсевар ва ватанпарвар, ростгўйлик, садоқат, ўзаро ишонч, табиатга меҳр-муҳаббат руҳида тарбиялашга ҳам катта ёрдам беради. Шунингдек, экологик саёҳатлар жараёнида ўқувчиларда мардлик, жасурлик, чидамлилик, кучлилик, кескин вазиятларда зарур қарорга келиш каби руҳий

ва жисмоний сифатларни ҳам тарбиялаш имконияти жуда кенг. Республикамизда ҳали яхши ўрганилмаган, инсон оёғи етмаган жойлар жуда кўп. Туристик саёҳатлар ва уларни ташкил қилиш, ўтказиш бўйича республикамизда катта тажриба тўпланган. Бугунги кунда бу тажрибаларни янада ривожлантириш, уни замонавий даражага кўтариш зарурияти туғилди.Яратилаётган мақоланинг талаба-ёшларни жисмоний маданиятини шакллантириш жараёнида экологик саёҳат машғулотлардан фойдаланиш ишларини ташкил қилиш ва ўтказишда мутахассисларга катта ёрдам беради.

Шу сабабдан “Барча санаторий–курорт муассасаларида, дам олиш уйлари ва туристик марказларда жисмоний тарбия моддий базаси ҳамда якка тартибда ва гуруҳ бўлиб ўтказиладиган жисмоний тарбия-соғломлаштириш машғулотлари учун шарт-шароит яратилади”, - деб алоҳида таъкидланган. Бунинг боиси шундаки, экологик саёҳатлар соғломлаштирувчи жисмоний тарбия воситаларининг муҳим таркибий қисмидир.

Экологик саёҳат Республикамиз аҳолисининг ижтимоий-иқтисодий, маънавий-маърифий салоҳиятини янада мустаҳкамлашга маълум даражада ўз ҳиссасини қўшмоқда. Бу йўлда Республикамиз Президенти ва ҳукумати томонидан олиб борилаётган турли–туман тадбирлар, бевосита ғамхўрликлар муҳим аҳамият касб этмоқда.

Булар аҳолининг саломатлигини яхшилаш, талаба-ёшларнинг жисмоний баркамоллигини тарбиялашда экологик саёҳат ўз мавқеи ва мақомига эришмоқда. Бу жиҳатлар “Алпомиш” ва “Барчиной” махсус тестлари мажмуйида ўз ифодасини топганлиги муҳим аҳамиятга эгадир.

Ўзбекистоннинг географик жиҳатдан жойлашиши ва иқлим шароити саёҳатларнинг деярли барча турлари учун қулайдир. Айниқса, тарихий-маданий обидаларга бой бўлган Самарқанд, Бухоро, Хива каби қадимий шаҳарлар, замонавий иншоотларга эга бўлган Тошкент шаҳри Республика аҳолисининг сайр-саёҳат манзиллари ҳисобланади. 2500-3000 йиллик тарихга эга бўлган Термиз, Қарши, Шаҳрисабз, Қўқон, Наманган, Нукус, Урганч каби шаҳарлар ҳам қадимий ёдгорликлари билан кўпчиликнинг диққат-еътиборини жалб этади. Сўнгги йиллар ичида янгидан қад кўтарган кўркам Янгиер, Гулистон, Навоий, Зарафшон, Жиззах каби шаҳарлар ҳам замонавий маданий қурилиш бинолари, спорт иншоотлари, таълим муассасалари ва ишлаб чиқариш корхоналари ва уларнинг маҳсулотлари билан жаҳонга танилмоқда.

III ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ МУАММОЛАРИ”

Нажмиддин Тошмаматов – ФарПИ “Бухгалтерия ҳисоби ва аудит” кафедраси проф. в. б.

ҲИСОБЧИЛИКНИНГ РИВОЖЛАНИШИНИ БОСҚИЧЛАРГА АЖРАТИШ ҲАҚИДА

Калит сўзлар: ҳисобчилик, бухгалтер, бухгалтерия ҳисоби, даврларга ажратиш.

Аннатация: Мақолада ҳисоб юритишни пайдо бўлиши ҳақидаги ватанимиз ва хориж олимларининг ҳамда диний уломаларнинг қарашлари тадқиқ қилиинган. Тадқиқот натижалари бўйича муалиф ҳисоб юритишни пайдо бўлиши ва ривожланишини даврларга бўлиш ва ҳисоб юритишнинг келажакдаги ривожланиши бўйича ўзининг қарашларини баён этган.

Ключавые слова: счетоведение, бухгалтер, бухгалтерский учёт, периодизация.

Аннотация: В статье исследованы взгляды отечественных и зарубежных учёных а также религиозные взгляды по вопросам возникновение счетоведения. Автором исследуя история развития счетоведения даёт новая периодизации вознекновения учета и расскрывает переспективы его развития.

Key words: bookkeeping, accountant, accounting, periodization.

Abstract: The article explores the views of domestic and foreign scholars as well as religious views on the emergence of accounting. By exploring the history of the development of accounting, the author gives a new periodization of the emergence of accounting and reveals the prospects for its development.

Машҳур иқтисодчи К Родбертус ҳисобчиликни пайдо бўлиши ва ривожланиш тарихини икки босқичга бўлган – миқдорий - капитал (пул) пайдо бўлгунга қадар давр, қийматли - капитал (пул) пайдо бўлгандан кейинги давр[1].

Италиялик олим Дж. Чербони[2] ҳисоб ишларини ривожланишида турт даврни ажратиб кўрсатади:

1. Қадимги дунё давридаги ҳисобчилик;
2. Пачолигача бўлган даврдаги ҳисобчилик;
3. Пачолидан Виллигача – икки ёқлама бухгалтерияни шакилланишигача бўлган давр;

[1]. Я. В. Соколов Очерки по истори бухгалтерского учёта. М: Финансы статистика, 1991,
[2]. Галаган А. М. Основы общего счетоведения. М. Изд. Наркомторга СССР и РСФСР, 1928. Иванов С. Ф. Конгресс по счетоводству в Шарлеруа. Коммерческое образование.-1912- Т. 4. -№8.

4. Илмий бухгалтерияни пайдо бўлиши ва ривожланиш даври.

Кўзга кўринган француз иқтисодчиси ва бухгалтери Леон Сей[1] ҳам бухгалтерия ҳисобини ривожланишида турт босқични ажратиб кўрсатган:

1. Оғзаки бухгалтерия–"бухгалтер" барча маълумотларни ёдида сақлаш талаб этилган;

2. Ёзувларни ҳар хил ишоралар билан ифодалаш (ҳар икки ҳолатда ҳам ҳисоб бўлган лекин ёзув бўлмаган);

3. Оддий бухгалтерия;

4. Икки ёқлама бухгалтерия.

Езерский Ф. В. бухгалтерия ҳисобини ривожланишида етти босқични ажратиб кўрсатади;

1. Қайта ҳисобланган;

2. Қарзлар бўйича қайта ҳисобланган;

3. Оддий;

4. Италиянча иккиёқлама;

5. Ингилизча назорат;

6. Ингилизча назорат ва Италиянча иккиёқламани бирлашгани;

7. Русча учёқлама.

Россиялик олим А. П. Рудановский ҳисобчиликни ривожланишини статистика ва бухгалтерия босқичларини ажрататиб кўрсатади. Рудановский биринчи босқичга икки ёқлама ёзувни пайдо бўлгунгача бўлган барча ишларни қўшади[2].

Антон Хаара бухгалтерия ҳисобини ривожланишини беш босқичга бўлади:

1. Якуний инвентаризациясиз ва якуний баланссиз бухгалтерия;

2. Инвентаризация рўйхатисиз синов учун тузилган баланс;

3. Инвентаризация қилинмаган баланс;

4. Мулкий баланс

5. Молиявий баланс.

Шунингдек ҳисоб ишларини пайдо бўлиши ва ривожланиш тарихини босқичдарга ажратишда бошқа қарашлар ҳам мавжуд[3].

Ҳисобчилик ишларини, хусусан бухгалтерия ҳисобини пайдо бўлиш тарихини чуқур таҳлил қилиб ўрганган Россиялик олим, "Очерки по истории бухгалтерского учета" номли асар муаллифи Ю.Д. Соколов бухгалтерия ҳисобининг пайдо бўлишини ва ривожланишини уч давр билан боғлайди[4]:

1. 600 йил олдин, корхоналар хўжалик фаолиятидаги жараёнларнинг мақсадли рўйхатга олиниши билан;

2. 500 йил олдин, бу борада Лука Пачолининг "Счёт ва ёзувлар тўғрисида" номли рисоласини чиқиши билан;

---

[1]. Я. В. Соколов Очерки по истори бухгалтерского учёта. М: Финансы статистика, 1991, 11 bet.

[2]. Я. В. Соколов Очерки по истори бухгалтерского учёта. М: Финансы статистика, 1991, 12 bet.

[3]. Вестник ИГБЕ. -1928-1930, с. 1046, Галаган А. М. Основы общего счетоведения. –М.: Издательство Наркомторга СССР и РСФСР, 19258 с. 200 и другие.

[4] Я. В. Соколов Очерки по истори бухгалтерского учёта. М: Финансы статистика, 1991. 11 - 26 betlar.

3. 100 йил олдин, бу борада ҳар хил мактабларнинг пайдо бўлиши билан.

Бироқ, бухгалтерия ҳисоби ҳақида бундан 1437 йил олдин ёки Лука Пачолидан қарийб 914 йил олдин, пайғамбаримиз Муҳаммад (соллоллоҳу алайҳи вассалам)га нозил бўлган Қуроони Каримнинг “Бақара” сураси 282 оятида шундай ёзилган: “Эй мўминлар, бир-бирингиз билан қарз муомиласини қилсангиз, ёзиб қўйинглар! Ораларингиздан бир котиб адолат билан ёзсин! Парвардигори бўлмиш Оллоҳдан қўрқсин ва у қарздан бирор нарса камайтириб ёзмасин! Зиммасида қарзи бўлган киши ёздирсин! Ҳеч бир котиб Аллоҳ билдирган ёзишдан бош тортмасин, албатта ёзсин!” Ушбу оятнинг маоносидан кўриниб турибдики, ёзув китоб ёки дафтарга қилинган. Чунки алоҳида вараққа қилинган ёзувларни сақлаш қийин ва йўқотиш осон бўлади. Балким пайғамбаримиз Муҳаммад (с.а.в.)нинг “..Эй мўминлар, бир-бирингиз билан қарз муомиласини қилсангиз, ёзиб қўйинглар!..” деган хитоби бухгалтерия ҳисобининг “Китоб” шаклини яратилишига ва оятдаги “...Ораларингиздан бир котиб адолат билан ёзсин! Парвардигори бўлмиш Оллоҳдан қўрқсин ва у қарздан бирор нарса камайтириб ёзмасин!” деган сўзлари кейинчалик бухгалтерларни ва бухгалтерлик касбини юзага келишига ҳам асос бўлгандир. Қурони каримнинг Бақара сурасидаги “...Аллоҳ билдирган ёзишдан бош тортмасин, албатта ёзсин!...” деган иборалари, ҳисобчиликни инсонлар орасида содир бўладиган иқтисодий муносабатларни бошқариш ва тартибга солиш учун, олам ва инсониятни пайдо қилган Оллоҳнинг умматларига юклаган мажбурияти десак тўғри бўлади. Шунинг учун инсоният дуниёси мавжуд экан ҳисоб ишлари олиб борилади.

Маълумки, пайғамбаримиз Муҳаммад (с.а.в.) савдо-сотиқ ишлари билан шуғулланганлар. Лука Пачолидан 914 йил олдин “Бақара” сурасининг 282 оятига риоя қилиб, бухгалтерия ҳисобига асос солиб, ҳисоб-китоб масалаларини, ҳужжатлаштириб, ёзиб қўйиш лозим эканлигини таъкидлаганлар, лекин китоб ёзиб чоп қилмаганлар. Бундан хулоса қилиш мумкинки, ёзув шаклидаги бухгалтерия ҳисобининг пайдо бўлишини ва ривожланиши 1500 йиллик тарихга эга. Шунингдек, 20-асрнинг 50-60 йилларида ҳисоблаш техникасини, кейинчалик эса шахсий компютерларни ихтиро қилиниши ва ривожланиши, бухгалтерия ҳисобини қоғозсиз шаклини яратишга асос бўлди. Бу ўз навбатида бухгалтерия ҳисобини ривожланишида янги босқични бошлаб берди.

Шунга кўра бухгалтерия ҳисобини ривожланишида қўйдаги беш босқични ажратиш мақсадга мувофиқ деб биламиз:

1. Қуроони Каримнинг “Бақара” сураси 282 оятини нозил бўлгунга қадар бўлган ҳисобчилик;

2. Оллоҳдан “қарзларни” ёзиб қўйиш тўғрисидаги “Бақара” сураси 282 оятини нозил бўлишидан Лука Пачолининг “Счёт ва ёзувлар тўғрисида рисола” номли китобини чиқишига қадар бўлган ҳисобчилик;

3. 500 йил олдин, бу борада Лука Пачолининг “Счёт ва ёзувлар тўғрисида рисола” номли китобини чиқишидан токи бухгалтерия ҳисоби фан сифатида шаклланганга қадар бўлган ҳисобчилик;

4. Бухгалтерия ҳисобининг китоб шаклидан чуқур меҳнат тақсимотига асослснган карточка шаклини пайдо бўлишидан токи ҳисоблаш техникаси ихтиро қилингунча бўлган ҳисобчилик;

5. Ҳисоблаш техникасини, кейинчалик эса шахсий компютерларни ихтиро қилиниши ва ривожланиши асосида бухгалтерия ҳисобини қоғозсиз шаклини яратилишидан ҳозирга қадарбўлган ҳисобчилик.

Юқоридаги келтирилганлардан кўриниб турибдики, бухгалтерия ҳисоби, фан ва мутахассислик сифатида шаклланиши ҳамда ривожланиши узоқ ўтмишга эга.

Шу ерда Ўзбекистонда бухгалтерия ҳисоби қачон шакллана бошлаган? - деган бир ҳақли савол туғилади.

Баъзи муаллифларнинг фикрича Ўрта Осиё ерларига, яъни Мовароуннахрга (араблар дарё ортидаги ерлар деб атаганлар), шу жумладан, Ўзбекистонга бухгалтерия учёти ҳақидаги фикрлар 8-аср бошларида кириб келганлигини айтишади.

Амир Темур ўзининг "Темур тузуклари" номли асарида шундай деб ёзади: "Салтанатнинг ҳар бир идорасида бўладиган кирим-чиқимларни, кундалик харажатларни ёзиб бориш учун бир котиб тайинлансин". Бу Ўрта Осиёда бухгалтерия ҳисобининг илк бор куртак отиши Амир Темур томонидан ҳисоб дафтарини юритувчи шахслар – котибларни тайинлагани билан боғлиқ эканлигидан далолат беради.

Ривоятларга кўра Амир Темур лашкарларининг ҳар бирига, жангга киришидан олдин, идишда анор суви берган ва жангдан эсон-омон чиққан жангчиларга яна ўша идишда анор суви берган. Бўш қолган идишлар сони жангда ҳалок бўлган жангчилар сонини билдирган. Бу бухгалтерия ҳисобининг "кирим – чиқим – қолдиқ" усулини ифодалайди. Хулоса қилиш мумкинки, Ўрта Осиё маркази бўлган Ўзбекистонда бухгалтерия ҳисоби 15-асрдан шакллана бошлаган.

Республикамизда бухгалтерия ҳисобини фан сифатида шаклланишида Ўзбек олимларидан профессор С. Б. Қодирхонов, профессор М. Остонақулов, профессор Ю. М. Иткин, профессор Р. Абдуллаев, профессор И. Т. Абдукаримов, К. Ф. Абдукаримоваларни, шунингдек, бухгалтерия ҳисобини ислоҳ қилиш ва миллий ҳисобчилик тизимини яратишда профессор С. Юлдошев, профессор Д. Қудбиев, профессор М. Пардаев, профессор М. Тулахаджаева, профессор И. Исманов, профессор З. Маматов, профессор А. Пардаев, профессор Р. Холбеков, профессор К. Урозов, профессор И. Қаюмов, профессор А. Абдуллаев, профессор С. Валиев, профессор Н. Жўраев, профессор З. Ниёзов, профессор А. Каримов, Б. Ҳошимов, Ф. Исломов, Ҳ. Қаюмов, Э. Гадоев, А. Авлоқулов, ва бошқа илм аҳлларининг қўшган ҳиссалари бениҳоят каттадир.

Бухгалтерия ҳисобини тадрижий ривожланиши жараёнида унинг мактаблари ҳам шакилланиб борди. Олимларнинг эътироф этишларича[1] бухгалтерия ҳисобини ташкил қилиш ва такомиллаштириш борасида Италян,

7. Я. В. Соколов Очерки по истори бухгалтерского учёта. М: Финансы статистика, 1991. 11 - 26 betlar.

Француз, Немис ва Англия - Америка мактаблари мавжуддир. Бухгалтерия ҳисобининг ташкилий жиҳатлари борасида бу мактабларнинг қарашлари бир-бирига ўхшамайди. Уларнинг таълимотларида бухгалтерия ҳисоби фанининг асоси ҳам ҳар хил талқин қилинади. Масалан, италғян мактаби вакиллари бухгалтерия ҳисоби фанининг асосини алгебра ва ҳуқуқ, француз мактаби вакиллари аниқ сиёсий иқтисод, немис мактаби вакиллари математика, англия-америка мактаби вакиллари психология деб қарайдилар. Шу сабабли бухгалтерия ҳисоби фанининг вазифаси, предмети, объекти, усул ва услубиёти, тамойиллари ва таркибий тузилиши борасидаги уларнинг қарашлари турличадир. Буюк Британия бухгалтерлар мактабининг намоёндалари Англия иқтисодиётида фаолият кўрсатаётган фирма ва компанияларида ташкил қилинган бухгалтерия ҳисоби усуллари раҳбарнинг феол-атворига ҳамда дунё қарашига боғлиқлигини кўрсатиб ўтадилар. Шу сабабдан ҳам англия - америка бухгалтерия ҳисоби мактабларида ягона услубиётга амал қилинмайди.

Улар Англия иқтисодиётида фаолият кўрсатаётган фирма ва компанияларида бухгалтерия ҳисоби маълумотлари икки хил мазмунга эга бўлиши ва бири тадбиркор учун, иккинчиси эса, хукумат ташкилотлари учун ҳизмат қилишини айтадилар. Бухгалтерия ҳисобининг маълумотларида муҳимлик ва аниқликни йўқлиги ва уларга амал қилмаслиги туфайли Англия фирма ва компаниялари тез-тез банкротга учрайди. Шунинг учун бу давлатда аудит ва унинг ривожланишига алоҳида эътибор берилади.

Ўзбек миллий мактабининг шакллана бошлаганига ҳали кўп бўлгани йўқ. Бу қисқа давр ичида республикамизда бухгалтерия ҳисоби тизимининг шаклланиб боришида хукуматимиз, олимларимиз, мутахассисларимиз томонидан кўплаб услубий, илмий, назарий, амалий ишлар қилинди ва қилинмоқда. Масалан, 1996 йил 30 августда бухгалтерия ҳисоби тизимининг ҳуқуқий асоси ҳисобланган Ўзбекистон Республикасининг “Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида” ги Қонуни, Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил 5-февралдаги 54-сонли қарори билан “Маҳсулот (иш,хизмат)ни ишлаб чиқариш ва уни сотиш бўйича харажатлар таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисида” Низом қабул қилинди, Бухгалтерия ҳисобининг 24та миллий андозаси ишлаб чиқилди ва амалиётга жорий қилинмоқда. Ўзбекистонда бухгалтерия ҳисобининг Тошкент (профессор С. Қодирхонов, профессор Ю. М. Иткин, профессор С .Валиев, профессор С. Сотиболдиев, профессор С. Юлдашев, профессор А. Каримов, З. Маматов, профессор А. Пардаев, профессор Р. Холбеков), Самарқанд (профессор Р. Абдуллаев, профессор М. Пардаев, профессор К. Ўрозов,), Фарғона (профессор Д. Қудбиев, профессор И. Исманов, профессор А. Абдуллаев) миллий мактаблари яратилди.

Ўзбек бухгалтерия ҳисоби мактабининг шаклланишида профессор Саидкарим Бобохонович Қодирхоновнинг қўшган ҳиссаси жуда каттадир[1]. Домла биринчилардан бўлиб, 1970 йилда “Бухгалтерия ҳисоби назарияси”

[1]. Агар домла ҳаёт бўлганларида бу йили 90 ёшни ыаршилаган бўлар эдилар.

номли дарсликни рус тилидан ўзбек тилига таржима қилди, 1976 йилда “Саноатда корхоналарида бухгалтерия ҳисоби” номли дарслиги ўзбек тилида босмадан чиқди. Жамиятдаги иқтисодий ислоҳотларни ҳисобга олган ҳолда 1993 йилда бу дарслик қайта нашр қилинди. Ҳозирда бу ўқув-услубий қўлланмалар бухгалтер кадрларни тайёрлашда асосий манба бўлиб хизмат қилиб келмоқда. Профессор Саидкарим Бобохонович Қодирхонов жонкуяр устоз сифатида кўплаб шогирдлар тайёрлади. Улар Ўзбукистон иқтисодиётини турли соҳаларида самарали фаолият юритиб келишмоқда. Хусусан: пенсионер Галина Петровна Гранкина, Ўзбекистон қаҳрамони, иқтисод фанлари номзоди Шукуржон Маматқулов, ТДИУ “Бухгалтерия ҳисоби” кафедраси профессори, иқтисод фанлари доктори Расулжон Холбеков, Фарғона филояти, Фарғона тумани ҳокими, иқтисод фанлари доктори Илҳомжон Носиров, Фарғона политехника институти “Бухгалтерия ҳисоби ва аудит” кафедра доценти Нажмиддин Тошматов ва бошқа куплаб илим аҳиллари.

Профессор Саидкарим Бобохонович Қодирхоновнинг бевосита ташабуси билан 1992 йили “Ўзбекистон Бухгалтерлар Ассоциацияси” ташкил қилинда. Ассоциация бухгалтерия ҳисобини ривожлантиршда ва миллий ҳисобчиликни барпо этишда куплаб ютуқларга эришди Ҳозиргача, ассоциция ташабуси билан, бухгалтерия ҳисобининг 24 андазаси ишлаб чиқилди ва ҳаётга тадбиқ этилди.

Республикамизда амалга оширилаётган иқтисодий ислоҳотлар, ишлаб чиқаришни модернизация қилиш ва техник – технологик жиҳатдан қайта жиҳозлашни амалга ошириш туфайли алоҳида йўналишга эга бўлган ҳисоб тизими таркиб топа бошлади. Бундай ҳисоб тизимининг асосий бўғини ҳисобланган бухгалтерия ҳисоби ҳам миллий иқтисодиётимизнинг ўзига хос хусусиятлари ва халқаро стандартларга мос ҳолда ривожланиб бормоқда.

Хўжалик юритувчи субъектларни фаолиятини бошқаришда уларнинг маблағлари ва ташкил топиш манбалари тўғрисидаги маълумотлар бухгалтерия ҳисоби тизими орқали етказиб берилади. Маълумотларнинг қай даражада аниқ, ҳаққоний ва холисона бўлиши бухгалтерия ҳисоби сифатига боғлиқ. Шунинг учун бухгалтерия ҳисоби жамиятдаги ўзгариш ва ривожланишларга мос ҳолда такомиллаштиришни тақозо этади.

Ўзбекистонда бухгалтерия ҳисобини ривожлантиришнинг асосий йўналишларини қўйдагиларга қаратилган:

1. Бухгалтерия ҳисобини қоғозсиз шаклини жорий қилишни такомиллаштириш;
2. Молиявий ҳисобни интеграллашган тизим сифатида ривожлантириш;
3. Миллий ҳисобчиликни халқаро бухгалтерия андазалари асосида ислоҳ қилиш;
4. Молиявий ҳисобни концепсуал асосларини такомиллаштириш.

О.М. Эсанов – СамИСИ ассистенти
У. Абдурайимов - СамИСИ, Бх-316 гуруҳ талабаси

АУДИТ ЎТКАЗИШДА МУСТАҚИЛЛИК ВА УЛАРГА ТАЪСИР ҚИЛУВЧИ ОМИЛЛАР ҲАМДА УЛАРНИ БАРТАРАФ ЭТИШ ЧОРАЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: Ушбу мақола аудит ўтказишда мустақиллик ва уларга таъсир ўтказувчи омиллар ҳамда уларни бартараф этиш чоралари, аудиторларнинг вазифалари, уларнинг ўзига хос хусусиятлари ҳамда муҳим жиҳатлари ҳақида ёритилган.

Калит сўзлар: Аудит, Аудиторлик фаолиятининг асосий мақсади, Аудитнинг вазифалари, аудиторлик хизматлари, аудитнинг реаллиги, мустақиллик, суистеъмоллик, Аудиторлик фаолиятини лицензиялаштириш.

Аннатация: В этой статье освещаются независимость и факторы, которые на них влияют, а также шаги по их преодолению, обязанности аудиторов, их характеристики и важные аспекты.

Ключевые слова: Аудит, Основная цель аудиторской деятельности, Аудиторские функции, Аудиторские услуги, Аудиторская реальность, Независимость, Злоупотребление, Лицензирование аудиторской деятельности.

Abstract: This article highlights the independence and the factors that influence them in the course of the audit, and the steps to overcome them, the responsibilities of the auditors, their specifics and important aspects.

Key words: Audit, The main purpose of Audit activities, Audit functions, Audit services, Audit Reality, Independence, Abuse, Licensing of Audit Activities.

Мамлакатимиз иқтисодиётини модернизациялаш ва ишлаб чиқариш тармоқларига янги замонавий техника-технологияларнинг кириб келиши асосида хўжалик субъектларинг молиявий мустаҳкамлигини ошиши кейинги йилларда аудиторлик фаолиятини янада ривожланишига пойдевор бўлмоқда. «Аудиторлик фаолияти тўғрисида»ги Қонунга мувофиқ «Аудиторлик фаолиятини такомиллаштириш ва аудиторлик текширишларининг аҳамиятини ошириш тўғрисида» Вазирлар Маҳкамасининг Қарори тасдиқланди. Бунинг натижасида малакали аудиторларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ҳамда аудиторлик фаолиятини лицензиялашда жиддий ўзгаришлар содир бўлди. Бу ўз навбатида аудиторлар ва аудиторлик ташкилотларини ҳуқуқ ва масъулиятларини янада оширди ва улар ўртасида рақобат кучайди.

Аудиторлик фаолиятини лицензиялаштириш ва аудитор малака сертификатини беришнинг янги тартиби жорий этилди. Бундай чора-тадбирларнинг амалга оширилиши албатта аудиторлик текширишларнинг сифатини янада яхшилаш имкониятини яратди.

Бозор иқтисодиёти тараққий этган Европа ва Америка мамлакатларида аудиторлик фаолияти кўп асрлик тажрибага эга. Аудит ривожланган ҳуқуқий иқтисодиёт ва замонавий ҳуқуқий жамият сифатида айнан Европада шаклланган.

Аудитнинг халқаро назарияси ва амалиёти рақобатли кураш шароитида юзага келган. Халқаро амалиётда буларнинг барчаси ушбу материалларни тегишли тадқиқотлар ва кенг оммавий муҳокамалар билан бирга олиб борилган. Натижада, ҳозирги даврга келиб аудитнинг мустаҳкам халқаро ҳуқуқий асоси яратилди, уни ташкил этишнинг батафсил шакллари ишлаб чиқилди, аудиторлар учун кенг кўламдаги услубий материаллар нашр қилинмоқда ва доимий равишда тўлдириб борилмоқда. Уларда аудиторлик фаолиятининг асосий тушунчалари, терминлари ва категориялари таърифланган ва туркумланган.

Аудиторлик фаолиятининг асосий мақсади – бозор иқтисодиёти шароитида хўжалик юритувчи субъектлар молиявий-хўжалик фаолиятини амалдаги қонунчиликка асосан атрофлича ўрганиш ва таҳлил этиш, муаммоларни аниқлаш ҳамда уларни бартараф этиш юзасидан самарали таклиф ва тавсиялар беришдан иборатдир.

Юртимизда аудиторлик хизмати бозорининг вужудга келиши 90-йилларнинг ўрталарига тўғри келади. 1992 йил 9 декабрда Олий мажлисда «Аудиторлик фаолияти тўғрисида»ги Қонунни қабул қилиниши ва шу асосида Вазирлар Маҳкамасининг Қарорига Мувофиқ аудиторлик ташкилотлари вужудга кела бошлади. Шундан бошлаб аудиторлик хизмати стихияли равишда шаклланди.

Ҳуқуқий бозор иқтисодиётини қарор топтириш ва ривожлантириш, тадбиркорларнинг турли шаклларини ривожлантириш, барқарор иқтисодий ва фуқароларнинг ижтимоий ҳимояланишини таъминлаш, чинакам ошкораликнинг мавжудлиги. Бунда бозор иқтисодиётининг ўзини-ўзи тартибга солувчи воситалари амалда самарали тадбиркорликни, аҳолининг ижтимоий муҳофазасини таъминлайди, давлатимизни сақлаб қолиш йўлида меҳнат қилишга имкон беради, деб ҳисоблашмоқда.

Интеллектуал дунёқараш, юксак ахлоқий фазилат ва назорат ишининг маълум кўникмалари талаб қилинади. Кенгайтирилган дастурда амалга ошириладиган аудит жуда мураккаблиги сабабли одатда аудит жараёнларини махсус серсификатга эга бўлган мутахассислар гуруҳи бажаради, мутахассисларнинг ҳар бири соҳа бўйича чуқур билимли бўлишни талаб қилмоқда.

Умуман аудитни ташкил этишнинг бундай шакли назорат самарадорлиги ва сифатини оширади, уни ўтказиш муддатини камайтиради, демак кўрсатиладиган хизматга кетадиган харажатини камайтиради.

Аудиторлик текширувида корхона фаолиятининг молиявий жиҳатларини таҳлил қилиш, шунингдек, уни молиявий жиҳатдан соғломлаштиришга доир вазифалар билан қўшилиб кетади. Аудиторларнинг барча хизматлари пул евазига бажарилади, лекин бу мижоз корхоналарга ҳам, уларнинг бухгалтерия ҳисоботидан фойдаланувчи «Учинчи шахслар» деб аталувчиларга ҳам фойдалидир.

Аудиторлик хизматини кўрсатиш жараёнида бухгалтерия ҳисоботининг тўғрилиги ва объективлиги тўғрисида фикр билдириш имконини берадиган етарли даражада ишончли далилларни ўз вақтида тўплашни ўзларининг

вазифаси деб биладилар. Демак, аудиторлар кўпгина ҳолатларни (масалан, текширилаётган хўжалик тизими ходимлари ва маъмуриятининг суистеъмолларини) ўзларининг вазифаларидан, шунингдек белгилаб қўйилган қонунлардан четланишларга йўл қўйилган ҳолларда улар бўйича тузатиш чораларини ҳамда молиявий ҳисобот шаклларидаги кўрсаткичларга таъсири бўлса қайта ҳисоботларни юбориш ва бошқа вазифаларни юклайди.

Текшириладиган хўжалик тизимининг маъмурияти аудиторлар олдига эҳтимол тутилган суистеъмоллик фактларини ва уларнинг оқибатларини аниқлаш вазифасини қўйса - бу бошқа гап. Масалан, автомобилларга техник хизмат кўрсатувчи йирик базанинг маъмурияти ўз ҳудудида жойлашган иккита номустақил транспорт дўконида чакана савдо тўғри юритилаётганини текширишни илтимос қилди. (Бу аудиторларнинг мижоз билан келишилган тадбирлари бўйича хизмати дейилади). Бундай топшириқни бажариш учун, шубҳасиз текширувчилар алоҳида аудиторлик тестлари ва тадбирларини ишлаб чиқишлари назоратнинг товар ва кассани тўсатдан инвентаризация қилиш, миқдор ҳисобини тиклаш, шубҳа туғдирган алоҳида ҳужжатлар бўйича қайта текшириш ўтказиш каби алоҳида усуллардан фойдаланишлари лозим.

Ўзбекистон Республикасининг янги таҳрирдаги Аудиторлик фаолияти тўғрисидаги Қонуни мамлакатимизда аудиторлик фаолиятини асосий шартларини белгилаб берди. Бу фаолиятни юридик шахс сифатида аудиторлик ташкилотлари амалга оширади. Бунинг устига ходимлар таркибига маълум талаблар ҳам қўйилди, шунга мувофиқ равишда аудиторлик текширишларини ўтказишга чеклашлар ҳам жорий этилди.

Мустақиллик - аудиторлик касбининг асосий тамойилларидан биридир. Аслини олганда бу профессионал фикрни билдиришга, яъни ўзининг ҳалоллиги, виждони софлиги ва касбига оид бурчини бажаришга холисона ёндашиш асосида аудиторнинг далолат бериши вазифасини бажаришига имкон берадиган турмуш тарзидир.

Аудит ўтказиш жараёнига таъсир этувчи омиллар:

а) мустақилликка эришмай ўтказилган текшириш умуман ўз моҳиятини йўқотади;

б) текширувчиларнинг билим даражаси кенгайган сари текширишнинг самараси ортади ва мустақиллик даражаси камайган сари пасаяди;

в) деярли ҳамиша текширувчилар мустақиллигини пасайтирувчи омиллар вужудга келиши мумкин;

г) касбига доир фаолият билан шуғулланаётган аудиторларнинг мустақиликка эришишга интилиши, улар дуч келадиган салбий омилларни ишончли бартараф этишлари учун асос бўлиб хизмат қилиши лозим.

Жаҳон тажрибасида ҳам бир қанча омиллар ва вазиятлар таъсири натижасида аудитор мустақиллигига бир қанча омиллар ҳам таъсир кўрсатмоқда.

Амалда аудитор мустақиллигига аудиторлар ҳам уларнинг мижозлари ҳам, умуман жамият ҳам шу мақсадга интилиши керак. Бундай мақсадга маълум даражада эришса бўлади. Масалан, аудитор хизмати учун кўп

холларда уни ёллаган мижоз шахсини ўзи ҳақ тўлашига қарамай аудитор бу ишни бажариш учун етарли даражада мустақил бўлиши мумкин ва лозим. Бундан ташқари аудиторга текширилаётган хўжалик тизими томонидан ҳақ тўланиши агар бу тизим маъмурияти жиноий ишларга ботиб қолмаган бўлса таклиф этилган мутахассисга алоҳида ишонч билдиради, ҳатто ўз хўжалиги жуда шубҳали, хатарли зоналарни муфассал, чуқур тадқиқ этиш ташаббускори бўлиши ҳам эҳтимолдан ҳоли эмас. Бошқача айтганда аудиторнинг мустақиллиги (хизмати учун мижоздан ҳақ оладиган нотариус ёки врачнинг мустақиллиги каби) умуман фуқаролик жамияти интилиши лозим бўлган мақсаддир, бу яқинлашиш маълум даражада мумкин ва жуда зарур бўлган мақсаддир.

Хулоса қиладиган бўлсак, Республикамизда аудиторлик хизматларини ташкил этиш ва унинг натижаларини умлаштириш ва баҳолашнинг мақсади хўжалик юритувчи субъектлар молиявий-хўжалик фаолиятини амалдаги қонунчиликка асосан атрофлича ўрганиш ва таҳлил этиш, муаммоларни аниқлаш ҳамда уларни бартараф этиш юзасидан самарали таклиф ва тавсия-лар бериш бўлса, иқтисодиётда тутган ўрни мулкчилик шаклидан қатъий назар биринчидан, молиявий-хўжалик фаолиятининг ишончли, холисона ва мустақил аудиторлик текширувидан ўтказилишини таъминлаш, иккинчидан, амалдаги қонунчиликнинг такомиллаштирилиши аудиторлик хизматининг сифатли ўтказилишини рағбатлантиришдан иборатдир деб уйлаймиз.

О.М. Эсанов – СамИСИ ассистенти

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СУБЪЕКТЛАРИДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ ВА АУДИТНИ ЎТКАЗИШДА МУҲИМ ЖИҲАТЛАР ВА УЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: ушбу мақола хизмат кўрсатиш субъектларида бухгалтерия ҳисоби ва аудиторлик хизматларидан кенг фойдаланишнинг мақсадга мувофиқлиги, уларнинг ўзига хос хусусиятлари ҳамда муҳим жиҳатлариҳақида ёритилган.

Калит сўзлар: бухгалтерия ҳисоби, аудит,аудитнинг ахборот манбалари, аудитнинг реаллиги,ҳужжатлаштириш, счётлар, счётларга икки ёқлама ёзув, баҳолаш, калкуляция, баланс.

Аннотация: в этой статье подчеркивается целесообразность более широкого использования бухгалтерских и аудиторских услуг в сервисных организациях, их особенности и важные аспекты.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, аудит, аудит источники информации, аудит реальность, документация, счета-фактуры, двойные записи, оценка, расчет, баланс.

Abstract: This article highlights the feasibility of widespread use of accounting and auditing services in service entities, their peculiarities and important aspects.

Keywords: accounting, auditing, audit information sources, audit reality, documentation, invoices, double records, evaluation, calculation, balance.

Ҳозирги вақтда Давлатимиз томонидан иқтисодиётнинг барча тармоқ ва соҳаларини ривожлантириш бўйича барча шарт-шароитларни яратмоқда. Буни соҳаларга берилган турли имтиёзларда ҳам кўриш мумкин. Юқоридаги соҳалардан бири бу хизмат кўрсатиш соҳасидир. Шунинг учун ҳам хизмат кўрсатиш субъектларида бухгалтерия ҳисоби ва аудитини такомиллаштириш муҳим заруриятдир.

Хизмат кўрсатиш субъектларида бухгалтерия ҳисоби ва аудиторлик хизматларидан кенг фойдаланиш объектив зарурат ҳисобланади. Мисол учун, хизмат кўрсатиш субъектларида бухгалтерия ҳисоби ва аудиторлик хизматлариданкенг фойдаланишнинг мақсадга мувофиқлиги қуйидагиларда ёрқин намоён бўлади.

Биринчидан, хизмат кўрсатиш соҳаси ҳар қандай давлат иқтисодиётининг равнақ топишида ўзига хос ўрнига эгалигидир. Ушбу соҳасиз иқтисодиётнинг бошқа тармоқ ва соҳаларини барқарор ривожланишини таъминлаб бўлмайди.

Иккинчидан, хизмат кўрсатишсоҳаси Республикамизда яратилаётган ялпи ички маҳсулотда ўзининг сезиларли ҳиссасига эга ва бу ҳисса борган сари юксалиб бормоқда. Мисол учун,биргинаСоғлиқни сақлаш соҳасида давлат муассасалари билан бир қаторда хусусий тиббиёт йўналиши ҳам жадал ривожланмоқда. Даволаш фаолияти турлари 50 тадан 126 тага кўпайтирилиб, қатор имтиёзлар берилгани туфайли ўтган йили 634 та хусусий тиббиёт муассасаси ташкил этилди.[1].

Учинчидан, хизмат кўрсатишсоҳаси ўта хилма хил тадбиркорлик фаолият турларини ўз ичига олади. Бинобарин, ушбу фаолият турлари мазмуни, техник-иқтисодий ва технологик жиҳатлари бўйича бир-биридан тубдан фарқ қилади. Ушбу фарқли жиҳатлар хизмат кўрсатишсоҳаси субъектларида даромадлар, хизматлар таннархи ва бошқа кўрсаткичларнинг шакллантирилишига бевосита таъсир кўрсатади.

Тўртинчидан, хизмат кўрсатишсоҳасига кирувчи субъектлар уларда юритилаётган бухгалтерия ҳисобининг ўзига хослиги билан бошқа субектлардан фарқ қилади. Бундай хусусиятлар мазкур соҳа субъектларида юритиладиган бухгалтерия ҳисоби методининг барча элементларида, хусусан ҳужжатлаштириш, счётлар, счётларга икки ёқлама ёзув, баҳолаш, калкуляция баланс ва бошқа ҳисобот шаклларида фарқини кўриш мумкин бўлади.

Фикримиз авалида келтирилган ва бошқа жиҳатлар хизмат кўрсатиш соҳасига кирувчи субъектларда бухгалтерия ҳисобининг юритилиши ҳамда уларда ўтказиладиган аудитнинг ўзига хос субъектлари сифатида тавсифлайди.

Химат кўрсатиш субъектларда ўтказиладиган аудитнинг самарадорлиги, унинг натижаларииреаллиги ва корхона бошқарувда нафлилиги бевосита унинг ахборот манбаларига боғлиқ бўлиб ҳисобланади.

[1]ЎзбекистонРеспубликасиПрезидентиШавкатМирзиёевнингОлийМажлисгаМурожаатномаси – 2020 йил 24 январ

Аудитнинг ахборот манбалари деганда уни ўтказишда исботу-далилларни ўзида мужассамлаштирувчи ахборот ташувчилари, шунингдек турли четланишларни аниқлашда таққослаш ҳамда база тариқасида ишлатиладиган меъёрий-ҳуқуқий ҳужжлар тушунилади. Барча корхоналарда, шунингдек хизмат кўрсатиш соҳасисубъектларида ҳам аудитнинг ахборот манбалари ўз ичига қуйидагиларни олади (1-расмга қаранг).



1-расм. Аудитнинг ахборот манбалари

Хизмат кўрсатиш соҳасига кирувчи корхоналарда аудитнинг ахборот манбаларини ташкил қилувчи айрим меъёрий ҳужжатлар, шунингдек юз берган хўжалик операцияларга гувоҳлик берувчи бошланғич ҳужжатларнинг таҳлили уларни такомиллаштириш заруратлари мавжудлигини кўрсатмоқда. Шулардан айримларига тўхталиб ўтамиз.

Хизмат кўрсатиш субъктларида аудитнинг муҳим объектлари бўлиб,уларнинг даромадлари вахаражатлари ҳисобланади. Айнан ушбу кўрсаткичларни аниқлаш ва ҳисобини юритишда қонуний асосни “Маҳсулот (иш, хизмат)ларни ишлачиқариш ва сотиш харажатлари таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисида Низом”[1] ўйнайди. Шуни таъкидлаш жоизки, ушбу низомда даромадлар ва харажатлар таркиби ва уларни шакллантиришнинг барча тармоқ ва соҳаларга доир умумий жиҳатларинигина белгилаб берилган. Аммо, мазкур Низом хизмат кўрсатиш соҳаси субъектлари хусусиятларинини ўзида тўлиқ қамраб олмайди. Химат кўрсатиш субъектларининг айрим турлари суғурта хизматлари, почта алоқаси хизматлари, коммунал хизматлар учун ишлаб чиқилган холос. Шунинг учун ҳам хизмат кўрсатиш соҳаси субъектлари учун уларнинг хусусиятларини

[1] Ўз. Р. Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил 5 февралдаги 54- сон қарори билан тасдиқланган.

қамраб олувчи махсус Низомни ишлаб чиқиш зарур.Бугунги кунда тез ривож топаётган кўплаб хизмат турлари, масалан, автотехсервис, автодилерлик, инжиниринг, пуллик тиббий хизматлар, баҳолаш, кадастр, консалтинг, аудиторлик ва бошқа хизмат турлари субъектлари учун тармоқ Низомини яратиш зарур. Айни пайтда ушбу соҳа бўйича низомнинг мавжуд эмаслиги юқорида номлари келтирилган хизмат кўрсатиш субъектларида бир хилдаги кўрсаткичларнинг ҳисоб ва ҳисоботда турлича акс эттирилишига сабаб бўлмоқда.Шунингдек, ушбу соҳа субъектларида ўтказилаётган аудиторлик текширувларида ҳам бир қатор муаммоларни вужудга келтираёт-ганлиги сир эмас.

Хизмат кўрсатиш субъектлари фаолиятини аудит қилиш жараёнида уларда қўлланиладиган счётлар режаси ўта муҳим ўрин тутади. Республикамизда амалда бўлган 21- сон БҲМС “Бухгалтерия ҳисоби счётлар режаси ва уни қўллаш бўйича йўриқнома” [1]барча хизмат кўрсатиш субъектлари хусусиятларини қамраб олмаган. Алоҳида хизмат кўрсатиш субъектлари учун тармоқ счётлар режаси тасдиқланмаган. Бундай тармоқ счётлар режасининг ҳам яратилмаганлиги хизмат кўрсатиш субъектлари фаолиятикўрсаткичлари ҳисобини юритишда амалиётда турлича ёндашувларга сабаб бўлмоқда. Ўз навбатида, ушбу соҳа субъектларида ўтказилаётган аудиторлик текширувларида ҳам турли чалкамликларга ҳамда мунозараларга олиб келмоқда.

Ўтказилган аудитнинг реаллиги ва объективлиги, маълумки, юз берган операцияларнитегишли бошланғич ҳужжатлар билан расмийлаштирил-ганлигига бевосита боғлиқ. Хизмат кўрсатиш субъектлари турларининг кўплиги ва ҳар бири ўзига хос хусусиятларга эгалиги мазкур соҳа учун яхлит бошланғичҳужжатлар тизимини яратиш лозимлигини тақоза этмоқда. Аммо, республикамизда бундай яхлит тизимни яратилишига шу пайтгача эрилилган эмас. Мисол учун, пуллик тиббий хизматлар соҳасида амалга оширилаётган жарроҳлик, ренгенология ва бошқа операцияларнинг ҳар бири бўйича улар ҳисобини юритиш учун керакли бўлган умумшакл ва мазмунга эга бўлган бошланғич ҳужжатлартасдиқланмаганва ҳозирги кунда амалиётда бундай бошланғич ҳужжатлартурличатузилмоқда. Бу эса аудиторлик ташкилот-ларида мазкур операцияларни қонуний тўғриҳужжатли расмийлаштирил-ганлиги ҳақида аудиторлик хулосани беришда муайян қийинчиликларни келтириб чиқармоқда.

Фикримиз охирида хизмат кўрсатиш субъектларига доир юқорида келтирилган бухгалтерия ҳисоби бўйича муаммоларни ҳал этиш ва уларда ўтказиладиганаудиторлик текширувларининг реаллигини анада ошириш чораларини кўришдир.

[1]АВ томонидан 23.10.2002 й. 1181-сон билан рўйхатга олинган.

IV ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИ ЖАЛБ ҚИЛИШ ВА МОЛИЯЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ”

А.Сафаров – СамИСИ магистранти
Э.Н.Ходжаев – СамИСИ, “Молия” кафедраси профессори

МАҲАЛЛИЙ БЮДЖЕТ ДАРОМАДЛАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ ТЎЛИҚЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: мақолада маҳаллий бюджет даромадлари таркибида бириктирилган ва тартибга солувчи даромадларнинг аҳамияти, маҳаллий бюджетлар даромад базалари барқарорлигининг иқтисодий моҳияти ёритилган. маҳаллий бюджетлар даромадларини бириктирилган ва тартибга солувчи солувчи даромадлари орқали ташкил этишнинг тўлиқлигини таъминлаш бўйича таклифлар келтирилган.

Калит сўзлар: маҳаллий бюджет, бириктирилган даромадлар, тартибга солувчи даромадлар, ижтимоий ажратмалар.

Аннотация. В статье подчеркивается важность консолидированных и регулируемых доходов местного бюджета, а также экономическое значение устойчивости доходов бюджета. Рассмотрены предложения по обеспечению полноты организации местных бюджетов за счет консолидированных и регулируемых доходов.

Ключевые слова: местный бюджет, консолидированные доходы, регулируемые доходы, социальные отчисления.

Abstract. The article emphasizes the importance of consolidated and regulated revenues of the local budget, as well as the economic importance of the sustainability of budget revenues. The proposals on ensuring the completeness of the organization of local budgets through consolidated and regulated revenues are considered.

Key words: local budget, consolidated income, regulated income, social contributions.

Мамлакатимизда иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида маҳаллий бюджет даромадлари базаларининг барқарорлигини таъминлаш ўта муҳим масалалардан бири бўлиб келмоқда. Бундай барқарорлик, биринчи навбатда, унинг турғунлиги, мустаҳкамлиги, ўзгармаслик ҳолатини назарда тутилсада, маҳаллий бюджетлар даромад базалари барқарорлиги нисбий характерга эгадир. Шу боис ҳам маҳаллий бюджетлар даромад базалари барқарорлиги, ўз-ўзидан, нимага нисбатан барқарор бўлиши кераклигини талаб этади. Бусиз маҳаллий бюджетлар даромад базалари барқарорлигининг ҳақиқий иқтисодий моҳиятини аниқлаб бўлмайди. Ушбу масалага аниқлик киритиш маҳаллий бюджетларнинг жами харажатлар кўлами муҳим роль ўйнайди ва маҳаллий бюджет харажатларининг ўз вақтида амалга оширилиши эса уни тўлиқ

молиялаштирилишини таъминлашга имкон беради. Шу ўринда айтиш жоизки, маҳаллий бюджет харажатларини ўз вақтида ва тўлиқ молиялаштиришни амалга оширишнинг имконияти бўлмаса, маҳаллий бюджетлар даромадлари барқарорлиги тўғрисида фикр юритиш мантиқан ўз маъносига эга бўлмайди.

“Маҳаллий бюджетлар даромадлари барқарорлиги”нинг иқтисодий моҳиятини очиб беришда эътиборга олиниши зарур бўлган яна бир муҳим ҳолат, у ҳам бўлса маҳаллий бюджетлар даромадлари республикамиз амалиётида шакллантирилиши таркиби билан боғлиқдир. Маълумки, амалдаги тартибга кўра, маҳаллий бюджетлар даромадлари шартли равишда қуйидаги икки таркибий кўринишга эга:

- бириктирилган даромадлар;
- тартибга солувчи даромадлар.

Маҳаллий бюджетлар даромад базалари барқарорлигининг иқтисодий моҳиятини очиб беришда унга тегишли бўлган даромадлар бир қисмининг бириктирилган даромадлар ва иккинчи қисмининг эса тартибга солувчи даромадлар деб номланиши принципиал аҳамиятга эга. Чунки маҳаллий бюджетлар даромад базалари барқарорлигини шу бюджет даромадларининг икки тури, яъни бириктирилган даромадлар ва тартибга келтирувчи (солувчи) даромадлар белгилаб берар экан, унда барқарорликни белгилаб беришда улар ҳар бирининг таъсирини ўрганиш талаб этилади.

Ҳозирги шароитда маҳаллий бюджетлар даромад базалари барқарорлигининг иқтисодий моҳиятини очиб беришда маҳаллий бюджетлар харажатларининг белгиланган суммалар миқдорида ва ўз вақтида молиялаштирилиши муҳимдир.

Хуллас, юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда айтиш жоизки, маҳаллий бюджетлар даромадлар базалари барқарорлиги деганда маълум бир нисбатдаги бириктирилган ва тартибга солувчи даромадлардан иборат бўлган, алоҳида олинган туман (шаҳар ёки вилоят) миқёсдаги бюджет тадбирларини ўз вақтида ва белгиланган суммаларда молиялаштириш имкониятини таъминлаш тушунилади. Шунинг учун ҳам унинг барқарор-лигини аниқлашда қатор кўрсаткичлардан иборат бўлган алоҳида олинган тизимдан фойдаланиш зарур бўлади. Уларнинг энг муҳимлари бўлиб:

- маҳаллий бюджетларнинг харажатлари даражасида уларнинг шунга тенг бўлган даромадлар билан таъминланганлиги;
- республика бюджетидан маҳаллий бюджетларнинг даромадларига қайта бериладиган даромадларни ҳисобга олган ҳолда маҳаллий бюджетларнинг даромадлари даражасини характерловчи кўрсаткич;
- маҳаллий бюджетлар харажатларининг ўз вақтида ва белгиланган суммаларда тўлиқ молиялаштирилганлигини ифодаловчи кўрсаткич;
- маҳаллий бюджетларнинг даромад базалари сифатида эътироф этилган даромадларнинг белгиланган суммаларда ва ўз вақтида бюджетга тўлиқ тушиб туришини кўрсатувчи кўрсаткич;
- маҳаллий бюджетлар умумий даромадларининг таркибида

бириктирилган даромадларнинг салмоғи орқали ифодаланувчи кўрсаткич;

- маҳаллий бюджетлар умумий даромадларининг таркибида тартибга солувчи даромадларнинг салмоғи орқали ифодаланувчи кўрсаткич;
- маҳаллий бюджетларни мақсадли субвенциялаштириш кўрсаткичи;
- маҳаллий бюджетлар харажатлари бир қисмининг ижтимоий трансфертлар ҳисобидан қопланиш даражаси орқали ифодаланувчи кўрсаткич ва шу кабилар бўлиб ҳисобланади.

Ушбуларнинг объектив зарурлиги ва эътиборга олиниши, биринчидан, ҳозирда республикамиз амалиётида қўлланилиб келинаётган тартиб билан белгиланишидир. Унга кўра, мамлакатимиздаги барча маҳаллий бюджетлар балансли даромадлар ва харажатларга эга бўлиши керак.

Иккинчидан, қуйидаги ҳолатлар маҳаллий бюджетлар даромад базалари барқарорлигини таъминлашни объектив зарурлиги, яъни фан, таълим, маданият, соғлиқни сақлаш, жисмоний тарбия ва спортга доир тадбирлар асосий қисмининг маҳаллий бюджетлар ҳисобидан молиялаштирила-ётганлиги (маҳаллий бюджетлардан молиялаштириладиган бюджет ташкилотлари бўйича); маҳаллий бюджетлардан ижтимоий таъминот ва аҳолини бевосита ижтимоий ҳимоя қилиш билан боғлиқ бўлган харажатларнинг тўлиқ молиялаштирилаётганлиги; маҳаллий давлат ҳокимияти органлари фаолиятини таъминлаш, иқтисодиёт турли тармоқларининг бюджет ташкилотларини сақлаш, иқтисодиёт тармоқларини ривожлантиришнинг мақсадли дастурлари ва тадбирларини амалга оширишнинг зарурлиги; иқтисодиёт тармоқларини ривожлантиришнинг мақсадли дастурлари ва тадбирларини амалга оширишдир.

Учинчидан, Ўзбекистон Республикаси бўйича республика бюджетидан маҳаллий бюджетларнинг даромадларига қайта бериладиган даромадларни ҳисобга олган ҳолда, маҳаллий бюджетлар даромадлари даражасининг амалиётда ҳамон нисбатан паст даражада эканлиги бўлиб ҳисобланишидир.

Айтиш жоизки, маҳаллий бюджетлар даромад базалари барқарорлиги ва мустаҳкамлаш йўналишларини ишлаб чиқиш билан боғлиқ бўлган вазифани уларнинг барқарорлигини таъминлашга таъсир этувчи омилларни аниқламасдан туриб амалга ошириб бўлмайди.

Маҳаллий бюджетга бириктирилган даромадларни маҳаллий бюджетларнинг даромадлар базалари барқарорлигига қандай таъсир этишига қараб, шартли равишда қуйидаги икки гуруҳга:

- маҳаллий бюджетлар даромадлар базалари барқарорлигига бевосита таъсир кўрсатадиган;
- билвосита таъсир кўрсатадиган бириктирилган даромадларга ажратилган ҳамда уларга хос бўлган таркиб, таркибий тузилма, ўзгариш ва тенденциялар аниқланган.

Хусусан, ҳозирги шароитда маҳаллий бюджетлар бириктирилган даромадларининг даромад базалари барқарорлигини таъминлашдаги роли кучайиб бормоқда. Бу нарса маҳаллий бюджетлар бириктирилган даромадларининг маҳаллий бюджетлар жами даромадларидаги салмоғи

орқали ифодаланувчи таркиб топган тенденциядан яққол кшриниб турибди. Чунки унинг даражаси 2015 йилда 34,2 фоизни ташкил этган бўлса, 2019 йилга келиб 37,4 фоизга тенг бўлди. Фикримизча, ушбу ҳолатни ижобий баҳолаш мумкин. Шу муносабат билан маҳаллий бюджетлар даромад базалари барқарорлигини мустаҳкамлашни ушбу йўналишда давом эттириш мақсадга мувофиқдир.

Юқорида билдирилган фикрлардан келиб чиқиб, маҳаллий бюджетлар даромад базалари барқарорлигини таъминлаш дастлаб шу бюджетларнинг бириктирилган ва тартибга келтирувчи даромадларига боғлиқ бўлиши лозим. Иқтисодий илоҳотларни Республикамиз иқтисодиётини 2017-2021 йилларда ривожлантиришнинг Ҳаракатлар стратегияси негизида жадаллаштириш орқали маҳаллий бюджетлар даромад базалари барқарорлигини таъминлашда уларнинг бириктирилган даромадларига устуворлик бериш зарур. Шунингдек, маҳаллий бюджетга бириктирилган ва тартибга келтирувчи даромадлари ўртасидаги нисбатни ҳам яқин истиқболда такомиллаштирилиши лозим. Фақат ушбу кўрсаткичлар ўртасида оптимал нисбатни сақлаб қолиш орқали маҳаллий бюджетларда ижтимоий ажратмаларга эҳтиёж камайиб бориши мумкин бўлади.

Зайнитдин Эшонқулов – Самарқанд вилояти имоми, СамДУ магистранти.

МУСУЛМОН ЎЛКАЛАРДА МАРКАЗИЙ ҒАЗНАЧИЛАРНИНГ ТАДРИЖИЙ РИВОЖЛАНИШИ

Аннотация: мақолада мусулмон ўлкаларда марказий ғазначиларнинг тадрижий ривожланиши ҳақида ёритилган. Унда турли даврларда байтулмолни тўлдириш манбалари: закот, ўзга динга амал қилувчилардан ундириладиган солиқ (жизя), ер солиғи (хирож), бир марталик кўнгилли хайрия бадали (садақа), ҳарбий ўлжа, эгасиз ва сабил мулклар, жарима, божхона божлари, савдо йиғимлари кабиларга изоҳ берилган.

Калит сўзлар: ислом фиқҳи, ислом қонунчилиги, давлат даромадлари, байтулмол, марказий ғазначилик, закот, солиқ (жизя), ер солиғи (хирож), бир марталик кўнгилли хайрия бадали (садақа), ҳарбий ўлжа.

Аннотация: В статье освещается эволюция развития центрального казначейства в мусульманских странах. В ней приведены такие источники пополнения казны (байт аль-мал) в разное время как, закят, налоги, выплачиваемые неверующими (джизья), земельный налог (харадж), разовые добровольные пожертвования (садака), военные трофеи, бесхозные активы, штрафы, таможенные пошлины, торговые сборы.

Ключевые слова: исламское право, исламское законодательство, государственные доходы, байт аль-мал, центральное казначейство, закят, налог (джизья), земельный налог (хирадж), разовые добровольные пожертвования (садака), военные трофеи.

Abstract: The article highlights the evolution of the central treasury in Muslim countries. It provides such sources of replenishment of the treasury (bayt al-mal) at different times, such as zakat, taxes paid by unbelievers (jizya), land tax (kharaj), one-

time voluntary donations (sadaqah), war trophy, orphan assets, fines, customs duties, trade fees.

Keywords: Islamic fiqh, Islamic law, state revenues, bayt al-mal, central treasury, zakat, tax (jizya), land tax (kharaj), one-time voluntary donations (sadaqah), war trophy.

Муҳтарам Президентимиз 2017 йил 18 октябрда “Ислом ҳамжиҳатлиги: Ўзбекистон ва Азарбайжон мисолида” мавзусидаги халқаро конференция иштирокчиларига йўллаган мурожаатномасида “Инсоният тарихидаги ноёб ҳодиса бўлган мусулмон Ренесанси ана шу буюк аждодларимизнинг диний бағрикенглик ва инсонпарварлик борасидаги эзга ғояларибилан йўғрилган эди. Бу ғоялар бизнинг давримизда, Ўзбекистон мустақиллиги йилларида алоҳида, янада теран маъно-мазмун касб этиб бормоқда”[1], деб таъкидлади. Бизнинг ҳаётимизда исломий қадриятлар тикланиб, иймон-эътиқод қайта шаклланиб, ривожланиб бормоқда.

Ислом фиқҳи (қонунчилиги)га кўра давлат даромадлари (энг аввало, шариатга мувофиқ солиқлардан тушум) байтулмол (арабчада – мол –мулк уйи)да жамланиши керак. Мусулмон давлатчилигида дастлабки йилларидаёқ ғазначилик тушунчаси маълум эди. Ҳижрий тақвимнинг дастлабки йилларида барча молиявий маблағлар Пайғамбаримиз соллаллоҳу алайҳи васалламнинг назоратларида бўлган. У кишининг вафотларидан кейин давлат хазинаси маблағларини тасарруф этиш халифаларга ўтди. Давлат маблағларининг жамланиши ва уни идора қилиш тартиби асосан бошқа сўзлар билан ифодалансада мазмунан ўша даврга мос ҳолда Марказий Банк тамонидан тартибга солинмоқда.

Лекин марказий ғазначилик ва унинг вилоятлардаги бўлимларнинг муассаса сифатида шакиллантириши 638-640 йилларга тўғри келди, ўша пайтларда халифа Умар (р.а.) Сурия ва ироқдаги забт этилган ерларнинг тақсимланишини ман қилди ва муҳожирлар, ансорлар ва барча мусулмон жангчиларга ўлпон ва солиқлар шаклида келиб тушган маблағлардан маош тўлашни жорий этди. Бунинг учун ойлик маош олиши лозим бўлганлар номи юритиладиган махсус рўйхат девонлар ташкил этилди. Аслида “байтулмол” деганда барча мусулмонларнинг умумий мулки саналувчи барча молиявий тушумлар сақланадиган бино тушинилган, лекин тез орада ушбу атама билан бутун жамоатга тегишли бўлган маблағларнинг ўзи ҳам англаниладиган бўлди.

Турли даврларда байтулмолни тўлдириш манбалари бўлиб: закот; ўзга динга амал қилувчилардан ундириладиган солиқ (жизя); ер солиғи (хирож); бир марталик кўнгилли хайрия бадали (садақа); ҳарбий ўлжанинг 1/5 қисми; эгасиз ва сабил мулклар; конларни қазишдан ажратмалар; жарима, божхона божлари, савдо йиғимларининг бир қисми; асирларни сотиб олиш учун жамоатга ажратилган маблағлар ва ҳ.к.лар ҳисобланган. Бундан ташқари, вақф мулкидан келган ҳамда хусусий мулкка берилиши мумкин бўлмаган

[1]Мирзиёев Ш.М. Халқимизнинг розилиги бизнинг фаолиятимизга берилган энг олий баҳодир. – Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2018 – 455 бет.

шариатга мувофиқ барча фавқулотдда даромадлар ҳам байтулмолга киритилган.

Умавийлар даврида байтулмол қишлоқ хўжалиги ва тижорат банки вазифасини бажарган. Савдогарлар товарларни сотиб олиш учун байтулмолдан пул олишлари мумкин бўлган, бошқа жойларга товарларни олиб бориб сотгач, яқин орадаги байтулмол бўлимига қаризни қайтарганлар, бу ердан қарз суммаси қарзни берган ғазначили ҳисобига жўнатилган. Мавжуд манбалар бундай қарзлар бўйича фоиз тўлангани ёки тўланмагани ҳақида хабар бермаган, лекин тўланмаганига асос бор деб ҳисоблаймиз.

Аббосийлар даврида байтулмол байтулмол ал-муслимин (давлатнинг умумий хазинаси) ва байтулмол ал-хосса (халифанинг шахсий хазинаси)га ажралади. Шуни қайд этиш лозимки, бундай бўлинишининг эҳтимоли шартли хусусиятга эга эди. Немис исломшунос олими Адам Мецнинг қайд этишича, ҳамма нарса ҳукмдорларнинг виждонига ҳавола эди. Лекин бу халифаларнинг ўз хазинасини дахлсиз сақлагани ҳолда давлат хазинасини аёвсиз ўз мақсади йўлида ишлатганини англатмайди. Адолат билан айтиш керакки, айрим вақтларда ҳукмдорлар давлат бюджети камомадини ўз ғазнасидан қоплашларига тўғри келган.

Байтулмолнинг алоҳида диний муассасага айланишини мусулмон дунёсининг барча қисмларида кузатилади. Халифалик ҳудудларининг кенгайиши ва жамият ижтимоий-иқтисодий таркибининг мураккаблашиши оқибатида давлат эҳтиёжлари учун белгиланган даромадлар дунёвий ҳокимят тасарруфига, қолган барча даромадлар диний шахслар қўл остига ўтиши белгилаб қўйилди. Дунёвий ҳокимятга бериладиган даромадлар “файь” деб аталадиган бўлди.

Буюк мусулмон фиқҳшуноси Ал-Маврдийнинг шоҳ асари бўлган “Ал-Аҳкам ас-султания ва вилоят ад-диния” асарида файь байтулмолнинг алоҳида қимматликлар сақланадиган бўлими- касса сифатида кўриб чиқилган. Масалан, мусулмон давлатида вафот этган номусулмон савдогарнинг мулки худди дийа (қон тўлови, товон пули) сингари байтулмолга эмас, балки файьга тушиши лозим эди. Бунда файь кўринишида дунёвий ҳокимятга берилган даромад унинг чексиз мулки ҳисобланмаган.

X-XII асрларда Андулусияда “байтулмол” тушунчаси фақат вақф ва мусулмон қозилар тасарруф этадиган омонатларни ўз ичига олган. Давлатнинг умумий хазинаси “хизанат ул-мол” атамаси билан ифодаланган. Усмонийлар салтанатида байтулмолга амалиётда, асосан, вақф маблағларини билдирар эди.

Айрим мусулмон мамлакатларида “байтулмол” атамаси қўшимча маънони англатган. Масалан, имом Шомилнинг (1828-1859) имоматида байтулмол имомат душманларидан мусодара этилган хусусий мулкларни билдирган.

Хулоса қилиб айтганда, Муҳтарам Президентимиз таъкидлаганларидек, “Ислом дини бизни эзгулик ва тинчликка, ҳаётда асл инсоний фазилатларни

қарор топтиришга даъват этади”[1]. Биз мустақиллик йилларида босқичма-босқич инсонларни ҳалолликка етакловчи, тинчлик ва хотиржамликни таъминловчи, муроса қилиш, бир-бирини ўзаро тушуниб яшашдек олижаноб фазилатларни асраб-авайлаш каби қадриятларни қарор топдириб келмоқдамиз. Ушбу масала янгиланаётган Ўзбекистонда янги мазмун билан такомиллашиб бормоқда.

К.Г. Джураева– Давлат солиқ қўмитаси ҳузуридаги Малака ошириш маркази доценти и.ф.н., доц.

СОЛИҚ ХИЗМАТЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА IT-ЕЧИМЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ

Аннотация. Давлат солиқ хизмати органлари томонидан хизмат кўрсатишга йўналтирилган солиқ хизматларини ривожлантириш борасида олиб борилаётган ишлар таҳлили ҳамда ушбу ишлар самарадорлигини ошириш борасида IT-ечимларидан фойдаланишни такомиллаштириш бўйича таклиф ва мулоҳазалар келтирилган.

Калит сўзлар. Солиқ маъмуриятчилиги, солиқ хизмати, ишончли ҳамкор, IT-ечим, электрон давлат хизмати, веб-портал

Аннотация. В статье проведен анализ работ, проводимых органами государственной налоговой службы по развитию налоговых услуг, направленных на сервисно-ориентированное налоговое обслуживание, а также даны предложения и мнения автора по совершенствованию использования ИТ-решений для повышения эффективности этих услуг.

Ключевые слова. Налоговая администрация, налоговая служба, надежный партнер, ИТ-решение, электронная государственная услуга, веб-портал

Abstract. The article analyzes the work carried out by the state tax authorities on the development of tax services aimed at service-oriented tax servicing, moreover, given suggestions and views of the author on improving the use of IT solutions to increase the efficiency of these services.

Keywords. Tax administration, tax service, reliable partner, IT solution, e-government service, web portal

Ҳозирги кунда ҳукуматимиз томонидан солиқ маъмуриятчилигига замонавий IT технологияларини жорий этиш ҳисобига солиқ тўловчиларга кўрсатилаётган хизматлар сифатини яхшилаш, тадбиркорларга енгилликлар яратиш, солиққа тортиладиган базани кенгайтириш ва солиқларнинг йиғувчанлигини ошириш давлат солиқ хизмати органларининг долзарб вазифалари этиб белгиланмоқда.

Давлат солиқ қўмитаси томонидан ҳам давр талабларига мувофиқ, тизимнинг ҳар бир ходими томонидан «Солиқ хизмати — инсофли солиқ тўловчиларнинг ишончли ҳамкори» деган мақсадли вазифани сўзсиз

[1] Мирзиёев Ш.М. Халқимизнинг розилиги бизнинг фаолиятимизга берилган энг олий баҳодир. – Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2018 – 457 бет.

бажаришларига, қолаверса, бу ҳамкорликни янада мустаҳкамлаш учун инсон омилини камайтириб, шаффофликни таъминловчи IT-ечимларидан фойдаланишга алоҳида эътибор қаратилмоқда.

Давлат солиқ хизмати органлари томонидан хизмат кўрсатишга йўналтирилган солиқ хизматларини ривожлантириш борасида бир қатор ишлар амалга оширилмоқда. Жумладан, давлат солиқ хизмати органлари томонидан кўрсатилаётган хизматлардан солиқ тўловчиларнинг қониқиш даражасининг ошишини таъминлаш, солиқ тўловчилар ўз солиқ мажбуриятларини ихтиёрий равишда бажариши, бизнесни қонуний, шаффоф ва қулай юритиш учун мақбул шарт-шароитлар яратиш, солиқ хизматлари сифатини ва солиқ органлари фаолиятини жамоатчилик томонидан мустақил баҳолаш механизмини яратиш, солиқ органлари фаолиятининг шаффофлиги ва солиқ солиш соҳасидаги маълумотларнинг очиқлигини таъминлаш борасида амалга оширилаётган ишларни келтириш мумкин.

Бугунги кунда солиқ органлари томонидан электрон ҳисобварақ-фактуралар, онлайн назорат касса машиналари, тадбиркорлик субъектларнинг солиққа оид ҳуқуқбузарликлари тўғрисида хабардор қилиш имконини берувчи веб-портал ва солиқ тўловчилар учун бир қатор янги электрон давлат хизматлари йўлга қўйилган. Электрон ҳисобварақ-фактура тизими фойдаланувчилари учун электрон ҳисобварақ-фактурани шакллантириб, контрагентга юбориш учун мўлжалланган махсус мобил илова ишлаб чиқилган.

Солиқ тўловчилар билан имкон қадар ахборот-коммуникация технологиялари орқали мулоқот қилишни йўлга қўйиш мақсадида Давлат солиқ қўмитасининг «Солиқ органларининг электрон давлат хизматлари - my.soliq.uz» портали орқали кўрсатилаётган электрон давлат хизматларининг сони 46 тага етказилган. Шунингдек, ушбу порталдаги солиқ тўловчининг шахсий кабинети орқали солиқ қонунчилигида кўзда тутилган 12 турдаги электрон ҳужжатлар ҳамда 27 турдаги ҳисоботлар юборилмоқда.

Солиқ тўловчиларнинг шахсий кабинетига электрон рақамли имзо калитларидан фойдаланган ҳолда кириш имкониятини берувчи ҳамда 17 турдаги хизматлардан таркиб топган SOLIQ мобил иловаси жорий қилинган. Солиқ тўловчиларга қулайликлар яратиш мақсадида “Электрон навбат” тизими ишлаб чиқилган.

Юқорида келтирилганларни таҳлил қилган ҳолда, давлат солиқ хизмати органлари томонидан хизмат кўрсатишга йўналтирилган солиқ хизматларини ривожлантириш борасидаги ишлар самарадорлигини юқори босқичга кўтаришда қуйидагиларнинг амалга оширилишини мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз:

бирламчи бухгалтерия ҳужжатларига доир электрон шартномалар, ишончномалар ва бошқа ҳужжатларни қўллаш тафсилотларини норматив ҳужжатларда белгилаш, бирламчи ҳисоб ҳужжатларини рақамлаштириш ва бирхиллаштириш ҳамда солиқ ҳисоботлари шаклларини соддалаштириш;

солиқ тўловчилар солиқ мажбуриятларини ихтиёрий равишда бажаришлари учун уларга қулай шарт-шароитларни яратиб бериш;

солиқ тўловчиларга хизмат кўрсатишнинг экстерриториал принципини ривожлантириш;

солиқ тўловчиларга маслаҳат кўрсатиш хизматларини кўрсатиш фаолиятини марказлаштириш ва стандартлаш.

Хулоса ўрнида шуни айтиш мумкинки, давлат солиқ хизмати органлари томонидан кўрсатиладиган хизматлар жараёнида фойдаланиладиган замонавий рақамли технологияларни қўллаш афзалликлари ва муаммоларини ҳамда иқтисодиётни рақамлаштиришнинг янги шароитларида унинг самарадорлигини ошириш йўналишларини аниқлаш -давлат солиқ хизмати органларини инсофли солиқ тўловчиларнинг ишончли ҳамкорига айлантириш, солиқ тўловчиларнинг бизнес-ҳамкори ва маслаҳатчиси сифатидаги янги имиджини яратиш орқали хизмат кўрсатишга йўналтирилган идорага айлантириш учун муҳим омил эканлигига шубҳа йўқ.

Х.А. Улашев – СамИСИ“Иқтисодиёт назарияси”
кафедрасининг катта ўқитувчиси. и.ф.н.

МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ХОРИЖИЙ ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЎРНИ

Аннотация: Ушбу мақолада хорижий инвестицияларнинг аҳамияти ва уларнинг миллий иқтисодиётни ривожлантиришдаги ўрни ёритилган бўлиб, статистик маълумотлар асосида таҳлил қилинган. Шунингдек, мақолада миллий иқтисодиётга хорижий инвестицияларни жалб қилишда мавжуд муаммолар ва уларни олдини олишни фаоллаштиришда қандай чора-тадбирлардан фойдаланиш кераклиги кенг ёритилган.

Калит сўзлар: Инвестиция, хорижий инвестиция, тўғридан-тўғри хорижий инвестиция, портфел инвестиция, инвестор, капитал экспорти, устав капитал, дивиденд, тадбиркорлик фойдаси, экспорт, импорт.

В этой статье анализируется важность иностранных инвестиций и их роли в развитии национальной экономики и анализируется на основе статистических данных. В статье также излагаются шаги, которые необходимо предпринять для содействия привлечению иностранных инвестиций в национальную экономику.

Ключевые слова: инвестиции, иностранные инвестиции, прямые иностранные инвестиции, портфельные инвестиции, инвесторы, экспорт капитала, уставный капитал, дивиденды, преимущества предпринимательства, экспорт, импорт.

This article analyzes the importance of foreign investment and their role in the development of national economy and is analyzed based on statistical data. The article also outlines the steps to be taken to facilitate the attraction of foreign investments into the national economy.

Key Words: Investment, foreign investment, direct foreign investment, portfolio investment, investor, capital exports, charter capital, dividend, entrepreneurship benefits, export, import.

Ўзбекистон давлат мустақиллигига эришган дастлабки йиллардан бошлаб миллий иқтисодиётни ривожлантиришнинг ўзига хос йўналишини белгилаб олди. У иқтисодиётнинг ривожланиши ва барқарорлигида инвестицияларнинг беқиёс ўрин тутишини ўз вақтида тўғри англаб етганлигининг натижасида инвестицияларга, хусусан, чет эл инвестицияларига бўлган эътиборнинг кучайиши юз бердики, бу эса бугунги кунга келиб мамлакатимиздаги инвестиция фаолиятининг ривожлантирилишига олиб келди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев томонидан қабул қилинган "Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида"ги Фармонида олиб борилаётган ислоҳотлар самарасини янада ошириш, давлат ва жамиятнинг ҳар томонлама ва жадал ривожланиши учун шарт шароитлар яратиш, мамлакатимизни модернизатсия қилиш ҳамда ҳаётнинг барча соҳаларини либераллаштириш бўйича устувор йўналишларни амалга ошириш мақсадида

2017-2021-йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантишнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси тасдиқланди.[1] Ушбу Ҳаракатлар стратегиясида иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришнинг устувор йўналишларидан бири бу - инвестиция муҳитини такомиллаштириш, мамлакат иқтисодиёти тармоқлари ва ҳудудларига хорижий, энг аввало, тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларни фаол жалб қилишдан иборат. Шунинг учун ҳам, хорижий инвестицияларни жалб этмай, айниқса, етакчи тармоқларда чет эл инвестициялари иштирокини кенгайтирмай туриб, иқтисодиётда таркибий ўзгаришларни амалга ошириш ва уни модернизатсия қилиш, корхоналарни замонавий техника билан қайта жиҳозлаш ҳамда рақобатдош маҳсулотни ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш мумкин эмас. Мамлакатимиз иқтисодиётига хорижий инвестицияларнинг жалб этилиши унинг иқтисодий имконият-ларининг кенгайишини тезлаштириб, барча соҳаларда ички имконият ва резервларни ишга солиш, янги техника ва технология, экспортбоп товарларни ўзлаштириш, уларни ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш орқали давлатимиз иқтисодий қудратини таъминлашда муҳим аҳамият касб этади.

Олиб борилган тўғри инвестицион сиёсат натижасида охирги йилларда бир қатор ижобий натижаларга эришилди. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасида "Барча соҳалардаги ижобий натижалар қаторида инвестициялар ҳажми ҳам сезиларли даражада ошди. Айниқса, тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар 4,2 миллиард долларни ташкил этиб, 2018 йилга нисбатан – мана шу рақамга эътиборингизни қаратмоқчиман – 3,1 миллиард долларга ёки 3,7 баробар ўсди. Инвестицияларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 37 фоизга етди" деб таъкидлаб ўтди.[2]

Ҳозирги кунда Ўзбекистон иқтисодиётига хорижий инвестициялар оқимининг жадал суръатларда ўсишига қуйидаги омиллар ижобий таъсир кўрсатди:

1) мамлакатдаги инвестиция муҳитининг барқарорлиги;

2) валюта курсини тартибга солишдаги ижобий ўзгаришлар;

3) мамлакатнинг солиқ механизимини такомиллаштиришнинг аниқ йўналишлари белгиланганлиги;

4) солиқ қонунчилигида хорижий инвестицияларнинг фаолиятини тартибга солувчи қарор ва қонунларнинг ишлаб чиқилганлиги;

5) жаҳон товар бозорларидаги экспортёрлар учун қулай нарх конюктурасининг вужудга келганлиги.

Бугунги кунда республикамиз иқтисодиётининг етакчи тармоқлари ва соҳаларида хорижий инвестициялар иштирокида 5 мингдан ортиқ корхона муваффақиятли фаолият юритмоқда. Ҳар йили 4 млрд. АҚШ долларидан кўпроқ, асосан тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар ўзлаштирилмоқда, мамлакат иқтисодиётига киритилаётган инвестиция умумий ҳажмининг 26,6 фоиздан кўпроғи уларнинг ҳиссасига тўғри келади. Бу эса хорижий инвесторларнинг республика иқтисодиёти барқарорлиги, уни ривожлантириш истиқболларига қизиқиши ҳамда ишончи ортиб бораётганлигидан яққол далолат беради

Иқтисодий фаолият турлари бўйича асосий капиталга хорижий инвестициялар

	2017 йил		**2018 йил**		**Ўзгариш суръати фоизда**
	млрд. сўм	**жамига нисбатан фоизда**	**млрд. сўм**	**жамига нисбатан фоизда**	
Жами	**10611,4**	**100**	**17146,5**	**100**	161,5
қишлоқ, ўрмон ва баликчилик хўжалиги	171,8	1,6	189,8	1,1	110,4
тоғ-кон санаоти	3296,6	31,1	9735,5	56,8	295,3
ишлаб чиқариш саноати	2905,4	27,4	2533,5	14,8	87,1
электр энергияси, газ, буғ ва кондицияланган ҳаво	1306,3	12,3	391,1	2,3	29,9
сув билан таъминлаш, канализация, чиқиндиларни йиғиш ва қайта ишлаш	318,8	3,0	277,5	1,6	87,0
ташиш ва сақлаш	1390,0	13,1	1463,8	8,5	105,3
ахборот ва алоқа	761,3	7,2	1490,0	8,7	195,7
соғлиқни сақлаш ва ижтимоий хизматлар кўрсатиш	182,9	1,7	515,4	3,0	281,7
бошқа фаолият турлари	277,4	2,6	549,9	3,2	198,2

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика маълимотлари асосида тайёрланди.

Иқтисодиётга жалб этилаётган хорижий инвестицияларнинг тармоқ таркибида жиддий ўзгаришлар содир бўлмоқда. Хорижий инвестицияларнинг иқтисодий фаолият турлари бўйича жалб этилишига эътибор берадиган

бўлсак, иқтисодиётни модернизатсиялаш шароитида иқтисодиётга йўналтирилган хорижий инвестициялар таркибида тоғ-кон саноат улуши етакчи ўринни сақлаб турибди ва шу билан биргаликда пасайиш тенденсиясига эга. 2017 йил тоғ-кон саноатининг улуши жами хорижий инвестицияларнинг иқтисодий фаолият турлари бўйича 31,1 фоизини ташкил этган бўлса, бу кўрсаткич 2018 йилда 56,8 фоизини ташкил этди. Аммо ишлаб чиқариш саноати эса капайиш тенденсиясига эга бўлиб, 2017 йилда 27,4 фоизни ташкил этган бўлса, бу кўрсаткич 2018 йилда 14,8 фоизни ташкил этди. Бундан ташқари қишлоқ хўжалигини ривожлантиришга қаратилган ҳукуматнинг ҳаракатларига қарамасдан қишлоқ хўжалигига йўналтирилган хорижий инвестициялар ҳажми тармоқ эҳтиёжига нисбатан паст даражада сақланиб турибди.

Умуман қилиб олганда миллий иқтисодиётимизга хорижий инвестицияларни жалб қилишни фаоллаштиришда қуйидаги чора-тадбирларни амалга ошириш зарур:

биринчидан, инфляция даражасини инвестицион лойиҳалар қиймат ўсишига таъсирини камайтириш, шунингдек, хорижий инвестициялар ҳажмини янада кўпайтириш;

иккинчидан, инвестицияларни реал ишлаб чиқариш соҳасига, яъни хом-ашёни қайта ишловчи тармоқларга жалб этиш;

учинчидан, чет эл инвесторларига янада қулай инвестиция муҳитини яратиш мақсадида рағбатлантириш тизимини янада такомиллаштириш, хусусан, солиқ юкини камайтириш ва солиқ тизимини инвесторлар учун ҳам соддалаштириш;

тўртинчидан, хорижий иқтисодий субъектлар билан ўзаро манфаатли лойиҳаларни амалга ошириш тизимини такомиллаштириш ва улар билан эркин инвеститсион иқтисодий зоналарни ташкил этиш;

бешинчидан, инфратузилмаси мавжуд ва ривожланиши қулай бўлган жойларга инвесторларни жалб қилиш орқали саноатни тизимли ривожлантириш;

олтинчидан, узоқ муддатли, паст фоизли тўғридан-тўғри хорижий кредит ресурсларини жалб этиш ишларини кучайтириш;

еттинчидан, хорижий тажрибалардан келиб чиққан ҳолда хорижий инвесторларни давлат томонидан қўллаб-қувватловчи жамғармалар ташкил этиш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1.Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сон Фармони. // “Халқ сўзи”, 8 феврал 2017 йил.

2.Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожатномаси. // “Халқ сўзи”, 25 январл 2020 йил

3. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари.

D.H.Xolmamatov – SamISI Marketing kafedrasi katta o‘qituvchisi, PhD
S.K.Boyjigitov – SamISI Marketing kafedrasi assistenti
N.B.Yahyoxonov – SamISI Marketing kafedrasi assistenti

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA KORXONALARDA MOBIL MARKETINGDAN FOYDALANISH AMALIYOTI

Annotatsiya: Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalardan mobil marketingdan foydalanish yo‘llari aks etgan. Sabab bugungi kunda mobil marketing orqali korxonalarni rivojlantirishning yangi bosqichiga ko‘tarish, mobil qurilmalar orqali yangi tizimlarni joriy etish kabilarni ko‘rishimiz mumkin.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, mobil marketing, blokcheyn, mobil telefon, mobil aloqa vositalari.

Аннотация: в этой статье описывается, как предприятия могут использовать мобильный маркетинг в цифровой экономике. Сегодня причина в том, что мобильный маркетинг переходит на новый этап развития предприятия и внедрения новых систем через мобильные устройства.

Ключевые слова: цифровая экономика, мобильный маркетинг, блокчейн, мобильный телефон, мобильные устройства.

Abstract:: This article describes how businesses can use mobile marketing in a digital economy. The reason is today that mobile marketing is moving into a new phase of enterprise development, and the introduction of new systems through mobile devices.

Keywords: digital economy, mobile marketing, blockchain, mobile phone, mobile devices.

O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirishning Harakatlar strategiyasi iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlarida belgilangan iqtisodiyotdagi tarkibiy o‘zgarishlar, diversifikatsiya va sanoatni modernizatsiyalash jarayonlarini yanada kengaytirish, iqtisodiyotni raqamlash-tirishning istiqbolli reja va dasturlarini amalga oshirish uchun amaldagi xo‘jalik yuritish mexanizmining mazmuni hamda tarkibini takomillashtirish talab qilinadi.

Hozirgi davrda raqamli iqtisodiyot va u bilan bog‘liq bo‘lgan bir qancha samarali texnologiyalar hayotimizga shiddat bilan kirib kelmoqda. Shuning uchun ham davlat va jamiyat taraqqiyotini yanada jadallashtirish maqsadida respublikamiz rahbariyati bir qancha muhim qarorlarni qabul qildi. Masalan, O‘zbekiston Respublikasi prezidenti 2018 yil 28 dekabrdagi 2019 yil uchun eng muhim ustivor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasida ham mamlakatimizda raqamli iqtisodning rivojlanishi bo‘yicha quyidagilarni aytib o‘tdi: “Iqtisodiyotning barcha sohalarini raqamli texnologiyalar asosida yangilanishini ko‘zda tutadigan “Raqamli iqtisodiyot milliy kontseptsitasi”ni ishlab chiqishimiz kerak. Shu asosda “Raqamli O‘zbekiston-2030” dasturini hayotga tadbiq etishimiz zarur. Raqamli iqtisodiyot yalpi ichki mahsulotni kamida 30 foizga o‘stirish, korrupsiyani keskin kamaytirish imkonini beradi. Nufuzli halqaro tashkilotlar o‘tkazgan tahlillar ham buni tasdiqlamoqda.Shuning uchun Hukumatga ikki oy muddatda raqamli iqtisodiyotga o‘tish bo‘yicha “yo‘l haritasi”ni ishlab chiqish

topshiriladi. Bu borada axborot havfsizligini ta’minlashga alohida e’tibor qaratish zarur”[1].

Investitsiya va tadbirkorlikni diversifikatsiya qilish uchun kriptoaktivlar aylanmasi sohasidagi faoliyatni, jumladan, mayining, smart kontrakt, konsalting, emissiya, ayriboshlash, axborotlashtirish, saqlash, taqsimlash, boshqarish, sug‘urtalash, kraud-funding (jamoaviy moliyalashtirish), shuningdek, blokcheyn texnologiyalarni joriy etish va rivojlantirish bugungi dolzarb mavzulardan biri sifatida qaralmoqda.

Ayniqsa, raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing faoliyatida innovatsion marketing texnologiyalari: internet marketing, one-to-one (munosabatlar) marketingi, mobil marketing, to‘g‘ridan-to‘g‘ri marketing yo‘nalish va shakllarini rivojlantirish, korxona va haridorlar aloqalarini o‘zaro online tarzda tashkil etish, marketing tadqiqotlarini olib borish, tovar va xizmatlarni siljitishda interaktiv marketing uslublaridan foydalanish dolzarb masala hisoblanadi. Shuningdek, korxonalar faoliyatida interaktiv va raqamli marketingning nazariy hamda amaliy tomonlarini o‘rganish bilan bir qatorda bozor sharoitida korxonalarning amaliy faoliyatida paydo bo‘ladigan muammolar bilan bog‘liq xulosalarni shakllantirishda va ularning yechimini topishga e’tiborini qaratadi.

Shu boisdan korxonalarda raqamli iqtisodiyotning eng yaqin yordamchisi bo‘lgan mobil marketingdan foydalanish muhim mezon sifatida qaralmoqda.

Jamiyat hayotida axborot asrining davom etishi va takomillashishi oqibatida barcha sohalarda axborot texnologiyalarining kirib borishi kuchaymoqda. Shu jumladan marketing sohasida ham axborot va internet texnologiyalarining o‘rni beqiyosdir. Axborot texnologiyalari orasida mobil texnologiyalari ham marketingning zamonaviy jabhalaridan biri sifatida shakllangan. Mobil marketing haqida quyidagicha aytishimiz mumkin.

Mobil marketing[2] - bu marketingning nisbatan yangi sohasi bo‘lib, mobil qurilmalar orqali kompaniya va mijozlar o‘rtasidagi ikki tomonlama marketing aloqalarini ta’minlaydi. Marketing kompaniyalarining yuqori samaradorligi mobil qurilmalar bilan ishlatilganda yana ham ko‘payadi. An’anaviy ommaviy axborot vositalaridan ko‘ra mobil qurilmalar orqali tovarlar va xizmatlarni sotib olishlarni potensial mijozlar ko‘proq xoxish bildirmoqdalar.

Mobil marketingning rijovlanishida aloqa vositalari va mobil aloqa texnologiyalari ahamiyati yuqoridir. Ular quyidagi xususiyatlarga ega:

- Mobil telefon va mobil aloqa muhiti;
- Mobil aloqa xizmati operatorlari;
- Mobil aloqa hizmatlari: so‘zlashuv, mobil internet va pochta;
- Mobil aloqa vositalari: Smartphone, iphone va planshetlar;
- Mobil aloqa vositalari yordamida axborot almashish: Bluetooth, SMS va MMS;
- Mobil telefonlardan foydalanish va axborot almashish madaniyati.

[1] https://kun.uz/uz/news/2018/12/28/prezident-murojaatnomasi-toliq-matn
[2] https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_marketing

Mobil marketingning rivojlanishida mobil telefon qurilmalarining o‘ni beqiyosdir. Mobil telefon – mobil aloqada foydalaniladigan telefon apparati turi hisoblanadi. Hozirgi kunda, mobil telefon klaviatura va ekranga hamda sensorga ega bo‘lib asta-sekin kompyuter, faks apparati, telefon apparati, qaydlar kitobchasi vazifalarini bajaruvchi ko‘p maqsadli abonent tizimiga aylanmoqda. Mobil aloqa muhiti – tayanch stansiyalar va bir guruh abonentlar tizimidan iborat bo‘lib, abonentlarning bir-birlari bilan o‘zaro axborot almashinuvini ta’minlovchi texnik vositalar majmuasidir. Mobil aloqa tizimida barcha ma’lumotlar mobil telefon orqali elektromagnit to‘lqinlari ko‘rinishida simsiz havo orqali uzatiladi.

Mobil aloqa xizmati operatorlari – abonentlar (mijozlar) uchun mobil aloqa xizmatlarini taklif qiluvchi firma yoki tashkilotlardir. Operatorlar vazifasiga radio chastotadan foydalanish va xizmat ko‘rsatish uchun kerakli hujjatlarni olish, o‘zining mobil tarmog‘ini tashkil qilish, foydalanish, xizmat shartlarini ishlab chiqarish, xizmat to‘lovlarini yig‘ish va texnik xizmat ko‘rsatish kabilar kiradi.

Mobil telefonlar va boshqa mobil aloqa vositalaridan foydalanganda so‘zlashish madaniyatiga, xabarlarni yozish va elektron pochtadan foydalanish etikasiga hamda telefon apparatidan foydalanish qoidalariga rioya qilish zarur. Telefon orqali nojo‘ya so‘zlarni gapirish, turli nojo‘ya xabarlarni jo‘natishdan saqlaning. Mobil marketing SMSlar (Qisqa xabarlar xizmati) orqali mobil qurilmalar yordamida tovarlar va xizmatlarni targ‘ib qilish uchun mobil qurilmalar yordamida amalga oshiriladigan aksiyalar, tadbirlar va kampaniyalar to‘plami sifatida 2000 yilda Yevropa va Osiyo bo‘ylab mashhurlikka erishdi va keyinchalik deyarli butun dunyo bo‘ylab amalga oshirildi. Ushbu ma’lumotni tarqatish kanalining paydo bo‘lishi va ommalashishi uchun zarur shart bu aholining uyali aloqadan keng foydalanishidir, shuningdek ko‘plab kompaniyalar o‘z ma’lumotlar bazalarini mijozlarning telefon raqamlari bilan terganligi.

Mobil marketingning asosiy maqsadi tovarlar va xizmatlarni sotib olishga qiziqqan to‘lov qobiliyatiga ega mijozni jalb qilishdir. Mavjud texnologiyalardan kompleks foydalanish, reklama ma’lumotlarini tarqatish uchun yangi kanallarni oqilona jalb qilish va rivojlantirish - muvaffaqiyatli marketingga olib keladi va shu sababli kompaniya daromadlarining qonuniy o‘sishiga olib keladi.

Mobil marketingda xizmatlarni taklif qilish, xizmatlarni taklif qilishning eng keng tarqalgan va samarali usullaridan biri. SMS marketing iste’molchilarning tashabbusi bilan ("pull" marketing) yoki reklama beruvchining ("push" marketing) tashabbusi bilan qisqa matnli xabarlarni yuborishga tayanadi. Birinchi variantda, ommaviy axborot vositalarida reklama qilishni istagan iste’molchi avval xabarni qisqa raqamga yuboradi va javob reklamasini oladi. SMS xabarni yuborish tashabbusi reklama beruvchiga tegishli bo‘lsa, ma’lumot mijoz telefonlarining ma’lumotlar bazasi orqali yuboriladi.

SMS-xabarlar tranzaktsion, xizmat va reklama bo‘linadi. Dastlabki ikki tur - bu foydalanuvchi tomonidan qilingan har qanday harakatlarga reaktsiya. Uchinchi tur reklama beruvchining tashabbusi va uning manfaatlariga ko‘ra taqsimlanadi.

MMS xabarlari - ular fotosuratlar, videolar, musiqa, havolalar va boshqalardan foydalanish imkoniga ega bo‘lgan matnli yoki multimedia xabarlaridir

Tranzaktsion xabarlar - bu banklar va to‘lov tizimlaridan abonent pullarining harakati (hisobni to‘ldirish, hisobdan chiqarish, qoldiq va boshqalar).

Xizmat smslari, odatda mijoz tomonidan amalga oshirilgan harakatlardan so‘ng, biron bir o‘zgarish to‘g‘risida xabar beruvchi xabarlardir. Masalan, onlayn-do‘konda buyurtma holatini o‘zgartirish (qabul qilingan, yuborilgan, yetkazib berilgan), bonusli ballarni yig‘ish yoki hisobdan chiqarish, taksida avtoulov berish, sug‘urta polisining amal qilish muddati tugaganda va hokazo kabilar kiradi.

Reklama xabarlari - reklama beruvchi tashabbusi bilan uning manfaatlarini ko‘zlab va har qanday korxona mahsulot yoki xizmatni targ‘ib qilish maqsadida yuboriladigan sms-xabarlar hisoblanadi. Masalan, chegirmalar va maxsus takliflar, sotuvlar yoki yangi mahsulotlar haqida ma’lumot.

Mobil marketing bugungi kunda asosan an’anaviy marketing-miksning sotish va siljitish siyosatida keng qo‘llanilmoqda. Lekin mobil marketingdan marketing tadqiqotlarida, tovar ishlab chiqarishni tashkil etishda, yangi bozorlarni o‘zlashtirishda, tijorat vositachilari bilan aloqa o‘rnatishda, omborlardagi tovar zaxiralarini boshqarishda ham keng fodalanish mumkin.

Xulosa qilib aytganda, korxonalarda ushbu tizimning joriy etilishi korxona mahsulotlari haqida mijozlarga ma’lumotlar berish (reklama qilish), mijoz xaridni amalga oshirganda uning mahsulot to‘g‘risida fikriga ega bo‘ish (axborot olish), doimiy holatda mijozlar bilan aloqada bo‘lish imkoniyatlarini yaratib beradi.

А.А. Тураев – СамИСИ ассистенти
С.Т.Ғаппаров – СамИСИ талабаси

ИННОВАЦИОН РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТДА ТАДБИРКОРЛИК СУБЪЕКТЛАРИНИ СОЛИҚҚА ТОРТИШДА СОЛИҚ ИСЛОҲОТЛАРИНГ АҲАМИЯТИ ВА ЎРНИ

Аннотация. Ушбу мақолада мамлакатимизда солиқ тизимида олиб борилаётган ислоҳотларнинг ўзига хослиги ҳамда тадбиркорлик фаолиятини олиб боришда солиқ юкини камайтириш йўллари кўрсатиб ўтилган.

Калит сўзлар. Солиқ, тадбиркор, солиқ юки, субъект, солиқ кодекси, ставка.

Аннотация. В данной статье показана специфика реформ налоговой системы в нашей стране и пути снижения налоговой нагрузки на ведение бизнеса.

Ключевые слова. Налог, предприниматель, субъект, налоговая нагрузка, налоговый кодекс, ставка.

Abstract. This article shows the specifics of the tax system reforms in our country and ways to reduce the tax burden on doing business.

Keywords. Tax, entrepreneur, subject, tax burden, tax code, rate.

Республикамизда тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш, керакли меъёрий ва ҳуқуқий шарт-шароитлар яратиш борасида тизимли ишлар амалга оширилмоқда. Президентимизнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасида белгиланган солиқ юкини камайтириш, солиққа тортишни соддалаштириш, солиқ маъмуриятчилигини такомиллаштиришни ҳал этиш вазифаси белгилаб берилди.[1]

Давлатимиз раҳбари томонидан 2019 йил 9 декабрдаги “2020 йил учун Ўзбекистон Республикасининг давлат бюджети тўғрисида”[2]ги қонуни қабул қилинди. Ушбу қонун 28 модда хамда 5 та бобдан иборат.

Мамлакатимиз босиб ўтган тараққиёт йўлининг чуқур таҳлили, бугунги кунда жаҳон бозори конъюнктураси кескин ўзгариб, глобаллашув шароитида рақобат тобора кучайиб бораётгани давлатимизни янада барқарор ва жадал суръатлар билан ривожлантириш учун мутлақо янгича ёндашув ҳамда тамойилларни ишлаб чиқиш ва амалиётга киритиш зарур бўлмоқда. Шуларни эътиборга олган ҳолда, Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан “Ўзбекистон Республикасининг Солиқ кодексига ўзгартиш ва қўшимчалар киритиш тўғрисида”[3]ги Ўзбекистон Республикаси қонуни қабул қилинди. Ушбу юқорида келтирилган конунлар замирида солиқ юкини камайтириш ва солиққа тортиш тизимини соддалаштириш, солиқ маъмуриятчилигини такомиллаштириш ва тегишли рағбатлантирувчи чораларни кенгайтириш макроиқтисодий барқарорликни янада мустаҳкамлаш ва юқори иқтисодий ўсиш суръатларини сақлаб қолишнинг асосий вазифаларидан бири сифатида белилаб берилди.

Республикамизда солиқ тизимини ислоҳ этиш бораси кейинги қадам сифати янги тахрирдаги Солиқ кодексини кабул қилишимиз хам, айни муддао бўлди. Ушбу янги тахрирдаги Солиқ кодекси 21 бўлим, 70 боб, 480 моддадан иборат бўлиб, қуйидаги асосий жиҳатларини янги кодексда киритилганлигини айтишимиз мумкин:

- Солиқ тўловчиларнинг консолидациялашган гуруҳи;
- Ортиқча тўланган ва ортиқча ундирилган солиқларни ҳисобга олиш ҳамда қайтариш тартиби;
- Трансферт нархни белгилаш ва солиққа тортишнинг умумий қоидалар;
- Назорат қилинадиган чет эл компанияларининг фойдасига солиқ солишнинг умумий қоидалари;

Республикамизда ҳам солиққа тортиш соҳасидаги асосий масалалардан бири бозор иқтисодиётига утишнинг ҳозирги босқичи учун хос бўлган солиқ юкининг энг оптимал ҳолатини ишлаб чиқиш ва уни амалда таъминлаш бўлиб колмоқда.

Мамлакатимизда солиқларни тартибга солишининг замонавий тизимини яратиш, солиқ соҳасида салбий ҳолатларнинг пайдо бўлишини олдини олишда меъёрий-ҳуқуқий чоралар кўриш мақсадида янги таҳрирдаги

[1] Ш.М.Мирзиёев:Олий Мажлисга мурожаатномаси 2020 йил 24 январ
[2] Ўзбекистон Республикасининг 2019 йил 9 декабрдаги ЎРҚ-589-сонли Қонуни
[3] Ўзбекистон Республикасининг 2019 йил 30 декабрдаги ЎРҚ-599-сонли Қонуни

Солиқ кодексини ишлаб чиқишди. Ушбу кодексга асосан солиқ юкини камайтириш бўйича:

Биринчиси, ҚҚС бўйича ҳосил бўлган ортиқча суммани, яъни “манфий” қолдиқ суммасини тўлиқлигича қайтариш, асосий воситалар ҳамда кўчмас мулк объектлари бўйича ҚҚС бир йўла ҳисобга олиниши белгиланмоқда.

Иккинчиси, бюджет ташкилотларидан бошқа барча тадбиркорлик субъектлари учун ягона ижтимоий тўлов 12 фоиз (олдин 25 фоиз эди) миқдорида белгиланмоқда.

Учинчиси, якка тартибдаги тадбиркорлар томонидан тўланадиган солиқ суммаси ўртача 30 фоизга камайтирилмоқда.

Солиққа тортишни соддалаштириш бўйича:

- янги таҳрирдаги Солиқ кодексининг лойиҳасида амалдаги солиқлар сони 13 тадан 9 тагача камайтирилмоқда;
- якка тартибдаги тадбиркорларга солиқларни тўлашни танлаш ҳуқуқи берилмоқда яъни солиқни қатъий белгиланган миқдорларда тўлаш ёҳуд жисмоний шахснинг жами йиллик даромади тўғрисида декларация асосида тўлаши мумкин бўлади.

Солиқ маъмуриятчилигини такомиллаштириш бўйича эса солиқ назорати шакллари 13 тадан 2 тага қисқартирилди. Текширишларни тайинлаш тартибига ўзгартириш киритилмоқда, текширишлар инсон омилисиз фақат “Таҳлика-таҳлил” дастури асосида 3 та сегментга бўлиш асосида амалга оширилади хамда Давлат солиқ хизмати органлари эндиликда жарималарни профилактик тадбирлар ўтказгандан кейингина қўллайди.

Янги таҳрирдаги Солиқ кодексини ишлаб ва тадбиқ этишда кўзда тутилган асосий мезонлар кўрсатиб ўтган ҳолда қуйидагилар келтирилган:

- Солиқ қонунчилиги нормаларини максимал даражада соддалаштириш;
- Норматив-ҳуқуқий ҳужжатлардаги зиддиятларни бартараф этиш;
- Инсофли солиқ тўловчиларнинг қонуний манфаатлари ҳимоясини кучайтириш.

Юқоридаги кўрсатиб ўтилган барча қонуний ва меъёрий хужжатларни қабул қилинишидан асосий мақсад, тадбиркорлик субъектларининг зиммасидаги солиқ юкини камайтириш ва ихтиёрида қоладиган даромад маблағларни кўпайтиришдан иборатдир.

Хусусан, якка тартибдаги тадбиркорлар учун қатъий белгиланган солиқ ставкалари 2019 йилга нисбатан ўртача 25 фоизга пасайтирилди. Бундан ташқари, тадбиркорлик субъектларига солиқ юкини янада камайтириш мақсадида уларни фаолиятини амалга оширадиган ҳудудига қараб ажратган ҳолда солиққа тортиш белгиланди.

Солиқ турларини амалдаги ставкаларига тўхталадиган бўлсак, озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат маҳсулотлари билан чакана савдо қилиш учун қатъий белгиланган солиқ миқдори Тошкент шаҳри учун 750 минг сўм, корхоналар томонидан тўланадиган фойда солиғи 15 фоиз, ҚҚС 15 фоиз, жисмоний

шахсларнинг даромад солиғи 12 фоиз ва бошқа солиқ турларига ҳам ўзгартириш ва индексациялаш холатлари белгиланди.

Корхоналарга солиқ юки қанчалик юқори булмасин, корхоналар ўзининг реал иқтисодий имкониятларидан чиқиб кета олмайди ва қўшимча солиқ ундириб бўлмайди.

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, солиқ юкини сезиларли даражада пасайтириш, солиқ тўловчининг талаби ёки ҳукуматнинг хоҳиши билан эмас, балки мустаккам иқтисодий асос бўлгандагина мумкин бўлади. Акс ҳолда солиқларни кисқартириш ва соддалаштиришда фойда ўрнига тескари натижаларга олиб келиши мумкин.

Айтиш керакки, солиқ сиёсати орқали иқтисодиётни бошқаришнинг муқим йўналишни бу - ишлаб чиқариш ва курилиш корхоналарида солиқ юкини амалда сезиларли даражада камайтиришдир. Бунинг учун нафақат солиқ ставкасини пасайтириш, бу соҳаларда паралел равишда солиқ имтиёзларини жорий этиш, солиқлар сонини мувофиқлаштириш ва албатта солиқ базаси элементларини адолатли солиққа тортиш нуқтаи-назаридан қайта кўриб чиқиш лозим бўлади.

V ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ МУАММОЛАРИ”

Д.Ҳ.Холмаматов – СамИСИ катта ўқитувчиси, PhD

УЛГУРЖИ САВДО ХИЗМАТЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ИНТЕРАКТИВ ВА РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ

Аннотация: мазкур мақолада улгуржи савдо хизматларини ривожлантиришда маркетинг инструментларидан фойдаланишнинг аҳамияти, рақамли иқтисодиёт шароитида интерактив ва рақамли маркетинг технологияларининг улгуржи савдода қўлланилиши ёритиб берилган.

Калит сўзлар: улгуржи савдо, интерактив маркетинг, рақамли маркетинг, маҳсулот етказиб бериш занжирлари, товар заҳираси, буюртмалар портфели, транзакция харажати.

Аннотация: в данной статье распрывается необходимость использования инструментов маркетинга в развитии услуг оптовой торговли, применения технологий интерактивного и цифрового маркетингавых в оптовой торговле, с учетом условии цифровой экономики.

Ключевые слова: оптовая торговля, интерактивный маркетинг, цифровой маркетинг, цепями поставок, товарные запасы, портфель заказов, трансакционные издержки.

Abstract: This article highlights the importance of using marketing tools in the development of wholesale services, and the application of interactive and digital marketing technologies in the digital economy.

Keywords: wholesale, interactive marketing, digital marketing, product chains, inventory, order portfolio, transaction costs.

Инновацион ривожланиш шароитида улгуржи савдо хизматларини ривожлантириш маркетинг инструментларидан яъни, товар, нарх, тақсимот ва силжитиш сиёсатидан оқилона фойдаланиш эвазига эришилади. Шунингдек, улгуржи савдо корхоналари ҳалқаро савдонинг замонавий стандартларини узлуксиз равишда ўзлаштириши, интерактив ва рақамли маркетинг стратегияларини қўллаш орқали улгуржи савдо хизматлари ривожланишини таъминлайди.

Улгуржи савдо корхоналар ўртасидаги муносабатлар шакли бўлиб, унда маҳсулот етказиб бериш бўйича иқтисодий муносабатлар томонлар ўртасида мустақил равишда шаклланади. Улгуржи савдо иқтисодиётнинг деярли барча соҳаларини, моддий ишлаб чиқариш ва товар айрибошлаш билан шуғулланадиган барча корхона ва ташкилотларни бирлаштиради. Маркетинг нуқтаи назаридан, улгуржи савдонинг роли чакана савдо корхоналарининг эҳтиёжларини маълум ҳажмда ва ўз вақтида зарур маҳсулотлар билан таъминлашдан иборат. Рақамли иқтисодиёт шароитида улгуржи савдо

хизматлари: улгуржи харидни амалга оширишда буюртмалар портфелини шакллантириш, товар заҳираларини ташкил этиш ва сақлаш, товарларни ўраб-жойлаш, юк бирлигини ҳосил қилиш, транспорт воситаларига жойлаш, ташиш, етказиб бериш ва сотувдан кейинги сервис интерактив ва рақамли маркетинг технологиялари орқали амалга оширилмоқда. Айниқса, бугунги кунда жаҳонда рақамли маркетингдан кенг миқёсда улгуржи савдо корхоналари товар ва юкларни етказиб бериш, сақлаш, буюртмаларни шакллантириш, товар заҳиралари ҳақидаги тезкор ахборотларни йиғиш ва қайта ишлашда фойдаланилмоқда.

Улгуржи савдо маҳсулот етказиб беришлар занжирида муҳим бўғин ҳисобланади. Интерактив ва рақамли маркетинг технологияларидан фойдаланиш натижасида маҳсулотлар етказиб беришлар занжирида умумий харажатларни 60 % гача, заҳиралар даражасини 60 % гача, ишлаб чиқариш ва етказиб беришлар вақтини 50 % гача пасайтириш, етказиб беришлар аниқлигини 60 % гача ошириш, қувватлардан фойдаланишни 20 % гача яхшилаш, қийматни яратиш жараёнини оптималлаштириш ва улгуржи харидлар ҳамда сотиш соҳасида транзакция харажатларни камайтириш ҳисобига фойдани 30 % гача ошириш, маҳсулот сифатини 30 % гача ошириш, реакция кўрсатиш тезлиги ва етказиб беришлар занжирларининг қайишқоқлигини ошириш ҳисобига товар айланмаси ва бозордаги улушни 55 % гача ошириш мумкинлиги аниқланган[1].

Интерактив маркетинг улгуржи савдо харидорлари билан тўғридан-тўғри икки томонлама алоқа каналларидан фойдаланадиган маркетинг стратегиясидир. Сўнги ўн йилда деярли фақат on-line тарзда “улгуржи савдо-ишлаб чиқарувчи” ва “улгуржи савдо-чакана савдо” тизимида электрон почта, ижтимоий медиа ва блоглар орқали олди-сотди муносабатлари амалга оширилмоқда. Анъанавий маркетингдан фарқли ўлароқ, интерактив маркетинг улгуржи савдо ва унинг харидорлари ўртасида икки томонлама алоқани яратади. Интерактив маркетингнинг муҳим таркибий қисми рақамли маркетинг ҳисобланади. Рақамли маркетинг – рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда, асосан, интернет тармоғида улгуржи савдо битимларини тузиш, улгуржи харид буюртмаларини қайта ишлаш, заҳиралар ҳажмини бошқариб бориш, маҳсулот етказиб бериш, сотувдан кейинги сервис мобил телефонлар, e-mail маркетинг, SMS, тезкор қидирув қурилмаси, дисплей реклама ва бошқа рақамли воситалар орқали амалга оширилади.

Улгуржи савдо фаолиятида анъанавий маркетинг истеъмолчилар эътиборини жалб қилган ҳолда маҳсулот ва хизматларни сотиш учун амалга ошириладиган маркетинг тадқиқотлари ва реклама жараёнидир. Рақамли маркетинг улгуржи харидорлар билан мустаҳкам алоқа ўрнатиш, харидорларни сафини кенгайтириш мақсадида интеграцион, мақсадли ва самарадор алоқани яратиш учун рақамли воситалардан фойдаланади. У рақамли медиада мавжуд бўлган барча медиа воситаларидан принтер, телевизор, мобил ва радиолардан фойдаланиб истеъмолчиларга маълумот

[1] Иванов Д.А. Управление цепями поставок – Санкт-Петербург, 2009. Стр. 9-10

етказиб беради.

Улгуржи савдо хизматларини ривожлантиришда интерактив ва рақамли маркетинг технологияларидан фойдаланиш қуйидагиларга эришишни таъминлайди:

- мавжуд бозорда сотиш ҳажмини кўпайтириш имкониятини яратади;
- янги бозорларга чиқишнинг ички имкониятларини оширади;
- янги сотув каналларини лойиҳалаштириш, ишлаб чиқиш ва яратиш самарадорлигини оширади;
- товар номенклатураси ва ассортиментини кенгайтириш, янгилашни жадаллаштиради;
- товар-моддий ресурслар заҳираси ва уларга сарфланадиган айланма капитал ҳажмини камайтириш;
- товар-моддий ресурсларни етказиб беришга тайёрлик даражасини ошириш;
- буюртмани бажариш вақтини камайтириш ва унинг сифатини ошириш;
- маҳсулот таннархи, транспорт харажатлари, транзакция харажатлари, қўл меҳнати харажатларини пасайтириш;
- айланма капитал айланувчанлигини тезлатириш;
- моддий ресурслар оқимларини оптималлаштириш;
- харидорларга комплекс хизматлар кўрсатиш сифатини оширади;
- товар-моддий ресурслар ҳаракатини бошқариш жараёнида етказиб бериш занжирининг барча бўғинлари фаолиятини мувофиқлаштириш.

Улгуржи савдо хизматларини ривожлантиришда интерактив ва рақамли маркетинг технологияларидан фойдаланиш, улгуржи савдо самарадорлигини ошириш учун таклиф ва тавсияларимиз қуйидагилардан иборат:

1. Улгуржи савдода товар заҳираларини самарали бошқариш, сақлаш ва етказиб бериш тизимида ахборот технологияларининг 3PL ва 4PL провайдерлик хизматларини жорий этиш.

2. Улгуржи савдонинг маҳсулот етказиб бериш “улгуржи савдо-ишлаб чиқариш” ва “улгуржи савдо-чакана савдо” занжирларидаги товар ҳаракати ривожланишини прогнозлашнинг “on-line” режимида “мижоз талабини аниқ муддатда, керакли ҳажмда ва талаб этилган сифат даражасида қондириш” моделини такомиллаштириш.

3. Улгуржи савдо хизматлари рақобатбардошлиги ва самарадорлигини таъминлаш учун интерактив ва рақамли маркетинг стратегияларини амалга оширишда франчайзинг, инсорсинг ва аутсорсинг инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланиш.

4. JIT (just in time) «ўз вақтида», MRP (material requirements planning) моддий ресурсларни режалаштириш ва MRP II (manufacturing resource planning) ишлаб чиқариш ресурсларини режалаштириш ва тақсимотини ташкил этиш концепциясини интерактив ва рақамли маркетинг технологиялари асосида улгуржи савдо фаолиятига мувофиқлаштириш механизмини ишлаб чиқиш.

M.E.Ahtamova –SamISI, “Menejment” kafedrasi assistenti
Ch. Shamsiddinova – SamISI, mn-119 guruh talabasi

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA MENEJMENTNING O‘RNI

Annotatsiya. Maqola raqamli iqtisodiyotdan keng ko‘lamda foydalanishning ustuvorligi va shu asnoda mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni yo‘lga qoyishdagi bazi bir to‘siqlar, ularni hal etish yo‘llari ko‘rib chiqiladi. Bundan tashqari maqolada raqamli iqtisodiyotning menejment sohasidagi o‘rni va ahamiyati haqida so‘z boradi.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, raqamli texnologiyalar, mobil sog‘liq, oflayn-kompaniyalar, internet bozor, monopoliya, telekommunikatsiya, raqamli bitimlar.

Аннотация. В статье рассматриваются преимущества более широкого использования цифровой экономики, а также некоторые препятствия на пути внедрения цифровой экономики в нашей стране и их решения. В статье также обсуждаются роль и значение цифрового управления экономикой.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые технологии, мобильное здравоохранение, офлайновые компании, интернет-рынок, монополия, телекоммуникации, цифровые транзакции.

Abstract:. The article discusses the advantages of the wider use of the digital economy, as well as some obstacles to the implementation of the digital economy in our country and their solutions. The article also discusses the role and importance of digital economic management.

Keywords: digital economy, digital technologies, mobile healthcare, offline companies, online market, monopoly, telecommunications, digital transactions.

Raqamli texnologiyalar tez suratda bizning hayotimizga kirib kelmoqda. Hozirda barcha sohalarda axborot texnologiyalardan keng ko‘lamda foydalanilmoqda va bu bizga ko‘pgina qulayliklarni yaratib berayotganligiga guvohmiz. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga Murojaatnomasida raqamli iqtisodiyotning taraqqiyotga erishishda rolining naqadar muhim ekanligini takidladilar:”Taraqqiyotga erishish uchun raqamli bilimlar va zamonaviy axborot texnologiyalarini egallashimiz zarur va shart. Zero, bugun dunyoda barcha sohalarga axborot texnologiyalari chuqur kirib bormoqda.” Shu bois muhtaram Prezidentimiz Shavkat Miromonovich Mirziyayev 2020-yilga “Ilm, ma’rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili” deb nom berdilar. Bu bejizga emas albatta. Sababi ko‘pgina rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotining barcha sohalarini raqamli texnologiyalar asosida yo‘lga qo‘ygan. Masalan Yaponiya, AQSH, Avstraliya, Kanada, Ispaniya kabi mamlakatlar sog‘liqni saqlash tizimida raqamli texnalogiyalardan foydalanishadilar. Bunda elektron sog‘liq qaydnomasi yo‘lga qo‘yilgan bo‘lib, u aholi sog‘ligini saqlashda klinik menejment samaradorligini oshirishda muhim imkoniyatlarga ega. Shunga ko‘ra mobil sog‘liq (Mobile Health) AKTga asoslangan sog‘liqni saqlash tizimining tez o‘sib boruvchi,

muhim segmenti hisoblanadi. 2015-yilda Jahon Sog‘liqni Saqlash tashkilotining 125ta mamlakatda o‘tkazilgan so‘rovnomasida ushbu mamlakatlar hukumatlarining 80%i mobil sog‘liq dasturlariga homiylik qilayotgani oydinlashgan. Bu borada shuni ham takidlash kerakki, raqamli iqtisodiyoti rivojlangan davlatlar yoki “Raqamli” davlatlar hozirgi kunda Norvegiya, Shetsiya va Shetsariya deb hisoblansa, kuchli o‘ntalikka AQSh, Buyuk Britaniya, Daniya, Finlandiya, Singapur, Janubiy Koreya va Gangkong kiradi. Dunyo mamlakatlari kabi O‘zbekistonda ham asta sekinlik bilan raqamli iqtisodiyot rivojlanayotganini ko‘rishimiz mumkin. Hozigi kunda uydan chiqmasdan gadjetlar orqali oziq-ovqat buyurtma qilishimiz yoki biror nima sotib olishimiz mumkin. Ammo shuni ham aytib o‘tish kerakki, bu sohaning ya’ni raqamli iqtisodiyotning O‘zbekistonda rivojlanishi ancha sust. Bunga esa bir nechta sabablarni keltirib o‘tish mumkin:

- Ko‘plab sohalarda manapoliyaning mavjutligi;
- Internet tezligining pastligi va sifatsizligi;
- Bu borada malakali kadrlarning kamligi;
- Axborot texnologiyalari xavfsizligi yaxshi emasligi va boshqalar.

Bundan tashqari raqamli iqtisodiyotning menejment sohasida qo‘llanishi muhim ahamiyat kasb etadi. Kichik biznes boshqoruvida bo‘ladimi, kata kampaniya boshqaruvida bo‘ladimi raqamli texnalogiyalardan keng ko‘lamda foydalanish uning o‘sishiga va kelajakda yuqori foyda ko‘rishiga olib keladi. Sababi internet bozorlarda faoliyat olib borayotgan kompaniyalarning oflayn-kompaniyalarga nisbatan o‘sish ko‘rsatkichlari jadal yuqorilab bormoqda. Hozirda qarib ko‘pchilikda uyali aloqalar mavjud. Shu sababli ham ko‘plab kompaniyalar o‘z mahsulotlarini internet orqali reklama qilmoqdalar va bu yaxshigina natijalar ko‘rsatayotganini ko‘rishimiz mumkin. Ular shu orqali ko‘plab istemolchilarning e’tiborlarini tezda qaratishmoqdalar. Bu esa mijozlarning ko‘payishi va kompaniyaning foydasini oshirishiga olib kelyapti.

Xulosa qilib aytadigan bo‘lsam raqamli iqtisodiyotning jamiyatimiz taraqqiyotga erishish yo‘lidagi o‘rni beqiyos. Davlatimizning raqamli iqtisodiyotga erishish yo‘lidagi eng muhim qadami ko‘plab sohalardagi manapoliyani yo‘q qilishdan boshlanishi kerak. Bunda telekommunikatsiya sohasini liberallashtirish bizga ya’ni O‘zbekiston fuqarolariga xavfsiz va arzon internet xizmatlarini taqdim etish va raqamli iqtisodiyotdan foydalanish imkoniyatini beradi. Menejment sohasida raqamli bitimlar olib borish korxonada ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarga sezilarli darajada ta’sir ko‘rsatadi. Raqamli iqtisodiyot korxonaning raqobatbardoshligini saqlashda va oshirishda muhim omil hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yhati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil uchun Oliy Majlisga Murojaatnomasi.
2. “Развитие менеджмента в условиях перехода к цифровой экономике”, Пермь2017.
3. “Menejment” , N.K.Yo‘ldoshev, G.E.Zaxidon; 2018-yil.
4. Lex.uz sayti.
5. Ziyonet.uz sayti.

Urazov S.Sh., SamISI “Menejment” kafedrasi assistenti
Turdimurodov Z.T., Radjabov A.T., SamISI BI-118 guruh talabalari

INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA KORXONALARNI BOSHQARISHDA MOTIVLASHTIRISHNING O‘ZIGA XOS O‘RNI

Annotatsiya: Mazkur maqolada innovatsion iqtisodiyot sharoitida korxonalarni boshqarishda motivlashtirishning o‘ziga xos xususiyatlari yoritib berilgan. Bundan tashqari korxonalarni boshqarishda va xodimlar bilan ishlashda motivlashtirish nazariyalari amaliy jihatdan tahlil etilgan.

Kalit so‘zlar: Innovatsion iqtisodiyot, motiv, motivlashtirish, X,Y nazariyasi, ehtiyojlar nazariyasi,

Аннотация: Данной статье раскрыта свойственная особенность в управлении предприятий в условиях инновационной экономики. Более того сделан практический анализ о теориях мотивации работы со сотрудниками и в управлении предприятий.

Ключевые слова: Инновационная экономика, мотив, мотивация, теория X,Y теория потребности.

Abstract: In the article discloses about the role of motivation in the management of enterprises the context of an innovative economy. Besides, motivation theories in the management of enterprises and working with staff was analyzed in practical terms.

Keywords: Innovatve economy, motivation, X,Y theories, theories of needs.

Hammaga kundek ravshanki muxtaram prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyev hozirgi kunda avvalgidek shiddatli ya’ni innovatsion iqtisodiyot sharoitiga o‘tishimiz va ushbu shariotda to‘la-to‘kis va maksimal samara va minimal yo‘qotishlar bilan harakatlanishsimiz tarafdoridirlar. Biz yoshlarning iqtisodiyotimiz rivojlanishi va yangiliklarga boy bo‘lishidagi o‘rnimiz yoki boshqacha qilib aytganda rolimiz “Asosiy” hisoblanadi. Shu o‘rinda bilishimiz kerakki innovatsiya o‘zi nima? Innovatsiya-ilmiy tadqiqot, tajriba-konstruktorlik va texnologik ishlarning natijasida jamiyat ehtiyojlari va yoki takomillashtirilgan mahsulot (tovar, ish, xizmat va boshqalar), ishlab chiqarish jarayoni, yangi marketing usuli, yangi ish o‘rinlari yoki tashqi aloqalar hisoblanadi. Prezidentimiz innovatsiya to‘g‘risida quyidagicha fikr bildirganlar: “Zamon shiddat bilan rivojlanib borayotgan hozirgi davrda kim yutadi? Yangi fikr, yangi g‘oyaga, innovatsiyaga tayangan davlat yutadi”. Prezidentimiz yangilik yaratishga, innovatsiyani qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan bu fikrlarini tasdig‘i sifatida O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 721-son 11-sentabr 2018-yildagi “Innovatsion faoliyatni yanada qo‘llab quvvatlash chora tadbirlari to‘g‘risida” qarori misol bo‘la oladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida rivojlanishning bosqichma-bosqich o‘tish davrida davlatning ilmiy-texnika siyosati mohiyati shundan iboratki, u respublika ichki talabini tez qondiradigan, jahon bozorida raqobatbardosh bo‘la oladigan, iqtisodiyot tarmog‘larini tubdan yangilanishiga imkon beradigan ilmiy va texnologik tadqiqotlarga ko‘maklashishdan iboratdir. O‘zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti I.A.Karimov “O‘zbekiston XXI asr

bo‘sag‘asida xavfsizlikka tahdid, barqarorlik shartlari va taraqqiyot kafolatlari” kitobida “O‘zbekiston innovatsion rivojlanish turining hozirgi zamon modeliga o‘tish uchun hamma sharoitlarga ega. Bu model vujudga keltirilgan ilimiy – texnikaviy salohiyatdan keng va samarali foydalanishga, fundamental va amaliy fanning yutuqlarini, chuqur ilm talab qiladigan texnologiyalarni amaliyotga keng joriy etishga, yuqori malakali, iqtidorli ilmiy kadrlar sonini ko‘paytirishga asoslanadi” deb ta’kidlagan edi. Darhaqiqat biz bunday iqtisodiyot shoritiga o‘tib boshlar ekanmiz xodimlar bilan ishlash ya’ni boshqaruvning sifati juda katta ahamiyatga ega, Biz shu o‘rinda motivlashtirish haqida aytib o‘tishimiz kerak. Motivlashtirish o‘zi nima? U qanday holatlarda va qanday xodimlar bilan ishlaganda o‘zining eng yuqori samarasini beradi?

Motivlashtirish-bu o‘zini va boshqalarni tashkilot o‘zining maqsadlariga erishish uchun faoliyatga qo‘zg‘atish jarayonidir.

Motivlashtirish asosan korxona misolida ko‘radigan bo‘lsak ehtiyojlarga tayanib ish ko‘rgan ma’qul. Amerikalik ruhshunos Abraxam Maslou XX asrning 40-yillarida o‘zining ehtiyojlari ustunligi nazariyasini yaratib, kishilar o‘z motivlari jarayonida ehtiyoj va qiziqishning 5 turiga tayanadilar dedi. Uning ehtiyojlar piramidasi quyidagi ko‘rinishga ega:



Birinchi o‘rindagi ehtiyojlar-bu bazis ehtiyojlar, ya'ni yashashni ta'minlash uchun zarur bo‘lgan ehtiyojlar. A. Maslouning fikricha, inson, eng avvalo ana shu bazis ehtiyojlarini qondirish uchun ishlaydi. Bazis ehtiyojlar, ya'ni oziq-ovqatga, kiyim-kechakka, uy-joyga, uyquga bo‘lgan ehtiyoj qondirilsa, boshqa darajadagi ehtiyojlar ham asta-sekin ahamiyat kasb etib boradi. Masalan, xavfsizlikka, ya'ni tinchlik, tartib, himoyaga bo‘lgan ehtiyoj ham birlamchi bosqichdagi ehtiyojning yangi darajasidagi zaruriyatdir. Biron ijtimoiy guruhda bo‘lish, boshqa kishilar bilan aloqaga kirishish ehtiyoji ierarxiyaning uchinchi bo‘g‘iniga kiradi. Bu guruhdagi ehtiyojlarni ijtimoiy ehtiyojlar deb ham yuritiladi. Hurmatga bo‘lgan ehtiyoj ehtiyojlar piramidasini to‘rtinchi bo‘g‘inini tashkil qiladi. Bu ehtiyojlar kishining boshqalar tomonidan tan olinishiga bo‘lgan ehtiyoj, ya'ni mavqe, nufuz,

shon-shuhrat, muvaffaqiyat, diqqat-e'tibor. O‘zligini isbotlash ehtiyoji, ya'ni Maslou ierarxiyasidagi eng yuqori daraja yashirin imkoniyatlarning haqiqatga aylanishi, nimaga erishish mumkin bo‘lsa, shunga erishish. Bu ehtiyojlar shaxsning o‘sishida o‘z aksini topadi. A. Maslou, odamlar-qonmagan ehtiyojlarini qondirishga intiluvchi "ochko‘z maxluq"lardir, degan edi. Birlamchi ehtiyojlar qondirilgach boshqa zaruriyatlar kishilarni yuqori darajadagi ehtiyojlarga qarab harakat qilishga majbur qiladi. Bu ehtiyojlarni qondirish uchun rahbar quyidagi usul va yondoshuvlarni qo‘llashi kerak.

1. "X" (iks) , "Y" (igrek) nazariyasi;
2. kutish nazariyasi;
3. boisiy (gigienik) tozalanish nazariyasi;
4. adolatlilik (haqqoniylik) nazariyasi;
5. ehtiyojlar ustunligi nazariyasi.

Ushbu nazariyalarning hozirgi iqtisodiy sharoitimizga eng maqbuli bu “X”, “Y” nazariyasi hisoblanadi. Ushbu nazariya insoniy munosabatlar maktabi namoyondasi D. Mak-Gregor nazariyasi hisoblanadi.

X (iks) nazariyasiga ko‘ra, na’munaviy yollanma ishga – tabiatan yalqov bo‘lgan kishi, shu sababli u topshirilgan ishdan bo‘yin tovlashga urinadi, unda izattablik, ma’suliyat sezish, fahm-farosat etishmaydi. Bunday holatda xodimni doimo majburlash, nazorat qilish, jazolash va jarima solish qo‘rqitib turish zarur.

Y (igrik) nazariyasi birinchisiga qarama-qarshi: yollanma ishchilar tabiatan faol, ularga tashabbuskorlik va uddaburonlik, o‘z zimmasiga ma’suliyat olish salohiyati xosdir. Bunday holda menejerning vazifasi kishilar o‘z maqsad va manfaatlariga g‘oyat maqbul tarzda erishadigan shart-sharoitni yaratishdan iborat bo‘lgan. Kompaniyaning siyosati va istiqboli esa xodimlarning xulq-atvoriga asoslangan holda tashkil etilishi kerak. Bu nazariyaga muvofiq keluvchi xodimni rag‘batlantirish va unga qulay muhit yaratib berishgani kifoya qiladi.

Xulosa qilib aytganda, umuman bozor iqtisodiyoti sharoitida xususan innovatsion iqtisodiyot sharoitida korxonalarni boshqarish va ijobiy natijalarga erishishda motivlashtirish bevosita ahamiyatga ega. Korxonalarni, shu jumladan xodimlarni boshqarish jarayonida xodimlarning ijodiy imkoniyatlarini, innovatsion g‘oya tashabbuslarni yetarlicha rag‘batlantira olish, sharoitga muvofiq qarorlar qabul qila olish har bir rahbar faoliyatida asosiy me’zon bo‘lib xizmat qiladi.

Boshqaruvning amaliyotida agar xodimlar rag‘batlantirishni to‘g‘ri olib borilishiga ishonmas ekan, ular mehnatning unumdorligini oshirishga harakat qilmaydilar. Bu esa ishlab chiqarishning rivojlanishiga, korxonalar faoliyatining kengayishiga, ayni vaqtda innovatsion iqtisodiyot sharoitining yuzaga kelishi va taraqqiy etishiga to‘sqinlik qiluvchi omillardan biriga aylanishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yhati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 721-son 11-sentabr 2018-yildagi “Innovatsion faoliyatni yanada qo‘llab quvvatlash chora tadbirlari to‘g‘risida” qarori
2. I.A.Karimov “O‘zbekiston XXI asr bo‘sag‘asida xavfsizlikka tahdid, barqarorlik shartlari va taraqqiyot kafolatlari”
3. www.lex.uz

VI ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА МАЛАКАЛИ КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ МУАММОЛАРИ”

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
М.М.Рахмонов – СамИСИ магистранти
М.Б.Абдураззоқов – СамИСИ магистранти

МАРКЕТИНГ СОҲАСИ РИВОЖИДА МАЛАКАЛИ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШ МУАММОЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ЕЧИМЛАРИ

Аннотация: Мақолада маркетинг сохасига мутахассисларни таёрлашда ижтимоий психологиянинг ўрни мухимлигига бўлгуси мутахассисларда коммуникатив билимдонлигини назарий услубларини амалга тадбиқ қила олиши йўл-юриқлари асослаб берилган.

Калит сўзлар: самарали, рақабатбардош, кадрлар, муаммо, тикловчи, тўлдирувчи, яхшиловчи функция, башоратли.

Аннотация: В стате маркетинг спесиалистов значителное место занимает социалная психология при подготовке кадров для сфери услуг. Розвиват и формироват коммуникателност у будуших спесиалистов и умет теоретический стил коммуникации.

Abstract:: The artikle marketing of implementation kommunikative intelligenke of spekialiss in shoving importanke of sokial and psychologikal preparation of kadres in servike sektor.

Ключевые слова: Плодотворный, конкурентоспособный, кадръ, проблема, реконструксия, наполнителъ, восхвслятъ, пророческий.

Keywords: Fruitful, competition, kadrlar, riddle, erect, improving function, propfietic.

2019 йилда мутлақо янгича мазмун ва шаклдаги 4 та Президент мактаби, 3 та Ижод мактаби иш бошлади. Олий таълимни ривожлантириш учун ўтган йили 19 та янги олий ўқув юрти, жумладан, 9 та нуфузли хорижий университетнинг филиали очилди. Етакчи хорижий университетлар билан ҳамкорликда 141 та қўшма таълим дастури бўйича кадрлар тайёрлаш йўлга қўйилди. Олий таълим муассасаларига жами 146 минг 500 нафар ёки 2016 йилга нисбатан 2 баробар кўп талаба ўқишга қабул қилинди.[1]

Айни вақтда Ўзбекистон Республикасида фаолият юритаётган таълим муассасалари зиммасига еркин, мустақил фикр юрита оладиган, тафаккури ва дунёқараши кенг, билимли, шунингдек, мутахассислиги бўйича чуқур билим, юксак малакага ега бўлган кадрлар (мутахассислар)ни тайёрлаб беришдек маъсулиятли ижтимоий вазифа юкланган.[2]

[1] 2020 йилдаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга Мурожаатномаси
[2] Kadrlar tayyorlash milliy dasturi //Oliy ta’lim: me’yoriy hujjatlar to‘plami. – Toshkent: Sharq nashriyot-matbaa aksiyadorlik kompaniyasi Bosh tahririyati. 2010. – 20-bet.

Янги асрда фаолият кўрсатадиган маркетинг соҳасида етакчи мутахассислар қандай бўлмоғи керак? Ушбу саволни ҳам ўз ичига олган тадқиқот натижаларининг таҳлили кўрсатишича, респондентлар назарида савдо ва маркетинг соҳасида замонавий мутахассислар маънавий етук, маърифатли, ҳозирги замон менежмент илмини, янги ахборот-мулоқот технологияларини чуқур егаллаган, ходимлар ва мижозлар кунглига йўл топа оладиган, ўз фикрини равшан баён қила оладиган, мулоқот кўникмаларига, ташкилотчилик, ишбилармонлик қобилиятига ега, ижтимоий психологик билимдон инсон бўлиши зарур. Ижтимоий психологик тадқиқотлар натижалари кўрсатишича, туризм ва сервис соҳасида мутахассислар фаолиятида мулоқот жуда муҳим ўрин тутади. Чунки, улар ўз фаолиятларини асосан мулоқот орқали амалга оширадилар. Одатда мулоқот деганда кишиларнинг ўзаро маълумот, фикр, ҳис-туйғу, кайфиятлар ва ҳоказолар алмашиш асосида бир-бирлари билан нутқли ёки нутқсиз алоқалар ўрнатиш ва ривожлантириш жараёни тушунилади.

Ана шу йўналишда олиб борилган изланишлар натижасида кадрлар малакасини ошириш тизими учун умумий бўлган асосий тенденсиялар аниқланди ва тизимлаштирилди. Уларнинг асосийлари: тикловчи, тўлдирувчи, янгиловчи ва башоратловчи ҳисобланиб кадрлар малакасини оширишнинг дастурли-мақсадли функсионал асосини ташкил етади.

1. Тикловчи функсия. мутахассис муваффақиятли фаолият кўрсатиши учун назарий-амалий аҳамият касб етган зарур ахборотларни саралашни тақозо етади. Улар ўз вақтида Олий ўқув юртлари аудиторияларида ўзлаштирилган, бироқ кейинчалик қисман унутилган ёки фаолият давомида фойдаланилмай келинади.

2. Тўлдирувчи функсия мутахассис фаолиятида асқотадиган, бироқ объектив ва субъектив сабабларига кўра олий ўқув юртларида ўрганилмай қолган ахборотларни тизимлаштиришни кўзда тутади.

3. Янгиловчи функсиянинг тамоман янги ахборотларни ўрганишни ва умумлаштиришни талаб етади. У ескириб қолган стереотип фикрлашни ва ишлаш методларини йўқотишга, янги технологияларни ўзлаштиришга қаратилган.

4. Башоратловчи функсия фанга тегишли маълум ҳодисаларни уларнинг сонли назариялари асосида тушунтириш, асосий жараёнларни моделлаштириш, қонун ва хусусиятларини аналитик тасаввурлаш, ҳодисаларнинг кечиш муддат ва сонини олдиндан айтиб бериш имкониятлари мавжуд бўлган ахборотларни тўплашга имкон беради.

Маркетинг соҳасида мутахассислар кишилар билан оқилона ва усталик билан мулоқотда, муомалада бўла олиши, уларнинг иш фаолиятида муваффақиятга еришишиинг енг муҳим омилларидан биридир. Бу соҳанинг етук мутахассиси Дейл Карнеги фикрича, кишиларнинг ўз иш фаолиятидаги ютуқлари ўн беш фоизлари унинг касбий билим ва

кўникмаларига боғлиқ, бўлса, саксон беш фоизи унинг одамлар билан муамолада бўла олиш қобилиятига боғлиқ.[1].

Демак, маркетинг соҳасида юқори малакали, рақоботбардош мутахассисларни тайёрлаш, келгусида улар фаолиятининг самарадорлигини таъминлаш уларда мулоқот кўникмаларини, қолаверса ижтимоий психологик билимдонликни шакллантириш тақазо этади. Ижтимоий психологик билимдонлик тушунчаси одамлар кўнглига йўл топа олиш, ўзининг нотиқлик саънати, мулоқот кўникмалари билан ходимлар, мижозларга самарали таъсир ета олиш ва мақсад сари йўналтира олиши, самарали музокаралар олиб бориш, юқори муомала маданиятига эгалиги каби ҳислатларини ўзида мужассам этади.

Иш мулоқоти жараёни дастлабки қарашда содда туйилади. Аслида иш мулоқоти жараёни жуда мураккаб, кўп қиррали жараёндир. Одатда мулоқотнинг учта томонини ажратиш мумкин. Мулоқот жараёнида кишилар узаро маълумот алмашадилар, бир-бирларига маълум таъсир курсатадилар ва бир-бирларини идрок қилишади. Шунингдек, иш мулоқотида ҳам узвий боғлиқ учта таркибий қисм бор. Улар қуйидагилар:

- доимий мулоқотда бўладиган ходимлар, мижозларнинг руҳий хусусиятлари хақида маълумотга ега бўлиш;
- кишиларнинг ташқи қиёфаси, туриши, қараши, хатти- ҳаракатининг бошқа жиҳатларига қараб ички руҳий кечинмалари истак хоҳишларини била олиш;
- ходимлар, мижозлар билан мақсадга мувофиқ, муносабат ўрнатиш;
- самарали мақсадли таъсир кўрсатиш.

Ижтимоий психологик тренинг воситасида маркетинг соҳасида мутахассислар, педагоглар, юристлар, врачлар, таржимонлар, раҳбар ходимларда самарали мулоқот, муомала кўникмаларини, шахслараро муносабатларда сезгирликни, коммуникатив билимдонлик ва етукликни шакллантириш мумкин.

Хорижда психотренингнинг бир нечта турлари бор. Америкалик таниқли психолог Кеел Рудестам "Т-гурух" яъни тренинг гурухининг фойдаланиш мақсади бўйича 3 та типини ажратади:

1) ташкилотчилик фаолияти самарадорлигини ошириш учун зарур кўникмаларни шакллантиришга йўналган тренинг гурухи:

2) шахслараро муносабатларини шакллантиришга ва кичик гурухлардаги психологик жараёнларни ўрганишга йўналган:

3) сензитивлик тренинги-шахслараро муносабатда сезгирликни оширишга, шахсни ривожлантиришга йўналган:

Бу соҳадаги адабиётлар таҳлили бўйича ва тажрибали мутахассислар фикрича, педагогика, психология фанларини ўқитишда тренинг елементларидан фойдаланиш, рахбар ходимлар, психолог- педагоглар, туризм соҳасининг мутахассисларида мулоқот кўникмаларини

[1] Karnegi.D. Kak priobretayut druzey i okazivayut vliyanie na lyudey – Kiev,1989. – S. 11.

шакллантириш ва ривожлантиришда уларга ижтимоий психология бўйича чуқурроқ, билимлар бериш, ижтимоий психологик тренинг, видеотренинглардан фойдаланиш юқори самаралар беради.

Бизнинг назаримизда маркетинг соҳасида мутахассисларни педагогларни, пахбар ходимларни, таржимонлар, сайёҳлик гурухлари бошқарувчиларини тайёрлашда ижтимоий психология, иш мулоқоти психологияси, ижтимоий психологик тренинг, видеотренинг курслари ўқув режасига киритилиши мақсадга мувофиқ.

Ижтимоий психологик билимдон киши еса бундай ҳолда қулай вазият топиб, у кишининг аввал яхши, ижобий фазилатларини таъкидлаб, кейингина конкрет ўзгартириш мумкин ва лозим бўлган хулқ-атвор хусусиятини кўрсатиши ва уни ўзгартиришга у кишида имконият ва қобилият мавжудлигини таъкидлайди. Чунки фақат шу услуб билангина бошқа кишига таъсир қилиш мумкин.

Хулоса қилиб айтганда, маркетинг соҳасида булғуси мутахассисларни тайёрлашда ижтимоий психологик ва коммуникатив билимдонликни шакллантириш услубларини ўрганиш, яратиш ва амалиётга татбиқ, қилиш муҳим аҳамият касб етади.

Фойдаланилган адабиётлар ро`йхати:

1. 2020 йилдаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга Мурожаатномаси
2. Kadrlar tayyorlash milliy dasturi //Oliy ta’lim: me’yoriy hujjatlar to‘plami. – Toshkent: Sharq nashriyot-matbaa aksiyadorlik kompaniyasi Bosh tahririyati. 2010. – 20-bet.
3. Karnegi.D. Kak priobretayut druzey i okazivayut vliyanie na lyudey – Kiev,1989. – S. 11.

З.Д. Адилова – ТДИУ ҳузуридаги “Ўзбекистон иқтисодиётини ривожлантиришнинг илмий асослари ва муаммолари” илмий-тадқиқот марказининг “Фан ва таьлим интеграцияси” секторининг мудири, И.ф.д., проф.

К.А. Гулмуродов – ТДИУ ҳузуридаги “Ўзбекистон иқтисодиётини ривожлантиришнинг илмий асослари ва муаммолари” илмий-тадқиқот марказининг “Фан ва таьлим интеграцияси” секторининг кичик илмий ходими

МЕҲНАТ БОЗОРИ ШАРОИТИДА КАДРЛАРНИНГ ИННОВАЦИОН САЛОҲИЯТИНИ ОШИРИШ

Аннотация: Ушбу мақолада Инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида меҳнат бозорини ривожлантириш, бу борада инновацион салоҳиятни ривожлантириш масалалари кўрилган.

Калит сўзлар: миллий иқтисодиёт, рақамли иқтисодиёт, меҳнат бозори, рақобатбардошлик, инновация, инновацион салоҳият, инновацион бозор.

Аннотация: В данной статье рассматривается развитие рынка труда в условиях инновационной и цифровой экономики, развитие инновационного потенциала в этой связи.

Ключевые слова: национальная экономика, цифровая экономика, рынок труда, конкурентоспособность, инновации, инновационный потенциал, рынок инноваций.

Abstract: This article discusses the development of the labor market in the conditions of innovation and the digital economy, the development of innovative potential in this regard

Key words: national economy, digital economy, labor market, competitiveness, innovation, innovation potential, innovation market.

Миллий иқтисодиётни ҳар томонлама ривожлантиришда инновацион жараёнларни самарали бошқариш инновацион фаолиятнинг муҳим жиҳатларидан ҳисобланади. Шу боис, саноат корхоналаридаги мавжуд моддий-техник базани янгилаш, ишлаб чиқариш объектларини ривожлантириш, янги фаолият турларини ўзлаштириш, илмий ҳажмдор маҳсулотлар ишлаб чиқариш, корхоналарда инновацион муҳитни яратиш, инновацион ишлаб чиқаришни рағбатлантириш инновацион жараёнларни стратегик бошқаришнинг асосий вазифаларидан бири ҳисобланади.

Бугунги шароитда корхоналарнинг узоқ муддатли муваффақияти ва рақобатдош устунлиги инсонга аҳамият беришга боғлиқ, чунки инсон ресурсларидан ташқари корхоналарга тегишли бўлган кўплаб манбаларга тақлид қилиш мумкин[1].

Сўнгги пайтларда фундаментал ва амалий тадқиқотлар билан шуғулланаётган тадқиқотчилар, мутахассислар ҳамда олимларнинг илмий тадқиқотларида “инновация”, “инноватика”, “инновацион фаолият”, “иннова-ционмуҳит”, “инновацион жараёнлар”, “инновацион салоҳият”, “миллий инновация тизими”, “инновацион маҳсулот”, “инновацион ишлаб чиқариш”, “инновацион ҳудуд” каби атамаларга кўпроқ урғу берила бошланди.

Инновацион салоҳият тушунчаси иқтисодиёт фанида XX асрнинг сўнгги йилларида пайдо бўлган. “Инновацион салоҳият” мамлакатнинг техника ва технологияси янгиланиши, унда фан-техника ривожланиши даражасини, диверсификация сиёсатининг кучайишини англатади. “Инновацион салоҳият” – ўз ичига иннвацион фаолиятни амалга ошириш учун зарур бўлган моддий, молиявий ақлий, ахборот, фан-техника ресурсларни олувчи турли хилдаги мажмуадир. Баъзи иқтисодчи олимлар инновацион салоҳиятни иқтисодий салоҳиятдан юқори қўйишади. Бунда улар фан-техника даражасига кўпроқ эътибор қаратдилар[2].

Инновацион салоҳият тушунчаси кенг маънони англатиб, мамлакатда фан, иқтисодиёт, технология, тиббиёт, таълим ва бошқа соҳаларда рўй бераётган ўзгаришлар ва янгиликларни ифодалайди. Инновацион

[1] Banu Ozkeser “Impact of training on employee motivation in human resources management”, “3rd World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship (WOCTINE)” Procedia Computer Science 158 (2019) 802–810 pages.

[2] Қорабоев Шухратжон Ахмаджонович, НамМПИ катта ўқитувчиси, Бабаева Наргиза Музаффаровна, Қўқон давлат Педегогика институти доценти, и.ф.н., “Инновация ва инновацион салоҳият тушунчаларининг моҳияти ва мазмуни” Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар илмий электрон журнали. № 3, май-июнь, 2017 йил

салоҳиятнинг ошиши, ўз навбатида, инновацион фаолият ва унинг самарали ташкил этилганлигига боғлиқдир. Инновация тизимини уч хил даражада ўрганиш мумкин. Микродаражада, бунда яхшиланиб борувчи инновациялар асосида доимий равишда маҳсулотлар ва уларнинг параметрлари янгиланиб туриши юз беради. Мезодаражада, техниканинг янги авлодлари алмашинуви, ўрта муддатли иқтисодий даврлар асосини ташкил этган асосий фондлар фаол қисмининг янгиланиши юз беради.

Ва ниҳоят, макродаража, муҳим таянч инновациялар асосида технология ўзаро боғланган ишлаб чиқаришлар мажмуи сифатида етакчи технологик босқичлар алмашинувининг жадаллашуви. У тахминан эллик йилда бир маротаба юз беради.

Инновацион салоҳиятни оширишда инновацион лойиҳаларни тузиш ва ишлаб чиқиш муҳим ўрин эгаллайди. Чунки, инновацион лойиҳалар амалга оширилаётган янгиликларнинг самарадорлигини аниқлайди. Амалиётда инновацион лойиҳаларнинг фойдалилиги унинг рентабеллиги билан баҳоланади. Инновацион лойиҳалар рентабеллик коэффициенти даражаси бирдан паст бўлса ундай лойиҳаларни тўхтатиб қўйиш керак.

Инновацион салоҳият бўйича хориж тажрибаси тўғрисида гапирилса, бунда АҚШ, Швейцария, Германия, Буюк Британия, Франция, Хитой, Жанубий Корея, Япония давлатлари рейтингда юқори ўринларни эгаллайди. Айтиб ўтиш лозимки, ушбу давлатларда инновация ва янги технология ишланмалари учун мамлакат ЯИМдан йилига ўртача 2,5-4,0 фоиз атрофида маблағлар ажратилган[1]. Айниқса, инновацион фаолият борасида интеграцион алоқалар ҳам ривожланган.

Инновацион салоҳият ишланмаларнинг самарадорлиги ишлаб чиқилаётган ва жорий этилаётган янгиликларга сарфланган харажатлар билан баҳоланади. Инновация соҳасида қарор топадиган бозор муносабатлари мажмуасининг бевосита ифодаси – инновациялар бозоридир. Инновациялар бозори деганда, инновацияларни яратиш, ўзлаштириш, трансферлаш ва тижоратлаштириш жараёни тушунилади. Унинг самарали фаолият кўрсатиши бозор инфратузилмасининг яхши шаклланганлиги билан боғлиқ бўлади. Шу сабабли бозор инфратузилмаси инновацион янгиликларни трансфер ва тижоратлаш масалаларига тўла жавоб бериши лозим. Ҳозирги бозор механизми, инновацион салоҳият билан шуғулланувчилар ва фаолият натижалари истеъмолчиларининг рақобатлашуви ва иқтисодий тенглиги учун шароит яратилиши керак.

Давлат инновациялар бозорида барча истеъмолчилар билан тенг равишда шерик сифатида чиқиши зарур, чунки инновацион фаолиятни қўллаб-қувватлашнинг дастурий-мақсадли, имтиёзлар сиёсати, молиявий кафолатлар каби механизмлари ишлаб чиқилади.

Инновациялар бозори учун хос бўлган асосий хусусиятларга

[1]Равшан Нуримдетов и.ф.д, проф. “Инновацион салоҳият – замонавий иқтисодиётни ривожлантириш пойдевори” 18.05.2017. Бизнес даилӣ электрон журнали.

қуйидагиларни киритиш мумкин[1]:

– инновациялар бозорида интеллектуал мулк (янги технология, патентлар, лицензиялар, дастурий таъминот) сотиш шакли бўлган турли товарлар гуруҳида айланиб юради;

– инновациялар бозорида товарлардан кўп маротаба фойдаланиш мумкин (масалан, махсус бўлмаган лицензияга эга ихтиро турли тармоқларда қўлланилиши мумкин);

– инновациялар нархи фақат уни яратишга сарфланган харажатларнинг миқдори билан эмас, балки унинг истеъмол қиймати ва инновацияларга бўлган талаб билан ҳам белгиланади;

– инновацион салоҳиятни оширишда замонавий бозорнинг шаклланишида бир қатор корхоналарнинг мамлакат ичида ҳам, жаҳон бозорларида ҳам технологик трансфери рўй бериши мумкин.

Инновациялар трансферининг энг ривожланган шаклларидан бири сифатида технологиялар трансфери ишлаб чиқаришнинг технологик даражасини оширишда, миллий иқтисодиётни жаҳон ҳўжалигига интеграциялашувини чуқурлаштиришда муҳим аҳамият касб этади. Шунга боғлиқ равишда инновация сиёсати доирасида технологияларнинг халқаро трансферини тартибга солиш ва қўллаб-қувватлашнинг давлат механизмларини ривожлантиришни талаб қилади.

Бугунги кунда нафақат инновацион лойиҳалар, балки инновацион дастурларни мамлакатимиз ҳаётида амалга ошириш муҳим масалалардан биридир. Бу борада 2017–2021 йилларга мўлжалланган 12 та ижтимоий ва инфратузилма дастурларини амалга ошириш белгиланган[2]. Бу дастурда транспорт ва савдо хизматини яхшилаш, ичимлик сув таъминоти, йўлларни тузатиш ва тўғрилаш, бошқа тадбирлар амалга оширилиши кўзда тутилган.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёев томонидан таклиф этилган 2017–2021 йилларда мамлакатимизни янада ривожлантиришнинг Ҳаракат стратегиясида: “Принципиал жиҳатдан янги маҳсулот ва технология турларини ўзлаштириш, шу асосда ички ва ташқи бозорларда миллий товарларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш” муҳимлиги таъкидланган. Бу мамлакатимизда инновацион салоҳиятни оширишга қаратилган чоралардан биридир.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, таълим тизимида инновацион салоҳиятни ривожлантиришда талабалар, педагоглар, олимлар, академикларнинг ҳамкорликдаги фаолиятни ҳамда яратилган шарт-шароитлар янада кенгайтириш мақсадга мувофиқ бўлар эди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ш.М.Мирзиёев “2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси” 2017 йил 7 февраль, ПФ-4947-сон

[1] Равшан Нуримдетов и.ф.д, проф. “Инновацион салоҳият – замонавий иқтисодиётни ривожлантириш пойдевори” 18.05.2017. Бизнес даилй электрон журнали.

[2] Ш.М.Мирзиёев “2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси” 2017 йил 7 февраль, ПФ-4947-сон

2. Banu Ozkeser “Impact of training on employee motivation in human resources management”, “3rd World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship (WOCTINE)” Procedia Computer Science 158 (2019) 802–810 pages

3. Қорабоев Шухратжон Ахмаджонович, НамМПИ катта ўқитувчиси, Бабаева Наргиза Музаффаровна, Қўқон давлат Педегогика институти доценти, и.ф.н., “Инновация ва инновацион салоҳият тушунчаларининг моҳияти ва мазмуни” Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар илмий электрон журнали. № 3, май-июнь, 2017 йил

4. Равшан Нуримдетов и.ф.д, проф. “Инновацион салоҳият – замонавий иқтисодиётни ривожлантириш пойдевори” 18.05.2017. Бизнес даилй электрон журнали.

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
С.Бабаназарова – СамИСИ ассистенти,
Ҳ.Н.Очилова – СамИСИ, ММН-119 гуруҳ магистранти

ОЛИЙ ТАЪЛИМ ТИЗИМИНИ БОШҚАРИШ МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ БЎЙИЧА ТАВСИЯЛАР

Аннотация: мақолада олий таълим тизимини бошқариш механизмини такомиллаштириш бўйича тавсиялар ёритилган. Бунда таълим тизимида таълим хизматлари ва тадбиркорликни ривожлантириш, бунинг учун нималарга эътиборни қаратиш бўйича бир қанча тавсиялар берилган. Шунингдек, таълим хизматлари ва тадбиркорликни бошқариш тизимини такомиллаштиришга оид бир қанча илмий-назарий ва амалий тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: таълим, олий таълим, бошқариш, бошқариш механизми, мезон, функционал вазифа.

Аннотация: В статье изложены рекомендации по лучшим жизненным механизмам. Он предоставляет ряд рекомендаций для системы образования для образования и услуг по продвижению бизнеса, а также для обеспечения минимального уровня общения. Кроме того, предоставляются только научные и практические рекомендации по внедрению образовательных услуг и бизнеса.

Ключевые слова: образование, высшее образование, менеджмент, механизм управления, критерии, функциональное задание.

Abstract: The article outlines recommendations for improving the management mechanism of higher education. It provides a number of recommendations for the development of educational services and entrepreneurship in the education system. There are also a number of scientific and theoretical and practical recommendations on how to improve the system of educational services and business management.

Keywords: education, higher education, management, management mechanism, criteria, functional task.

Жамиятимиз тараққиётини таъминлашда энг зарур масалалардан бири бўлган таълим соҳасини ривожлантиришга катта аҳамият берилмоқда. Мазкур масала бўйича Ўзбекистон Республикаси Президентининг қатор қарорлари қабул қилинди. Жумладан, 2017 йил 20 апрелда “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-2909-сон

қарори, 2018 йил 3 февралда “Инвестициявий ва инфратузилмавий лойиҳалар рўйхатини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПҚ-3507-сон қарори, 2018 йил 7 майда «Иқтисодиёт тармоқлари ва соҳаларига инновационларни жорий этиш механизмларини такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги ПҚ-3698-сон қарори, 2019 йил 11 июлда “Олий ва ўрта махсус таълим тизимига бошқарувнинг янги тамойилларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4391-сон қарори, 2019 йил 8 октябрда “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепцияси”ни тасдиқлаш тўғрисидаги ПФ-5847-сонли фармолари қабул қилинди.

Мазкур масала билан Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳам мунатазам шуғулланиб келмоқда. Булардан бири 2018 йил 24 июлда “Самарқанд давлат университети фаолиятини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 571-сонли қарори ва бир қанча соҳага оид “Йўл хариталари”, чора-тадбирлар дастурлари ҳам қабул қилинди. Шунингдек, соҳага оид бир қанча меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тегишли вазирликлар тамонидан ҳам ишлаб чиқилган.

Бугунги кунда таълим соҳасини ривожлантиришнинг асосий йўналишларидан бири таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолиятининг самарадорлигини оширишга қаратилган. Шу туфайли ушбу соҳани тадқиқ қилишга ҳам олимларимиз тамонидан алоҳида аҳамият берилмоқда. Булардан келиб чиқиб, бизнинг тадқиқотларимиз ҳам олий ўқув юртларида таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини ошириш йўлларини такомиллаштиришга қаратилди.

Ҳозирги пайтда мазкур масаланинг долзарблиги янада кучайди. Зеро, Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 24 январда Олий Мажлисга Мурожаатномасида “Мамлакатимизда илм-фанни янада равнақ топтириш, ёшларимизни чуқур билим, юксак маънавият ва маданият эгаси этиб тарбиялаш, рақобатбардош иқтисодиётни шакллантириш борасида бошлаган ишларимизни жадал давом эттириш ва янги, замонавий босқичга кўтариш мақсадида мен юртимизда 2020 йилга **“Илм, маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили”,** деб ном беришни таклиф этаман”[1], деб таъкидлади. Ушгбу масала бўйича жуда катта Давлат дастури ишлаб чиқилмоқда.

Таълим тизимини ривожлантириш бўйича олиб борилган илмий-тадқиқотлар натижасида таълим тизимининг таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолиятининг самарадорлигини оширишга қаратилган бир қанча илмий ва амалий тавсиялар ишлаб чиқдик ва уларни дастурга киритилишининг тарафдоримиз.

Биринчидан, олий таълимга оид бир қанча тушунчаларининг такомил-лашган таърифларини ишлаб чиқишни мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Шу билан биргаликда ҳозирги кунда олий таълимни молиялаштиришнинг

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 24 январда Олий Мажлисга Мурожаатномаси.// “Халқ сўзи” газетаси. 2020 йил 25 январь. 19-сон. 1 бет.

умумий ҳажмида таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолиятидан олинган маблағлар улушининг таркибий қисмини такомиллаштиришга қаратилган тадбирларни қўллаш лозим. Бунда бюджетдан ташқари маблағларнинг улушини ошириб бориш мақсадга мувофиқ бўлар эди.

Иккинчидан, инновацион иқтисодиётни ривожлантириш ва модернизация қилиш шароитида олий таълим тизимида давлат билан бирга хусусий секторнинг ҳам иштирокини таъминлаш зарурати туғилмоқда. Бунда ҳам хусусий секторнинг улушининг ўсиши тенденциясини ошириб бориш мақсадга мувофиқ. Ушбу тадбирлар ўз навбатида, олий таълим тизимида иқтисодий механизмни аста-секинлик билан бозор механизмига айлантиришни тақозо қилади. Бу эса, олий таълим тизимида, тараққаиётнинг муҳим омилларидан бири бўлган, рақобат муҳитининг шаклланишига олиб келади.

Учинчидан, олий таълим тизимида таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини бошқариш механизмини яратиш лозим. Ҳозирча ушбу соҳани бошқаришга унчалик катта аҳамият қаратилган эмас. Таълим тизимининг ўзига хос хусусиятлар ва даражалари бўйича оптимал бошқарув қарорларини қабул қилиш учун кўрсаткичлар тизимини шакллантириш, уларни иқтисодий мазмуни бўйича таснифи амалга ошириш орқали уларни баҳолаш методикаси ишлаб чиқиш ҳам бугунги кунда объектив зарарат эканлигини инобатга олиш лозим.

Тўртинчидан, мамлакатимизда амалга оширилаётган ислоҳотлар доирасида таълим тизимини молиявий таъминлашни тубдан яхшилашга йўналтирилган вазифаларни ижобий ҳал этиш бўйича бир қанча қўшимча равишда тадбирларнибелгилашни тақозо қилади. Булардан бири ва энг муҳими, мамлакат ЯИМ таркибида таълим ва кадрлар тайёрлаш соҳасига йўналтириладиган харажатлар улушини босқичма-босқич ошириб бориш лозимлигидир.

Бешинчидан, кадрлар тайёрлаш бўйича молиялашнинг кўп вариантли тизимини (бюджетдан ва бюджетдан ташқари манбалар ҳисобидан таъминлашни) такомиллаштириб бориш ҳам мақсадга мувофиқ. Чунки бу ўқув юртларида ўзини-ўзи маблағ билан таъминлаш тизимини, айниқса бюджетдан ташқари маблағлар (таълим хизматлари ва тадбиркорлик) ҳисобидан, босқичма-босқич такомиллаштириб боришни таъминлаш имконини беради.

Олтинчидан, эндиликда ёшларнинг олий таълим билан қамровини кенгайтиришга қаратилган сиёсатга мос бўлишини таъминлаш мақсадида таълим соҳасига хусусий, шунингдек, хорижий инвестицияларни жалб этишни рағбатлантириш механизмларини такомиллаштириш мақсадга мувофиқ.

Еттинчидан, ҳозирги рақамли таълимни жорий қилиш баробарида масофавий ўқувни жорий қилиш ҳам катта самара беради. Шу билан бирга мамлакатимиз фуқаролари учун таълим кредитини бериш тартибини ҳам соддалаштириш, кейинчалик уни қайтаришнинг мослашувчан тизимини

яратиш мақсадга мувофиқ. Бунда ҳам рақамли иқтисодиёт тамойилларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ.

Саккизинчидан, узлуксиз таълим ва кадрлар тайёрлаш тизимини моддий жиҳатдан қўллаб-қуватлашда донорлар ва ҳомийларни жалб қилишни кенгайтириш имкониятидан ҳам самарали фойдаланиш лозим. Бунда пуллик таълим хизмати кўрсатиш, тадбиркорлик, консультация, эксперт, ноширлик, ишлаб чиқариш, илмий фаолият ва фаолиятнинг бошқа турлари ҳисобига ўқув юртларининг даромадларини оширишни таъминлаш бўйича тегишли чора-тадбирларни қўллаш ҳам мақсадга мувофиқ.

Тўққизинчидан, олий ўқув юртларида таълим хизматлари сифатини узлуксиз ошириб бориш, унинг моддий-техник базасини ривожлантириш, замонавий техника ва асбоб-ускуналар сотиб олиш заруратидан келиб чиқиб, олий таълимни хусусий шерикчилик тамойили асосида ҳам ривожлантириш учун бюджет маблағлари билан бирга иқтисодиётнинг хусусий секторидан ҳам фойдаланиш, соҳага хусусий инвестицияларни жалб қилиш механизмини такомиллаштиришнинг ҳам истиқболини белгилаш бугунги кунда ўта муҳим масалалар сирасига киради.

Ўнинчидан, мамлакатимизда олий ўқув юртларида таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш асосида соҳада рақобатбардошликни ошириш заруратидан келиб чиқмоқда. Шу туфайли олий ўқув юртларининг рақобатбардошлик тушунчасига аниқлик киритилган ҳолда уларни ифодаловчи кўрсаткичлар тизими ишлаб чиқилиши, уларнинг таснифи ва аниқланиш йўлларини анқ белгилаш лозим.

Ўнбиринчидан, мамлакатимиз олий таълим тизимида таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий омиллари ва улар таснифининг методологик асосларини ҳам ишлаб чиқиш бугунги кунда объектив заруратга айланган. Таълим тизимида таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигининг ўзгаришига таъсир этувчи омилларни аниқлаш, уларнинг таъсирини ҳисоблаш орқали ички имкониятларни ториш ва улардан самарали фойдаланиш бўйича тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш ҳам бугунги кунда ўта долзарб масалалардан биридир.

Ўниккинчидан, ҳозирги рақамли иқтисодиёт имкониятларидан фойдаланган ҳолда таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигининг ўзгаришига таъсир қилувчи омилларнинг олий ўқув юртлари томонидан кўрсатиладиган таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолиятининг самарадорлигини баҳоловчи, уни оширишга хизмат қилувчи моделлари ишлаб чиқиш ҳам мақсадга мувофиқ.

Ўнучинчидан, олий таълим муассасаси фаолиятини ташкил этишга йўналтирилган бошқарув қарорларини қабул қилишнинг турли йўналишлар, хусусан, демографик, ижтимоий ва иқтисодий вазиятлар билан боғлиқ ташқи муҳит омиллари ҳамда кадрлар ва моддий-техник таъминот бўйича ички муҳит омиллари таъсирида шаклланадиган олий таълим тизимини операцион бошқариш жараёнини такомиллаштириш ҳам мақсадга мувофиқ.

Ўнтўртинчидан, таълим хизматлари бозорида олий таълим иштирок этадиган тадбиркорлар соҳага йўналтирилган инвестициялар асосида инсон капитали ривожланишига сарфланган маблағларнинг самарадорлигини таъминлаш муҳим масалалардан биридир. Ушбу ҳолатни амалга оширилса, олий таълимдан кўриладиган ички самара меъёрини баҳолаш методикасини ҳам такомиллаштириш имконияти очилди. Ушбу имкониятдан соҳдаги самарадорликни баҳолаш ва ошириш заруратини туғдиради.

Ўнбешинчидан, мамлакатимиз олий ўқув юртларида таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизимини ишлаб чиқиш ва уларни аниқлаш йўллари кўрсатиб бериш масаласи ҳам долзарб масалалар сирасига киради. Булар олий таълим муассасалари томонидан кўрсатилаётган таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини, нафақат миқдор жиҳатидан, балки сифат нуқтаи назардан баҳолаш, таҳлил қилишга имкон беради.

Ўнолтинчидан, олий таълим дастурларини уларнинг аҳамиятига кўра табақалаштирилиши, олий таълим муассасаларини молиявий таъминлашни ислоҳ қилишнинг асосий йўналишлари ҳамда таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини оширишга йўналтирилган концепцияни шакллантириш бўйича тегишли тавсияларни ҳам ишлаб чиқиб, унинг тадбиғини тизимли равишда назорат қилиб боришни ҳам йўлга қўйиш мақсадга мувофиқ.

Юқорида қайд этилган илмий-назарий ва амалий тавсиялар, истиқболда олий таълим муассасалари томонидан кўрсатилаётган таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини оширишга, олий ўқув юртларининг рақобатбардошлигини мустаҳкамлашга хизмат қилиши бробарида соҳани самарали ривожлантириш имконияти ҳам яратилади.

У. Муртазаев–преподаватель кафедры «Социальных дисциплин» СамИЭС

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ В СФЕРЕ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ И ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: В данной статье даётся пояснение о последовательной интеграции нашей страны в мировую экономику. В связи с чем стоит задача по последовательному повышению уровня и качества подготовки молодых кадров. Это является приоритетным направлением государственной политики Республики Узбекистан по подготовке квалифицированных кадров в сфере услуг в условиях инновационной и цифровой экономике.

Ключевые слова: Глобальные процессы, информационный мир, цифровые телекоммуникации, Развитие социальной сферы, онлайн курсы, цифровая экономика.

Аннотация: Мазкур мақолада бизнинг мамлакатимиз жаҳон иқтисодиётига ўтиш, шундан келиб чиққан ҳолда ёш кадрларни тайёрлаш, сифатини ва унинг

даражасини ошириш. Инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш соҳасида юқори малакали кадрлар тайёрлаш, Ўзбекистон Республикаси давлат сиёсатининг устувор йўналиши ҳақида маълумотлар ёритиб берилган.

Калит сўзлар: Глобал жараён, ахборот олами, рақамли телекоммуникация, ижтимоий соҳани ривожлантириш, онлайин курслар, рақамли иқтисодиёт.

Abstract: This article provides an explanation of the consistent integration of our country into the global economy. In this connection, the task is to consistently increase the level and quality of training of young personnel. This is a priority direction of the state policy of the Republic of Uzbekistan on the training of qualified personnel in the service sector in the conditions of innovative and digital economy.

Keywords: global processes, information world, digital telecommunications, developed social services, online courses, digital economy.

Динамичное развитие высоких технологи, нарастающие вызовы глобализации, последовательная интеграция нашей страны в мировую экономику ставят перед нами задачи по последовательному повышению уровня и качества подготовки молодых кадров. Молодёжь является важнейшим трудовым и экономическим потенциалом общества, от которого зависит его прогрессивное развитие. Достижение благородных целей, стоящих перед народом Узбекистана, будущее страны, её процветание и благоденствие то, какое место оно займёт в мировом сообществе, всё это зависит, прежде всего от нового поколения т.е. физический и духовно зрелого, интеллектуально, богатого, обладающего не только разносторонними знаниями, но и умеющих самостоятельно мыслить, смело смотреть в будущее и способного взять на себя ответственность за судьбу нашей Родины.

В соответствии с этими задачами отвечающими требованиям проводимых в стране демократических в рыночных преобразований осуществлено кардинальное реформирование системы воспитания, образования и подготовки кадров. В настоящие время реформы проводимые в образовательно-воспитательной сфере формирование здорового и гармонично развитого поколения является приоритетным направлением государственной политики Республики Узбекистан. Подтверждением этого является то, что был принят Закон «О государственной молодёжной политики» и постановления непосредственное касающихся жизни молодёжи, был образован Союз молодёжи Узбекистана, что стало большим событием не только в жизни молодого поколения но и всей страны в целом.

С учётом объективной оценки пройдённого пути и накопленного опыта, анализа достигнутых успехов за годы независимости и исходя из требований современности в Узбекистане явилась задача определить важнейшие приоритеты и чёткие ориентиры дальнейшего углубления демократических реформ и ускоренного развития страны. В связи с чем и был разработан проект Указа Президента Республики Узбекистан «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» в котором было предусмотрено утверждение Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах.

Четвертое направление «Развитие социальной сферы» предусматривает развитие сферы образования и науки являются продолжением курса дальнейшего совершенствования системы непрерывного образования, повышения качества и эффективности деятельности образовательных учреждений на основе внедрения международных стандартов обучения и оценки качества преподавания.

Современная цивилизация характеризуется глобальными процессами которые по своим масштабами и значимости является беспрецедентными в истории развития человечества. Мощные изменения которые происходят сегодня во всех сферах жизнедеятельности человека, привели к формированию нового типа цивилизации-глобального информационного мира. Современный мир невозможно представить себе без компьютеров и информационных систем.

Сегодня в нашу жизнь стремительно ворвались цифровая технология. Развитие технологий, вычислительной техники и цифровых телекоммуникаций всё сильнее влияет во все сферы деятельности человека. Мировое сообщество в полной мере осознаёт необходимость интегрироваться в цифровую среду. Согласно результатов научных прогнозов, именно глобализация, информатизация, новые технологии и позволят сформировать тот новый технологический уклад общества.

В Ташкенте в международном конгресс - центре состоялось мероприятие на котором Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев обратился с очередным Посланием к парламенту. Президент отметил что стремление овладевать современными знаниями быть просвещёнными и обладать высокой культурой должно стать для всех на жизненной потребностью. В целях устойчивого развития нужно глубоко, освоить цифровые знания и информационные технологии. В современном мире цифровые технологии играют решающую роль во всех сферах. Формирование цифровой экономики потребует соответствующей инфраструктуры, огромных средств и трудовых ресурсов. Широкое внедрение цифровых технологий способствует эффективности государственного и общественного управления, развитию социальной сферы, одним словом кардинальному улучшению жизни людей. В целях последовательного продолжения и выведения на новый, современный уровень по развитию сферы науки и просвещения, воспитание молодёжи личностями, обладающими глубокими знаниями, высокой культурой и духовностью Президентам Республики Узбекистан Шавкатом Мирзиёевым было предложено объявить 2020 год в нашей стране. «Годом развития науки, просвещения и цифровой экономики». Также было отмечено, что целях подготовки высококвалифицированных специалистов в области информационных технологий совместно нашими с зарубежными партнёрами был запущен проект, «1 миллион программистов».

Современные информационные технологии необходимо внедрить на всех этапах системы образования. В частности, будут усовершенствованы школьные учебные программы на основе передового зарубежного опыта,

пересмотрены учебные нагрузки и изучаемые дисциплины приведены в соответствии с международными стандартами, повышены качества учебников и учебной литературы. С нынешнего учебного года внедряется совершенно новая система профессионального образования будет организовано 340 профессиональных школ, 147 колледжей и 143 техникумов. В целях обеспечения соответствия квалификации кадров требованиям международного рынка труда будет разработана Национальная система квалификаций, что позволит готовить кадры почти по 9 тысячам специальностей. Будут созданы все условия для молодёжи которая стремится к получению высшего образования, самосовершенствованию, хочет связать свою жизнь с наукой. Поэтому будет доведён охват выпускников школ высшим образованиям до 25% в 2020 году и до 50-60% в перспективе. Необходимо отметить, что увеличение охвата высшим образованием будет осуществляться путем увеличения в 2 раза доли государственных грантов на поступления в вузы, также будут выделены отдельные гранты для девушек. В нынешним году будит приняты меры по широкому развитию фундаментальных и прикладных исследований в таких областях, как математика, химия и биология, геология, созданы все условия для учёных.

Международные исследования показывают, что для успешного инновационного развития в структуре подготовки кадров необходимо поддерживать высокую долю кадров с естественнонаучной (математики, физики, химики, биологи) и технической инженерной подготовкой специальности. Основная роль подготовки квалифицированных кадров должна принадлежать вузам. Важно международная мобильность талантов для удовлетворения возникающих потребностей и навыков с целью поддержки создания и передачи знаний. Образование, направленное на формирование человеческих ресурсов для инновации, становится основным действием развития страны на пути формирование цифровой экономики. Цифровые технологии позволят расширить возможности роста квалификации и компетенции посредством открытых онлайн курсов, образовательных программ на онлайн платформах, которые могут использоваться студентами и преподавателями.

Цифровая экономика будет инновационно интенсивной и потребует соответствующих навыков. Для их формирования необходимо много новых дисциплин и компетенции, способствующих инновациям коммуникации, работа в команде, креативность. Необходимо формирование универсальных навыков в использование ИКТ среди населения, готовность к получению определённых технических навыков, поддержка обучения на внутри фирменном уровне и обеспечения привлекательности карьеры в научных исследованиях молодёжи.

D.J.Norboyeva – SamISI katta o‘qituvchisi

XIZMAT KO‘RSATISH SOHASIDA RAQOBATBARDOSH KADRLARNI TAYORLASH MUAMMOLARI

Annotatsiya: Mazkur maqolada olib borilgan izlanishlar natijasida raqobatbardosh kadrlarni tayorlasda umumiy bo‘lgan asosiy tendensiyalar aniqlandi va tizimlashtirildi. Ularning asosiylari: tiklovchi, to‘ldiruvchi, yangilovchi va bashoratlovchi hisoblanib, bu xizmat ko‘rsatish sohasiga kadrlar tayorlash dasturli-maqsadli funksional asosini yoritib beradi.

Kalit so‘zlar: innovatsion ta’lim, usul, ta’lim, hamkorlik, ustuvor yo‘llanma, oily ta’lim, kadrlarni tayorlash, mutaxassis, psixologik tendensiyalar, ta’lim sifati.

Abstract: Basis tendency of preparation for training for personnel and improve their professional skills are revealed, due to investigations of this article. Modern tendency includes in particularly attitude to educate young generation, as preparate for traing for personnel in sphere of tourism.

Keywords: innovative education, method, training, cooperation, priority, higher education, personnel, specialist, psychological trends, quality of education

Аннотация: В данной статье, на основе проведённых исследований выявлены, основные современные, психологические тенденции по качеству подготовки кадров в сфере обслуживания. Современные тенденции развития общества требуют выявления новых путей обеспечения качественной подготовки специалистов. При этом высшая школа играет главную роль.

Ключевые слова: инновационное образование, метод, обучение, сотрудничество, приоритет, высшее образование, подготовка кадров, специалист, психологические тенденции, качество образования.

Ayni vaqtda O‘zbekiston Respublikasida faoliyat yuritayotgan ta’lim muassasalari zimmasiga erkin, mustaqil fikr yurita oladigan, tafakkuri va dunyoqarashi keng, bilimli, shuningdek, mutaxassisligi bo‘yicha chuqur bilim, yuksak malakaga ega bo‘lgan kadrlar (mutaxassislar)ni tayyorlab berishdek ma’suliyatli ijtimoiy vazifa yuklangan.

Bu o‘z navbatida insoniyat yaratgan ma’naviy–ilmiy boyliklarga, insonning o‘ziga yangicha munosabat, yondashuvni yuzaga keltirdi. Bunday yangicha yondashish albatta o‘z oldiga yangicha fikrlash, yangicha tafakkur, milliy mafkuraning keng qamrovli sifatlarini shakllantirish vazifalarini qo‘ydi. Shuning uchun ham yangi ta’lim konsepsiyasi qabul qilindi va unda keyingi rivojlanishlarning barcha yo‘nalishlari qayta ko‘rib chiqildi.

Malakali kadrlar tayyorlash tizimini uzluksiz ravishda rivojlantirish extiyoji va turli ishlab chiqarish soxalarida ko‘p yillik ish staji bilan faoliyat yuritayotgan shaxsning o‘z imkoniyatlarini to‘liq amalga oshirmasligi shaxsni har tomonlama kasbiy faoliyatda o‘zini namoyon qilishi muammosini yuzaga keltirdi. Bu moammolarni hal qilmasdan turib kelgusi kasbiy faoliyatdagi muvaffaqiyatli sifatli ta’limini va rejalashtirishni amalga oshirish mumkin emas. Muammoning amaliy ahamiyati uni turli fan doiralar qatorida psixologiya doirasida ham o‘rganilish muhimligini ko‘rsatib berdi. Kasbiy shakllanish jarayonini o‘rganishdagi qiyinchiliklar qobiliyatlar va kasbiy malakalarning ishni bajarishning muayyan bir

usuliga asoslangan normativ faoliyatga yo‘naltirilganligidadir. Shuning uchun ham kasbiy etuklik darajasi ajratib ko‘rsatilmaydi, balki faqatgina yosh hususiyati va mutaxassis sifatida yuritilayotgan vaqti inobatga olinadi.

Yangi asrda faoliyat ko‘rsatadigan xizmat ko‘rsatish sohasida etakchi mutaxassislar qanday bo‘lmog‘i kerak? Ushbu savolni ham o‘z ichiga olgan tadqiqot natijalarining tahlili ko‘rsatishicha, respondentlar nazarida savdo va xizmat ko‘rsatish sohasida zamonaviy mutaxassislar ma’naviy etuk, ma’rifatli, hozirgi zamon menejment ilmini, yangi axborot-muloqot texnologiyalarini chuqur egallagan, xodimlar va mijozlar kungliga yo‘l topa oladigan, o‘z fikrini ravshan bayon qila oladigan, muloqot ko‘nikmalariga, tashkilotchilik, ishbilarmonlik qobiliyatiga ega, ijtimoiy psixologik bilimdon inson bo‘lishi zarur. Ijtimoiy psixologik tadqiqotlar natijalari ko‘rsatishicha, servis sohasida mutaxassislar faoliyatida muloqot juda muhim o‘rin tutadi. Chunki, ular o‘z faoliyatlarini asosan muloqot orqali amalga oshiradilar. Odatda muloqot deganda kishilarning o‘zaro ma’lumot, fikr, his-tuyg‘u, kayfiyatlar va hokazolar almashish asosida bir-birlari bilan nutqli yoki nutqsiz aloqalar o‘rnatish va rivojlantirish jarayoni tushuniladi.

Har bir ijtimoiy aloqalarning yana odamovilik va muloqatchanlik kabi kichik tiplarga bo‘linishi biz uchun muhim ahamiyatga egadir. Birinchi tipda sub’ekt o‘zini “topgan”, o‘zida va faoliyatida o‘zini o‘zgartirishni hohlamasligi bilan tavsiflanadi. Ikkinchi tip esa sub’ektning o‘zini-o‘zi “qidirishi” bilan tavsiflanadi. Bu o‘tish oraliq holat hisoblanadi. Individ (yoki jamiyat) bir shaklni tark etib, jamiyatning boshqa yuqori darajasiga erishadi.

Ana shu yo‘nalishda olib borilgan izlanishlar natijasida kadrlar malakasini oshirish tizimi uchun umumiy bo‘lgan asosiy tendensiyalar aniqlandi va tizimlashtirildi. Ularning asosiylari: tiklovchi, to‘ldiruvchi, yangilovchi va bashoratlovchi hisoblanib kadrlar malakasini oshirishning dasturli-maqsadli funksional asosini tashkil etadi.

1. Tiklovchi funksiya. mutaxassis muvaffaqiyatli faoliyat ko‘rsatishi uchun nazariy-amaliy ahamiyat kasb etgan zarur axborotlarni saralashni taqozo etadi. Ular o‘z vaqtida Oliy o‘quv yurtlari auditoriyalarida o‘zlashtirilgan, biroq keyinchalik qisman unutilgan yoki faoliyat davomida foydalanilmay kelinadi.

2. To‘ldiruvchi funksiya mutaxassis faoliyatida asqotadigan, biroq ob’ektiv va sub’ektiv sabablariga ko‘ra oliy o‘quv yurtlarida o‘rganilmay qolgan axborotlarni tizimlashtirishni ko‘zda tutadi.

3. YAngilovchi funksiyaning tamoman yangi axborotlarni o‘rganishni va umumlashtirishni talab etadi. U eskirib qolgan stereotip fikrlashni va ishlash metodlarini yo‘qotishga, yangi texnologiyalarni o‘zlashtirishga qaratilgan.

4. Bashoratlovchi funksiya fanga tegishli ma’lum hodisalarni ularning sonli nazariyalari asosida tushuntirish, asosiy jarayonlarni modellashtirish, qonun va xususiyatlarini analitik tasavvurlash, hodisalarning kechish muddat va sonini oldindan aytib berish imkoniyatlari mavjud bo‘lgan axborotlarni to‘plashga imkon beradi.

Xizmat koʻrsatish sohasida mutaxassislar kishilar bilan oqilona va ustalik bilan muloqotda, muomalada boʻla olishi, ularning ish faoliyatida muvaffaqiyatga erishishiing eng muhim omillaridan biridir. Bu sohaning etuk mutaxassisi Deyl Karnegi fikricha, kishilarning oʻz ish faoliyatidagi yutuqlari oʻn besh foizlari uning kasbiy bilim va koʻnikmalariga bogʻliq, boʻlsa, sakson besh foizi uning odamlar bilan muamolada boʻla olish qobiliyatiga bogʻliq.[1].

Demak, xizmat koʻrsatish sohasida yuqori malakali, raqobotbardosh mutaxassislarni tayyorlash, kelgusida ular faoliyatining samaradorligini taʼminlash ularda muloqot koʻnikmalarini, qolaversa ijtimoiy psixologik bilimdonlikni shakllantirish taqazo etadi. Ijtimoiy psixologik bilimdonlik tushunchasi odamlar koʻngliga yoʻl topa olish, oʻzining notiqlik saʼnati, muloqot koʻnikmalari bilan xodimlar, mijozlarga samarali taʼsir eta olish va maqsad sari yoʻnaltira olishi, samarali muzokaralar olib borish, yuqori muomala madaniyatiga egaligi kabi xislatlarini oʻzida mujassam etadi.

Ish muloqoti jarayoni dastlabki qarashda sodda tuyiladi. Aslida ish muloqoti jarayoni juda murakkab, koʻp qirrali jarayondir. Odatda muloqotning uchta tomonini ajratish mumkin. Muloqot jarayonida kishilar uzaro maʼlumot almashadilar, bir-birlariga maʼlum taʼsir kursatadilar va bir-birlarini idrok qilishadi. Shuningdek, ish muloqotida xam uzviy bogʻliq uchta tarkibiy qism bor. Ular quyidagilar:

- doimiy muloqotda boʻladigan xodimlar, mijozlarning ruhiy xususiyatlari xaqida maʼlumotga ega boʻlish;
- kishilarning tashqi qiyofasi, turishi, qarashi, xatti- xarakatining boshqa jihatlariga qarab ichki ruhiy kechinmalari istak xoxishlarini bila olish;
- xodimlar, mijozlar bilan maqsadga muvofiq, munosabat oʻrnatish;
- samarali maqsadli taʼsir koʻrsatish.

Ijtimoiy psixologik trening vositasida turizm sohasida mutaxassislar, pedagoglar, yuristlar, vrachlar, tarjimonlar, rahbar xodimlarda samarali muloqot, muomala koʻnikmalarini, shaxslararo munosabatlarda sezgirlikni, kommunikativ bilimdonlik va etuklikni shakllantirish mumkin.

Xorijda psixotreningning bir nechta turlari bor. Amerikalik taniqli psixolog Keel Rudestam "T-gurux" yaʼni trening guruxining foydalanish maqsadi boʻyicha Z ta tipini ajratadi:

1) tashkilotchilik faoliyati samaradorligini oshirish uchun zarur koʻnikmalarni shakllantirishga yoʻnalgan trening guruxi:

2) shaxslararo munosabatlarini shakllantirishga va kichik guruxlardagi psixologik jarayonlarni oʻrganishga yoʻnalgan:

3) senzitivlik treningi-shaxslararo munosabatda sezgirlikni oshirishga, shaxsni rivojlantirishga yoʻnalgan:

Bizning nazarimizda xizmat koʻrsatish sohasida mutaxassislarni pedagoglarni, paxbap xodimlarni, tarjimonlar, sayyohlik guruxlari boshqaruvchilarini tayyorlashda ijtimoiy psixologiya, ish muloqoti psixologiyasi, ijtimoiy psixologik trening, videotrening kurslari oʻquv rejasiga

[1] Karnegi.D. Kak priobretayut druzey i okazivayut vliyanie na lyudey – Kiev,1989. – S. 11.

kiritilishi maqsadga muvofiq. Ijtimoiy psixologik bilimdon kishi esa bunday holda qulay vaziyat topib, u kishining avval yaxshi, ijobiy fazilatlarini ta'kidlab, keyingina konkret o'zgartirish mumkin va lozim bo'lgan xulq-atvor xususiyatini ko'rsatishi va uni o'zgartirishga u kishida imkoniyat va qobiliyat mavjudligini ta'kidlaydi. Chunki faqat shu uslub bilangina boshqa kishiga ta'sir qilish mumkin.

Xulosa qilib aytganda, xizmat ko'rsatish sohasida bulg'usi mutaxassislarni tayyorlashda ijtimoiy psixologik va kommunikativ bilimdonlikni shakllantirish uslublarini o'rganish, yaratish va amaliyotga tatbiq, qilish muhim ahamiyat kasb etadi.

Q.S.Maxmudov – SamISI katta o'qituvchisi
D.M.Safarova – SamISI talabasi

RAQOBATBARDOSH KADRLAR TAYYORLASHDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNING TUTGAN O'RNI

Annotatsiya: Ushbu maqolada kuchli va malakali kadrlarni tayyorlashning ustuvor yo'llari o'rganib chiqilgan hamda bir qancha nazariy va amaliy takliflar keltirib o'tilgan.

Kalit so'zlar: Mutaxasis, innovatsiya, talaba, kadr, kompyuter, test, imtihon, auditoriya.

Аннотация: В данной статье изучены основные пути по подготовке квалифицированных кадровб а так же даны теоретические и практические предложенияю.

Ключевые слова: Специалист, инновация, студент, кадр, компютер, тест, екзамен, аудитория

Abstract:: Basic way of intense and experienced cadres was learned in this articles, also several theoritical and practical invitations were typed.

Key words: Specialist, innovation, student, cadr, computer, test, exam, audience.

Hozirgi vaqtda, rivojlanayotgan va rivojlangan mamlakatlarda raqobatbardosh va malakali kadrlarni tayyorlash birinchi o'rindagi masaladir. Albatta, har bir sohani rivojlantirishda malakali mutaxasislar va kadrlar suv va havodek zarur. Jumladan, mamlakatimizda ham bu borada bir qator amaliy vazifalar davlat dasturiga kiritilgan.

Mustaqillik yillaridanoq yosh avlodni insonparvarlik ruhida tarbiyalash va uning ma'naviyatini yuksaltirish maqsadida ta'lim tizimiga katta e'tibor qaratildi. Ta`lim to`g`risidagi qonun kadrlar tayyorlash milliy dasturi - barkamol avlod, yetuk, har qanday raqobatga bardoshli kadrlar tayyorlashga yo`naltirilgan O`zbekiston Respublikasi harakat dasturi "Kadrlar tayyorlash Milliy dasturi" 1997 yil 29 avgustda O`zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining IX sessiyasida qabul qilindi.[1]

Davlatimiz rahbari Shavkat Mirziyoyevning 2017 yil 7-fevraldagi

[1] www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.

«Oʻzbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish boʻyicha Harakatlar strategiyasi toʻgʻrisida»gi farmonida ham mazkur islohotlarni yanada izchil davom ettirishga doir aniq va ustuvor vazifalar belgilangan.[1]

“Ta`lim va kadrlar tayyorlash tizimini jamiyatda amalga oshirilayotgan yangilanish, rivojlangan demokratik huquqiy davlat qurilishi jarayonlariga moslashish” ta`lim oluvchilarni ma`naviy ahloqiy tarbiyalashning eng samarali shakl va uslublarini ishlab chiqish, uni xayotga joriy etish: ta`lim va kadrlar tayyorlash, ta`lim muassasalarini attestattsiyadan o`tish va akkreditattsiya qilishning holis tizimini joriy etish va boshqalardir.

Jumladan, 2019 yilda mutlaqo yangicha mazmun va shakldagi 4 ta Prezident maktabi, 3 ta Ijod maktabi ish boshladi. Oliy ta’limni rivojlantirish uchun oʻtgan yili 19 ta yangi oliy oʻquv yurti, jumladan, 9 ta nufuzli xorijiy universitetning filiali ochildi. Yetakchi xorijiy universitetlar bilan hamkorlikda 141 ta qoʻshma ta’lim dasturi boʻyicha kadrlar tayyorlash yoʻlga qoʻyildi. Oliy ta’lim muassasalariga jami 146 ming 500 nafar yoki 2016 yilga nisbatan 2 barobar koʻp talaba oʻqishga qabul qilindi.[2]

Hozirgi davrda, oliy ta’limning bakalavriat ta’lim yoʻnalishlari boʻyicha yangi oʻquv rejalarida auditoriya oʻquv mashgʻulotlari va mustaqil ishlarga ajratilgan oʻquv soatlari nisbati amaldagi oʻquv rejalarida koʻrsatilganidan ma’lum miqdorda oʻzgartirilgan va oʻquv jarayoniga tatbiq etilmoqda lekin oʻquv soatlarini oʻzgartirilishi toʻla asoslanmagan va uning amaliyotda qoʻllanishi natijasida yuqori natijalarga erishilishini kafolatlaydigan metodik asoslangan mehanizm yaratilmagan.

Oliy ta’limning bakalavriat bosqichida fanlardan talabalar mustaqil ishlarini tashkil etishda auditoriya mashgʻulotlarida, oʻqituvchi nazorati ostida, talabalar tomonidan ma’lum topshiriqlarni bajarish auditoriyadan tashqari kurs ishlari, dokladlar va referatlar tayyorlash kabi an’anaviy usullardan foydalinmoqda. Albatta, bunda oʻquv jamoatchiligining ham kamchiliklari ham talaygina. Bu borada, raqobatbardosh kadrlarni tayyorlashda zamonaviy innovatsion texnologiyalardan foydalanish va chet el olimlarining tadqiqotlarini tadqiq qilish hamda omnmaviy test oʻtkazish tajribasini tahlil qilish shuni tasdiqlamoqdaki, yuqori sifatli mezonlarga javob beruvchi testli oʻlchov materiallari talabalar bilim darajasini nazorat qiluvchi an’anaviy subyektiv shakllardan, shubhasiz, ustunlikka egadir. Ishonchli pedogogik test oʻqitishning barcha bosqichlarida talabalar bilimik va malakalarini nazorat qilishning barcha talablariga toʻliq javob beradi.

Kompyuter yordamida test oʻtkazishda yigʻilgan tajriba bilim sifatini baholash uchun qoʻllash jarayonida test oʻlchov materiallarining bir qator ijobiy va salbiy jihatlarini ochib tashladi.

Ijobiy jihatlar:

- vaqtni sezilarli tejashi (bir soat ichida 20-30 kishidan iborat guruhning bilimini baholash mumkin. Oddiy nazorat rejimida bunga har bir guruh

[1] www.uza.uz – O’zbekiston milliy axborot agentligi.
[2] 2020 йилдаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга Мурожаатномаси

uchun 6-10 soat sarflanadi;

- o‘quv maydonlaridan foydalanishning tejalishi;
- yuqori malakali o‘qituvchilar mehnatiga haq to‘lashning tejalishi (o‘qituvchi ishtirokisiz ham test o‘tkazish mumkinligi);
- o‘qituvchining shaxsiy ehtiroslariga bog‘liq bo‘lgan subyektiv faktorning kamayishi natijasida nazoratning yuqori darajada obyektivligi;
- talabalar tomonidan “shpargalka”lardan foydalanishning befoydaligi;
- test tizimi oliy o‘quv yurti ma’muriyatiga o‘quv jarayoning faoliyatini tezkor nazorat qilishga va o‘qituvchilarning o‘z ishlari natijalariga ma’suliyatini oshirishi va hakozo;

Salbiy jihatlar:

- talaba o‘z fikr va mulohazalarini batafsil, tugallangan holda bayon qila olmasligi;
- test tizimida bilimlarni tekshirish talabani keng qamrovli mulohaza qilishga, asosiy g‘oyani ikkinchi darajalilardan ajratib olishga imkon bermasligi;
- test natijalarining atrofdagi ko‘pgina faktorlarga bog‘liqligi (talabaning kayfiyati, natijalarini ifodalash sabablari va hakozo);
- texnik xatolar va alohida test topshiriqlarini bayon qilishdagi noaniqliklartning mavjudligi;
- test topshiriqlari bazasining oshkor bo‘lib qolish xavfining mavjudligi va h.k.

Bu kamchilikларn ibartaraf qilsih o‘qitish sifatini to‘g‘ri tashkil qilishga yordam beradi va shunda test o‘rin egallaydi. Asosiysi shuki ko‘rsatilgan surunkali xarakterga ega emas va keyingi izlanishlarda ularni bemalol bartaraf qilish mumkin. Ta’kidalb o‘tish kerakki test bilan an’anviy nazorat metodlarini ongli ravishda qo‘shib olib boorish yaxshi natija beradi.

Maslaning yana bir jihati borki, raqobatbardosh kadrlarni tayyorlashda va sifatini oshirishda xorijiy tajribaning o‘rni beqiyosdir. Jahon mamlakatlaridagi ta’lim tizimiga nazar tashlasak ularning o‘zaro o‘xshash va o‘zaro bir-birini inkor etuvchi ta’riflarini ko‘ramiz. Jumladan, Yaponiya OO‘Ylarida tahsil olayotgan talabalar o‘qishni boshlagandan so‘ng o‘z sohasi bo‘yicha tadqiqot ishlarini kichik bo‘lsada kashfiyotlarini taqdim etishadi va baholaniladi. Xitoy ta’lim tizimi esa davlat oliy o‘quv yurtlariga qabul yagona reja asosida amalgam oshiriladi. Umumsoha oliy o‘quv yurtlaridagi o‘qish muddati 4 yil. Ba’zi sohalar, jumladan, tabiiy fanlar, texnik fanlar, tibbiyot bo‘yicha – 5 yil. Tor sohali oliy o‘quv yurtlarida o‘qish qisqa muddatli bo‘lib, 2-3 yilni tashkil etadi. Germaniya ta’lim tizimi kredit tizim asosida olib boriladi. O‘qitishning kredit tizimida bakalavr diplomiga ega bo‘lish uchun jami 311 kredit yig‘ishi kerak. Har bir kredit 10 soat ma’ruza darslari davomida to‘planadi. Amaliy darslardan 20 soat mashg‘ulotda bir kredit to‘planadi. Talabalar o‘qishni 4 yilda tugatishi, lekin 8 yildan ortiq o‘qish ham mumkin emas. Agar talabalar kreditlarning 80% ini to‘plasa, bakalavr diplomiga ega bo‘ladi.

Xulosa qilib aytganda, dunyo ta’limida davlatlar o‘rtasida o‘zaro tajribalar almashishini iqtisodning modernizatsiyalash talablarini to‘liq qondirish maqsadida

o‘quv mutaxassisliklari ro‘yxati qayta ko‘rib chiqilishini; moliya va iqtisodiyot, siyosat va huquqiy fanlar, iqtisodiyot boshqaruvi, mashinasozlik, arxitektura, elektronika, EHM, yengil oziq-ovqat va to‘qimachilik sanoatiga urg‘u berilishini talabalarning nazariy va amaliy bilimlarini birga olib borishni ta’minlash, ta’limni integrallashtirish, modernizatsiya qilish zarur deb o‘ylaymiz. Albatta, har qanday mamlakatga raqobatbardosh intelektual salohiyatga ega bo‘lgan kadrlar kerak va bunday kadrlarni yetishtirishda innovatsion texnologiyalar va jahon o‘qitish tizimi tajribasidan foydalanishning o‘rni beqiyosdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. 2020 йилдаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.
2. www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.
3. www.uza.uz – O‘zbekiston milliy axborot agentligi.

Ж.Р. Ахмедов– Жиззах политехника институти ўқитувчиси

АХБОРОТЛАШТИРИЛГАН ТАЪЛИМ МУҲИТИДА БЎЛАЖАК ЎҚИТУВЧИЛАРНИ ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТГА ТАЙЁРЛАШГА ОИД ЭРГАНОМИК ТИЗИМ ИШЛАБ ЧИҚИШ

Аннотация: Мақолада ахборотлаштирилган таълим муҳитида бўлажак ўқитувчиларни инновацион фаолиятга тайёрлашга оид эргономик тизим ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий қилиш масаласи кўрилади. Мақола илмий-назарий ишланмаларни амалиётга жорий этиш ишлари билан шуғулланувчиларга асослаб тайёрланган.

Калит сўзлар: Эргономик тизим, интеллектуал мулк, инновацион ғоялар, инновацион дастур, инновацион услуб, ўқитувчи, таълим олувчи, ҳудудий ахборотлаштрилган таълим муҳити, анъанавий таълим жараёни, дидактик материаллар, креатив ахборотлар муҳити, янгиланган таълим мазмуни, ўқув-билув фаолияти.

Аннотация: в статье рассматривается разработка и внедрение эргономической системы подготовки будущих учителей к инновационной деятельности в информированной учебной среде. Статья рассчитана на тех, кто занимается внедрением научно-теоретических разработок.

Ключевые слова: эргономический инвентарь, интеллектуальная собственность, инновационные идеи, инновационные методы, инновационные методы, обучение, среда обучения, традиционная информативная среда обучения, традиционный учебный процесс, дидактические материалы, креативная информационная среда, образовательный контент.

Abstract: the article discusses the development and implementation of an ergonomic system for preparing future teachers for innovative activities in an informed educational environment. The article is intended for those involved in the implementation of scientific and theoretical developments.

Key words: ergonomic equipment, intellectual property, innovative ideas, innovative methods, innovative methods, training, learning environment, traditional informative learning environment, traditional learning process, didactic materials, creative information environment, educational content.

Замонавий жаҳон тараққиётининг глаболлашуви негизидаги ривожланиш суръати ва даражасини жамиятни интеллектуаллаштириш муаммоларининг нечоғлик ҳал бўлаётганликлари билан белгиланмоқда. Шунинг билан бирга мамлакатимиз тараққиёти ва келажаги ҳам таълим-тарбия соҳасидаги сифат ўзгаришлари ва юқори самарадорликка, уларнинг жаҳон таълими талаблари билан мослиги ва амалий ҳаётдаги ўрнини қай даражада топаётганлигига боғлиқ бўлмоқда. Бу қайд этилган жиҳатлар бевосита бўлажак ўқитувчи-ларни касбий фаолиятга тайёрлаш жараёнига боғлиқ бўлиб, у замонавий ўқитувчилар олдига таълимнинг инновацион метод, усул ва технологияларидан самарали фойдаланишдек муҳим вазифаларни қўймоқда. Бунга сабаб эски услуб ва технологиялар ёрдамида инновацион таълимни амалга ошириб бўлмаяпти. Инновацион услуб ва технологияларни ишлаб чиқиб, амалиётга жорий этишда эса интерфаол инновацион фаолият юритишга тўғри келмоқда. Шу сабабли мазкур мақолага бўлажак касб таълими ўқитувчиларини ахборотлаштирилган таълим муҳити (АТМ)да инновацион фаолиятга тайёрлашни оптималлаштирувчи эрганомик тизимни ишлаб чиқишни мақсад қилиб олдик.

Ушбу соҳада олиб борган изланишларимиз ва тажрибаларимиз натижаларининг кўрсатишича бундай инновацион - интегратив фаолиятни эрганомик тизимларсиз амалга ошириб бўлмайди.

Эрганомик тизимлар - “Одам - ЭҲМ мулоқатини йўлга қўйиш” ва “Одам - ЭҲМ тизими ёрдамида ҳодиса ва жараёнларни бошқаришга ёрдам бериш”га мўлжалланган тизим. Ундан ЭҲМ - ўқитувчи-оператор”, “ўқитувчи - ЭҲМ - талаба” тизимлари таълим-тарбия жараёнини бошқаришнинг оптимал вариантларини топишда, талабалар ўзлаштиришини юксалтиришда универсал дидактик восита сифатида аҳамиятлидир. Компьютер, компьютер тармоқлари ва бошқа ҳисоблаш техникаси воситалари асосида олиб бориладиган интеллектуал соҳаларда фойдаланилади” [1].

Таълимни ахборотлаштиришнинг тезкорлик билан ривожланиши ва такомиллашуви бўлажак ўқитувчиларни касбий фаолиятга тайёрлашнинг турли йўналишдаги муаммоларининг самарали ечимларини топишда кенг имкониятлар яратмоқда. Бу таълим жараёнини олиб боришнинг оптимал вариантини топишдаги эрганомик тизимларни яратишда яққол сезилмоқда ва бунда бир қатор муҳим масалалар ечимини ҳал қилишга тўғри келади. Бундай масалалардан бири ахборатли бошқарув тизимини яратишдан иборат бўлиб, у эрганомик тизимнинг ташкилий-вазифавий жиҳатдан тузилишини илмий-методик жиҳатдан асослашни талаб қилади. Бунинг учун шакллан-тирилиши лозим бўлган эрганомик тизимли мураккаб, кўп параметрли, кўп босқичли динамик тизим сифатида қараш лозим бўлади.

Ушбу соҳадаги изланишларимиз натижаларига асосланиб, уни биз қўйидаги кетма-кетликда шакллантиришни мақсадга мувофиқ, деб топдик:

1. Умумкасбий ресурслар мажмуаси. Бунда қўйидаги кўринишдаги ресурсларнинг тахт бўлишига тўғри келади: таълим стандартлари; электрон ўқув адабиётлари; анкета саволлари; тест саволлари; компьютерлар билан

ишлашга йўриқнома ва кўрсатмалар; видеопроекторлар ва улар билан ишлашга йўриқномалар; интерфаол доска ва улар билан ишлашга йўриқномалар; ўқитувчи-бошқарувчининг ишчи дастурлари; эксперт ва таълим берувчи дастурлар; маслаҳат берувчи дастурлар; АТМнинг бош каталоги ва ундаги тайёрланадиган мутахассислар бўйича профессор-ўқитувчилар таркиби; ахборот ресурслари ва шу кабилар;

2. Касбий мулоқатлар муҳити. Бунда эрганомик тизимни шакллантиришга оид қўйидаги таркибий қисмларни фойдаланишга тайёрлаб қўйишга тўғри келади: БКТЎни инновацион фаолиятга тайёрлашни интерфаол ўқув мажмуалари негизида тайёрлашнинг биринчи қисми - "Интеллектуаллаштирилган таълимнинг дидактик асослари"ни тайёрлаш; АТМдаги бош каталоги функционал вазифаси ва унга тегишли ахборот ресурслари; таълимий ахборотли бошқарув тизимидан фойдаланиш учун ахборотли - справочник тизимни тайёрлаш; дастлабки информациялар тизимини тайёрлаш; тизимлаштириш, кодлаштириш ва улардан фойдаланишни лойиҳалаштириш; генериализациялаш; касбий телеконференциялар; тематик (муайян мавзу бўйича) **Chat**; электрон кутубхона; "Дидактик портфель" ва шу кабилар;

3. Ўқув жараёнининг ахборот технологияли муҳити. Бунда қўйидаги қисм - тизимлар амалиётда фойдаланиш учун тайёрлаб қўйилади: интеллектуаллаштирилган ўқитиш тизимлари; интерфаол ўқув мажмуаларига тегишли технологик ёндашув методлари, усуллари ва технологиялари; интерфаол машғулотларга оид ишланмалар; ўқув-методик таъминот; ахборотли бошқарувга тегишли маълумотлар базаси; дастурий ўқув-дидактик мажмуа бўйича қонун, қоида, мезон, тамойил ва назорат ишлари ва шу кабилар.

4. Интеллектуалли интерфейс ва интеллектуаллаштирилган таълимни адаптациялаш. Бунда эрганомик тизим амалий фаолиятини оптималлаштиришга оид қўйидагилар таркибий қисмларининг амалий имкониятлари тўлиқ таъминланиши лозим бўлади: интернетнинг ахборотли қисми ва унинг дастурий таъминоти; тўғри ва тескари алоқаларни амалга оширишга оид имкониятлар; телеанжуманлар ва телеконференцияларни (Бош АТМ билан бир вақтда ҳудудий АТМларда ҳам) амалга оширишга оид имкониятлар; телемедиа китоблар; таълим стратегиясига оид материаллар; таълим мониторингини амалга ошириш имкониятлари ва шу кабилар.

5. Ўқув - дастурий - дидактик таъминот муҳити. Бунда кўпроқ ўқув-дастурий-бошқарув фаолиятига кўпроқ эътибор берилади ва қўйидаги таркибий қисмларни амалиётда фойдаланишга қулай ҳолга келтирилиб қўйилади: махсус ўқув-дидактик таъминот; мультимедиали таълим технологиялари; автоматлаштирилган ўқитиш тизимлари; иммитацион моделларнинг дастурий таъминоти; ўқув-дастурий дидактик мажмуа ва шу кабилар.

6. Ахборотли бошқарув тизими. Бунда қўйидаги таркибий қисмларга кучли эътибор қаратишга тўғри келади: бошқарув блоки; "Интерфаол мулоқотлар майдони" номли технология ва уни амалиётга жорий этишнинг ҳаракатлар стратегияси; талаб қилинган маълумотлар бўйича мезон ва сўровлар; зарурий қарор қабул қилиш учун дастлабки информациялар

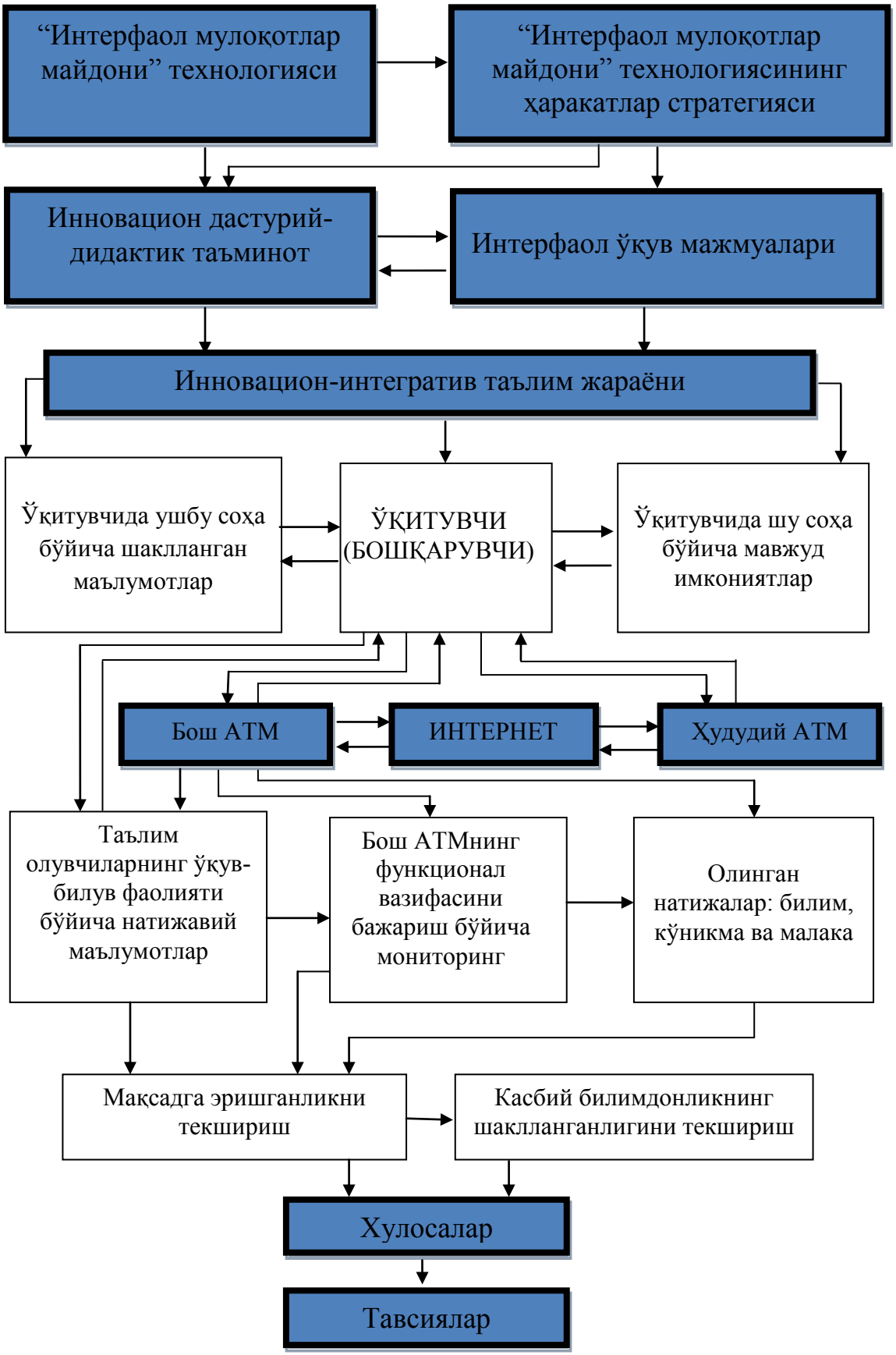
тизимини қайта ишлаш натижалари; ўқув-дастурий-дидактик мажмуа; услубий таъминот соҳаси бўйича турли хил назорат ишлари; бошқарув компьютер тестлари; билимларни текширувчи ва тестдан ўтказувчи дастурий таъминот; бош АТМ ёки ҳудудий АТМларнинг функционал характеристикалари; ҳудудий АТМларнинг тизимий ресурслари ва шу кабилар;

7. Эрганомик тизимни таълим амалиётига жорий этиш муҳити. Бунда қўйидаги таркибий қисмлари амалий жиҳатларига дидактик ва ташкилий асослар тайёрланади: эрганомик тизимдан фойдаланишнинг дидактик асослари; эрганомик тизимни ташкил этувчи компонентлар ва уларнинг дидактик имкониятлари; электрон ўқув-методик мажмуа; Бош АТМ ва ҳудудий АТМлар ўртасидаги ахборотлар алмашинувини таъминловчи турли хил ўлчов асбоблари; Бош ва ҳудудий АТМлар функционал вазифаларини бажаришни натижалари; натижалар бўйича хулосалар ва тавсиялар; таълим олувчининг инновацион жиҳатдан тайёргарлиги таркиб топганлиги; эрганомик тизим бошқарувчиси (тадқиқотчи) таълимни оптимал бошқаришдаги роли ва ўрни ва шу кабилар.

Демак, БКТЎни инновацион фаолиятга тайёрлашга бўлган ахборотли ёндашув ва унга мос бўлган интерфаол ўқув мажмуаларнинг ташкилий вазифавий жиҳатдан тузилиши (1-расмга қаранг) таълимий маълумотларни қайта ишлашда аналогик характерга эга экан. Улардаги ўхшашлик қўйидаги йўналишларда яққол сезилади:

- дастлабки маълумотлар кўринишидаги дастлабки ахборотлар оқими ва уни қайта ишлашни амалга ошириш.;
- БКТЎни инновацион касбий фаолиятга тайёрлашдаги “Дидактик портфель” (справочник маълумотлар, дидактик материаллар, креатив ахборотлар жамланмаси) ва тўлдирилган, бойитилган ва мукаммаллаштирилган таълим мажмуасига оид маълумотлар тизимлари;
- “Интерфаол мулоқатлар майдони” технологияси ва уни амалиётга жорий этишнинг ҳаракатлар стратегияси ҳамда интерфаол ўқув мажмуаларнинг ўз функционал вазифаларини бажариш пайтидаги маълумотларни қайта ишлаш жараёни ва шу кабилар.

Демак, булардан БКТЎни инновацион фаолиятга тайёрлашга эрганомик тизимларни шакллантириш ва улардан амалиётда кенг фойдаланиш ушбу соҳадаги фаолиятимизни оптималлаштиришни кафолатлайди, деган хулоса келиб чиқади. Шу сабабли ҳам биз ушбу муаммо ечимини ҳал қилишга оид эрганомик тизимни ишлаб чиқишга киришдик ва унинг куринишини 1-расмдагидек қилиб белгилаб олдик. 1-расмда қайд этилган эрганомик тизим БКТЎни инновацион фаолиятга тайёрлаш бошқарув тизими ишлаши жараёни ва унинг қисм - тизимлари (элементлари билан ҳам) билан алоқадорлигини (боғлиқларини), шунингдек, қисм тизимларининг ўқитувчи (бошқарувчи) ва таълим олувчиларнинг ўзаро узвий боғлиқ равишда ишлаши лозим эканлигини кўрсатмоқда. Бу эса ўқитувчи (тадқиқотчи) ва таълим олувчиларнинг тадқиқот объекти билан (таълим олувчиларнинг ўқув-билув фаолияти билан) ва бошқа унга тегишли қисм тизимлар ҳамда қисм



1-расм. Бўлажак касб таълими ўқитувчиларини инновацион фаолиятга тайёрлашга ишлаб чиқилган эргономик тизимнинг умумий кўриниши.

элементлари (Бош АТМ ва ҳудудий АТМларнинг тизимий ресурслари) билан мунтазам алоқада бўлиб туришлигини талаб этади. Шунинг билан бирга қаралаётган эрганомик тизим БКТЎни инновацион фаолиятга тайёрлашдаги функцияларни бажаришда ҳам ишончли кўмакчи бўла олади. Уларни қўйидаги йўналишларда яққол сезиш мумкин:

- БКТЎни инновацион фаолиятга тайёрлашдаги ахборотли ёндашувни амалиётга жорий этишнинг қамровини кенгайтиришда;

- кенг қамровли ва катта ҳажмдаги ахборотлар билан ишлаш кўламини кенгайтиришда;

- эрганомик тизимнинг очиқ тизимдан иборат қилиб шаклланганлигида;

- “Интерфаол мулоқатлар майдони” технологияси ва уни амалиётга жорий этишдаги тўғри ва тескари алоқаларни амалга оширишга кенг имкониятлар яратилганлигида (бир томонлама алоқа, икки томонлама алоқа ва икки томонлама гуруҳли алоқа имкониятлари яратилганлигида);

- таълим олувчиларидаги ўқув-билув фаолияти натижаларини мунтазам равишда ҳисобга олиб бориш (автомониторинг) ва улар асосидаги касбий шаклланганликни аниқлаш мезонларининг ишлаб чиқилганлигида;

- Бош АТМ ва ҳудудий АТМлар билан оператив мулоқатларни олиб боришга тўлиқ имкониятлар яратилганлигида ва шу кабиларда.

ришга эришиш лозим бўлади[4].

Тадқиқотимизнинг ушбу қисмида ҳулоса ўрнида таъкидлаш мумкинки, бугунги кунда ҳаётимиз барча жабҳаларидаги мавжуд замонавий техника - технологиялар бўлажак мутахассисларни инновацион метод ва технологиялардаги самарали фойдалана оладиган, уларни такомиллаштириш имконияти ва кўникмаларига эга бўлган қилиб тарбиялашни талаб этмоқда. Шу сабабли ҳам таълим олувчиларни кенг кўламда техника олами билан таништириш, илғор технологияларни амалга оширишга тайёрлаш, жараёнларни ахборотлаштиришни қўллаб-қувватлаш орқали уларни АТМда тайёрлаш ўта долзарб муаммо экан.

Юқорида қайд этилганлар “Информатика ва ахборот технологиялари” йўналишидаги бўлажак мутахассисларни касбий фаолиятга тайёрлашдаги “Ихтисослик фанлари блоки”га кирувчи фанларни ўқитишда синаб кўрилди ва бунда ижобий педагогик самараларга эришилди. Таклиф этилган БКТЎни инновацион фаолиятга тайёрлашда “Интерфаол мулоқатлар майдони”дан фойдаланиш инновацион таълимни таъминлайди ва дарс сифати ҳамда самарадорлигини оширишни кафолатлайди. Шу сабабли ундан бошқа йўналишдаги ўқитувчиларни ҳам инновацион ва интеллектуаллаштирилган фаолиятга тайёрлашда бемалол фойдаланиш мумкин. Бунга сабаб таклиф этилаётган технология универсал ҳарактерга эга бўлиб у режалаштирилган натижага эришишни кафолатлайди.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Хасанбоев Ж., Тўрақулов Х.А., Хайдаров М., Хасанбоева О., Усмонов Н.Ў. Педагогика фанидан изоҳли луғат. - Т.: Fan va texnologiya, 2009. - 672 б.
2. Ахмедов Ж.Р. Бўлажак ўқитувчиларни инновацион фаолиятга тайёрлашга оид янгиланган таълим мазмунини шакллантириш// ЎзМУ хабарлари// Мирзо

Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий Университети илмий журнали. –Т. 2018. 1/6. Б. 433-435.
3. Ахмедов Ж.Р. Бўлажак ўқитувчиларни инновацион фаолиятга тайёрлашнинг ҳаракатлар стратегияси// Ta`lim, fan va innovatsiya/ Маънавий-маърифий, илмий-услубий журнал. : - Т. 2/2019. Б. 68-72.
4. Ахмедов Ж.Р. Бўлажак касб таълими ўқитувчиларни ахборотлаштирилган таълим муҳити-да инновацион фаолиятга тайёрлашни ахборотли қўллаб қувватлаш// Xotin-qizlarning fan, ta`lim, madaniyat va innovatsion texnologiyalarni rivojlantirish sohasidagi yutuqlari/ Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari. - Jizzax. 2019. B. 95-98

Д. Хотамова – преподаватель Наваиский Государственной института

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ТРАДИЦИЙ ПО ОХРАНЕ ЗДОРОВЬЯ В ПРОЦЕССЕ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ В ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ВУЗАХ

Аннотация: В данной статье отражается основная цель функционирования студенческих оздоровительных мероприятий, направленных на дальнейшее улучшение физического воспитания студенческой молодежи, создание условий для отдыха и укрепления здоровья, развития массовой, оздоровительной, физкультурной и спортивной работы.

Ключевые слова: спортивное совершенствование, социальная адаптация, охрана здоровья, спортивно-оздоровительная работа, национальные игры.

Annotatsiya: Ushbu maqola talaba-yoshlarning jismoniy tarbiyasini takomillashtirishga, salomatlikni asrash, ommaviy sport sog‘lomlashtirish tadbirlarini to‘g‘ri yo‘lga qo‘yish, jismoniy tarbiya va sport tadbirlarini takomillashtirishga bahishlangan.

Kalit so‘zlar: sportni takomillashtirish, ijtimoiy moslashuv, sog‘liqni saqlash, sport va fitness ishlari, milliy o‘yinlar.

Abstract: This article reflects the main goal of the functioning of student health activities aimed at further improving the physical training of student youth, creating conditions for recreation and health promotion, development of mass, health, physical and sports work.

Keywords: sports improvement, social adaptation, health protection, sports and sanitary measures, national games.

В законе Республике Узбекистан «О физической культуре и спорте» записано: «Физическая культура – часть культуры, представляющая собой совокупность ценностей, норм и знаний, создаваемых и используемых обществом в целях физического и интеллектуального развития человека, совершенствования его способностей и двигательной активности, формирования навыков здорового образа жизни, социальной адаптации путем физического воспитания, физического развития и физической подготовки».

Реализация положений этого закона открывает широкие перспективы для развития физической культуры и спорта, совершенствования их форм.

В основных направлениях развития охраны здоровья населения указываются пути формирования здорового образа жизни каждого человека и всего общества.

Сознательное и ответственное отношение к здоровью как к общественному достоянию должно считаться нормой жизни всех людей Республики Узбекистан.

В формировании здорового образа жизни особое значение имеет дальнейшее развитие физической культуры и массового спорта в целях оптимального двигательного режима населения, который является важным формирующим фактором здорового образа жизни.

Научные исследования показывают, практика подтверждает, приступив к систематическим занятиям физическими упражнениями и спортом, люди, как правило, отказываются от вредных привычек, начинают закаливаться, соблюдать правильный распорядок дня.

Пропаганда и утверждение здорового образа жизни – дело общегосударственное [1].

Основной целью функционирования студенческих оздоровительных мероприятий является дальнейшее улучшение физического воспитания студенческой молодежи, создание условий для отдыха и укрепления здоровья, развития массовой, оздоровительной, физкультурной и спортивной работы, а также повышение спортивного мастерства студентов.

Задача спортивно-оздоровительной работы состоит в том, чтобы способствовать повышению общественной активности студентов, как в период отдыха, так и во время учебы.

Эффективность оздоровительного, спортивного процесса в вузах связана с поиском разных форм, учетом социально-психологических особенностей молодежи.

На современном этапе все больше и больше возрастает влияние физической культуры во всех областях жизни узбекского народа.

Духовное развитие личности, следовательно, и развитие всей духовной жизни нашего общества не мыслится теперь без дальнейшего развития физической культуры и спорта.

Каждый народ имеет свое историческое прошлое, свои особенности в традициях, в том числе в области спорта.

Спортивные народные игры и физические упражнения получили яркое отражение в быту узбекского народа. Народные игры представляют одно из признанных средств физического воспитания среди подростков и молодежи в системе физического воспитания. Во время проведения народной игры играющие вовлекаются в активные двигательные действия, способствующие развитию и совершенствованию определенных действий. В них создаются играющие коллективы, складываются между ними определенные отношения, общественные и личные интересы. С помощью их решаются самые

разнообразные задачи: образовательные, воспитательные и оздоровительные. В процессе игр создаются благоприятные условия для развития и совершенствования физических качеств, а также навыков, необходимых в жизни.

Использование национальных игр на занятиях физического воспитания и проводимых на праздниках «Навруз» придает зрелищный, массовый и эмоциональный характер, повышает тем самым воспитательное воздействие. Интересно проходят игры по национальным видам спорта: борьба Кураш, поднимание гири, перетягивание каната и т.д. Они заслуживают всяческого внимания, поощрения и обогащают национальную культуру, поднимают приоритет национальных видов среди молодежи [2].

Современный процесс обучения студенческой молодежи требует новых форм и методов, организации работы физического воспитания на академических занятиях. Внедрению национальных игр на занятиях со студентами играет положительную роль в подготовке высококвалифицированных педагогов, которые наряду с овладением специальности должны уметь использовать средства физического воспитания в процессе работы с детьми [4].

В связи с ростом жизненного уровня населения республики следует отметить, что 2-х часовые занятия в неделю не могут способствовать в полной мере физическому совершенствованию молодежи [3].

В соответствие с этим специалисты в области физической культуры склонны утверждать, что дальнейшее повышение объема двигательной деятельности студентов в до 2-х раз в неделю является очевидной необходимостью.

Дальнейшему росту физкультурного движения в республике способствовали постановление и закон о физической культуре и спорта (2015). Проведена определенная работа по дальнейшему развитию спортивных организаций республики, активизации физкультурных, молодежных и общественных организаций. Основными мероприятиями физкультурных организаций республики совместно с молодежными и общественными организациями в этот период были массовые соревнования, международные встречи, участие в Азиатских и Олимпийских играх, где студенты занимали призовые места и награждались золотыми медалями.

За годы независимости государства руководством республики уделяется огромное внимание в воспитании молодежи, делая занятия спортом и физической культурой доступными для каждого человека.

Список литературы

1. Закон Республики Узбекистан «О физической культуре и спорте» (новая редакция) // «Народное слово» 05.09.2015 г. № 174 (6327).
2. Глухов, В. И. Физическая культура в формировании здорового образа жизни / В. И. Глухов. – Киев: «Здоровье», 1996.
3. Ильинич, В. И. Физическая культура студентов, Москва: «Просвещение», 2003.

Р.Б.Коссе – СамИСИ ўқитувчиси
Р.Б.Коссе – СамЕСваИКХК ўқитувчиси

ЁШЛАРДА СОҒЛОМ ТУРМУШ ТАРЗИ ТУШУНЧАЛАРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА МАЛАКАЛИ КАДРЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ

Аннотация В статье рассматривается об здоровом образе жизни, пропоганде разнообразные напровления.

Ключевые слова: духовный, физиологический, возраст, пол, профессиональная деятельность, образ жизни.

Аннотация. Соғлом турмуш тарзини тарғиб қилиш ҳар-ҳил йўналишларда олиб бориши лозим.Мавзуда ушбу масала ўз ечимини тўлиқ қамраб олган.

Калит сўзлар: руҳий, физиологиг, ёши, жинси, касбий фаолият, яшаш мухити.

Abstract: In this article through written the theme which our country’s nature, excavations and historical destinations are showed to our students and some problems are solved.

Keywords: mental, physical, age, gender, professional activity, living environment.

Мамлакитимиз аҳолиси ўртасида соғлом турмуш тарзини қарор топтиришда жисмоний тарбия ва спортнинг ўрни беқиёсдир. Шунингдек жисмоний тарбия ва спорт соҳасида жадал сурратларда ривожлантириш натижасида бугунги кунда спортчиларимизнинг жаҳон ареналарида юртимиз байроғини кўкларга кўтариб, давлатимизнинг ҳалқаро миқёсидаги обрусини сарбаланд қилишда салмоқли ҳиссаларини қўшиб келмоқда. Спорт билан мунтаззам шуғулланиш аҳолимиз, аввало ёш авлодимизнинг соғлигини мустаҳкамлашда муҳим ўрин тутишини инобатга олиб, бу соҳага Ҳукуматимиз томонидан алоҳида эътибор қаратилмоқда. Бу борада янги замонивий спорт иншоотларни бунёд этилиши президентимизнинг белгилаб берилган ислоҳотлари натижасида амалга оширилмиқда.

Президентимизнинг олий мажлисга тақдим этган Мурожаатномасида қуйдаги фикрлар айтилган:

“Жамиятда соғлом турмуш тарзини қарор топтириш, жисмоний тарбия ва спортни янада оммолаштириш яна бир долзарб вазифадир. Спортни жадал ривожлантириш, халқаро мусобақаларда юксак натижаларга эришган спортчиларни рахбатлантириш ва қўллаб – қувватлашга бундан буён ҳам катта аҳамият берамиз. Ёш авлодимиз ўртасида спортни оммалаштириш мақсадида энг чекка туманларда ҳам болалар ва ўсмирлар спорт мактабларини ташкил этамиз”.

Дарҳақиқат бугунги кунда ўта муҳим вазифалар қаторида ёшлар ўртасида соғлом турмуш тарзи соҳасини ривожлантириш орасида изчил ислоҳотлар олиб борилиб, улар ўртасида спорт билан бандлиги таъминлашга эришилмоқда.

Ёшлар саломатлиги бу-энг аввало, унинг руҳий ва физиологик сифатларини ривожлантариш, умрнинг максимал давомийлигида мақбул

даражадаги ишчанлик қобилияти ва ижтимоий фаоллигини сақлаб қолишдан иборатдир. Кўпгина олимларнинг фикрича, инсон организмининг функционал имкониятлари ва унинг ташқи муҳитдан бўладиган нохуш омилларга барқарорлиги бутун умри давомида ўзгариб туради, негаки, саломатликни сақлаш, жўшқин жараён бўлиб, у ёш, жинс, касбий фаолият, яшаш муҳитига боғлиқ ҳолда яхшиланиб (саломатлик бўшашиб ёки мустаҳкамлашиб) боради.

Одам ҳаёти, соғлиғи - энг катта ижтимоий бойликдир. Бу оила, мактаб ва инсон тарбияси, камолоти билан шуғулланувчи бошқа масканлар олдига соғлом турмуш тарзини шакллантириш масаласини кўндаланг қўяди. Миллат соғлиғи ҳам табиий равишда, соғлом турмуш тарзи орқали ҳал этилади.

Саломатлик - инсон организмининг биологик, руҳий, жисмоний ҳолатлари ва меҳнат фаолиятининг мувозанатлашган бирлигидир. Сихат-саломатлик ҳар бир киши учун бахт-саодатдир. Унинг меҳнат унумдорлиги, мамлакатнинг иқтисодий қудратини, халқ фаровонлигини ривожлантиришнинг зарур шартидир. Умумхалқ мулки бўлмиш сихат-саломатликка нисбатан онгли ва масъулият билан ёндашиш жамият ва унинг барча аъзоларининг турмуш, ахлоқ нормаси бўлмоғи лозим.

Саломатликни сақлаш ва мустаҳкамлаш учун, аввало, одам ўз танасининг тузилиши барча тўқима ва аъзоларининг нормал иш фаолияти, ўсиши, ривожланиши ва кўпайиши қонуниятларини билиши зарур. Шунингдек, барча тирик мавжудодлар каби, инсонга ҳам хос бўлган ушбу биологик хусусиятларни асраш ва тобора такомшшаштириш учун зарур бўлган шарт-шароитни мукаммал билиш ва яратиш талб этилади.

Соғлом турмуш тарзини тарғиб қилиш ҳар хил йўналишларда олиб борилиши лозим. Бу бир томондан, талабалар ва катталарга соғлом турмушга оид маълум бир тиббиёт ва гигиеник билимларни беришга, уларга соғлом турмуш тарзини организм ривожига қандай таъсир этиши ҳақидаги тасаввурларнинг уйғонишига қаратилган бўлса, иккинчи томондан, таълим-тарбиада гигаеник қоидадарга амал қилшига, ўзини ва ён атрофдагиларни соғлиғини асрашни кундалик одатга айлантириш кўникмаларини шакллантиршга боғлиқдир. Бу борада соғлом турмуш тарзи оммавий ахборот воситадарида, барча тарбия ўчоқлари билан хамжиҳатликда умумтаълим мактаби, Академик лицей, касб-ҳунар коллежларда ҳамда олий ўқув юртларида тарғиб қилинмоғи зарур.

Соғлом турмуш тарзи инсоннинг саломатлиги хавфсизлигини таьминлашга хизмат қилувчи кўникмаларга эга бўлиш асосида хаётий фаолиятни йўлга қўйиш ҳамда саломатлигининг юқори даражада бўлишига эришишни таьминловчи ижтимоий ҳодисадир.

Соғлом турмуш тарзи инсон турмуш шароитларини фаол ўзлаштириш усули бўлиб, сайёҳатлар уюштириш, кун тартибига риоя қилиш, фаол ҳаракат асосида организмни чиниқтириш, сузиш спорти билан шуғулланиш, тўла ва сифатли овқатланиш, овқатланшнинг гигиеник қоидаларига риоя қилиш, мулоқот ва экологик маданиятга эришиш, умум инсоний ва миллий

қадриятлар асосида маънавий тарбия олиш, зарарли одатлардан ўзини тута билиш демакдир.

Ёшлар ўртасида соғлом турмуш тарзини шакллантиришнинг мақсадини қуйидаги таклифлар орқали ривожлантиришни тавсия этамиз:

- ёшларни ҳаёти ва саломатлигига салбий таъсир кўрсатувчи омилларни бартараф этиш борасидаги назарий билим ва амалий кўникмаларни ўзлаштиришга эришиш;
- кунлик фаолияти давомида кун тартибига қатьий амал қилиш;
- ёшларни мунтазам равишда чиниқтириб бориш, фаол жисмоний ҳаракатни ташкил этиш ҳамда спорт билан доимий шуғулланишга эришиш;
- бўш пайтида оилада сайр-сайёҳатлар билан шуғулланиш;
- эрталабки бадан тарбия ва спорт машғулотлари билан мунтазам шуҳулланиш;
- ёшларда салбий одатларни (тамаки маҳсулотларини чекиш, наркогол моддалар ва спиртли ичимликларни истеьмол қилмаслик)ни таъминлашдан иборат;

Ёш овлодни мустаҳкам ҳаёт тарзига амал қилиш одатини тарбиялаш зарур. Бунда соғлом турмуш тарзига риоя қилиб бадан тарбия билан шуғулланишни, тоза ҳавода сайр-сайёҳат қилиш, спорт ўйинларида иштирок этиш, узоқ умр кўриш ва саломатликни таъминловчи омиллардандир. Ҳар бир ёш овлод мунтазам равишда муайян даражада жисмоний қобилятга мос келувчи жисмоний ҳаракатларни бажаришга одатланиши лозим. Булардан ташкари, бизнинг иссиқ иқлим шароитимизда анъанавий усулларга қараганда ноанъанавий усуллар билан организмни чиниқтириш табиат қўйинига сайёатлар уюштириш мақсадга мувофикдр.

Хулоса; Биз ёшлар таълим-тарбияси жараёнида юқорида билдирилган фикрлар асносида ёшларимиз ҳаётига соғлом туртмуш тарзини сингдира олсак улар соғлом, кучли ва ватан равнақига тўсқинлик қилувчи ҳар қандай кучларга ва иллатларга қаршилик кўрсатиш ва курашишга тайёр бўла оладилар деб ҳисоблаймиз.

Наргиза Мансурова– СамДУ ассистенти
Фахриддин Джалилов – СамДУ ассистенти
Сирожиддин Махмудов – СамДУ магистранти

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТДА КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШДА УЗЛУКСИЗ ТАЪЛИМ ТИЗИМИНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация: ушбу мақолада иқтисодиётнинг инновацион ривожланиши шароитида олий таълим муассасалари битирувчиларини касбга йўналтириш ва уларни ишга жойлаштириш жараёнини такомиллаштириш йўналишлари тадқиқ этилган.

Калит сўзлар: миллий меҳнат бозори, меҳнат ресурслари, ОТМ битирувчилари, инсон капитали, таълим тизими, университет, хусусий корхона.

Аннотация: в данной статье исследуются тенденции профессионального развития выпускников высших учебных заведений и повышения их занятости в условиях инновационного экономического развития.

Ключевые слова: Национальный рынок труда, трудовые ресурсы, выпускники ВУЗа, человеческий капитал, система образования, университет,частное предприятие.

Abstract: The article explores the trends in the professional development of graduates of higher education institutions and the improvement of their employment in the context of innovative economic development.

Key words: The national labor market, labor resources, Higher education institution graduates, human capital, Education system, university, private enterprise.

Миллий меҳнат бозорида ёшларнинг иқтисодий фаоллигини ошириш кўп жиҳатдан давлатимизнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш ислоҳотлари билан белгиланади. Шуни ҳисобга олиб, олий таълим муассасаларида иқтисодиёт тармоқлари ва соҳаларида реал талаб қилинаётган йўналишлар ва мутахассисликлар бўйича кадрлар тайёрлашга катта аҳамият берилмоқда.

Бугунги кунда жамиятда бир қатор муаммоларга юз тутиши кутилмоқда, булардан юқори малакали ишчи кучини такрор ишлаб чиқариш, инсонларни, хусусан ёшларни ижодий қобилиятларидан максимал фойдаланиш, мамлакат ривожи ва аҳолини турмуш даражасини ошириш каби вазифаларга эришиш мақсадида миллий иқтисодиётни кадрлар таркибини яратиш масаласига урғу бериш мақсадга мувофиқдир.

Такрор ҳосил қилиш жараёнидан сўнг меҳнат ресурслари ишлаб чиқаришга жалб этилиш мақсадида меҳнат тақсимоти рўй беради. Ишчи кучини тақсимланиши – уларни турли фаолият, соҳалар, ҳудудлар бўйича тақсимланишини назарда тутилади. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида асосий масалалардан бири сифатида олий таълим муассаса (ОТМ)лари битирувчиларини ўз хоҳиш ва истакларига кўра, мутахассисликларига мос равишда соҳалар бўйича тақсимланиши ва иш билан бандлиги таъминланиши намоён бўлмоқда.

Кадрлар тайёрлашда узлуксиз таълим тизимининг аҳамияти бўйича иқтисодий тизимлар ва нисбатларни ўрганишга диалектик ва тизимли ёндашув, комплекс баҳолаш, қиёсий ва солиштирма таҳлил, статистик ва динамик ёндашув ҳамда гуруҳлаш усулларидан фойдаланилди.

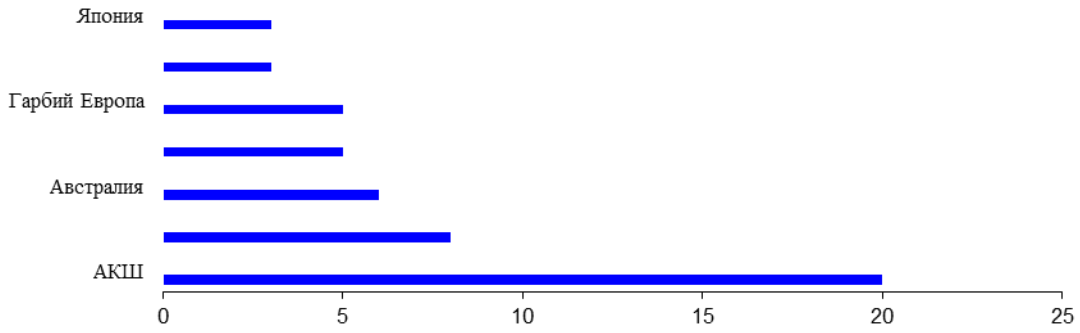
Ҳозирги даврда мамалакатимизда амалга оширилаётган иқтисодий ислоҳотларнинг асосий диққат эътибори илмий-техника ва фан сиғими юқори бўлган тармоқларни ривожлантиришга қаратилмоқда. Шу сабабли, республикамиз таълим тизимида ёш авлодни тарбиялашда янгича ёндашувни ва янгича вазифаларни бажаришни талаб этмоқда. Ҳозирда олий таълим муассасаларининг асосий фаолияти ёшларга, илмий-техник, ижодий, инновацион, ижтимоий-иқтисодий вазифаларни ҳал қила оладиган олий касбий таълим беришга йўналтирилган.

Бугунги кунда республика ОТМлари янги “Ўқув жараёнини модерниза-

циялаш ва олий таълим тизими ўқув-методик фаолиятига инновацион педагогик технологияларни тадбиқ қилиш дастури” устида иш олиб боришмоқда. Маълумки, олий таълим ислоҳотлари – энг аввало рақобат-бардош мутахассисларни тайёрлаш ва меҳнат бозорига йўналтирилгандир.

Жамиятни ривожлантиришдаги замонавий тамойиллар юқори сифатли касбий билимга эга бўлиш имкониятини яратишнинг тубдан янги босқичига ўтишни талаб қилади. Дунё аҳолиси ўртасида кам таъминланганликни бартараф этишдан бошлаб то барқарор инсоний ривожланишгача бўлган глобал муаммоларни ҳал этиш мақсадида билимлар яратиш ва алмашишда олий мактабнинг ўрни муҳимдир.

ОТМлар мамлакат ривожланишига хизмат қилади. Интеллектуал ресурсларнинг юксак даражасига асосланувчи технологияларнинг тараққий этиши ва ушбу ресурсларга эгалик қилишни истаган давлатларнинг рақобати XXI асрда нафақат иқтисодий томондан, балки ижтимоий ва сиёсий юксалишнинг асосий омили бўлиб хизмат қилмоқда. Дунё мамлакатларидаги энг юқори рейтингга эга олий таълим даргоҳларини қараб чиқадиган бўлсак (1-расм), уларнинг барчаси ривожланган давлатлар ҳудудида жойлашган ва таъкидлаш лозимки, бу университетлар ўз мамлакатларининг дунё ҳамжамиятидаги ўрнини янада мустаҳкамлашга хизмат қилмоқда.



1-расм. Энг юқори рейтингга эга университетларнинг ҳудудий жойлашуви

Манба: “Таймс” журнали. Салми, Джамиль. Создание университетов мирового класса / Джамиль Салми; пер. с англ. – М.: Издательство «Весь Мир», 2015 –132 с.

Улар томонидан тарбияланган мутахассисларга меҳнат бозорида юқори талаб бўлиши билан бирга, дунё аҳамиятига эга кашфиётлар ва тадқиқотлар салмоқли улуши айнан ушбу университетларга тўғри келади.

Иқтисодиётни модернизациялаш жараёни олий таълим муассасаларида тайёрланаётган мутахассисларни миқдор ва сифат жиҳатидан ошириш талабларини кун тартибига қўяди. Бундаги биринчи қадам кўпчилик институтларнинг университетларга айлантирилиши бўлди. Университетлар тадқиқот ва инновацион турдаги муассаса ҳисобланиб, уларда юқори даражада илмий тадқиқот ишлари бажарилади, университетларнинг барқарор ривожини таъминловчи ўқув жараёнини ташкил қилишдаги ҳамма фаолиятида инновацион қарашлар ҳукмронлик қилади. Бу қадам уларга меҳнат бозорига талаб ва таклифнинг мувозанатини сақлаш йўли билан кириб

боришларига асос бўлиб хизмат қилади. Ҳозирги вақтда бу университетлар фаолиятини таҳлил қиладиган бўлсак, улар бозор талабларига жавоб берадиган керакли мутахассисликларни ташкил қилиб, замонавий кадрларни етказиб бера бошлади. Замон талабларига жавоб берадиган долзарб таълим йўналишлари очилиб, уларнинг методологик асослари яратилмоқда.

Бугунги кунда таълим инсон фаолиятининг барча соҳаларига инновацион технологияларни жорий этиш, рақобатбардошликни ошириш, турмуш даражасини кўтаришнинг муҳим шартига айланиб бормоқда. Олий таълимнинг асосий вазифаларидан бири ҳар бир ёш мутахассиснинг тез ўзгарувчан меҳнат бозорида харидоргир бўлиб қолиши, ривожланиб бораётган инновацион иқтисодиётда тўлақонли иштирок этиши ва бизнес соҳаси талабларига жавоб берадиган малакавий ва ижтимоий кўникмалар олишидан иборатдир.

Айни пайтда олий ўқув юртлари битирувчилари ривожланиб бораётган бизнесда муваффақиятли иш бошлаш учун зарур кўникмаларга эга бўлмаяптилар. Бизнеснинг кадрлар тайёрлашга бўлган эҳтиёжи давлат таълим муассасаларининг бундай талабини қондириш қобилиятидан анча юқори ва тезкор бўлиб, қуйидаги йўналишларда намоён бўлмоқда.

1) Мамлакатимиз ижтимоий-иқтисодий тизими ривожланишининг стратегик йўналишларидан бири олий таълим муассасаларининг инновацион имкониятларини ривожлантириш асосида ишлаб чиқариш масштабини кенгайтириш ва фан-техника ютуқларини кенг жорий этиш ҳисобланади. Бунинг натижасида фан сиғими, илмий-инновацион янгиликларга асосланган корхоналар ҳиссаси сезиларли ўсиб бормоқда. Оқибатида, инновациялардан фойдаланиш самарадорлигини таъминловчи ташкилий-иқтисодий механизмларни ишлаб чиқишга эҳтиёж кучайиб бормоқда. Бу ҳол хорижий мамлакатлар тажрибасини ўрганишни ва уларнинг энг мақбулларини қўллаш зарурлигини келтириб чиқаради.

Кўплаб ривожланган мамлакатларда олий таълим инновацион фонди шакллантирилган. Унинг таркибига илмий ва технологик ташкилотлар, университетлар, институтлар, савдо ташкилотлари, фирмалар (корхоналар) киради. Бу ҳамкор ташкилотнинг мақсади илмий, технологик ва бизнес соҳаларини ўзаро манфаатли ҳаракатини ташкил этишдан иборатдир.

Олий таълим инновацион фонди университетларга танлов асосида молиявий маблағларни тақдим этади. Оқибатда университетлар бизнес соҳасига технологияларни бериш, марказлашган маркетинг тадқиқотларини таъминлаш, корхоналарга илмий, амалий, ҳуқуқий маслаҳатлар бериш, мустақил фирмаларни ташкил этиш, талабаларни тадбиркорлик кўникмаларига ўқитиш каби имкониятларга эга бўлади.

2) университет ва хусусий (ва бошқалар) корхоналар билан ҳамкорликни йўлга қўйиш:

Бу ҳамкорлик икки йўналишда амалга оширилади:

- хусусий компаниялар тадқиқот буюртмачиси сифатида бўлиши;
- давлат томонидан молиялаштирилган илмий тадқиқотларга хусусий

компания вакилларини жалб этиш.

Олий таълим ва бизнес соҳасини ўзаро фаолияти турларини тўрт категорияга бўлиш мумкин:

- тадқиқот фаолияти билан боғлиқ хизматлар;
- амалдаги билимлардан фойдаланиш (яъни илгари амалда бўлган тажрибаларни умумлаштириб консультациялар беришда қўллаш);
- кадрларни касбий ҳаракатчанлигини ошириш (яъни олий таълим муассасалари талаблари ва ходимларини ўзаро алмашиш, корхона ходимларини ўқув жараёнига жалб этиш);
- инновацион корпоратив ҳамкорликнинг янги йўналишларини ташкил этиш.

3) Ҳозирги вақтда бизнес соҳаси – олий таълим ва илмий марказларнинг ҳаққоний буюртмачиси бўлмоғи лозим. Буюртмачи ва бажарувчи ўртасидаги ҳамкорлик икки томонлама манфаатли булиши зарур. Масалан, буюртмачи томонидан тўланган тўлов ҳақи олий таълим муассасининг ўқув юртини ривожлантиришга йўналтирилади. Ҳамкорлик натижасида олинган материаллар ўқитишда амалий қўлланма сифатида фойдаланилади. Бу ҳолда ишлаб чиқариш ва олий таълим муассаси ўртасида узвийлик кучаяди. Ҳамкорлик илмий изланишларида иштирок этган талабалар олий таълим муассасини битиргандан сўнг муқобил иш ўринларига эга бўладилар.

4) Шу билан бир қаторда олий таълим муассаси ва бизнес соҳасининг ўзаро ҳамкорлиги баъзи муаммоларни келтириб чиқаради. Масалан: интеллектуал мулк реализацияси (сотиш) ҳуқуқи. Бунинг учун фикримизча, интеллектуал меҳнат маҳсулотларини алмашиш бўйича марказлар олий таълим муассаси ва бизнес соҳаси ўртасида воситачилик ролини бажаради. Уларни олий таълим муассаси таркибида ҳуқуқий шахс сифатида шакллантириш мумкин.

5) Ўзбекистонда таълим тизимини ислоҳ қилиш жараёнида ижобий чет эл тажрибасига таянган ҳолда васийлар ва кузатиш кенгашларини ташкил этиш орқали таълим муассасаларини жамоатчилик томонидан бошқариш тизими жорий этилмоқда. Уларнинг таркиби, Низомга мувофиқ таъсисчи ташкилотлар, маҳаллий ҳокимият идоралари, тадбиркорлар доиралари, жамоатчилик ташкилотлари, жамғармалар ва ҳомийлар таркибидан шакллантирилиб, олий ўқув юртлари улар орқали ўз муаммоларини мустақил равишда ҳал қилишлари мумкин. “Васийлар Кенгаши” олий таълим муассасаси ва бизнес соҳаси ўртасида бевосита алоқаларни таъминловчи ташкилот сифатида намоён бўлиши лозим.

Айни пайтда кичик бизнес ва олий таълим тизими ўртасидаги инновацион ҳамкорликни ривожлантириш Ўзбекистон иқтисодиётининг янада кучли, барқарор ва мутаносиб ривожланган ҳолда майдонга чиқиши, ҳар бир ёш мутахассиснинг тез ўзгарувчан меҳнат бозорида харидоргир бўлиши, ривожланиб бораётган инновацион иқтисодиётда тўлақонли иштирок этиши ва бизнес соҳаси талабларига жавоб берадиган малакавий ва ижтимоий кўникмаларга эга мутахассис бўлишида муҳим омил ҳисобланади.

С.Ш.Ўразов – СамИСИ, ассистент
О**.Т.Жураева** – СамИСИ, МН-319 гуруҳ талабаси
Ж.Ғ.Шодиев – ТошДИУ Самарқанд филиали 1-курс талабаси

ЎЗБЕКИСТОНДА WORLD SKILLS ТИЗИМИ АСОСИДА КАСБИЙ ТАЪЛИМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: Мазкур мақолада Ўзбекистонда World Skills тизими асосида касбий таълимни ривожлантириш масалалари ёритиб берилган. Бу тизим орқали келажакда ёшларни рағбатлантириш, уларда шижоат ва касбий тайёргарликни ривожлантириш асосида рақобатбардошлигини таъминлаш ва бошқа мамлакат кадрлари билан касбий билим, малака ва кўникмалари бўйича рақобатлашиш жараёнлари келтирилган.

Калит сўзлар: Таълим тизими, World Skills тизими, нодавлат таълим хизматлари, касбий таълим, таълимни баҳолаш марказлари, ишчи касблар, ўрта бўғин мутахассислари.

Аннотация: В данной статье освещены вопросы развития профессонального обучения в Узбекистане на основе системы World Skills через эту систему будет представлены прцессы дальнейшего развития молодежи, обеспечения и конкурентос - пособности на основе развития энтузиазма и профессиональной подготовки, а такжи конкуренции с кадрами других стран на основе профессиональных знаний, навыков и умений.

Ключевые слова: система образавание, негосударственные образавателъние услуг, профессиональные образавание, центры оценки образавание, рабочие профессии, специаллисты среднего звена.

Abstract: This article covers the issues of development of vocational training in Uzbekistan on the basis of the World Skills system trough this system, the processes of development of young people in the future, ensuring their competitiveness on the basis of development of enthusiasm and professional training and competing with the personnel of other countrils on professional knowledge qualifications and skills are presented.

Keywords: Educational system, World Skills system, non-governmental educational service, vocational educational,

Мамлакатимзда, энг аввало янги иш ўринларини ташкил этиш ва тадбиркорлик ташаббусларини қўллаб-қувватлаш ҳисобидан аҳоли фаровонлигини айниқса, ёшлар фаравонлигини ошириш борасида сезиларли ишлар олиб борилмоқда.

Шу билан бирга ушбу соҳадаги вазифаларни ҳал этиш меҳнат бозорининг, шу жумладан жойларда ташкил этилаётган йирик корхоналар ва кластерларнинг эҳтиёжларини ҳисобга олган ҳолда, юқори малакали ишчи мутахассисларни тайёрлашнинг самарали тизимини яратиш заруратини келтириб чиқармоқда.

Меҳнат бозорининг юқори малакали кадрларга бўлган эҳтиёжларини қондириш, касбга ўқитишни ишлаб чиқариш амалиёти билан интеграциялаш, касбий билим ва кўникмаларни баҳолашнинг ҳалқаро тизимини жорий қилиш мақсадида, шунингдек, 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устивор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясидаги вазифаларга мувофиқ “Меҳнат бозорида талаб юқори бўлган малакали кадрларни касбга тайёрлаш тизимини такомиллаштириш чора-

тадбирлари тўғрисида” Вазирлар Маҳкамаси 2019 йил 13 майдаги 394-сонли қарори қабул қилинди. Ушбу қарорга мувофиқ,

- касб-ҳунар коллежларида йирик корхоналар ва кластерлар учун, шунингдек меҳнат бозоридаги реал эҳтиёжни ҳисобга олган ҳолда, давлат-хусусий шериклик шартлари асосида ўрта бўғин мутахассислар ва ишчи касблар бўйича кадрларни тайёрлашни ташкил қилиш;

- белгиланган тартибда банд бўлмаган аҳолини касбга ўқитиш нодавлат марказларида ўқитишни ташкил этиш;

- белгиланган тартибда билим ва кўникмаларни баҳолаш марказларини ташкил қилиш назарда тутилган[1].

Мамлакатимизда миллионлаб ёшлар ишчи касблар малакасига эга эмас. Замон шиддат билан ривожланмоқда. Шунга монанд мамлакатимз малакали ишчи кадрларга муҳтож.

Ёшларни меҳнат бозорида талабгор касбларга ўқитиш мақсадида жаҳон тажрибасида фойдаланган ҳолда World Skills International assotsiatsiyasiga қўшилди. Ушбу уюшмага қўшилиш орқали сифатли ва малакали ишчи қатламга эга бўламиз ва бу соҳада барқарор тизимни йўлга қўйишга эришилади. Хуш World Skills тизими қандай тизим?

World Skills Internasional-нотижорат ассоциация бўлиб, касбий таълимни ривожлантириш масъулиятига эга ҳар қандай ташкилотнинг аъзо сифатида кириши учун очиқ ҳисобланади. Бу ташкилот бутун дунё бўйлаб фаолият юритади ва сиёсий ва диний бетараф ташкилот ҳисобланади. Халқаро стандартлар асосида ишчи касбларни оммалаштириш ва касбий тайёргарликни ошириш бўйича фаолият юритадиган ташкилот ҳисобланади. Бу ташкилотнинг асосий фаолияти аъзо мамлакатлар ўртасида ҳар икки йилда бир маротаба касбий малака бўйича танлов ўтказишдан иборат. Унинг таркибига бугунги кунда 85 та давлат аъзо ҳисобланади. Бу тизимнинг кенгайиб боришига асосий сабаб, замонавий инновацион технологияларнинг иқтисодий тараққиёт ва ижтимоий-иқтисодий ҳаётда муҳим рол ўйнаши билан изоҳланади. Мустақил, сиёсий мақсадни кўзда тутмайдиган ташкилот сифатида World Skills Internasional жаҳон ҳамжамияти учун таълим ва саноат, касбий тайёргарликнинг юқори даражасига эришиш ва касбий ўрта таълим мавқеини ва нуфузини оширишнинг иқтисодий жиҳатдан самарали воситаси ҳисобланади. World Skills тизимининг ривожланиш тарихига назар ташлайдиган бўлсак, 1947 йилда World Skills Internasional ассосацияси Испанияда “Халқаро касбий-техник тайёргарлик бўйича халқаро беллашув” миллий танлови сифатида ўтказилиб унда 4000 га яқин талабалар иштирок этган. Испан ёшлар ташкилоти бош директори Хосе Антонио Элола Оласа ёшларни келажак уларнинг малакалари кадрлар тайёрлаш тизимига боғлиқ эканлигига ишонтиришга ҳаракат қилган ҳолда ушбу танловни ташкил қилган. Бу тизимнинг мақсади келажакда ёшларни рағбатлантириш, уларда шижоат ва касбий тайёргарликни ривожлантириш асосида рақобатбардошлигини таъминлаш ва бошқа мамлакат кадрлари билан касбий билим, малака ва кўникмалари бўйича рақобатлашишини кўзда тутган эди.

[1] Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 13 майдаги “Меҳнат бозорида талаб юқори бўлган малакали кадрларни касбга тайёрлаш тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 394-сонли Қарори

World Skills Internasional ассосациясининг асосий мақсадлари қўйидагилардан иборатдир:

- жаҳон касбий таълим бозорида аъзо давлатларнинг иштирокини таъминлаш;
- танловларни касбларни силжитиш, ривожлантириш ва танишув мақсадларида позициялаштириш;
- экспертлари ўртасида касбий ривожланиш ва инновацияларни ривожлантиришнинг янги имкониятларини очиш;
- иштирокчилари ўртасида касбий, билимлар ва маданий алмашинувни рағбатлантириш.

Ушбу мақсадларни амалга ошириш натижасида:

биринчидан, касбий-техник тайёргарлик мавқеини ошириш, тижорат, хизматлар ва саноат соҳасида педагоглар, иш берувчилар, ёшларнинг жаҳон даражасидаги стандартга эришиш;

иккинчидан, ҳар икки йилда World Skills Internasional иштирокчилари ўртасида танлов ўтказилади;

учинчидан, касбий таълим соҳасида турли семинар, йиғилиш ва танловлар ўтказиш орқали ғоя ва тажрибалар алмашинади;

тўртинчидан, жаҳон даражасидаги касбий малака стандартларини тарғиб қилинади;

бешинчидан, ёшларни таълим, касбий малака ва каръерага қизиқтирилади;

олтинчидан, аъзо давлатлар ўртасида касбий-техник таълимни тарғиб қилиш бўйича алоқаларни йўлга қўйилади;

еттинчидан, World Skills Internasional ёш иштирокчилари ўртасида ёш мутахассислар алмашинувини таъминланади.

Ўзбекистонни World Skills Internasional асоссацияси иштирокчисига айланиши энг аввало юртимизда қўли гул уста ва ҳунармандлар, иқтидорли дастурчилар ҳамда ёш олимларимизнинг кашфиётини дунёга кўз-кўз қилиш имконини беради. Ўзбекистон сўнгги йилларда сайёҳлик салоҳиятини оширишга интилмоқда. World Skills даражасидаги мусобақа эса юртимиз номини янада ёйиш учун яхши бир имкониятдир. Энг муҳими-ёшларимиз сўнгги технолдогик ютуқлар билан танишиб бориши ва ўзлаштириши мумкин.

Хулоса қилиб шуни таъкидлаш керакки, Ўзбекистонни World Skills Internasional асоссацияси иштирокчисига айланиши натижасида:

биринчидан, Ўзбекистонда WorldSkills Internationalнинг халқаро стандартлар бўйича ишчи касбларга ўқитиладиган марказ ташкил этилади.

иккинчидан, World Skills Internasional халқаро стандартлари бўйича ишчи касбларга ўқиган шахсларга касбий малакаси тасдиқланганлиги ҳақида халқаро сертификат берилади. Айнан мана шу сертификат хорижий иш берувчилар томонидан ишчига тўлиқ ишонч билдириши ва юқорида қўйилган саволларга жавоб бўлиши учун асос бўлади.

учинчидан, дунё миқёсида ишчи касблар бўйича ўтказиладиган жаҳон чемпионатларида бевосита иштирок этиш орқали катта тажриба тўплаш ва талаб юқори бўлган касб йўналишлари бўйича миллий кадрлар сафини кенгайтириб бориш имконини яратади.

VII ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА УМУМИҚТИСОДИЙ ВА ИЖТИМОИЙ МУАММОЛАР”

N.A. Ibragimov – Doctor of Economics, Professor, SamIES,
A.A. Azgarov – Master student of group MMR-119, SamIES**,**
M.B. Yakubova – Master student of group MMR-119, SamIES.

PROBLEMS AND RECOMMENDATIONS OF DIGITAL MARKETING (ESPECIALLY PROMOTION) IN TOURISM SPHERE OF UZBEKISTAN

Abstract:: The main objective of this publication is to develop a part of digital marketing strategy that includes the proposal of the relevant social networks for the travel destination in Uzbekistan.

Key words: Digital marketing, social media, tourism, touristic companies, interactive, content, website.

Аннотация: Основной целью данной публикации является разработка стратегии некоторой части цифрового маркетинга, которая включает предложение соответствующих социальных сетей для туристического направления в Узбекистане.

Ключевые слова: Цифровой маркетинг, социальная сайты, туризм, туристические компании, интерактивность, контент, веб сайт.

Annotatsiya: Ushbu maqolaning asosiy maqsadi raqamli internet - marketing strategiyasining bir qismini ishlab chiqish bo‘lib, unda O‘zbekistonga sayohat yo‘nalishi bo‘yicha tegishli ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish bo‘yicha takliflar mavjud.

Kalit so‘zlar: Raqamli marketing, ijtimoiy tarmoqlar, turizm, turistik kompaniyalar, interfaol, kontent, internet sayt.

The notion of digital marketing is wide it covers not only search engines or social media but also videos, applications, podcasts, radio channels or electronic billboards. Businesses are trying to create relevant content online using several social media channels because it is the best opportunity for companies to interact with customers. In social media, customers can give feedback and express their opinions towards the organization or service and participate in brand building of company. Besides, companies should frequently follow new trends of digital marketing to keep a positive image of the company.

In Uzbekistan, traditional marketing is still important for businesses. Notwithstanding, to make the business more popular companies prefer to use digital marketing methods because it has many advantages comparing to traditional methods. Any type of business can leverage digital marketing to reach a target audience and turn them into customers using statistics and data provided online. Moreover, digital marketing is usually more cost-effective for the companies, instead of spending money on one publication in the newspaper every week, a company can create a website that can increase a target audience for several years with no additional cost. Using digital marketing campaigns, a company can have

instant feedback and statistics that can be used to make appropriate changes, while traditional methods can be analyzed only after campaigns.

A deep analysis of customers' needs is the best opportunity to understand the audience and create a unique customer journey. More tools need to be developed, more research needs to be done and more data needs to be collected. The capital region, Tashkent, has useful tools that already became popular among many tourists and locals, but the second most popular region – Samarkand is still not as well developed as the Tashkent region. Travelers do not receive real-time information and offers. One of the touristic companies' missions is to make Samarkand region digital for tourists and create the app that will connect hotels reservation with booking activities (it would be better if app would be created by the local company).

Researchers found out that 50% of consumers give up and leave the page if the loading time is more than 10 seconds. This confirms that online customers have higher expectations in terms of the speed of the platform and service itself. Otherwise, customers are searching for another website where the service will be provided faster. Noticing how customers are critical in the digital sphere, brands started to pay more attention to websites and invest more in digital experience.

To engage customers and keep them for a long time, businesses should focus on the most important things for customers:

-First is the visual content of a webpage and social media channels. According to the statistics, Facebook posts with images are 2-3 times more popular than without images. It is visible when owners are paying attention to the image of the company by making relevant, one-style visual content.

-Second is the desire of the company to collect, analyse and implement customers' feedback. Brands have to be able to know how customers feel about the service or product. There are various software solutions for conducting surveys that businesses can use to measure how well they meet customers' expectations and after that correct the mistakes or change the content immediately.

-The last one is choosing carefully all digital marketing channels for the company. After a deep analysis, a company should recognize the most important digital tools for their sphere of business, not to spend time and money on unnecessary channels that are not popular among your audience.

33,9 million people are living in Uzbekistan (01.01.2020) and about 21 millions of them are active internet users that are 62% of the total population. In addition, the number of social media users is also growing.The leader of all ratings is Pinterest with 28,52% of all social media users. The second place is taken by Instagram with 24,1% of active users. It is the result of an increase of mobile device users. In the third place, there is Facebook with 22,17% of active social media users.

Social media channels for business accounts should be chosen according to a sphere of business, content that a company is going to publish and the popularity of social media tools. The biggest and the most engaging platforms for any business currently are Facebook, Instagram, YouTube. These social media channels can be

used in all business spheres, increase website traffic and promote a company, place or product. In our case, touristic companies are able to use a special website for travelers – TripAdvisor. TripAdvisor is the world's biggest travel website. Hostels, hotels, restaurants, cafes, attractions, activities and destinations are published there. It is a place where people can share their experiences with others or just write feedback. About 456 million people per month are visiting TripAdvisor to plan a trip. By collecting feedback, the destination will get a rating from TripAdvisor. For many people, a rating is the most indicator and after checking it they can even skip reviews because a decision will be already ready. There, touristic destinations can be published and reviewed by millions of potential visitors by publishing up to date information. The website is free to users and supported by effective advertising business model.

There are also social messaging platforms that are becoming popular these days, can be beneficial to the touristic companies. There is a possibility to make a YouTube channel to publish video content about the destination. Pinterest – social media network that allows sharing images, discover new interests and upload images that others have posted could be also advantageous for the case firm. Furthermore, social messaging platforms such as WhatsApp, Telegram, and Snapchat are becoming a new trend in social media marketing. There, companies can make a private chat where educational or entertaining content can be published to see peoples' reactions and communicate with them.

Instagram is one of the most significant social networks for publishing pictures and videos with over one billion active users monthly. There are 25 million business accounts on Instagram. Moreover, there are more subscribers than on Facebook. They are more active in commenting or adding likes on publications because the content itself is attractive and pictures published with corrections and beautiful effects.

Meanwhile, the touristic companies can pay more attention to mutual public relations (PR). They can work with the other local companies and make publications about them, at the same time that the company will publish something about touristic company itself. Geotagging and other features can help in that process. It will help to get more subscribers and have good relations with companies .

There are no goals for the touristic companies concerning YouTube because this social media network is working for the company as an additional channel. The touristic companies use its videos from YouTube to publish it on the website, Telegram channel or add a link on Facebook.

To succeed in the digital marketing environment that includes several methods, algorithms and tools, touristic companies need to have a clear direction and stated goals. Thus, Uzbekistan can take advantage of its unique location, natural and historical resources, and modern technology solutions to enhance the popularity of the destination, engage new tourists and support people that are already frequently visiting the country or living there.

The concept of the touristic firms' social media accounts has to be

determined. For this purpose, the content calendar with particular publication days, ideas and strategies have to be established. After the rigorous analysis of the customer satisfaction survey, literature and online resources it was defined that the most suitable social media networks for the travel destination are Facebook, Instagram, TripAdvisor, and YouTube. Fortunately, several touristic companies already working with most of them, that makes the process easier.

BIBLIOGRAPHY

1. Resolution of the President of the republic of Uzbekistan on measures for development of inbound tourism, RP-3509, 06.02.2018.
2. Resolution of the President of the republic of Uzbekistan on measures for further improvement of activity of the state committee of the republic of Uzbekistan for the development of tourism, RP-3510, 06.02.2018
3. **The State Committee of the Republic of Uzbekistan on statistics. stat.uz/.**
4. **State Tourism Committee announces hotel occupancy rate throughout the republic in 2019.1** https://kun.uz/en/news/2020/01/11/state-tourism-committee-announces-hotel-occupancy-rate-throughout-the-republic-in-2019/.
5. **Tourism and hospitality marketing. Simon Hudson, British Library, 2008.** Library of Congress Control Number: 2007930777.
6. https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/uzbekistan/2019.
7. Alexander, L. What is Digital Marketing. https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-digital-marketing.
8. Brandi, A. Top 10 Social Media Sites for Business. https://www.lyfemarketing.com/blog/social-media-sites-for-business/.
9. Chaffey, D. & Smith, P.R. 2017. Digital marketing excellence. Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. Fifth edition. London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
10. Chaffey, D. 2018. What is Digital Marketing? A visual summary. https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/what-is-digitalmarketing/.

З.Д. Ниёзов - к.э.н.- стар. преподователь каф. «Банковское дело» СамИЭС
Ш.З. Давронов – заместитель исполнительного директора внебюджетного Пенсионного фонда при Министерстве финансов Республики Узбекистан, PhD

СИСТЕМА СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН: НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация. Рассматриваются основные подходы к понятиям «обязательное социальное страхование», «правовое обеспечение» и «пенсионное страхование». Государством создана система правовых, экономических и организационных мер, направленных на материальную компенсацию в связи с изменением социального положения работающих. Для обеспечения социальной защиты в новых условиях

стало важным появление государственного социального обеспечения как дополнения к социальному страхованию. Рассмотрены виды социального страхования в Республике Узбекистана и социальные риски (старость, инвалидность, утрата кормильца и т.д.). Освещен круг вопросов, препятствующих развитию социального страхования и необходимость внедрения современных информационных технологий в системе социального страхования.

Ключевые слова: социальное страхование, пенсионное страхование, социальные риски, социальное обеспечение, правовое обеспечение социального страхования.

Аннотация. “Мажбурий ижтимоий суғурта”, “ҳуқуқий таъминот” ва “пенсия суғуртаси” каби тушунчаларга аосий ёндашувлар кўриб чиқилган. Давлат томонидан ишловчининг ижтимоий ҳолати ўзгариши муносабати билан унинг моддий ҳолатини компенсациялашга қаратилган ташкилий, иқтисодий ва ҳуқуқий тизим ташкил этилган. Янги шароитларда ижтимоий ҳимояни таъминлашда, ижтимоий суғурта тизимига қўшимча равишда давлат ижтимоий таъминотини ташкил этилиши муҳимлиги кўриб чиқилган. Ўзбекистон Республикасида ижтимоий риск турлари кўриб чиқилган (қарилик, ногиронлик,боқувчисини йўқотганлик ва бошқ.). Ижтимоий суғурта тизимини ривожлантиришга тўсқинлик қилувчи масалалар кўриб чиқлган бўлиб ижтимоий суғурта тизимига замонавий информацион технологияларни жорий этиш муҳимлиги кўриб чиқилган.

Калит сўзлар: ижтимоий суғурта, пенсия суғуртаси, ижтимоий рисклар, ижтимоий таъминот, ижтимоий суғуртанинг ҳуқуқий таъминоти.

Abstract. The article deals with the main approaches to the notions of “compulsory social insurance”, “legal support” and “retirement insurance”. The government has established a system of legal, economic and organizational norms aimed at material compensation in case of change in the social status of workers. In this case, the emergence of the National social security as an addition to social insurance played an important role to ensure social protection in the new conditions. The article describes the types of social insurance in Republic of Uzbekistan and social risks (old age, disability, loss of breadwinner) and the types of the insurance guarantee. The paper covers the range of issues that relate to the amount of the guaranteed payments on compulsory social insurance and necessary implement a modern information technology in the system of social insurance.

Keywords: social insurance, retirement insurance, social risks, social security, legal support of social insurance.

Обязательное социальное страхование - часть государственной системы социальной защиты населения, спецификой которой является осуществ-ляемое в соответствии с законами социального страхования работающих и неработающих граждан от возможного изменения материального и социального положения, в том числе по не зависящим от них обстоятельствам.

Необходимостью внедрения современных информационных технологий в системе социального страхования заключается в том, что каждый гражданин, в том числе работник обязан отчислять от своих доходов в фонды обязательного социального страхования, получая взамен право на материальное обеспечение в случае утраты трудоспособности, болезни,

а также по случаю потери трудоспособности по возрасту, что требует применения электронного персонифицированного учета участников системы, путем ведения Единого реестра субъектов.

Трансформация общественно-экономической системы в Узбекистане в начальных периодах приобретения независимости, создала для населения страны радикально новую ситуацию, которая стала характеризоваться непривычно высоким уровнем социальных рисков. К примеру, утраты места работы, повышение стоимости жизни и достаточного по объему пенсионного обеспечения.

При этом реформирование экономики и социальной сферы совпали по времени с обострением конкуренции на мировых рынках финансов и труда, возникновением глобализации мировой экономики, что в итоге усилило неблагоприятные последствия для населения страны и привело к значительным масштабам безработицы, снижению расходов на оплату труда и социальное обеспечение, образование и культуру.

Противодействовать возросшим по видам, уровню и последствиям социальным рискам действующая на тот момент социалистическая система социальной защиты не могла, и прежде всего по причине отсутствия развитой системы социального страхования. В СССР социальное страхование, в силу идеологических установок и организации экономической жизни, играло незначительную и вспомогательную роль. Основным институтом социальной защиты выступало государство, которое в новых условиях могло выполнять всего лишь дополняющую роль.

С развитием многообразия форм собственности сфера государственного социального обеспечения и ее возможности резко сократились. В этой связи, с начала 90-х гг. на повестке дня, встала стратегическая задача по модернизации системы социальной защиты, адаптации ее к требованиям функционирования рыночной экономики, формирования экономических, организационных и правовых механизмов социального страхования.

Решая вышеуказанную задачу, исполнительные и законодательные органы в последние годы разработали законодательную базу социального страхования, регламентирующую деятельность основных субъектов правоотношений в данной сфере. Однако, внедрение информационных технологий в систему социального обеспечения и ведения единого унифицированного учета социальных выплат и оказываемых услуг все еще остается нерешенным. Решение данной задачи предоставит возможность получения реальных статистических сведений о нуждающихся в социальном обеспечении и защите граждан, для последующих разработок социальных программ (реабилитация, трудоустройство и др.) и предоставления адресных социальных выплат (материальной помощи, компенсаций для малообеспеченных и т.д.).

В этой связи можно привести ряд вопросов требующих решения задач по развития системы в целом:

1) сохранение нестраховых принципов и адресности выплаты

социальных пособий и материальной помощи малообеспеченным семьям;

2) отсутствие администрирования расходов социальных выплат, что ведет к финансовой неустойчивости системы обязательного социального страхования;

3) отсутствие учета и реестра малообеспеченных семей нуждающихся в финансовой поддержке. В частности, до настоящего времени не имеется единый учет малоимущих семей и граждан;

4) недостаточное обоснование уровня социальных выплат, отсутствие критериев по назначению социальных выплат.

Как видно из вышеприведенных проблем, основным вопросом по координации системы социального страхования, является отсутствие электронного учета его субъектов (бенефициаров) по администрированию расходов, в целях повышения и обеспечения их адресности.

Согласно проведенному анализу, одним из основных положительных результатов обеспечения прозрачности и повышения эффективности финансируемых средств в системе социального страхования, является автоматизация системы социального страхования.

Так, согласно проведённому анализу, в результате применения информационных технологий при обработке информаций социальных услуг и помощи, оказываемых нуждающимся слоям населения в развитых странах, сократили бюджетные ассигнования в данном направлении порядка на 15-18 процентов[1].

Можно выделить следующие виды и источники выплат социального страхования в Республике Узбекистан и ответственные органы в данном направлении.

Таблица. Виды социальных выплат и ответственные органы на которых возложена задача по социальному обеспечению[2].

Виды социальных выплат	Социальный риск	Орган ответственный за выплату	Источники финансирования	Программное обеспечение (электронный реестр)
Пенсии	Старость, инвалидность и утрата кормильца	Внебюджетный Пенсионный фонд	Обязательные отчисления работников	Имеется
Пособие	Временная нетрудоспособность	Министерство занятости и трудовых отношений	Отчисления от заработной платы	Отсутствует
Выплата	Несчастные случаи на производстве	Страховые компании, работодатель *(в случаи ликвидации Пенсионный фонд)*	Обязательное страхование, ФОТ работодателя	Отсутствует

[1] Источник: Разработано автором на основе информации Ассоциации пенсионных и социальных фондов – https://www.apsf.ru/.

[2] Разработано автором на основе результатов исследований.

Пособие	Беременность и роды	Работодатель, внебюджетный Пенсионный фонд	ФОТ работодателя, государственный бюджет	Отсутствует
Пособие	Время ухода за ребенком	Министерство занятости и трудовых отношений	Местные бюджеты	Отсутствует
Единовременное пособие	Рождении ребенка	Внебюджетный Пенсионный фонд	Государственный бюджет	Отсутствует
Пособие на погребение	Смерть	Внебюджетный Пенсионный фонд	Государственный бюджет	Имеется
Материальная помощь	Малообеспеченность	Министерство занятости и трудовых отношений	Местные бюджеты	Отсутствует

В связи с чем, в целях широкого внедрения современных информационно-коммуникационных технологий в систему социальной защиты населения, упрощения и обеспечения прозрачности порядка оказания государственной социальной поддержки, постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан от 14 апреля 2019 года №308 «О мерах по совершенствованию системы социальной защиты населения с применением межведомственного электронного взаимодействия» запланировано внедрить в Республике Узбекистан информационную систему «Единый реестр социальной защиты», предусматривающей автоматизацию процедур, связанных с оказанием государственных социальных услуг и помощи населению с применением межведомственного электронного взаимодействия.

Данная практика позволит на республиканском уровне сформировать единую базу данных заявителей и получателей государственных социальных услуг и помощи, а также упростить процедуры рассмотрения и назначения социальных пособий и материальной помощи.

В.Бердикулов – СамИСИ, “Маркетинг” кафедраси мудири, и.ф.н.
Д.И.Усмонова – СамИСИ, “Маркетинг” кафедраси доценти
М. Уктамова – СамИСИ, ММР-118 гуруҳ магистранти

МЕБЕЛЬ МАХСУЛОТЛАРИ БОЗОРИДА СЕГМЕНТЛАШТИРИШ ЖАРАЁНИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация. Мазкур мақола Самарқанд вилоятида мебель махсулотлари бозорининг холатини тадқиқ қилишга бағишланган. Муаллифлар томонидан мебель бозорини сегментлаштиришнинг ўзига хос белгилари таклиф қилинган.

Калит сўзлар: мебель махсулотлари бозори, мебель ассортименти, сегментлаштириш.

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию состояния рынка

мебельной продукции Самаркандской области. Авторами предложены специфические признаки сегментирования рынка мебели.

Ключевые слова: рынок мебельной продукции, ассортимент мебели, сегментирование.

Abstract. This article is devoted to research of the market of furniture production status of Samarkand region. The authors proposed specific signs of segmentation of the furniture market.

Key words: furniture market, furniture assortment, segmentation.

Мамлакатимизда истеъмол товарларни ишлаб чиқариш, ички истеъмол бозорини тўлдириш ва импортнинг ўрнини босувчи махсулотларни ишлаб қиқаришда саноатнинг алоҳида тармоқлари катта аҳамиятга эга. Шулар қаторига ёғочни қайта ишлаш ва мебель саноати ҳам киради.

Ўзбекистон Республикаси мебель ва ёғочни қайта ишлаш саноати мамлакатимизда юқори суръатлар билан ривожланиб бораетган тармоқлар қаторига киради. Агар олдинги йилларда мамлакат ички мебель бозорининг 65-70%-и хорижий ишлаб чиқарувчилар махсулотлари ҳисобига тўлдирилган бўлса, бугунги кунда талабнинг 90%дан ортиғи ўзимизда ишлаб чиқарилган юқори сифатли мебель махсулотлари билан қондирилади. Бугунги кунда республика бўйича мебель ва ёғочни қайта ишлаш соҳасида 1500дан ортиқ корхоналар фаолият кўрсатмоқда. Булар ичида тайёр мебель махсулотларини яратиш, мебель хом-ашёсини тайёрлаш, турли аксессуарлар ишлаб чиқариш, ярим фабрикат махсулотларни ишлаб чиқари, ёғочни бирламчи қайта ишлаш каби корхоналар киради.

Самарқанд вилояти Республикада мебель ишлаб чиқариш бўйича етакчи ўринлардан бирини эгаллаб келади. 2019 йил 1 январ холатига вилоятда 117 та ёғочни қайта ишлаш ва мебель махсулотларини ишлаб чиқаришга ихтисослашган ташкилотлар фаолият кўрсатиб келмоқда.

Мебель ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг таркибида бир махсулотга ихтисослашган ёки бир неча турдаги махсулотларга ихтисослашган корхоналар мавжуд. Ушбу ташкилотлардан битта махсулотга ихтисослашган ташкилотлар 91тани (77,8%), иккита-учта махсулот ассортиментига эга ташкилотлар 15тани (12,8%) ва тўрт ва ундан ортиқ махсулот ишлаб чиқарадиган ташкилотлар 11тани (9,4%) ташкил қилган. Ушбу ташкилотлар томонидан 2018 йилда жами 128672,1 млн.сўмлик махсулот ишлаб чиқарилган, бу эса 2017 йилга нисбатан 13,7% кўпдир. Яратилган махсулотнинг 112376,9 млн.сўмлиги тайёр мебеллар бўлиб, 16295,2 млн.сўмлиги мебел учун алоҳида бутловчи қисмлардир. [1]

Шу билан биргаликда тахлиллар шуни кўрсатадики, охирги гуруҳ ташкилотлари тайёр мебель махсулотларининг 19,87%ни ишлаб чиқаради. Демак кўп тармоқли комплекс мебель корхоналари бошқа ихтисослашган корхоналарига нисбатан самарали фаолият кўрсатар экан.

Мебель ишлаб чиқариш саноатида махсулотларни таснифлашда бир неча ёндашувнинг мавжудлиги бозор фаолиятини юритишда муаммоларни

туғдиради. Масалан, мебель махсулотларининг статистик ҳисоботларда юритишда қуйидаги гуруҳларга ажратиш кўзда тутилади:

– Ўтириш учун асосан металл каркасли мебеллар;
– Бошқа гуруҳларга киритилмаган ўтириш учун мебеллар;
– Муассасалар учун ёғоч мебеллар;
– Ошхона мебеллари;
– Тўшаклар (тўшак асосларидан ташқари);
– Ётоқхона учун ёғоч мебеллар (деворга ўрнатилган шкафлар, тўшак асослари, лампа ва светильниклар, пол кўзгулари, ўтириш учун мебеллардан ташқари);
– Емакхона ва яшаш хоналари учун ёғоч мебеллар (пол кўзгулари, ўтириш учун мебеллардан ташқари).

Мебеллар учун бутловчи қисмлар ҳам ишлаб чиқариш технологиялари, қўланиладиган материаллар ва вазифалари бўйича алоҳида гуруҳларга ажратилади:

– Ўтириш учун мебелларнинг қисмлари;
– Мебелларнинг қисмлари (ўтириш учун мебелларнинг қисмларидан ташқари);
– Муассасалар учун металл мебеллар;
– Ўтириш учун мебеллар ва уларнинг қисмлари, бошқа мебелларнинг қисмларини ишлаб чиқариш жараёнининг бир қисмини (ёки алоҳида операцияларини) бажариш бўйича субпудратчилар хизматлари.

1- жадвал.

Самарқанд вилоятида 2018 йилда ишлаб чиқарилган мебел махсулотлари ассортименти*

Т/р	Мебелнинг тури	Корхоналар сони	Ишлаб чиқариш ҳажми,		Сумма	
				%	млн сўм	%
А.Тайёр мебеллар						
1	Ўтириш учун асосан металл каркасли мебеллар, дона	15	288636	45,37	9755,2	8,68
2	Бошқа гуруҳларга киритилмаган ўтириш учун мебеллар,дона	31	97938	15,39	46796,2	41,64
3	Муассасалар учун ёғоч мебеллар, дона	25	36049	5,67	12422,6	11,05
4	Ошхона мебели	26	191141	30,04	6145,2	5,47
5	Тўшаклар (тўшак асосларидан ташқари), дона	7	6263	0,98	2475,2	2,2
6	Ётоқхона учун ёғоч мебеллар, дона	23	6010	0,94	13456,6	11,97
7	Емакхона ва яшаш хоналари учун ёғоч	18	10168	1,60	21325,8	18,98

	мебеллар , дона					
	Жами	145	636205	100	112376,9	100
Б.Мебеллар учун алохида бутловчи қисмлар						
1	Ўтириш учун мебелларнинг қисмлари,тн	2	7,17		192,8	1,18
2	Мебелларнинг қисмлари (ўтириш учун мебелларнинг қисмларидан ташқари),тн	12	707,0		2197,4	13.48
3	Муассасалар учун металл мебеллар,тн	5	3553,3		7742,1	47,51
4	Ўтириш учун мебеллар ва уларнинг қисмлари, бошқа мебелларнинг қисмларини ишлаб чиқариш жараёнининг бир қисмини бажариш бўйича субпудратчилар хизматлари, млн. сум	7	6162,8		6162,8	37,82
		26	-	-	16295,2	100
			-		128672,1	

*- Жадвал Самарқанд вилоят статистика бошқармаси маълумотлари асосида тузилган.

Жадвалдан келиб чиқадиган биринчи хулоса шундаки, тайёр мебел махсулотларини ишлаб чиқариш билан вилоятдаги барча корхоналар шуғулланади, бутловчи кисмлар эса 26та корхоналарда тайёрланади. Натурал ўлчамларда тайёр мебел махсулотларини кўрадиган бўлсак, жами 636205 дона махсулотларнинг аксарият қисмини ўтириш учун металл каркасли мебеллар (288636 дона, ёки 45,37%) ва ошхона мебеллари (191141 дона ёки 30,04%) ташкил қилади. Колган турдаги мебеллар натурал улчамларда унча катта хиссага эга эмас. Бутловчи қисмларнинг таркибини тахлил қилиш бир қанча қийинчиликлар билан боғлиқ, чунки уларнинг ўлчов бирликлари махсулот сонига солиштирилиши мумкин эмас.

Пул бирликлардаги маълумотлардан кўриниб турибдики, тайёр мебеллар махсулотлари ичида бошқа гуруҳга киритилмаган ўтириш мебелларини ишлаб чиқариш катта ўрин эгаллайди (41,64%), иккинчи ўринда эса емакхона ва яшаш хоналари учун ёғоч мебеллари жойолган (18,98%). Махсулотлар ичида энг кичик ўринни тўшаклар яъни матраслар ишлаб чиқариш эгаллаб турибди (2,2%).

Алоҳида ишлаб чиқарувчилар кесимида мебель махсулотларининг бошқача ассортимент белгилари қўлланилади. Масалан, “Гулобод Мебель” МЧЖсида мебелларнинг таснифи қуйидагича: ошхона мебеллари, юмшоқ мебель, офис учун мебель, ётоқ учун мебель, ёғочли стол ва стуллар, журнал

столлари, матраслар. Кўриниб турибдики, корхоналарда қўлланиладиган махсулотлар таснифи анча фарқ қилар экан.

Маркетинг дастурида товар ассортиментининг ўрнини ҳисобга олган холда уни бошқаришнинг асосий йўналишларини танлаш катта аҳамиятга эга бўлади. Мебель ишлаб чиқариш корхоналарининг фаолиятида ассортименти кенгайтириши рақобатбардошликни оширишнинг асосий йўналишларидан ҳисобланади. Бизнинг фикримизча, маркетинг дастурини яратишда ассортиментни кенгайтиришнинг қуйидаги йўналишларига асосий эътиборни қаратиш лозим:

- Мижозларнинг эътиборини мебель комплектларига қаратиш, яъни бир бирини тўлдириш тамойилларига риоя қилган холда ассортиментни шакллантириш. Бунда мижозларнинг эҳтиёжларидан келиб чиққан холда ишлаб чиқариладиган махсулотларнинг каталогларини яратиш, ишлаб чиқаришнинг технологик хариталарини батафсил изоҳлаб чиқиш, турли мақсадли хоналар учун илмий асосланган мебелларни таклиф қилиш керак. Мисол тариқасида меҳмонхоналар учун мебелларни таклиф қилишни олсак. Президентимиз томонидан берлиган топшириққа биноан яқин йилларда хорижий туристлар сонини 12 миллион кишига етказиш мўлжалланмоқда.[2] Бунинг учун эса мамлакатимиздаги меҳмонхоналар сони қарийб уч бароабарга оширилиши лозим ва уларнинг ҳаммаси жаҳон стандартларига мос равишда мебель билан жихозланиши зарур бўлади. Демак мебель ишлаб чиқарувчи корхонлар хорижий тажрибани ўрганган холда меҳмонхонанинг тури, ундаги номерларнинг ҳусусиятлари ҳамда хизмат кўрсатиш талабларидан келиб чиққан холда алоҳида комплектларни тақдим этиши лозим бўлади.
- Мебель бозорини сегментлаштириш белгиларини кенгайтириш ва ривожлантириш. Олиб борилган изланишлар шуни кўрсатдики, юқорида қўлланиладиган мебелларнинг таснифи уларнинг мижозлар учун нафлилик даражасини тўлиқ акс эттирмайди. Мазкур таснифда харидорларнинг ижтимоий психологик, демографик ва хулқий белгилари асосида сегментлаштиришга эътибор қаратилмаган.

Сегментлаштиришнинг самарадорлигини ошириш ҳамда мебель корхоналари учун аниқ истиқболли кўрсаткичларни таклиф қилиш учун бизлар қуйидагича ёндашишни таклиф қиламиз (2-жадвал). Жадвалда бизлар мебель ишлаб чиқарувчи корхоналар учун ассортиментни шакллантириш бўйича айрим таклифларни бермоқдамиз, аммо уларни ҳар бир корхона тўлдириши ва ривожлантириши мумкин.

2-жадвал.

Мебель махсулотлари бозорини, демографик ва ижтимоий-психологик белгилар бўйича таснифлаш ва махсулот асортиментини шакллантириш

Умумий тас-ниф белгиси	Батафсил тас-ниф белгиси	Бозор сегменти	Махсулот ассор-тименти таклифи
Биноларнинг мақсади	Турар жой хонадонлари	Кўп қаватли уйда квартира, (стандарт)	Аниқ ўлчамли, стандарт шаклидаги

бўйича			мебель, ўзаро мос комплект
		Кўп қаватли уйда квартира (эркин майдон)	Алоҳида дизайн бўйича ишланадиган ноаник ўлчамдаги мебеллар
		Намунавий уйлар (тайёр лойиҳа)	Лойиҳага мос типлашган ассортимент (каталог)
		Индивидуал уйлар (меъёрланмаган)	Шахсий буюртма асосида, эркин дизайн мебеллари
	Нотурар жой хоналар	Ижтимоий объектлар (тайёр лойиҳа)	Йирик партияли, санитар меъёрларга жавоб берадиган, шакли тасдиқланган комплектлар
		Офислар (индивидуал лойиҳа)	Маълум тузилишдаги, аммо индивидуал буюртма асосида
		Жамоат бинолари (эркин майдон)	Жойларга чиқиб эркин лойиҳа асосида турли шакладаги мебеллар
		Меҳмонхона, ресторан	Люкс ва модерн даражасидаги стандарт ва индивидуал мебеллар комплекти
		Савдо ва хизмат кўрсатиш хоналари	Жойида йиғиладиган асосан стандарт бутловчиларидан тайёрланадиган мебеллар
Демографик ва ижтимоий – психологик белгилар	Харидор ёши ва оиланинг ҳаётий цикли	Келин-куёвлар	Люкс даражаси мебеллари, асосан ётоқ мебеллар
		Ёш оила (алохида яшаш мақсадида)	Стандарт даражадаги мебеллар, барча турдаги уй жихозлари
		Барқарор оила	Ўзаро мос мебеллар комплекти, замонавий дизайн, алоҳида буюртма
		Тўлиқ бўлмаган оила	Стандарт даражали алоҳида мебель

			жихозлари
	Даромади	Паст даромадли	Стандарт даражали
		Ўрта даромадли	Модерн даражали, каталог бўйича
		Юқори даромадли	Люкс даражали, шахсий дизайн
	Жамиятдаги ўрни ва турмуш тарзи	Бозор етакчиси, мода ишқибози	Ўзига хос дизайн ва материални таклиф қилиш
		Қулайлик яратувчи	
		Замонга мослашувчи	
		Бир хил шароитга мослашган(консерватор)	
	Жойлашуви	Қишлоқда жойлашган	
		Шаҳарда жойлашган	

Бизнинг таклифларимиз негизида истеъмолчиларнинг талабини шакллантириш шарт – шароитларини кенгроқ ҳисобга олиш ҳамда ассортимент шакллантиршда нафақат унинг кенглиги, балки чуқурлигига ҳам эътиборни қаратишни ўз ичига олади. Ушбу таклифларни ҳар бир мебель ишлаб чиқариш корхоналарида қўлланилиши бозорда рақобатбардошликни оширишга хизмат қилади деб ўйлаймиз.

Адабиётлар:

1.Самарқанд вилояти статистика бошқармаси маълумотлари.

2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг янги сайланган Сенат аъзолари олдида сўзлаган нутқи. 20 январь 2020йил.

Ж.М. Курбонов – СамИСИ профессори, т.ф.д.,
М.Ж.Каимов –СамИСИ магистранти

САВДО КОРХОНАЛАРИ ЭЛЕКТРОН ТЕХНИКАВИЙ ХОЛАТИНИ ИННОВАЦИОН ЯХШИЛАШ

Аннотация. Мақолада савдо корхоналари электрон техникавий ҳолатини инновацион яхшилаш “Ургут Файз Савдо” МЧЖга қарашли “Лаззат” савдо маркази №1 савдо магазинининг электрон техникасини инновацион янгилаш билан самарадорлигини оширилиши мисолида корхона маълумотлари асосида келтирилган.

Калитли сузлар: электрон техника, самарадорлик, асосий фондлар, техникавий даража.

Аннотация. В статье приведен пример инновационного улучшения электронно-технического состояния предприятий торговли на примере повышения эффективности работы электронного магазина торгового центра “Lazzat” № 1 ООО «Ургут Файз Савдо».

Ключевые слова: электронное оборудование, эффективность, основные средства, технический уровень.

Abstract. The article provides an example of innovative improvement of the electronic technical state of trade enterprises using the example of increasing the

efficiency of the electronic store of the Lazzat shopping center No. 1 of LLC Urgut Fayz Savdo.

Key words: electronic equipment, efficiency, property assets, technical level.

Савдо корхоналарининг самарадорлигини ошириш ундаги ишлаб чиқаришни янги инновацион ютуқлар асосида жадаллаштириш ва халқ хўжалигининг структурасининг такомиллашишига боғлиқ бўлади. Бундай вазифаларни бажаришда унинг моддий техникавий базасини ривожлантириш ва мавжуд асосий ишлаб чиқариш фондларини фойдаланиш самарадорлигини ошириш ўта муҳим ҳисобланади.

Савдо корхонасининг асосий фондларини таҳлил қилар эканмиз, уларнинг ишлаб чиқариш жараёнида маҳсулот реализациясида ва маҳсулотлар истеъмолини ташкил этишдаги функцияларига қараб актив ва пассивга бўлинишини кўришимиз мумкин.

Биз ушбу ишимизда“Ургут Файз Савдо” МЧЖга қарашли “Лаззат” савдо маркази №1 савдо магазинининг электрон техникасини инновацион янгилаш билан самарадорлигини оирилишини куриб чикамиз.

“Ургут Файз Савдо” МЧЖга қарашли “Лаззат” савдо маркази №1 савдо магазини электрон техникасининг рўйхати 2019 йил ҳолатида, №1 савдо магазини асосий фондларининг техникавий даражасини аниқлаш мақсадида биз корхона техникавий даражасини аниқлаш методикаси бўйича электрон техникаси ҳолати 1-жадвалда келтирилган.

1-жадвал

№1 савдо магазини электрон техникаси таркибий қисми 2019 йил

№	Инвен-тарь номе-ри	Жиҳоз номи	Тавсифи				
			маркаси	Унум-дорлиги	Эл.кув-вати Вт	Масса си Кг	Эгалл аган юзаси $м^2$
Электрон техникаси							
1	ОС-9	Назорат касса аппарати	АМС-100	70	25	5	0,019
			АМС-100Ф	180	25	5	0,109
2	Ос-12	Касса аппарати	Электрони	10секц		10	0,41
3	Ос-80	Электрон тарози	ВЭ-15Т	15кг	15	10	0,108
4	Ос-15	Механик тарози	РП-500Г13	500кг		140	1,28
5	Ос-68	Пул санаш маши-наси	СДБ-2В/1	300 дона	85	2	0,25
6	Ос-75	Циферблатли тарози	РН-10Ц13	10кг	-	5	0.,55

Магазин электрон техникаси буйича инновацион янги замонавий электрон техникаси танланиб киритилгандан сунг холати 2-жадвалда келтирилди.

2-жадвал

“Ургут Файз Савдо” МЧЖга қарашли №1 савдо магазини электрон техникаси таркибига инновацион янги электрон техникаси киритилган 2020 йил холати

№	Инвен-тарь номе-ри	Жиҳоз номи	Тавсифи				
			маркаси	Унум-дорлиги	Эл.кув-вати Вт	Масса си кг	Эгалл аган юзаси $м^2$
Электрон техникаси							
1	ОС-9	Назорат касса аппарати	АМС-100	70	35	5	0,019
			АМС-100Ф	180	25	5	0,109
2	Ос-12	Касса аппарати	Электрони	10секц		10	0,41
3	Ос-80	Электрон тарози	ВЭ-15Т	15кг	15	10	0,108
4	Ос-69	POS терминал	NURIT302	14400бит	2,2	400	0,72
5	Ос-95	IBM компютер	IBM	4ГБ	60	3	0,6
6	Ос-15	Механик тарози	РП-500Г13	500кг		140	1,28
7	Ос-68	Пул санаш маши-наси	СДБ-2В/1	300 дона	85	2	0,25
8	Ос-75	Циферблатли тарози	РН-10Ц13	10кг	-	5	0.,55

Жадвалдан куриниб турибдик савдо корхонасида инновацион режа аосида замонавий терминал NURIT302 POS-терминали ва IBM компютер олиниб савдода кулланилганда савдо ишлари анча жонланади.

POS-терминал (Poinr of Sale) – бу махсус электрон техника бўлиб, турли мақсадларга: банк учун, мобил алоқа учун ва ҳ.к. ишлаб чиқарилади.

POS-терминаллар савдо-сервис корхоналарида махсус касса аппарати ёнида ўрнатилади ва магнит тасмали ёки чип карточкаларни информациясини санашда ва банк билан банк карточкаси орқали операция ўтказиш, авторизация ўтказиш учун қўлланилади.

“Ургут Файз Савдо” МЧЖга қарашли ”Лаззат” савдо марказида савдо электрон воситаларини янгилаш билан самарадорлигини янги техниканинг савдо корхонасида қўлланилиши иқтисодий самараадорлигини аниқлаш учун В.И.Шалун таклиф этган метод ёрдамида: хар бир ишлаб чиқариш маҳсулотга (ишга) келтирилган сарф харажат ҳисоби методикасидан фойдландик. Бунда бир хил ҳажмда бажарилган маҳсулот ёки бажарилган ишга энг кам сарф харажат қилган инновацион тадбир самарали деб ҳисобланади.

Бунда, “Ургут Файз Савдо” МЧЖга қарашли ”Лаззат” савдо марказида савдо электрон воситаларини холати келтирилган жадвал 1 базали деб кабул

қилинди ва 2-жадвалдаги маълумотлар янги база хисобида хислб утказилди**.**

База ва янги жиҳозлар бўйича йиллик иқтисодий самарадорликнинг йиллик ишлаб чиқариш махсулотга келтирилган харажатлар бўйича ҳисобидан олинган натижалар 3-жадвалга критилди.

3-жадвал

Келтирилган харажатлар ва йиллик самарадорлигининг жамланма хисоби

	Курсаткичлар	Киёслаш варианти	
		базавий	янги
	Асосий фондга куйилмалар умумий хажми	(1.5)9654,3	(3.6)8770,6
	Асосий фондга келтирилган капитал куйилма ЕпхК (Еп=0,15)	1448,1	1315,6
	Йиллик махсулот хажмига кунлик харажатлари	(2.11)11995,6	(4.7) 11527,8
	Йиллик махсулот хажмига келтирилган харажатлар	13443,7	12843,4
	Йиллик самарадорлик	-	600,3

Т.Ш.Шодиев – Тошкент халқаро Вестминстер университети ҳузуридаги ЮНЕСКОнинг “Билимлар иқтисодиёти” кафедраси мудири, и.ф.д., профессор

А.О. Очилов– ҚарДУ, “Иқтисодиёт ва сервис” кафедраси профессори в.б., иқтисодиёт фанлари доктори, доцент

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ РИВОЖЛАНИШ УФҚЛАРИ

Аннотация: Мақолада рақамли иқтисодиётнинг моҳияти ва мазмуни, ундан фойдаланишнинг хорижий тажрибаси, мамлакатимизда рақамли иқтисодиётни амалга оширишнинг долзарблиги, унинг имкониятлари, устунликлари ва муҳим жиҳатлари баён қилинган.

Калит сўзлар: ахборот тизими, рақамли иқтисодиёт, штрих код, креатив қобилиятлар, электрон рақамли технологиялар, блокчейн, “хуфёна иқтисодиёт”, электрон валюта, виртуал магазин.

Аннотация: В статье изложены сущность и содержание цифровой экономики, зарубежный опыт ее использования, актуальность цифровой экономики в нашей стране, а также ее возможности, преимущества и важные аспекты.

Ключевые слова: информационная система, цифровая экономика, штрих-код, творческие способности, электронные цифровые технологии, блокчейн, «теневая экономика», электронная валюта, виртуальный магазин.

Abstract: The article outlines the essence and content of the digital economy, foreign experience in its use, the relevance of the digital economy in our country, and also its capabilities, advantages and important aspects.

Keywords: information system, digital economy, barcode, creativity, electronic digital technologies, blockchain, “shadow economy”, electronic currency, virtual market.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев 2020 йил йил 24 январдаги Олий Мажлисда қилган Мурожаатномасида таъкидлаганидек “Энг катта бойлик – бу ақл-заковат ва илм, энг катта мерос – бу яхши тарбия, энг катта қашшоқлик – бу билимсизликдир”! Шу сабабли замонавий билимларни ўзлаштириш, чинакам маърифат ва юксак маданият эгаси бўлиш узлуксиз ҳаётий эҳтиёжга айланиши керак. Тараққиётга эришиш учун рақамли билимлар ва замонавий ахборот технологияларини эгаллашимиз зарур ва шарт. Бу бизга юксалишнинг энг қисқа йўлидан бориш имкониятини беради”. Бозор муносабатларига ўтиш жамият ижтимоий-иқтисодий ҳаётининг барча соҳаларига ахборот коммуникацион технологияларининг сўнгги ютуқларини жорий этиш жараёнини жадаллаштириб юборди. “Ахборотлаштириш”, “компьютерлаштириш”, “электрон ҳукумат”, “электрон бошқарув”, “очиқ таълим”, ”аққли уй”, ”ақлли машина”, “ақлли шаҳар” каби атамалар ҳаётимизга кенг кириб келди. Ахборот тизимлари ва технологиялари йилдан-йилга иқтисодиётнинг турли тармоқ ва соҳаларида янада кенг қўлланилмоқда. Уларни лойиҳалаштириш, яратиш, ишга тушириш ва амалиётга кенг жорий этишдан асосий мақсад – иқтисодий-ижтимоий тараққиётда вужудга келаётган муаммоларни ҳал этиш ҳамда меҳнат самарадорлигини оширишдан иборат. Ваҳоланки, глобаллашув ва жаҳон цивилизацияси тараққиёти жараёнларида тезкор ахборот алмашинуви, юртимизда амалга оширилаётган улкан ислоҳотлар ва бунёдкорлик ишлари жамиятимиз ҳар бир аъзосининг мунтазам равишда ўз устида ишлаши, масъулиятли, креатив фикрлайдиган, ташаббускор, замонавий интеллектуал билимларни ўзлаштирган ва амалиётга жорий эта оладиган, тадбиркор ва ҳушёр бўлишни тақозо этмоқда.

Президентимиз томонидан тараққиётнинг устувор йўли сифатида эътироф этилаётган рақамли иқтисодиётнинг ўзи нима, қандай эҳтиёжга кўра бу иқтисодиёт турига ўтишимиз лозим, унинг қандай турлари ва афзаллик томонлари бор, жамиятимиз аъзолари рақамли иқтисодиётга ўтишга тайёрми деган саволлар туғилиши табиий.

Рақамли иқтисодиёт – ишлаб чиқаришнинг асосий омили сифатида рақамли маълумотлар, рақамли бошқарув, рақамли тўловлар, рақамли тижорат бўлиб, такрор ишлаб чиқаришнинг фазаларини бошқаради ва назорат қилади. Бу иқтисодиёт жамиятнинг шиддат билан ўсиб бораётган эҳтиёжларини кичик элементигача, икир-чикиригача, тўлалигигача аниқ ўлчай олади ва келажакдаги ўзгаришларни прогноз қила олади (ҳамма нарса очиқ бўлади). Иқтисодиётнинг барча объектлари, субъектлари, талаб ва эҳтиёжлари рақамли белгиларга эга бўлади. Масалан, рақамли иқтисодиётда товарлар ва хизматлар кодланиб, штрих код 13 та рақамдан иборат бўлади. Мисол тариқасида 8710335230431 кодини оладиган бўлсак, коднинг биринчи иккита рақами (87) товарнинг Нидерландияда ишлаб чиқарилганлигини, кейинги 5 та рақами(10335) товар ишлаб чиқарилган фирманинг бу мамлакатда рўйхатга олинган рақамини билдириб, навбатдаги бешта рақам (23043) товарнинг хусусиятлари (сифати, ўлчами) ҳақида маълумот беради. Охирги рақам (1) эса товар кодини назорат қилишни англатади. Бунда

товарнинг ҳақиқий ёки қалбаки эканлиги аниқланади.

Рақамли иқтисодиёт тузилмасида ишлаб чиқарувчилар, истеъмолчилар, сотувчилар ва харидорлар муносабатлари “рақамли” муҳитга асосланади. Бошқача қилиб айтганда рақамли иқтисодиёт миллий иқтисодиётимиз таркибидаги иқтисодиёт. Нима учун уни тармоқ деб атамаймиз. Чунки иқтисодиёт фанининг қабул қилинган атамалари, тамойиллари ва қонун-қоидалари бор. Жумладан тармоқ тушунчаси бил хил ёки бир бирига ўхшаш технология ва маҳсулот турларини ишлаб чиқарувчи (гомоген) корхоналар йиғиндиси (ёки мажмуаси) тармоқ деб аталади. Индустриал иқтисодиётда ишлаб чиқариш жараёнида табиий ресурслар меҳнат ёрдамида ва иштирокида инсонларнинг эҳтиёжини қондирувчи маҳсулотлар ва хизматларга айлантирилади. Рақамли иқтисодиёт постиндустриал иқтисодиётнинг унсури бўлиб, ундаги ишлаб чиқариш жараёнида электрон рақамли технологиялар ёрдамида маълумотлар инсонлар учун ўта муҳим бўлган ахборот, ғоя, билим ва маърифатга айлантирилади ҳамда улар иқтисодиётни инновациялар асосида ривожлантиришга хизмат қилади.

“Иқтисодиёт” тушунчаси эса бир хил турдаги маҳсулот, хизмат ёки ахборотни бир хил ёки ўхшаш технологиялар асосида ишлаб чиқарувчи тармоқлар мажмуасидир. Рақамли иқтисодиёт телекоммуникация, интернет, мобил алоқа ва уларга хизмат қиладиган инфраструктура тармоқларини қамраб олади.

Ҳозирги даврда жаҳоннинг ривожланган мамлакатлари, жумладан, Европа Иттифоқи, АҚШ ва Шарқий Осиё мамлакатларида рақамли иқтисодиёт асосий иқтисодиёт тармоғи ҳисобланади. Мазкур мамлакатларда давр талабидан келиб чиқиб амалга оширилаётган энг муҳим ислоҳот бу рақамли итисодиётни кенг қўллаб-қувватлаш ва амалга оширишдир. Зеро, АҚШнинг жаҳонда йирик иқтисодий марказ сифатида эътироф этилишининг асосий сабаби мамлакатнинг ахборот технологиялари ва рақамли иқтисодиётга ўтганлиги натижасидир.

Давлат бошқаруви тизимини янада такомиллаштириш, рақамли иқтисодиётни жорий этиш ва ривожлантириш учун шарт-шароитлар яратиш, инвестиция муҳитини яхшилаш, шунингдек, 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини амалга ошириш мақсадида 2018 йил 3 июлда Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида рақамли иқтисодиётни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори қабул қилинди. Қарорга мувофиқ, рақамли иқтисодиётни ривожлантиришнинг галдаги муҳим вазифалари сифатида – инвестицион ва тадбиркорлик фаолиятининг турли шаклларини диверсификация қилиш учун криптоактивлар айланмаси соҳасида турли фаолиятларни, жумладан, майнинг (турли криптовалюталарда янги бирликлар ва комиссион йиғимлар форматида мукофот олиш имкониятини берувчи янги блоклар яратиш ва тақсимловчи платформани қўллаб-қувватлаш бўйича фаолият), смарт контрактлар (рақамли транзакцияларни автоматик тартибда

амалга ошириш бўйича ҳуқуқ ва мажбуриятлар битилган электрон шартнома), консалтинг, эмиссия, айирбошлаш, сақлаш, тарқатиш, бошқариш, суғурталаш, крауд-фандинг (жамоавий молиялаштириш), шунингдек, “блокчейн” технологияларини жорий этиш ва ривожлантириш; малакали кадрларни тайёрлаш; криптовалюталар ва хорижий ташкилотлар билан ҳамкорликни йўлга қўйиш; бу борада ҳуқуқий базани яратиш ва б. назарда тутилган. Бундан ташқари 2030 йилга қадар “Рақамли Ўзбекистон –30” дастурини ишлаб чиқиш юзасидан ҳам чора-тадбирларни амалга ошириш белгиланган.

Реал ва виртуал борлиқнинг қўшилиб, бирлашиб кетиши гибрид, “ҳамкор” иқтисодиётни вужудга келтиради. Бу шароитда корхонада бошқарув ишлари, меҳнат харажатлари, мурожаатлар, аризалар, ҳисоботлар, тўлов ҳужжатлари, декларациялар, солиқ тўловлари, банк билан ишлаш, кредит шартномалари ва бошқа ҳужжатлар электрон кўринишда амалга оширилади. Интернетда ишлаш, ахборот алмашинувлар, иқтисодиётга алоқадор барча ҳисоб ишлари ва статистик маълумотлар очиқ-ошкора бажарилади, иш жараёнида кўзбўямачиликлар ва фирибгарликлар содир бўлмайди, “хуфёна” иқтисодиёт кескин камаяди, коррупцияга чек қўйилади, даромад қилаётган фуқаролар оммавий равишда солиқ агентига айланади.

Рақамли иқтисодиёт бу интернет иқтисодиёти, электрон бизнес ва электрон тижорат ёрдамида ишлаб чиқилган ҳамда сотилаётган рақамли технологияларга асосланган иқтисодий фаолиятдир. Рақамли иқтисодиёт кўп қиррали фаолият бўлиб, унда рақамли ахборот ва билимлар ишлаб чиқаришнинг асосий омили, АКТ эса самарадорликни оширишнинг асоси сифатида қўлланилади. Бу ерда товарлар ва хизматлар электрон шаклда сотилади. Рақамли иқтисодиётда хизматлар ва товарлар учун тўловлар кўпинча электрон пулларда рақамли банклар орқали амалга оширилади. Виртуал (рақамли) электрон валюта – пул сифатида муомалага киритилади, улар моддий эквивалентга эга бўлмаган нақд тангалар ва маълумотлар базасидаги кодлар жамланмасидир. Ҳозирда машҳур криптовалюта пуллар Bitcoin, Etherium, Ripple, IOTA, Bitcoin Cash, Stellar, Monero ва Litecoin лар ҳисобланиб, улар блокчейн, яъни блоклар занжири номини олган.

Интернет маълумотлари таҳлилига кўра, OECD мамлакатлари ЯИМ даги рақамли иқтисодиётнинг улуши 2011 йилда Австрияда энг кам кўрсаткич, яъни 3,8%ни, Ирландияда энг кўп, яъни 12%ни, аҳоли бандлиги бўйича эса унинг улуши Грецияда энг кам – 1,8% ва Финландияда энг кўп – 6,3%ни ташкил этди. 2015 йилда АКТ товарларининг жаҳон экспортида Хитойнинг улуши 26,6%ни, Жанубий Кореянинг улуши 20%ни, АҚШники 7,5%ни ва Россияники 1,5% ни ташкил қилди. Ҳозирги вақтда Хитойда ва Японияда UniCredit Santander ва UBS каби молиявий гигантлар виртуал пулларда актив ҳамкорлик қилмоқдалар. Ripple ўзининг 7 млрд. долларлик капиталлашувига эга.

Статистик маълумотлар таҳлилига мувофиқ, 2018 йилда Хитой аҳолисининг мобил тўловлари 980 млрд. долларни ташкил қилиб, АҚШга

қараганда 11,5 баробар кўп қийматга эга бўлди. Хитойда мобил технологиялардан фойдаланиб бизнес юритиш оммавийлашган. Буларнинг сабаби Хитойда рақамли бизнес учун рақобат муҳитининг мавжудлиги, қолаверса, давлатнинг рақамли иқтисодиёт соҳасига берган имтиёзлари ва ниҳоят электрон бизнеснинг катта бозори мавжудлигидир. Кейинги ўн йилликда эса Хитой ва Ҳиндистоннинг жаҳонда электрон тижорат трансакцион харажатлардаги салмоғи 40 фоизга ошди. Айниқса, бугун Хитойнинг интернет тижорат трансакциялари Франция, Германия, Япония, Буюк Британия ва АҚШ мамлакатларининг биргаликда олинган кўрсаткичига нисбатан кўпдир. Хитойда 2018 йилда 801 млн. киши интернет хизматидан фойдаланган бўлиб, улардан 700 млн.га яқини ҳозирга қадар мобил технологиялардан фойдаланиб бизнес юритадилар.

Жаҳонда, шу жумладан, Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши ўзига хос бўлиб, нотекис тараққий этмоқда. Тадқиқотлар таҳлилига кўра, мобил алоқалар ҳар 100 кишига жаҳонда 100 тани, Ўзбекистонда 77,3 тани, компьютер мавжуд бўлган хонадонлар сони бўйича эса Ўзбекистон кўрсаткичи ҳар 100 та хонадондан 44 тани, жаҳонда 47 тани, интернетдан фойдаланувчилар фоизи Ўзбекистонда 46,8%ни, жаҳонда эса 46,0%ни ташкил этмоқда. Ҳозирги кунда Ўзбекистонда интернет тармоғидан фойдаланувчилар учун интернет тармоғи тезлиги 5,7 kbit/s ни ташкил этиб, жаҳонда эса ҳозирги даврда бу кўрсаткич 74,5kbit/s бўлганлиги қайд этилди.

Рақамли иқтисодиёт соҳасининг ишончли экспертларидан бири – The Boston Consulting Group (BCG) нинг статистик маълумотларига кўра, жаҳонда 2014 йилдан бошлаб ҳозирга қадар товарлар савдосининг қарийб 12-14 фоизи халқаро электрон тижорат орқали амалга оширилиб келинмоқда. Ривожланган мамлакатларнинг ялпи ички маҳсулотидаги рақамли иқтисодиёт улушининг ўсиш даражаси 2010-2016 йиллар кўрсаткичлари таҳлилига кўра, Россияда 1,9%дан 2,8%га, Саудия Арабистонида 2,2%дан 3,8%га, Хитойда 5,5%дан 6,9%га, Японияда 4,7%дан 5,6%га, Буюк Британияда эса 8,3%дан 12,4%га кўтарилган. Ривожланаётган мамлакатларда эса бу кўрсаткич ЯИМ таркибида 3,6%дан 4,9%га ўсган.

Жаҳон банкининг 2016 йилдаги рақамли иқтисодиётга мослашиш индексида (Digital Adoption Index) Хитой 131 мамлакатлар орасида 50 ўринни эгаллаган бўлса, Ҳиндистон эса 61 ўринни эгаллаган. Бу давлатларда электрон бизнес муҳитида интернет тезлиги яхши таъминланган. Сўнгги йилларда ривожланган мамлакатларда ялпи ички маҳсулот таркибида рақамли иқтисодиётнинг ҳиссаси ортиб бормоқда, яъни ўртача бу ўсиш 7 фоизга, Boston Consulting Group компаниясининг рақамли хизматлар миқдори 2,3 трлн. долларга, катта G-20 давлатларида 4,1 фоизга тенглашган. 2030 йилга бориб эса рақамли иқтисодиёт жаҳон ялпи ички маҳсулоти таркибида 40 фоиз улушга эга бўлиши прогнозлаштирилмоқда.

Агар анъанавий ва виртуал магазинларни таққосласак, қуйидагилар маълум бўлади: харидорлар савдо заллари – виртуал магазинлар орқали товарларни томоша қилиши, танлаши, виртуал магазинда сервер саҳифалар

билан танишиши, товарларни танлаши ва буюртма бериши мумкин. Виртуал магазинларда харидор сотувчидан телефон алоқаси орқали маслаҳатлар олади, сервер орқали ўзи ёқтирган товарларга буюртмалар беради, келишилган тўловларни эса on-line орқали электрон усулда пластик карталар, рақамли пул ва биткоин тангаларда амалга оширади. Сотувчи ўз навбатида почта хизмати орқали товар кодини аниқлаб, e-mail ёрдамида товарни мижознинг манзилига жўнатади ва бу ҳақда харидорга мобил алоқа орқали хабар беради.

“Рақамли дунё”да ижтимоий ва иқтисодий муносабатлар, компания ва фирмалар ўртасидаги савдо муносабатлари рақамли банкларнинг асосий фаолиятига айланади. Рақамли банклар ижтимоий тармоқлар орқали мижозлар билан “учрашади” ва мижознинг қизиқтирган саволларига атрофлича жавоб беради, уларга хилма-хил хизматларни, жумладан, мақсадли кредитларни кичик фоизларда таклиф қилади. Бунда ҳеч қандай чекловларга йўл қўйилмайди.

Ҳозирги даврда Ҳиндистонда (ICICI Bank), Туркияда (Akbank, Deniz Bank), Польшада (PKO Bank, mBank, Alior Bank), Украинада (ПриватБанк), Белоруссияда (Insync.by), Россияда (ЯндексБанк) каби рақамли банклар кичик бизнес субъектларига сифатли ва ишончли хизматлар кўрсатиб келмоқда. Россия ва Белоруссия яқин истиқболда Ўзбекистон билан ҳамкорликда еттита рақамли банкни ишга тушириш бўйича ишларни амалга оширмоқда.

2019 йилга келиб электрон ахборотлаштириш иқтисодиётнинг барча жабҳаларини қамраб олди. Электрон алоқа воситалари орқали ҳукумат ва унинг хизматлари истеъмолчилари – давлат идоралари, нодавлат ташкилотлар, шунингдек, аҳоли ўртасида ахборот ҳужжат айланиши таъминланади.

Таъкидлаш жоизки, қаерда рақамли иқтисодиёт жорий этилса, ўша ерда давлатнинг иштироки ўз-ўзидан камайиб боради. Ўзбекистон Республикасида иқтисодиётни модернизация ва диверсификация қилиш, меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини ошириш орқали юқори иқтисодий ўсишни таъминлаш масалалари кўп омиллардан фойдаланишни, шу жумладан мамлакатда рақамли иқтисодиётни қўллашни талаб этмоқда. Мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришда рақамли иқтисодиётни жорий этилишидан давлат, жамият, мулкдорлар, тадбиркорлар ва аҳолининг бошқа барча қатламлари манфаатдордирлар. Ваҳоланки, давлатимиз раҳбарининг қўяётган талаблари қаторида 2030 йилга бориб рақамли иқтисодиётнинг ЯИМ даги улушини 30 фоизга етказиш орқали тармоқнинг йиллик ўртача ўсиш суръатини 15 фоиздан юқори даражага кўтариш масаласи ҳам кун тартибида турибди.

Хулоса шуки, инсоният глобал ўзгаришлар даврига кирди. Яқин келажакда унинг ҳаётий фаолияти, иқтисодиёти ва бошқаруви, фан ва техниканинг асосий соҳалари янги шакл ва мазмунга эга бўлади. Инсон тафаккури ва дунёқараши ижтимоий муносабатларнинг ўзгаришига олиб келади.

S.Musayeva – Associate dotsent. SamIES,
T.Ikramova – Master student of group MMR-119
F.Usmanov – Student of group IK-219 , SamIES,

METHODS OF CONDUCTING MARKET RESEARCH AT MANUFACTURING PLANTS

Abstract: This article devoted to the using of marketing research methods like document analysis methods, high quality methods and quantitive methods for develop and getting high indexes in manufacturing plants.

Key words: marketing researches, methods of analysis, observations in the marketing researches, interview, content analysis, focus groups, respondents, filling questionery.

Annotatsiya: Mazkur maqola ishlab chiqarish korxonalari faoliyatini rivojlantirish hamda yuqori koʻrsatkichlarga erishish uchun marketing tadqiqotlarini oʻtkazishda hujjatlar tahlili, yuqori sifat tahlili va miqdor tahlili usullaridan foydalanish.

Kalit soʻzlar: marketing tadqiqotlari, tahlil usullari, marketing tadqiqotlarida kuzatuv, soʻrovlar, kontetnt tahlil, focus-guruhlar, respondentlar, anketa toʻldirish.

Аннотация: Данная статья посвящена использованию методов маркетинговых исследований, таких как анализы документов, качественных анализов и количественных анализов в целях развития деятельности и достижения высоких показателей в производственных предприятиях.

Ключевые слова: Маркетинговые исследования, методы анализа, наблюдение в маркетинговых исследованиях, опрос, кантент анализ, фокус группы, респонденты, заполнение анкет.

The decision to conduct market research depends on the existing marketing information system. It is the lack of information that encourages firms to organize independent research. Independent market research requires studying the specifics and boundaries of the application of different methods of market research and collection of non-systematic information.

Due to the fact that the task of the study is to conduct independent market research, we decided to focus more on the essence and boundaries of the use of the most common research methods. Document analysis methods are used mainly when there is sufficient secondary and primary data collected in other activities.

High-quality research involves collecting, analyzing and interpreting data by observing what people are doing and saying. Observations and conclusions are of a qualitative nature and are carried out in a non-standardized form. High-quality data can be quantified, but special procedures precede this.

Quantitative studies are usually equated with conducting various surveys based on the use of structured closed questions, to which a large number of respondents respond. The characteristics of such studies are: a well-defined format of data collected and sources of obtaining it. The data collected are processed through streamlined procedures, mostly quantitative in nature.

The competent translation of primary and especially secondary data into targeted information requires knowledge of the methods of analyzing the data

studied. The entire body of media of such data, especially printed ones, is usually referred to as documents, although in different literature the interpretation of the media varies. We also subscribe to the opinion of most authors and will call these data documents. Document analysis can be traditional and formalized.

Traditional analysis is a chain of mental, logical structures aimed at identifying the essence of the analyzed material from a certain point of view, which is of interest to the researcher in each case. Traditional analysis distinguishes between external and internal analysis.

External analysis is an analysis of the context of the document in the sense of the word and all the circumstances that accompanied its appearance. The purpose of external analysis is to establish the type of document, its form, time and place of appearance, who was its author and initiator, what goals were pursued in its creation, how reliable and reliable it is, etc. All the work of the marketer is aimed, in this case, at conducting an internal analysis of the document, which includes revealing the level of authenticity of the facts and figures, establishing the level of competence of the author of the document, clarifying his personal attitude to the facts described in the document. The variety of types of documents, the purpose of their compilation, styles and formats leads to the fact that each researcher tries to see in the document confirmation of his own hypothesis.

The desire to get rid of the subjectivity of traditional analysis has given rise to the development of fundamentally different, formalized (quantitative) methods of analysis or content analysis.

Content analysis is a technique for concluding, which is produced by objective and systematic identification of the relevant research of the characteristics of the text. It is implied that the use of such technology includes some standardized procedures, often involving measurement, so the data obtained should have a set level of generalization in the study.

The main uses of content analysis are:

a) Identify and evaluate the characteristics of the text as indicators of certain sides of the subject;

b) finding out the reasons for the messages;

c) Assessment of the impact of the message;

The peculiarity of qualitative methods of market research has led to the emergence of several areas of their development, for example, observation, focus groups, in-depth interviews, analysis of protocols, projection, physiological measurements.

The basis of qualitative research are methods of observation, which assume a passive decline in the behavior of the sponsor usually without explanation of the reasons for such behavior.

Observation in market research is a method of collecting primary marketing information about the object being studied by observing selected groups of people, actions and situations. At the same time, the researcher directly perceives and registers all factors related to the study object and significant from the point of view of the study.

Pre-determines what it will observe and register. All other types of holding are ignored. A standard observation sheet is often used to minimize the observer's time. An example of this is the action of the tax authorities for the work of cash machines, when students observed the procedure of registration of transactions in trade.

The focus group method is to study the behavior, mindset and nature of the factors in place on a small group of people whose activities are directed by a trainer-lover. The group focuses on discussing individual problems and finding new ways to solve them. The main thing in this method is to identify the features of the formation of needs in different categories of consumers.

There are five main goals of the focus group method:

1. Generation of ideas, for example, the relative direction of improving products, their design, packaging or the development of new products.
2. Studying the consumer vocabulary, which can be useful, say, when conducting an advertising campaign, compiling questionnaires, etc.
3. Familiarity with the needs of consumers, their perception, motives and their relationship to the product under study, its brand, methods of its promotion, which is very important in determining the goals of marketing research.
4. Better understanding of the data collected in quantitative studies.
5. Studying emotional and behavioral responses to certain types of advertising.

In-depth interviews are among the directed qualitative methods.

The in-depth interview consists of a consistent assignment by a qualified interviewer to the respondent's group of probing questions, in order to understand why team members behave in a certain way or what they think about a particular problem. The respondent is asked questions on the topic under study, to which he answers in an arbitrary form. This method is used to gather information about new concepts, design, advertising and other methods of product promotion; it helps to better understand consumer behavior, emotional and personal aspects of consumer life, in making decisions at the individual level, to get data on the use of certain products.

The analysis of the protocol is to place the respondent in a certain decision-making situation, and he must verbally describe all the factors and arguments that guided him in his decision-making. Sometimes this method uses a tape recorder. The protocol analysis method is used to analyze decisions that are distributed over time. In addition, this method is used in the analysis of decisions the decision-making process of which is very short.

Using projection methods, respondents are placed in certain simulated situations in the hope that respondents will provide information about themselves that cannot be obtained by conducting a direct survey. You can identify the following specific methods that are part of projection methods: associative methods, tests by completing sentences, testing illustrations, playing roles, retrospective conversations.

Associative methods include associative conversations and associative word testing or verbal associations.

Among the qualitative methods are also physiological measurements based on the study of involuntary reactions of respondents to marketing incentives through the use of special equipment. For example, the expansion and movement of pupils is studied when studying certain products, etc. can cause nervousness in respondents. In addition, its application does not allow to separate positive reactions from negative reactions.

Finally, a third set of market research methods, or quantitative methods, is a tool for obtaining statistical or mathematical procedures. First of all, they should include the methods of polling.

The survey is to collect primary information by directly asking people questions about their level of knowledge, attitude to the product, preferences and purchasing behavior, the survey may be structured and unstructured.

The survey methods have the following advantages:

1. High standardization, due to the fact that all respondents are asked the same questions with the same answers.
2. The ease of implementation is that respondents do not have to visit by mailing or telephone questionnaires; you don't need to use technical means and attract highly qualified professionals.
3. The possibility of conducting an in-depth analysis lies in the task of successive clarifying questions.
4. The possibility of tabulation and statistical analysis lies in the use of mathematical statistics and related application packages for personal computers.
5. The ability to analyse the results for specific market segments is conditioned by the ability to divide the overall sample into separate half-samples according to demographic and other criteria.

A type of survey method is a panel survey. The basic concept of the panel survey method is the concept of a panel.

The panel is a sample of the units surveyed that are subject to repetitive research, and the subject matter remains constant. Members of the panel can be individual consumers, families, trade organizations, experts who with certain reservations remain permanent. The survey panel method has advantages over conventional one-time surveys: it allows you to compare the results of subsequent surveys with the results of previous surveys and establish trends and patterns of development of the phenomena studied; provides a higher representation of the sample relative to the general population.

Panel surveys can produce the following results:

- factors that influence the object and their dynamics, opinions and assessments of the products and trade organizations surveyed, their change over time,
- reasons for the decisions and intentions of the respondents and their implementation, differences in the behavior of consumers belonging to different social strata, living in different regions, cities and settlements of different types, motives of purchase and predict their development.

If the survey involves a narrow range of answers to the question, then quantitative measurement methods such as interviews provide more detailed

information about consumers.

All of these groups of methods have their own pros and cons, and therefore it is necessary to approach the choice of marketing research method individually on a case-by-case basis.

Most of these methods of mercantile research were used in their own research. The methods of document analysis were used in the study of the reporting and operational data of Bofanda LLC. A survey was conducted among consumers, which predicted answers to closed questions by self-sufficient questionnaires. In addition, interviews with employees of the society, sellers and entrepreneurs, allowed to gather the necessary information to develop proposals to improve the activities of "Bofanda" in the consumer market.

At the same time, in order to develop and conduct further market research on Bofanda LLC, we compared these groups of marketing research methods on several grounds. As the table data show, each group of methods has merits and disadvantages that must be taken into account when determining the problem and developing a research plan.

Table 1

A Brief Description of Market Research Methods

Sign	Document analysis methods	High-quality methods	Colliding methods
The kind of information you get	Secondary	Primary	Primary
Unit costs	Low	High	Moderate
Reliability of information	High	Average	High
Form of information received	Standard	Arbitrary	Statistical
The main advantage of methods	Affordability and simplicity	Diversity and precision	The breadth of coverage and the possibility of generalizations
The main drawback	Lack of accuracy	High cost	Multi-stage

Thus, theoretical research into the marketing management process allows us to conclude that all decisions are based on information about market factors, the main source of which is market research. In addition, marketing research is the product of a marketing approach to the organization of the company's production activities, which determines their role in marketing activities.

List of references

1. Qosimova M.S., Abduhalilova L.T.Marketing researches.– T.: TDIU, 2007.
2. Svetunkov.S.G. Methods of marketing research: Учебное пособие. - Спб.: ДНК, 2009.
3. Golubkov .E.P. Marketing research: theory, practice and methodology

М.: Финпресс, 2003.

S.A.Giyasov - PhD, Associate Professor, Department of Taxes and Taxation
Banking and Finance Academy of the Republic of Uzbekistan

THE NEED TO DETERMINE THE OBJECT OF TAX STIMULATION OF INNOVATIVE ACTIVITY

Аннотация: мазкур мақолада инновацион фаолиятни самарали ривожлантириш мақсадида рағбатлантириш объектини аниқлаш зарурати ва уларнинг таснифи баён этилган. Тадқиқот натижасида тегишли хулосалар шакллантирилиб, илмий таклифлар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: солиқлар, имтиёзлар, солиқ имтиёзлари, солиқлар воситасида рағбатлантириш, иқтисодиёт, инновация, инновацион фаолият.

Аннотация: в данной статье изложена необходимость определения объекта стимулирования инновационной деятельности посредством налоговкх льгот для эффективного стимулирования данной деятельности. Сформировав соответствующие выводы в результате исследования, разработаны научные предложения.

Ключевые слова: налоги, льготы, налоговые льготы, налоговое стимулирование, экономика, инновация, инновационная деятельность.

Abstract: this article sets out the need to define an object, as well as the classification of tax incentives for innovative activities. As a result of the study, relevant conclusions were formed and scientific proposals were developed.

Keywords: taxes, incentives, tax incentives, economics, innovation.

An important condition for the dynamic development of the Republic of Uzbekistan is the accelerated introduction of modern innovative technologies in the economy, social and other spheres with widespread use of the achievements of science and technology.

The rapidly developing all spheres of public and state life of the country require close follow-up of ongoing reforms on the basis of modern innovative ideas, developments and technologies that ensure a fast and high-quality breakthrough of the country into the ranks of world civilization leaders[1].

As it is known, the development of a modern economy is impossible without investment and innovation. In this regard, the main task of any modern state in regulating the economy is to participate in innovative and investment activities, including actively attracting investments and promoting innovative products.

In particular, the accelerated development of the economy of Uzbekistan, an increase in investment inflows, the prompt introduction of modern innovative technologies with the widespread use of science and technology in the economic, social and other fields is the most important and urgent problem that the state should solve today and in the near future.

Around the world, the method of stimulating innovation and investment through taxes is used by many countries more actively than the direct budget financing method. For example, countries such as France, Belgium, the Netherlands, Portugal, Greece, Canada, Ireland, Korea, Japan, and Australia pay

[1] Decree of the President of the Republic of Uzbekistan "On approval of the strategy of innovative development of the Republic of Uzbekistan for 2019 - 2021" dated September 21, 2018, No. UP-5544.

particular attention to this[1]. If various tax incentive schemes used by enterprises to stimulate innovation and investment in 1996 were used in 20 countries, in 2017 the number of such countries exceeded 50, out of 35 countries members of the Organization for Economic Cooperation and Development 30 countries, of which Argentina, Chile , Colombia, Peru, Costa Rica, Malaysia, Indonesia, Thailand, as well as all 5 BRICS member countries use this method[2]. Therefore, tax incentives are the most effective means of influence of the state on the stimulation of innovative and investment activities of enterprises.

Nowadays, tax incentives that stimulate the innovative activity of enterprises are adequately defined in tax legislation. However, innovation and key concepts related to this activity are not defined by law. That is, the object of stimulating innovation through taxation is not specified. This does not allow the use of tax benefits wisely and with sufficient transparency.

In addition, it is impossible to create a modern tax mechanism without a thorough assessment of the effectiveness of incentives provided by the government to support innovation and investment. The selection of effective tax incentives should be consistent with government priorities. The effectiveness of tax benefits should be effective not only for the taxpayer, but also for the state.

In this classification, tax benefits are classified according to the principle of their influence on the object of stimulation at a specific stage of innovation: research, implementation, commercialization.

Table 1

Classification of tax incentive tools for innovation[3]

	Tax Incentives	Object of stimulation	Stages of Innovation
Exemptions	Tax break	volume of investments in R&D, investment growth in research and development	Study, implementation, commercialization
	Reduction or zeroing tax rates	investment size	Study, implementation, commercialization
	Benefits on income from foreign source	technology transfer	Study, introduction
	Tax exemption individual objects	investment size	Study, Introduction
	Investment bonus	investment size	Study, introduction
Discounts	Write off current spending on research	volume of investments in research and development, investment growth in research and development	Study, introduction
	Investment discounts	investment size	Study, introduction

[1] OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2017, OECD Publishing.

[2] Klavdienko V.P. National innovation systems in the BRICS countries // Society and Economics. 2015. No. 8–9. S.121-138.

[3] Orlova M.E., Mukhametov F.A. Instruments for tax incentives for innovation // Center for Scientific Cooperation "Interactive Plus". Kazan. 2015. Page 1-5.

	Special modes of depreciation of fixed assets	investment in expensive research equipment	Study, introduction
	Carrying forward losses	investment size	Study, introduction
	Accelerated depreciation	investment in expensive research equipment	Study, introduction
	Additional tax rebates	investment size	Study, introduction
Loans	Research Tax Credit	volume of investments in research and development, cooperation between private business and research environment	Study, introduction
	Investment tax credit	technological investment company modernization	Study, introduction
	Payroll tax research loan	volume of investment, investment in human capital	Study, introduction

In this classification, tax incentives are classified at a certain stage of innovation according to the principle of their impact on the incentive. Of course, some of these tools are already in the country's tax system, but incentives are not defined by law. In addition, tax incentives are exempted for indefinite periods and despite stages of innovation such as research, implementation and commercialization.

Based on a review of all existing and potential tax incentive instruments for innovation, it seems possible to note that this composition of tax incentives is quite large. Despite this, today there is no single approach to the classification of instruments of tax incentives for innovation, which does not make it possible to fully and with due degree of transparency to use all those tax benefits that are provided for by tax legislation.

Of course, the concept of innovation is much broader than the concept of "research activity", and includes a number of components, for example, creating customer value, marketing an innovative product, promoting an innovative product on the market, adapting a new product to the needs of end users and etc.

Nevertheless, research activity becomes the main link in the process of creating innovative products, being the main determinant of creating technological innovations, as well as accompanying all other stages of the innovation process. And if an innovative product is a consequence of the activities of economic agents, then research and development is its primary basis. That is why the object of tax incentives in most countries is precisely corporate research activity, and not the rest of the components of the innovation process.

To strengthen the promotion of innovation through tax incentives, it is necessary to adopt the Law on Innovation. This will give a definition to such concepts as: “innovation”, “innovative activity”, “innovative product”, “innovative enterprise”, “venture capital fund”, “innovative technologies”, “innovative infrastructure”, “innovative risk”, “innovative project”,“Innovation Program”,“Innovation Center”, “Technopark”, “Resident of the Technopark”,

commercialization of the results of innovation and the cost structure of innovation related to innovation processes. As a result of the precise clarification of the object of stimulation in the application of tax incentives, it is possible to achieve accurate and effective stimulation of innovative activity through tax incentives.

In conclusion, we note that the formation of a modern tax mechanism for innovative development is impossible without a thorough assessment of the effectiveness of these tools that the government uses to advance in this or that sphere, in our case, innovative activity. From our point of view, the following basic principle should be the basis for the formation of this taxation mechanism, i.e. the selection of effective tax incentive instruments that should correspond to the priority tasks of the state, from the conditions inherent in the economic system in which they operate.

Used sources:

1. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan "On approval of the strategy of innovative development of the Republic of Uzbekistan for 2019 - 2021" dated September 21, 2018, No. UP-5544.

2. OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2017, OECD Publishing.

3. Klavdienko V.P. National innovation systems in the BRICS countries // Society and Economics. 2015. No. 8–9. S.121-138.

4. Orlova M.E., Mukhametov F.A. Instruments for tax incentives for innovation // Center for Scientific Cooperation "Interactive Plus". Kazan. 2015. Page 1-5.

A. H.Hamzaev – MBA in Marketing Management Development Institute of Singapore in Tashkent "Profi Pharm Service" LLC , Director

COMPUTERIZATION OF MANAGEMENT ACTIVITIES IN SERVICE PROVIDER ACTIVITIES

Аннотация: В данной статье изложены проблемы и решения компьютиризации управленческих функций сервисной компании. В современном мире во многих случаях менеджменту необходимы современные инновационные подходы к быстрому решению посредством информационных технологий.

Ключеввые слова: Информационноые технологии (IT), менеджмент, сервис

Abstract: The article focuses on problems and recommendations in using information technology in management activities of service provider companies. Nowadays, management needs modern information technology solution in solving organizational problems.

Key words: Information technology (IT), management, service.

The 21st century is called the era of information and communication. The form of management functions in an organization has changed dramatically due to the development of communication and information processing. Information technologies (IT) provide ample opportunities for companies to improve

communication channels. In addition, managerial and organizational productivity can be greatly increased due to the effective implementation of IT. According to Mujtaba and McFarlane (2005), IT has greatly affected management processes and practices with respect to non-comparable data, the volatility of the global environment, the effect of distance and the level of subsidiary maturity in developing economies.

Despite the fact that IT offers many opportunities for management in service provider companies, there are still sufficient barriers that management faces to implement IT. If all existing barriers are divided into humanistic, organizational and environmental factors, the main drawbacks and the reasons for the failure and use of the management information system in service provider organizations are the following:

Humanistic factors:

• Lack of information from administrators and users, since they do not know exactly what they want and what their information needs are.

• Lack of understanding of the needs of users by designers (lack of correct definition of needs and their analysis).

• Lack of information from managers and users about the method of collaboration with the design team.

• The lack of participation of managers and users in the design of the system.

• Lack of understanding of software and information systems managers.

• The lack of information of most analysts and programmers (designers) with the new working environment of the system.

• The lack of acceptance of the executors of the system and resistance against change.

• Lack of precision in the data collected.

Organizational factors:

• The lack of good conditions for the participation and collaboration of managers, users and system directors.

• The lack of consistency and complexity of existing manual systems.

• The lack of analysis of existing systems and methods before system design.

• Lack of evaluation of existing power.

• Poor condition to educate specialized forces.

• The lack of human resources with the fields of administration and informatics and other required specializations (the problems of absorption of human resources)

• Inadequate user education.

• Inadequate and incomplete documentation.

• Inadequate system implementation.

Environmental factors:

• The lack of quality criteria for existing information systems.

• The lack of appropriate consultants to design the system and software.

• The lack of procedures and methodology and stages of system creation.

• The lack of evaluation of environmental aspects in information management systems.

• The lack of proper use of the media to develop the culture of the use of computer and information systems.

• The lack of adequate master's training courses in universities and the lack of adequate human resources education in this regard.

The management information system (MIS) improves job performance throughout the institution such as service provider companies. At the highest level, it provides data and information to help the board and management make strategic decisions (senior management decisions or lasting decisions) and at other levels of management, MIS provides the means through which they run, supervise controlled business activities and information is distributed to management, supervisors, employees and customers.

The focus on the Management Information System together with improved processing led to the reduction of the bottlenecks associated with the management process. Managers have been reorganized for years so that the traditional accounting information for the calculation of earnings has had limited value for control. However, in many service providers companies, this has been practically the only type of data collected and analyzed regularly. Managers need all kinds of non-accounting information about the external environment, such as social, economic, political and technical development. In addition, managers need non-accounting information about internal operations. The information must be quantitative. The management information system uses formalized procedures to provide management at all levels in all functions with adequate information based on data from internal and external sources to enable them to make timely and effective decisions to plan, direct and control the activities of the they are responsible. An effective management information system generally employs computers and other sophisticated technologies to process information that reflects the daily operations of the service provider company. Based on the above, the management information system is an integrated manual computer system that provides information to support the management operations and decision-making functions of a service provider company. The management information system is also a collection of people, procedures and devices organized to convert data from internal and external sources into information and communicate such information appropriately to management at all levels.

Recommendations

In order to minimize the barriers in implementing management information system in service provider organizations, the companies should first analyze correctly the real needs of information technology. After the analysis, during the implementation stage the employees should be well trained. Also, all the employees should participate in implantation stage. Moreover, in the initial stage management should examine the effectiveness of using management information system based on objective and subjective analysis. If some tools are not effective, the correction

process should be done. In addition, the management should always keep in touch with new software programs as new technology is being updated each year.

List of References

Md Abdullah, Md Al Mahmud and Dr Rahaman (2015) "Challenges to Implement Information Systems in Business Organizations in Bangladesh" [https://www.researchgate.net/publication/295537754_Challenges_to_Implement_Information_Systems_in_Business_Organizations_in_Bangladesh_CHALLENGES_TO_IMPLEMENT_INFORMATION_SYSTEMS_IN_BUSINESS_ORGANIZATIONS_IN_BANGLADESH_AN_EMPIRICAL_STUDY]

Monirah Almalki, Shimaa Al-fleit, Aasim Zafar (2017) "Challenges in Implementation of Information System Strategies in Saudi Business Environ- ment: A Case Study of a Bank" [https://www.researchgate.net/publication/315471085_Challenges_in_Implementation_of_Information_System_Strategies_in_Saudi_Business_Environment_A_Case_Study_of_a_Bank]

S.S. Kadam & Prof. M.A. Sutar (2017) " A review paper on Management Information Systems" [http://www.onlinejournal.in/IJIRV3I4/057.pdf]

Kornkaew A (2012) "Management Information System Implementation Challenges, Success Key Issues, Effects and Consequences" [https://www.researchgate.net/publication/279482459_Management_Information_System_Challenges_Success_key_issues_Effects_and_Consequences_A_case_study_of_FENIX_System]

Bekzodjon Oblakulov – SamESI master degree

MARKETING ISSUES OF EXPORT DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESSES

Аннотация: мазкур мақолада мамлакатимизда экспорт фаолиятини ривожлантириш, экспорт фаолиятини ривожлантиришда кичик бизнес субъектларининг ўрни, кичик бизнес субъектлари экспортини ривожлантиришнинг маркетинг масалалари ёритиб берилган.

Калит сўзлар: кичик бизнес, экспорт, халқаро бозор, транзит салоҳият, мақсадли бозор, логистик ҳамкор, сервис марказ, дилер ва дистрьбюторлик.

Аннотация: В данной статье описывается развитие экспортной деятельности в нашей стране, роль малого бизнеса в развитии экспортной деятельности и маркетинг развития экспорта для малых предприятий.

Ключевые слова: малый бизнес, экспорт, международный рынок, транзитный потенциал, целевой рынок, логистический партнер, сервисный центр, дилер и дистрибьютор.

Abstract:: This article describes the development of export activities in our country, the role of small businesses in the development of export activities, and the marketing of export development of small businesses.

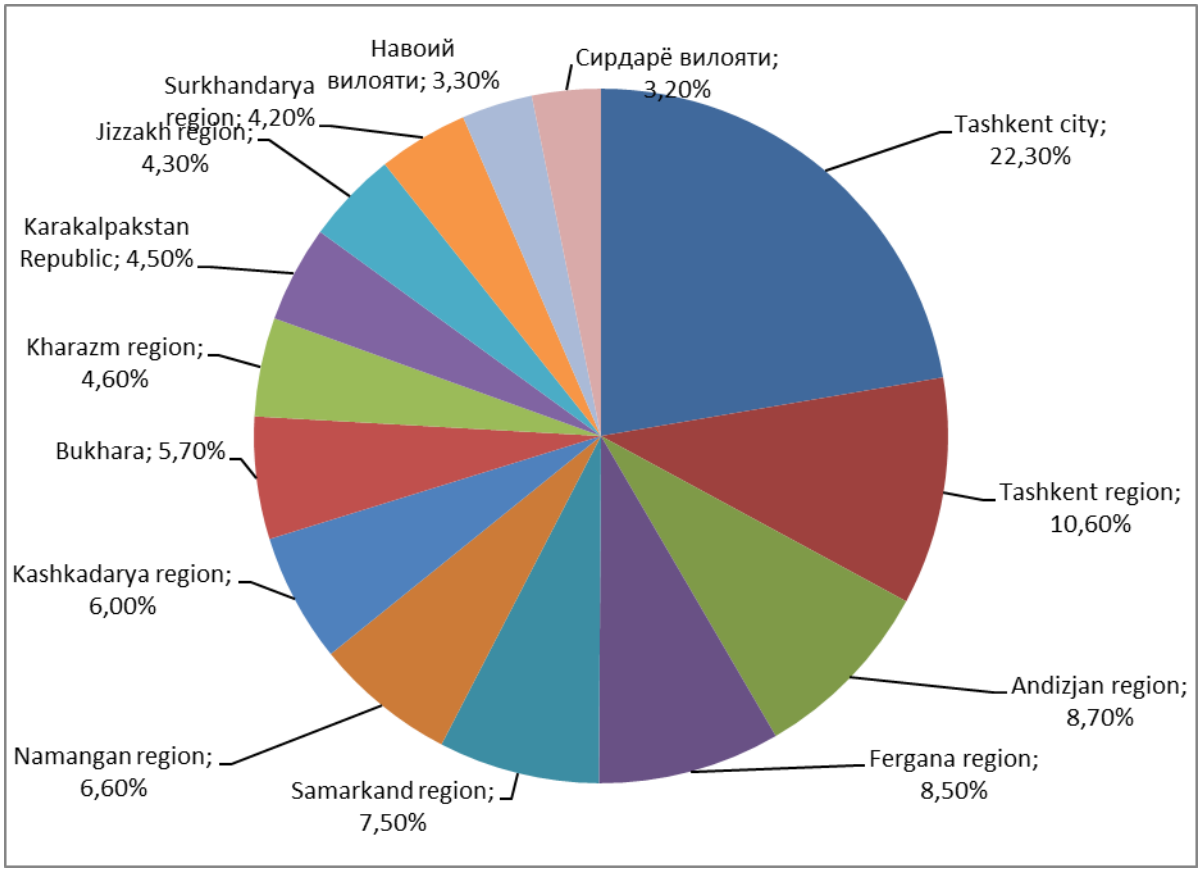
Keywords: small business, export, international market, transit potential, target market, logistics partner, service center, dealer and distributor.

At the heart of development and liberalization of the economy is the task of deepening structural changes, increasing its competitiveness by modernizing and diversifying the leading sectors of the national economy. Particular attention is paid to the rapid growth of high-value finished goods in the economy through the deep processing of high-tech processing sectors, primarily local raw materials.

This, in turn, requires the promotion of domestic goods and products to domestic and foreign markets, the optimal organization of their movement and, finally, their effective sale. One of the most important issues is the development of export of finished products to the foreign market, that is, exports.

Addressing the Supreme Assembly, President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoev addresses program and target tasks in the economic sphere for 2020 and subsequent years as the key guarantee of sustainable economic growth - production of competitive products, finding new international markets and increasing exports, and utilizing transit potential was marked[1]. Small businesses play an important role in the production and export of competitive products.

Small business plays an important role in the socio-economic life of our country. It forms the basis of employment in manufacturing, trade, intermediary and service sectors. Of the total number of 32,3517 businesses operating in 2018, 85.3% (27,6237) were small businesses[2].



[1] Statement by the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoev to the Oliy Majlis Zarafshan newspaper. January 25, 2020, pp. 10-11. Pages 1-3

[2] State Statistical Committee of the Republic of Uzbekistan "Statistical Yearbook of the Territories of Uzbekistan" 2019 Pages 187-188

The share of regions and the city of Tashkent varies in the number of small businesses nationwide (Figure 1). The share of small business in the country is 22.3% in Tashkent, 10.6% in Tashkent region, 8.7% in Andijan region, 8.5% in Fergana region, 7.5% in Samarkand region, 6.6% in Namangan region, 0 percent in Kashkadarya region, 5.7 percent in Bukhara region, 4.6 percent in Khorezm region, 4.5 percent in the Republic of Karakalpakstan, 4.3 percent in Jizzakh province, 4.2 percent in Surkhandarya region, 3.3 percent in Navoi region and 3.2 percent. The share of Syrdarya region is higher.

It should be noted that both Hexher and Olin's "Theory of Factor" and "Linder Theory" play an important role in the development of international trade. This hypothesis, also known as the Linder theory, the "income similarity model" or the "demand theory", is that the higher the per capita income and demand structure, the greater the trade flows between them.[1] In fact, the exchange of goods and services occurs mainly among countries with similar composition. This is explained by the fact that the transport infrastructure, logistics infrastructure, customs policy and the taste and preferences of consumers are close together.

This theoretical approach assumes that the country's international specialization is highly dependent on domestic demand. The country will diversify its products and market by identifying the demand on the domestic market. As a result of diversification of production of goods and services that are in high demand in the domestic market, domestic demand will be expanded, as well as the development of foreign markets. On the contrary, they have to be imported from abroad to meet domestic demand. So, if Heather-Olin's theory suggests that trade flows between developed and developing countries will be greater, Linder's theory is that the trade flows between developed countries will be greater.

Based on these theories, it is necessary to develop the concept of export business development for small businesses. In this concept, the focus is on improving marketing activities in export development. The main tasks in this area are:

- Market segmentation and definition of target markets for expanding foreign trade;
- Further development of export-oriented goods based on the study of the target market situation;
- State support for the study and evaluation of foreign markets on the basis of marketing tools and methods;
- Providing selected markets with national products along with foreign logistics partners;
- Infrastructure for customer service in the formation of dealer and distributor networks: development of central and peripheral warehouses, delivery facilities, service centers;
- Marketing agencies, marketing research associations. Study of external market situation, analysis of supply and demand, price situation;

[1] Linder S. (1961). An essay on trade and transformation. Almqvist & Wiksells, Stockholm.

– Organization of cooperative international wholesale trade fairs, conclusion of trade agreements and negotiations;

– Improving logistics services to improve the efficiency of the goods delivery system;

– Creation of an infrastructure that allows the systematic study of the price situation in foreign markets, and the development of futures, which will protect against the consequences of adverse changes in foreign prices.

V.Berdikulov – Candidate of Economic Sciences
Sh.Musaeva – docent of SamESI
B. Oblakulov – SamESI, the student of pre-master degree

TOWARDS TEXTILE AND LIGHT INDUSTRY ATTRACTING FOREIGN INVESTMENT - STRATEGIC DEVELOPMENT FACTORS

Annotatsiya: Ushbu maqola to`qimachilik va yengil sanoatda to`g`ridan to`g`ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilish va eksport qilishda interaktiv va raqamli marketing vositalaridan foydalanishni nazarda tutadi.

Kalit so`zlar: raqamli iqtisodiyot, interaktiv marketing, raqamli marketing, yengil sanoat, import, eksport, diversifikatsiya.

Аннотация: В данной статье представлено использование инструментов интерактивного и цифрового маркетинга для привлечения и экспорта ПИИ в текстильной и легкой промышленности.

Ключевые слова: цифровая экономика, интерактивный маркетинг, цифровой маркетинг, легкая промышленность, импорт, экспорт, диверсификация.

Abstract:: This article provides the use of interactive and digital marketing tools for attracting and exporting FDI in the textile and light industry.

Keywords: digital economy, interactive marketing, digital marketing, light industry, import, export, diversification.

Systematic industrial policy of our state is the national economy diversification and modernization, as well as enhancing its competitiveness, supporting the development of leading industries, accelerating the attraction of foreign direct investment, including increasing export capacity through the deep processing of local raw materials.

In this regard, President Sh.M. Mirziyoev said in his speeches: “We will only accelerate the development of our digital economy by actively attracting investments and launching new production facilities. Positive results in the economy allow for a systematic solution to the problems accumulated in the social sphere ”[1].

[1] President of the Republic of Uzbekistan Shavkat MiromonovichMirziyov's Appeal to the Oliy Majlis. Accessed 28.12.2018.

From 1995 to the present, the network has raised more than $ 3.1 billion foreign investments were attracted. In recent years alone, more than 200 projects have been implemented with the participation of foreign investors from the UK, Germany, Switzerland, Italy, the Republic of Korea, Japan, Singapore, Turkey, India and other countries. In 1994-1996 only cotton and cotton yarn exported, In 2003, the assortment was replenished with new types of products: linen towels, knitwear; By 2010, the export nomenclature was supplemented by carpets and rugs, garments and knitwear. Exports in 2016 exceeded $ 1,100 million, and in 2017 reached $ 1,200 million. Exports in 2017 are expected to reach $ 1 billion. (In 1994 this figure was only $ 7 million), more than 260 companies supplied goods abroad. At the end of 2017, the share of high value added goods in exports increased by more than 40% and continues to grow steadily .12800 new employees from 2014 to the beginning of 2017 jobs were created .

Uzbekistan's economy has been light for 28 years of independence the role of the industry has grown significantly and its share in GDP equaled 3.8%, in industrial output - 26.2%, in the production of non-food products - more than 44%. The total production of high value added products made up 45%. At the beginning of 2017, total investments in the light industry totaled $ 2.5 billion. dollars. In 2017, 28 major projects were implemented that significantly increased the capacity of enterprises. According to the Association «Uzpromstroybank», in 2017 it will be 560 thousand tons. fiber, 101 thousand tons knitwear, 85 million pairs of socks, 410 million finished products and 480 thousand sq. m. 28 new technological lines for the production of ready fabrics were launched .

The total cost of these projects is US $ 2.2 billion.dollars, export potential is 1.4 billion.dollars. Due to the commissioning of new capacities, 1,200 new jobs were created at these facilities. According to the future Cotton Industry Modernization Program, the volume of domestic cotton processing will increase from 44% in the current period to 70% by 2020, and the export of textile products will amount to $ 800 million. to $ 1.5 billion It is projected to increase to USD. It is worth noting that local textile and sewing products are delivered to over 55 countries. The textile industry differs from those with high capital intensive industries this requires significant contributions to the workforce .

Russia and the CIS are the largest importers of Uzbek textile enterprises. Their share accounts for more than 51% of exports, 21% is exported to South Asia, more than 12% to Europe, 8% to the Middle East and Africa. In 2016, exports of textile and garment products will reach US $ 1.2 billion. US dollars. Attraction of foreign investments into textile industry of Uzbekistan for last 3 years made 575,3 mln. US dollars. More than 80% of foreign investments attracted are South Korea, Switzerland, Singapore, Great Britain, Germany, India and Turkey. If in 2011 the production of fabrics was $ 85.63 million. sq cubic meters, by 2020 this figure will reach 459.2 million. sq meters. It can be predicted that the increase will be 5.4 times. An important regulator of foreign investment attraction investment in the Association "Uzlokuzhsanoat" as a support work to encourage and improve their performance.

The main direction of the project is to create the image of the industry and a favorable investment climate. It should be noted that the Association carries out the following set of measures for its activities:

- foreign direct investment policy
-formulating sound principles;
- Develop principles and approaches to encourage investors to exit;
- Creation of an investment risk insurance system;
- legal way of attracting foreign direct investments support with;
- determination of tax and customs privileges for investors;
- providing guarantees to foreign investors;
- providing information messages on investment activities.

Investors in the formation of special incentives for investment It is important to take into account a number of conditions and restrictions such as: export, import, employment and ownership. An important aspect is the integration of incentive mechanisms into a single package, in line with the priorities of the development of individual sectors of the national economy. In our view, the use of the above mentioned instruments is aimed not only at creating a favorable investment climate, but also in search for more effective sources of financing, including the support of the Uzbek Textile and Industrial Association to maximize the use of natural and scientific potential in the textile and light industries. It also promotes the improvement of key areas of activity.

Т.К.Мардиев – СамИСИ катта ўқитувчиси

ИНГЛИЗ ТИЛИДА МУҲАББАТ ТУЙҒУСИНИНГ СЕМАНТИК ЖИҲАТЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада инглиз маданиятида муҳаббат туйғусининг семантик жихатлари талқин этилган бўлиб, муҳаббат туйғусининг дўстлик, бахт, қалб, шодлик каби туйғулар билан семантик боғлиқлик томонлари ҳам ёритилган. Шунингдек, мақолада инсон қалбининг нозик жиҳатлари, эркак ва аёллар ўртасида муҳаббатнинг қанчалик аҳамиятга эга эканлиги инглиз тилидаги бадиий адабиётлар ва мақоллар ёрдамида таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: Қалб, туйғу, шодлик, ишонч,ирода,эътибор, муносабат, жинс, умид, ришта, юрак, нафрат, ҳурмат, муқаддас.

Аннотация: В данной статье рассматривается семантические аспекты чувства любви, зависимость любовных чувств от дружбы, счастья, души, радости. Также в статье анализируются особенности любви между мужчиной и женщиной насколько любовь имеет важное значение в английском художественных произведениях и пословицах

Ключевые слова: Душа, чувство, радость, вера, сила воли, внимание, отношение, пол, надежда, сердца, ненависть, уважение, священных

Abstract: This article says that emotional feeling oflove in English languages and its semantically connections with friendships, happiness, soul, joy feelings also analyzed.Also are given spirituality sides of love . How much is important of love

feelings between man and woman are written with materials of English feature books and proverbs.

Key words: Soul, feeling, joy, happiness, power, attention, relations, gender, sure, heart, dear, heart, dearest.

Маълумки оламнинг лисоний манзарасида ҳис-туйғуларини ифодалашда муҳим ўрин эгаллаган муҳаббат лексемаси ўзига хос кўпгина жиҳатлари билан инсонга ҳос туйғуларни тартибга солувчи муҳим куч сифатида қабул қилинган. Шунингдек, муҳаббат турли хил (дўстлик, бахт, қалб,шодлик,омад каби) концептуал бирликларни мазмуни боғлиқ маънолар билан бориб туташади.

Чунончи, инсоннинг кўп қиррали фаолиятида турли концептуал ҳис-туйғулар акс этишини кузатиш мумкин. Масалан, Ватанга, ота-онага, фарзандга, қариндош уруғга нисбатан ҳам муҳаббат ҳис-туйғу мавжуддир. Хусусан, эркак ва аёл ўртасидаги оилавий муносабатда бу хусусият яққол акс этади. Эркак ва аёл ўртасидаги оилавий муносабатда инсонга хос туйғуларнинг типик намунаси кузатилади. Бу хусусият икки жинс ўртасида содир бўлган оилавий яқинлик, меҳр-муҳаббат асосида, ўз табиатига кўра қонуний ва эҳтиёж натижасида юзага келади. Оила эркак ва аёл ўртасидаги ҳис-туйғу, меҳр-муҳаббат натижасида қурилганидек, дўстлик ҳам икки инсоннинг ўзаро меҳр-муҳаббати туфайли юзага келади. Талқин қилинган турли хил дискурсларнинг (бадиий, фалсафий, этик, диний, кундалик) таҳлиллари, шунингдек, паремиялар фондининг таҳлили асосида таъкидлаш мумкинки, инсон туйғуларининг акс этишида, айниқса, “дўстлик” концепти семантик белгиси билан “муҳаббат” туйғулари орасида боғланиш борлиги кучли сезилади. Чунончи, “дўстлик” туйғусининг ядроси “муҳаббат” ҳисобланади. Лекин дўстликдаги меҳр-муҳаббат бир неча кишилар ўртасида шаклланиши мумкин. Шунинг учун эркак ва аёл ўртасидаги оилавий муносабатда дўстлик ва мухаббат туйғуларининг аҳамияти жуда катта.

Шу боис эркак ва аёл ўртасидаги муносабатни “дўстлик” концептига анчагина алоқадорлиги борлигини ҳам инкор этиб бўлмайди. Чунки эркак ва аёл ўртасидаги бир-бирига бўлган ҳурмат ришталари асосида туғилган меҳр-муҳаббат “дўстлик” билан боғланади. Бошқача айтганда, икки шахс(эркак ва аёл)нинг бир-бири билан аҳиллик, яқинлик асосида танишиб, меҳр-муҳаббат туйғусига муяссар бўлиши ана шу дўстлик туфайли пайдо бўлади. Масалан, инглиз тилида I would rather have your friendship than the love of any other woman in the world; Some slight remembrance of our friendship and our love would be for ever cherished in her heart [3,350]. Ушбу мисолдан сезиладики, юракда қоладиган абадий меҳр-муҳаббатнинг давом этиб қолишига дўстлик ҳам асос бўлишини англашимиз мумкин.

Қадимдан оғзаки ва ёзма тарзда етиб келган манбаларда инсон туйғу-ҳиссиётларининг энг кучли сержило, ҳам сирли, ҳам сеҳрли ҳисобланган муҳаббат ва унинг меҳри орқали юзага келадиган севги каби ментал маънолари ҳақида жуда кўп маълумотлар, ривоят ва афсоналар айтилиб келинганлиги кўпчиликка маълум. Инсондаги энг кучли туйғу ҳисобланган

муҳаббат ва ундаги ментал маънолар шахс руҳиятида, ҳатто ўзига ҳам ноъмалум бўлган дунёвий қудратни кашф этган. Кўҳна ва ҳамиша навқирон бу инсоний туйғу барчага баробар азиз ва муқаддас ҳисобланган.

Ҳақиқатдан ҳам "love" - муҳаббат инсонга хос бўлган асосий ҳиссиёт бўлиб, бирор шахсни чин дилдан ҳурмат қилиш, унга меҳр билан интилишни ифодалаб, нафрат ҳиссининг аксидир: Now Iam well aware that pettiness and grandeur, malice and charity, hatred and love, can find place side by side in the same human heart[1,282].

Инсон қолбининг кенглиги ёки торлиги жаҳилдорлик ёки бағри кенглик нафрат ва муҳаббат каби хиссиётлар хар доим инсон қалбида ўз аксини топаолиши мумкин.Maternal love, love for one's family, love of music (of nature, of reading, of learning). His only reward is the perfect love of his work. He has worked bravely and devotedly; heis a true patriot and has deserved nothing but love and respect from me [1,282].

"Love" – муҳаббат, яъни қарама-қарши жинсдаги (эркак ва аёл) шахсга нисбаттан алоқадор бўлибгина қолмай, бундаги маъно қарндошчиликни ифодаловчи бошқа жинсларга ҳам тегишли бўлиши мумкин. Масалан бу туйғу ака –ука, опа- сингил ва ҳакозаларга нисбатан чуқур ҳурмат маъносида бўлади. Бу муҳаббат эркак ва аёлдаги севги муҳаббат маъноларидан кескин фарқ қилади: масалан. Love at first sight, to fall in love with smb. I don't ask your love- I will be content with your affection[1,282].(Мен сиздан севинг деб талаб қилмайман, менга яқин муносабатингиз кифоя холос).

"Love"-муҳаббат туйғуси инсон ва жонворлар, жой номлари ва бошқа холатларни ифодалаб ҳам келади: масалан. Love for one's parents, love for one's native town, love for books or music кабилар.

Юқорида қайд этилган муҳаббатга хос синонимик хусусиятларнинг асосий хусусияти, яъни ядровий синонимикасидаги семантик хусусиятини ҳам алоҳида таъкидлаш мумкин. Муҳаббатга нисбатан нозикроқ қалб хурматини ифодаловчи ҳиссиётлар (affection) мавжуд. Бу ҳиссиёлар ташқи томондан инсонга бўлган мунсабат, эътибор, ёқимлилик, ҳатто, эркалашдан иборат бўлиб, шундай ҳиссиётлар сиз муносабат қилаётган маълум шахсга нисбаттан ҳам мавжуд бўлади: масалан. I like my teacher, but I can't say that I have an affection for her. She kept him at a distance in a rather earnest way, and submitted only to those tender tokens of affection which better become the inexperienced lover[1,282].

Жумладан, "attachment" (an attachment to one's friend, an attachment to one's profession), яъни ўзаро боғлиқлик, боғланиб қолиш каби синонимик – семантик маъноси ҳам мавжуд.Бу маъно одатда нафақат муҳаббатни ёки чуқур ҳурматни ҳам ифодалаб қолмай, балки узоқ вақт мулоқатда бўлган ёки узоқ вақт бирга яшаш асосида юзага келган боғлиқлик туйғулари маъносини ҳам ифодалайди: масалан. He knew it was only an attachment, but not love[1,282].

"Affection"-муҳаббат хисиёти (affection for one's friends, the traditional) нафақат инсонларга нисбатан чуқур ҳурмат туйғуси, балки, дўстларга,

қолаверса шахар, қишлоқ ва мамлакатга нисатан бўлган муҳаббатни, севгини ифодалаб келади: масалан. American affection for France[1,281].

Хуллас, қайд этилганлар билан биргаликда “loving” – мехрибон, “affectionate” - севувчи, “devoted”- бағишлаган, фидойи, “fond”-ёқтирувчи, севувчи, “doting”-ўзини бағишлаш, хаддан ортиқ севиш каби синонимик маънолар ҳам учрайди. Улар ҳам муҳаббат туйғусининг сементик жиҳатларини ёритишга хизмат қилади.

Адабиётлар

1. АРСС – Англо-русский синонимический словарь / Под.ред. Ю.Д. Апресяна. – М.: Русский язык. 1988.- 544 с.
2. М.М. Маковский. Историко-этимологический словарь современного английского языка. – М.: Изд-во. Диалог, 2000.- 645 с.
3. Emily Bronte. Wuthering Heights Web site at http://www.planetpdf.com. Page.540.
4. New Oxford –New Oxford Dictionary of English. Oxford University Press, 1998.-2152 p .

M.N.Ibragimov – MBA in Marketing Management Development Institute of Singapore in Tashkent “Profi Pharm Service” LLC, Head of Marketing Dept.

CUSTOMER-ORIENTED POLICY OF DRUGSTORE IN SELLING OTC PRODUCTS

Аннотация: В данной статье изложена клиентоориентированная политика аптечных заведений по продвижению ОТС препаратов. Сформулировав проблемы по реализацию ОТС препаратов, предложены рекомендации по решению этих проблем.

Ключевые слова: ОТС препараты, аптеки, фармацевты.

Abstract: The article focuses on customer-oriented policy of drugstore in selling OTC products. Having analyzed the problems which are facing drugstores, the recommendations and conclusions are provide.

Key words: OTC drugs, drugstores, pharmacists.

Introduction

Nowadays OTC medicines play an important role in contributing quality healthcare to population. According to McKesson (2018), “Over the Counter (OTC) medicines are defined as non-prescription medicines which the public can purchase from a licensed pharmacy and other non-pharmacy outlets (i.e. drug stores, petrol stations, etc) without prescription of physicians.” In many countries OTC products are becoming popular among patients as it is inexpensive and accessible in all drugstores. Moreover, OTC products help patients to control symptoms of usual illnesses by themselves. Based on 40 national research, the scientists revealed the most popular 10 illnesses, which are treated by OTC products: headache, cough, cold, sore throat, indigestion, diarrhea, acne, muscle pains, cuts and abrasions.

According to Global Market Insights (2019), the market shares of OTC products in big countries such as USA, China and Japan accounted for nearly 50% of the industry in 2018. Worldwide OTC drugs market is projected to grow over 5.5% by 2025 (Global Market Insights, 2019). Therefore, there are enough evidences that the OTC markets will grow worldwide based on the needs and wants of patients.

OTC products are becoming crucial in profit structure of drugstores due to the active marketing of OTC medicines among pharmaceutical companies. Therefore, selling OTC products can be in priority list of management. Selling OTC products by pharmacists to patients is not easy as valuable knowledge is needed in order to give proper advice. In that case, pharmacists should analyze the illness of patients, and then recommend needed medicine. However, **there are following problems in selling OTC products:**

- Insufficient qualification of pharmacists.
- Weak motivation of pharmacists.
- High degree of staff leak
- Low awareness of patients concerning OTC products.

One of the critical issues of drugstores is **the qualification of pharmacists**. The education of pharmacists is essential as the number of medicines are increasing and the level of competition among drugstores is high. The number of patients who would like to take treatment by themselves is continuously increasing. Patients are trying to get advice from pharmacists in order to avoid serious illness beforehand. However, pharmacists are not always recommending the right medicines due to the low awareness of medicines. Therefore, patients are more eager to find the right drugstores, where they can get all the information correctly. Due to the high competition in the market, the switching cost is very low in choosing drugstores. In that case, the management should focus on developing of programs on increasing the knowledge of their personnel. Therefore, continuous trainings are contributing more values to the drugstores than they are expecting. The education of pharmacists should focus not only analyzing the composition of medicines, but also on communications skills with patients as in many occasions the right communication skills can help pharmacists to understand the real need of patients.

The low motivation of pharmacists to work is also one of the problems of drugstores. Low salary and improper working environment are the main factors of low motivation of pharmacists. The salary is one of the fundamental element in creating heathy working environment as the salary pushes workers to do their job more effective. Nowadays, drugstores are trying to provide extra incentives to pharmacists in selling OTC products. The incentives may differ in terms of cash or not material. For example, 1 week trip to Antalya (Turkey) can be more suitable than cash as it depends on the needs and wants of pharmacists. Moreover, working environment is also effecting to the motivation of pharmacists. For instance, working hours, lunch break, training hours are becoming critical.

Staff leak can cause a lot of problems to the drugstores as the hiring and training new employees take valuable time. Due to the high competition among

drugstores, employees can easily switch their work to another drugstore. Pure working environment and salary are the main factors in staff leak issue. Therefore, management should focus on retaining valuable workers as hiring and training new pharmacists are time and cost spending process.

Low awareness of patients concerning OTC products may cause some problems in choosing right medicines as physicians have limited time to explain medicines in more details in drugstores. Also, patients should read insert of medicines carefully in order to avoid unwanted circumstances. In that case, pharmaceutical companies are trying to use different marketing channels to be in contact with patients. Apart from mass media, companies are implementing SMM strategy (Social Media Marketing) through popular social media platform such as Facebook and Instagram. With the help of these platforms, patients can easily share their knowledge and take valuable information.

Before treatment by OTC products, patients should clearly understand in which cases they should start getting medicines without prescription. Otherwise, due to the wrong treatment, the patients can get worse effect. In that case, the information concerning OTC products should be available, especially in internet channels.

Conclusion and Recommendations

Taking all the points into the consideration, in customer-oriented policy of drugstore in selling OTC products there are following major problems the management are facing:

drugst

- Insufficient qualification of pharmacists.
- Weak motivation of pharmacists.
- High degree of staff leak
- Low awareness of patients concerning OTC products.

To cope with these issues, the management of drugstores should outsource the training activities as employing training staff is very costly for drugstores. The consulting companies have more resources to organize systematic training processes for pharmacists by hire trainers, who specialize in pharma. If the company has more than 50 drugstores, it may be rational to open their own training center. Moreover, drugstores should motivate pharm companies to organize presentations of their OTC products in order to increase the knowledge of pharmacists.

Concerning motivation of pharmacists, drugstores should create the bonus programs for pharmacists in terms of selling OTC products and providing customer service to patients. In that case, pharmacists will be more motivated to work on long-term basis. As a result, the management will cope with another issue such as high degree of staff leak.

Regarding the knowledge of patients, pharmacists should clearly explain to patients the effects and side-effects of OTC products after the analyzing the real illness of patients. In that case, physicians should be well trained.

List of References

Zupanec, I, Chernih V. and others (2015) “Pharmaceutical custody is an essential aspect of clinical pharmacy”, Kharkov (Ukraine) [http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/11813/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8B%20%D0%B8%D0%B7%202015_klin_farmacia_bazovui.pdf]

Global Market Insights (2019) “OTC Drugs Market Size” USA [https://www.gminsights.com/industry-analysis/over-the-counter-otc-drugs-market]

Cooper, R (2013) “Over-the-Counter medicine abuse” [https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3603170/]

K.I. Karieva – Senior Lecturer Samarkand Institute of Economics and Service
M.E.Mardanova – teacher in Samarkand State University
N.S. Salimova – student of Samarkand State Institute of Foreign Languages

THE USE OF DIDACTIC GAMES IN TERMS OF EDUCATIONAL PROCESS IN THE PRESCHOOL EDUCATIONAL INSTITUTION

Abstract: The article analyzes the results of experimental research on the development of cognitive interests and the formation of cognitive processes in preschool children through specially organized educational activities on the implementation of the system for introducing didactic games into the educational process of a preschool educational institution.

Key words: game, didactic games, older preschoolers, cognitive interest, diagnostic techniques.

Аннотация: В статье анализируются результаты экспериментального исследования развития познавательных интересов и формирования познавательных процессов у дошкольников посредством специально организованных образовательных мероприятий по внедрению системы внедрения дидактических игр в учебный процесс дошкольного образовательного учреждения.

Ключевые слова: игра, дидактические игры, старшие дошкольники, познавательный интерес, методы диагностики.

Annotastiya: Maqolada maktabgacha ta'lim muassasasining o‘quv jarayoniga didaktik o‘yinlarni joriy etish tizimini joriy qilish uchun maxsus tashkil etilgan o‘quv faoliyati orqali maktabgacha yoshdagi bolalarda kognitiv qiziqishlarning rivojlanishi va kognitiv jarayonlarning shakllanishini eksperimental o‘rganish natijalari tahlil qilinadi.

Kalit so‘zlar: o‘yin, didaktik o‘yinlar, katta yoshdagi maktabgacha yoshdagi bolalar, kognitiv qiziqish, diagnostika usullari.

Cognitive thinking is thinking that allows you to explore the world around you, with a display of curiosity, curiosity and interest. This type of thinking allows children to learn the world (about a variety of strange objects, objects, phenomena of nature) and how it acts. It begins with the curiosity that all children possess. The purpose of the study is to study the features of the use of didactic games in the

educational process in a preschool educational institution. For the formation of cognitive interest in the children of senior preschool age through a didactic game, we carried out experimental work, which consisted of three stages:

The pilot study was conducted in three stages:

Stage 1: the definition and analysis of the level of development of cognitive interest in older children;

Stage 2: the development and implementation of a complex of didactic games for the development of cognitive interest in older preschoolers at the formative stage of the study;

Stage 3: re-examination of children and comparison of the results of research before the correction and after. Determining the dynamics of the development of cognitive interest in older children.

The study involved 30 children of preschool age. In accordance with the components of cognitive activity for preschool age, we selected the following diagnostic materials:

- "Fairy Tale" methodology (N. I. Ganoshenko, V. S. Yurkevich), aimed at studying the child's curiosity;
- "Voproshayka" methods (N. B. Shumakova) aimed at studying the child's cognitive-interrogative activity, identifying the level of its development and the type of setting and solving problems;
- the method "Assessment of interrogative manifestations in children" (T. A. Serebryakova) aimed at studying the child's cognitive-interrogative activity, identifying the level of its development and the type of formulation and solution of problems.

The results of the study at the ascertaining stage led to the following conclusions:

- in the control and experimental group there are mainly medium and high intensity of curiosity;
- on average, in the experimental and control groups as a whole, the average level of interrogative-research activity is characteristic, which indicates the selectivity in the behavior of preschool children
- in the control and experimental group there are mainly medium and high cognitive-interrogative activity, curiosity and cognitive interest.

To confirm the hypothesis of the study, we selected a cycle of didactic games for the development of the cognitive interest of older preschoolers. All games correspond to the age and individual characteristics of older preschoolers. At the control stage of the study, the same pupils of senior preschool age took part as at the ascertaining stage. Repeated diagnostics was carried out using the same block of diagnostic methods as at the ascertaining stage of the study.

The average score for the experimental group was 5.13 (high level), for the control group - 3.93, which indicates the average level. In our work, we studied the features of the formation of the cognitive interest of older students. It was revealed that the cognitive network activity in the subjects was not developed at the highest

level, which requires the development of cognitive processes of older preschoolers, as well as cognitive activity. To this end, we have proposed a theme for a complex of environmental-oriented didactic games.

As a result, it was determined that in the group of children where the formative experiment was conducted, the dynamics of indicators of cognitive interest were found.

Thus, we confirm the hypothesis that the development of cognitive interests and the formation of cognitive processes in preschool children is more effective in the process of specially organized pedagogical activity on the implementation of the system for introducing didactic games into the educational process.

References:

[1] Актуальные вопросы формирования интереса в обучении. / Под ред. Г. И. Щукиной. М.: Литература, 2015. 435 с.

[2] Венгер, В.А. Развитие познавательных способностей в процессе дошколь-
ного воспитания. / В. А. Венгер. М.: Просвещение, 2017. 542 с.

[3] Лейтес, Н.С. Умственные способности и возраст. / Н.С. Лейтес. М.: Просвещение, 2014. 200 с.

[4] Морозова, Н. Г. Воспитание познавательных интересов у детей в семье. / Н. Г. Морозова. М.: Наука. 2015. 360 с.

[5] Щукина, Г.И. Педагогические проблемы формирования познавательных интересов учащихся. / Г.И. Щукина. М.: Просвещение, 2015. 532 с.

Ш.Ш.Болтаев – Бухоро Давлат университети мустақил изланувчиси

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ТЕЖАМКОРЛИКНИНГ АҲАМИЯТИ ВА УНИ ТАРТИБГА СОЛУВЧИ МЕЪЁРИЙ ҲУЖЖАТЛАР

Аннотация: мақолада хизмат кўрсатиш соҳасида тежамкорликнинг аҳамияти ва уни тартибга солувчи меъёрий ҳужжатларга қисқагина изоҳ берилган. Унда мавзуга оид масалалар юзасидан дунё миқёсида ва мамлакатимизда рўй берган ҳолатлар хусусида айрим маълумотлар келтирилган ва масаланинг моҳияти очиб берилган.

Калит сўзлар: тежамкорлик, самарадорлик, манфаат, харажатлар, даромадлар, фаровонлик, аҳолининг яшаш даражаси, меъёрий ҳужжат

Аннотация: В статье кратко объясняется важность бережливости в сфере услуг и нормативные документы регламентирующие её. В нем содержится информация о проблемах по данной теме в глобальном масштабе и обстоятельствах, которые произошли в нашей стране, а также раскрывается суть вопроса.

Ключевые слова: экономика, эффективность, выгоды, затраты, доходы, благосостояние, уровень жизни, нормативный документ

Abstract:: The article provides a brief overview of the value of savings and the regulatory framework regulating the service sector. It offers some information about

thematic issues around the world and in our country, and the essence nature of the issue is clarified.

Keywords: economy, efficiency, benefits, costs, incomes, welfare, living standards, normative document

Инсониятга берилган ҳар бир неъматнинг чегараси бор. Улардан тежамкорлик билан фойдаланилсагина узоқ мудда давомида инсониятга хизмат қилиши мумкин. Албатта тежамкорликни амалга оширадиган субъект энг аввало шахс, ходимлар. Шу туфайли ҳар бир шахсда шундай руҳият шаклланган бўлиши лозим. Бу масала ҳам катта ҳаётий тажриба ва тарбиявий жараённи талаб қилади. Тежамкорлик хизмат кўрсатиш соҳасида ҳам жуда муҳим. Чунки, ушбу соҳада хизмат кўрсатиш ҳам истеъмол ҳам аксарият ҳолда бир вақтнинг ўзида содир бўлади. Шу туфайли сифатли хизматни тежамкорлик билан кўрсатиш йўллари ва усулларини ишлаб чиқиш лозим бўлади. Қайд этиш жоизки, дунё миқёсида хизмат кўрсатиш соҳасига эҳтиёж йилдан-йилга, кундан-кунга ортиб бормоқда.

Биринчидан, аҳолининг даромадлари кўпайиб, фаровонлиги ошиб, яшаш даражаси ва сифатининг кўтарилиб бораётганлиги кўпгина янгидан-янги хизматларни талаб қилмоқда.

Иккинчидан, ишлаб чиқаришнинг инновацион омиллар эвазига автоматлаштирилиши, модернизация ва диверсификация эвазига кенгайиб, такомиллашиб бораётганлиги ҳам ушбу соҳанинг ривожланишига олиб келмоқда.

Учинчидан, хизмат кўрсатиш етарли бўлмаган жойда инновациянинг жорий қилиниши эвазига юқори самарадорликка эришиш ҳам анча мураккаб ҳолатда бўлиши мумкин. Шу туфайли хизмат кўрсатиш соҳаси ҳамма жабҳада кенгайиб, инсоният тараққиётида муҳим омиллардан бирига айланмоқда.

Тўртинчидан, аҳолининг фаровонлиги ошиб боргани сайин, уларнинг ўзларига ўзлари томонидан кўрсатиладиган хизматларни ҳам ташқаридан маълум ҳақ эвазига одамларни жалб қилиб бажаришга ўтаётганлиги ҳам соҳанинг муҳимлигидан ва келажакда ҳам давом этишлигидан далолат бериб турибди.

Хизмат кўрсатиш соҳаси халқаро ижтимоий-иқтисодий, маъданий ва маънавий алоқаларни мустаҳкамлашга ўзининг муносиб ҳиссасини қўшиб, дунёда жадал ривожланаётган ва юқори даромад келтирувчи соҳалардан бири сифатида намоён бўлмоқда. Сўнгги йилларда, дунё ЯИМда хизмат кўрсатиш соҳасининг улуши ўртача 70,0 %ни ташкил қилиб, жаҳон иқтисодиётининг асосий экспорт қилувчи соҳасига айланиб бормоқда. Хизмат кўрсатиш соҳаси меҳнатга қобилиятли 60,0 %дан ортиқ аҳолини иш билан таъминлаб келмоқда[1].

Жаҳонда инновацион иқтисодиётни шакллантириш ва ривожлантириш масаласига катта аҳамият берилиб келинмоқда. Бундай шароитида хизмат

[1] www.stat.uzмаълумотлари.

кўрсатиш соҳасида тежамкорликка эришиш ва самарадорликни ошириш йўлларини ишлаб чиқиш ҳам энг устувор вазифалар даражасига кўтарилган. Чунки, дунё мамлакатлари иқтисодиётида, айниқса ривожланган мамлакатларда хизмат кўрсатиш соҳаси етакчи тармоқлардан бири бўлиб шаклланди ва узлуксиз давом этиб бормоқда. Шу туфайли инновацион иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш соҳасида моддий ва меҳнат ресурслари тежамкорлиги ҳамда самарадорлигини ошириш, шунингдек, унинг истиқболли йўналишларини белгилаб олишга алоҳида аҳамият берилмоқда.

Республикамизда амалга оширилаётган ислоҳотларнинг ҳозирги босқичида хизмат кўрсатиш соҳасининг миллий иқтисодиётдаги ўрни ва роли йилдан йилга ошиб бормоқда. Буни мамлакатимиз миқёсида курсатилаётган хизматлар ҳажми мисолида ҳам кўриш мумкин. Мустақиллик йилларида иқтисодиётни эркинлаштириш ва жамиятни модернизациялашга қаратилган ислоҳотлар, мамлакат иқтисодиётида чуқур таркибий ўзгаришларга ва нодавлат мулкига асосланган хусусий секторнинг вужудга келишига сабаб бўлди. Уларнинг асосий қисми хизмат соҳасига тўғри келмоқда. Жумладан, 2010 йил мамлакатимизда кўрсатилган хизматлар ҳажми 27126,8 млрд.сўмни ташкил қилган бўлса, 2018 йилда бу кўрсаткич қарийиб 5,6 баробарга ошиб 150889,8 млрд.сўмни ташкил қилди[1]. Ўзбекистон Республикаси бўйича хизмат кўрсатиш ҳажми аҳоли жон бошига 2010 йилда 949,7 минг сўмдан, 2018 йилга бу кўрсаткич қарийиб беш баробар ошиб 4578,5 минг сўмни ташкил қилган[2]. Худди шундай ҳолат мамлакатимизнинг барча ҳудудларида ҳам рўй берган. Лўнда қилиб айтиладиган бўлса, хизмат кўрсатиш соҳаси мамлакат иқтисодиётининг келажагини таъминловчи муҳим омиллардан бири бўлиб қолади. Ҳатто экспортнинг ҳам аксарият қисми аста-секинлиу билан хизмат кўрсатиш эвазига амалга оширилади.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг муҳимлигини яна шундан ҳам англаш мумкинки, сўнгги йилларда уни ривожлантириш ва тежамкорликка эришиш асосида соҳанинг самарадорлигини оширишга қаратилган Ўзбекистон Республикаси Президенти ва Ҳукуматининг қатор фармон ва қарорлари эълон қилинди. Булар жумласига Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг 2016 йил 26 февралда тасдиқланган “Ўзбекистон Республикасида 2016-2020 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантириш дасутри тўғрисида”ги 55-сон қарори, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 28-декабрдаги Олий Мажлисга қилган Мурожаатномасида ҳам мамлакатимизда инновацион иқтисоднинг ривожланиши, тежамкорлик тамойилига амал қилиш бўйича бир қанча вазифаларни белгилаб берди. Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 сентябрда “2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида” ПФ-5544-сонли Фармони, 2018 йил 3 июлдаги “Ўзбекистон Республикасида рақамли иқтисодиётни ривожлантириш чора-тадбирлари

[1] www.stat.uzмаълумотлари.
[2] www.stat.uzмаълумотлари.

тўғрисида”ги ПҚ-3832-сон қарори, 2018 йил 21 ноябрда “Рақамли иқтисоди-ётни ривожлантириш мақсадида рақамли инфратузилмани янада модерниза-ция қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4022-сонли қарори, 2018 йил 13 декабрда “Ўзбекистон Республикаси давлат бошқарувига рақамли иқтисодиёт, электрон ҳукумат ҳамда ахборот тизимларини жорий этиш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармонларини эълон қилинди. Мазкур фармонлар, қарорлар ва улар юзасидан қабул қилинган меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ривожланти-ришда ва тежамкорлик асосида самарадорлигини оширишда мамлакатимиз дҳудудлари бўйича аниқ дастурларни ишлаб чиқишда асос бўлиб келмоқда.

Ушбу вазифаларни бажаришда ҳам тежамкорликка тегишли эътиборни қаратиш лозим бўлмоқда. Бу эса ўз навбатида мазкур соҳани илмий-назарий жиҳатдан чуқур тадқиқ қилишни ҳам тақозо қилади. Бугунги кунда мазкур масалани такомиллаштириш учун ҳар бир тадқиқотнинг аниқ вазифалари белгилаб олиниши лозим. Ушбу талабдан келиб чиқиб, биз ҳам ўз олдимизга бир қанча вазифаларни белгилаб олдик. Булар:

Биринчидан, инновацион иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш соҳасида тежамкорликка эришиш ва самарадорликни оширишнинг илмий-назарий масалаларига алоҳида аҳамият бериш лозим.

Иккинчидан, хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий тежамкорликка эришиш ва самарадорликни оширишнинг иқтисодиётни ривожлантиришдаги ролини очиб бериш ҳам бугунги кун фанининг олдида турган муҳим вазифалардан бири ҳисобланади.

Учинчидан, иқтсодиётнинг тежамкорлигини ҳар бир корхона ва ҳудудларда ҳам таъминлашга қаратилган тавсиялар ишлаб чиқилиши лозим, зеро тежамкорликка эришиш учун самарадорликни оширишга интилади, бу эса ўз навбатида сифатнинг ҳам юқори даражада бўлишлигини таъминлашга хизмат қилади.

Тўртинчидан, хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий тежамкорликка эришиш ва самарадорликни ошириш бўйича хорижий тажрибаларни ўрганиш ва улардан мамлакатимизда фойдаланиш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш лозим. Чунки мазкур масала фақат биз учун долзарб эмас, балки бунга дунё миқёсида катта эътибор берилиб келинган. Шу туфайли хорижа ҳам илғор тажрибатар шаклланган.

Бешинчидан, хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий тежамкорликка эришиш ва самарадорликни оширишнинг истиқболини белгилаш бўйича прогноз кўрсаткичларини ишлаб чиқиш ҳам мамлакатимиз учун ўта зрур тадбирлардан биридир.

Олтинчидан, хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий тежамкорликка эришиш ва самарадорликни ошириш бўйича ҳудудлар ва субъектлар ўртасида рақобат муҳитини яратишга қаратилган илмий-амалий тавсияларни ишлаб чиқиш ҳам бугунги тадқиқотчилар ва олимлар олдида турган муҳим вазифалардан биридир.

Хулоса қилиб айтганда мазкур мавзуга бағишланган ушбу илмий-амалий конференция ҳам ушбу вазифаларни бажаришга хизмат қилади, деб ўйлаймиз.

Н.Ш.Мансурова – СамДУ “Иқтисодиёт ва тадбиркорлик” кафедраси ассистенти,
М.А.Абдувохидова – СамДУ, “Иқтисодиёт ва бизнес” факультети талабаси

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ: ХУСУСИЯТЛАРИ ВА РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

Аннотация: Мақолада рақамли иқтисодиётнинг имкониятлари, истиқболлари ва уларни белгиловчи омиллар кўрсатилган. Ўзбекистоннинг рақамли иқтисодиётга ўтиш жараёнлари таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, сунъий ақл ва когнитив интеллектуал тизимлар, электрон тижорат, ахборот-коммуникация технологиялари.

Аннотация: В статье рассматриваются особенности, перспективы и влияющие факторы на цифровую экономику. Анализ перехода Узбекистана к цифровой экономике.

Ключевые слова: цифровая экономика, искусственный интеллект и когнитивно-интеллектуальные системы, электронная коммерция, информационно-коммуникационные технологии.

Abstract: The article describes the opportunities, prospects, and factors that are driving the digital economy. The analysis of Uzbekistan's transition to digital economy.

Key words: digital economy, artificial intelligence and cognitive-intellectual systems, electronic commerce, information and communication technologies.

Бугунги кунда Ўзбекистон шароитида рақамли иқтисодиётни ривожлантиришнинг қонуниятлари, тенденциялари ва имкониятларини, хусусан, ахборот технологияларининг иқтисодиётнинг турли соҳаларига кириб бориш даражаларини илмий асосда ўрганиш ниҳоятда долзарб аҳамият касб этади. Ватанимиз тараққиёти ва истиқболи, мамлакатимизда кенг кўламда амалга оширилаётган ислоҳотларнинг муваффақияти миллий иқтисодиётимизга янги инновацияларни жорий қилишга бевосита боғлиқдир. Шу сабабли рақамли иқтисодиётни такомиллаштириш, унинг иқтисодий, сиёсий, ижтимоий ва ҳуқуқий асосларини илмий-амалий жиҳатдан тадқиқ этиш муҳим аҳамият касб этмоқда. Аввало, шуни айтиш жоизки, рақамли иқтисодиёт, бу — алоҳида фаолият тури эмас. Бу, аслида, ишбилармонлик, саноат объектлари, хизматлар деганидир. “Рақамли” атамаси мазкур соҳаларнинг барчаси ахборот технологияларидан фаол фойдаланишни англатади. Агар оддий иқтисодиётда моддий буюмлар асосий ресурс ҳисобланса, рақамли иқтисодиётда бу қайта ишланадиган ҳамда узатиладиган ахборот, маълумотлар бўлади. Уларнинг таҳлилидан сўнг тўғри бошқариш бўйича ечим ишлаб чиқилади.

Дарвоқе, “рақамли иқтисодиёт” атамаси миллий қонунчилигимизда илк бор қўлланилмоқда. Бироқ дунё тенденцияси шуни кўрсатаяптики, барча ривожланган давлатлар уни шакллантиришга аллақачон киришган. Ўзбекистон ҳам мазкур жараёндан четда қолмаслиги керак. Зеро, биз глобаллашув, дунё ҳамжамияти билан интеграцияга киришиш ҳақида

гапирарканмиз, бу борада ўзгарган (трансформация қилинган, янгиланган) иқтисодиёт равнақи муҳим саналади.

Агар глобал нуқтаи назардан қаралса, бугун башарият жаҳон иқтисодиёти тармоқлари, инсонлар ҳаёти, турмуш асослари ўзгариши билан боғлиқ қизиқ даврни бошдан кечирмоқда. Бу барча технология, компьютерлар интернет орқали бир-бири билан боғланиб бораётгани ила изоҳланади. Маълумотларга қараганда, бугунги кунда қарийб беш миллиард қурилма бутунжаҳон “ўргимчак тўри”га уланган. Яқин беш йил ичида уларнинг сони йигирма миллиардга етиши кутилаётир.

Айни пайтда сунъий ақл ва когнитив интеллектуал тизимлар жадал тараққий топаяпти. Бунинг натижасида яқин келажакда айрим касблар ўз долзарблигини йўқотади ҳамда вақти келиб, йўқ бўлиб ҳам кетади. Рақамли иқтисодиётда бизнеснинг муваффақиятли ишлаши учун учта элемент ёки таркибий қисмлар зарур: инфратузилма (Интернетга кириш, дастурий таъминот, телекоммуникация), электрон бизнес (компьютер тармоқлари орқали бизнес юритиш), электрон алоқа (савдо, товарларни Интернет орқали тарқатиш). Айтишимиз мумкинки, бу электрон бизнес технологиялари, ички ҳаракатлантирувчи кучлар. Аммо рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши тўғридан-тўғри "ташқи", нано-технологиялар, биотехнологиялар, энергия тизимлари технологиялари, квант технологиялари каби илғор илғор технологияларни жорий этиш билан боғлиқ. Ва аксинча, АКТнинг янада ривожланиши, жумладан: булутли ҳисоблаш технологиялари, маълумотларни қайта ишлаш технологиялари, мобил технологиялар, геолокацион технологиялар, тақсимланган алоқа тармоқлари технологиялари, реал технологиялар соҳасида юқори ривожланишига туртки беради.

Рақамли иқтисодиётнинг инфратузилмаси - рақамлаштиришни ташқи қўллаб-қувватлаш элементлари: бошқарув, қонунчилик ва меъёрий ҳужжатлар; таъминотчи ташкилотлар: энергия, алоқа, таълим, уй-жой коммунал хўжалиги корхоналари ва бошқалар. Рақамли иқтисодиётга ўтишнинг самарадорлиги инсон ҳаётининг бир соҳаси, бошқа соҳалар ва соҳаларда яратилган маълумотларнинг мавжудлиги ва улардан фойдаланиш имконияти билан белгиланади.

Ўзбекистонда иқтисодиётнинг барча соҳаларини рақамли технологиялар асосида янгилашни назарда тутадиган рақамли иқтисодиёт миллий концепциясини ишлаб чиқилиши ва шу асосда “Рақамли Ўзбекистон-2030” дастурини ҳаётга татбиқ этилиши ялпи ички маҳсулотни камида 30 фоизга ўстириш, коррупцияни кескин камайтириш имконини беради. деб гапирдилар”, – Президентимиз Шавкат Мирзиёев.(28декабрь 2018 йил)

Концепцияга қуйидаги чора-тадбирларни киритиш ташаббуси билан чиқилган:

телекоммуникация инфратузилмасини янада ривожлантириш, аҳолини сифатли уяли алоқа, кенг полосали Интернетдан фойдаланиш имкони билан таъминлаш;

соғлиқни сақлаш, аҳолини ижтимоий муҳофаза қилиш, таълим,

коммунал хизмат кўрсатиш, туризм соҳаларида замонавий ахборот тизимлари, дастурий маҳсулотлар ва маълумотлар базаларини жорий этиш, шунингдек «ақлли» ва «хавфсиз» шаҳарлар ва минтақалар ташкил этиш;

рақамли иқтисодиёт соҳасида давлат-хусусий шериклик асосида инновацион лойиҳаларни амалга ошириш, шунингдек замонавий дастурий маҳсулотлар ишлаб чиқарилишини қўллаб-қувватлаш;

«интеллектуал ҳукумат» тамойиллари асосида аҳоли ва тадбиркорлик субъектларига электрон давлат хизматлари кўрсатиш тизимини янада кенгайтириш.

Рақамли иқтисодиёт бир вақтнинг ўзида жамият, бизнес ва давлат томонидан рақамлаштирилмасдан амалга ошириб бўлмайди, шунинг учун унинг ривожланиши рақамли муносабатларнинг иштирокчиларининг ўзаро муносабатларининг барча даражаларида - давлатдан иккинчисига ўтиш жараёнларини тезлаштиришдан иборат.

Рақамли иқтисодиёт замонавий электрон ҳужжат айланиш каналларидан фойдаланишга асосланган иқтисодий жараёнларнинг барча иштирокчиларининг ўзаро муносабати (алоқаси). Рақамли иқтисодиёт, иқтисодиётнинг асоси бўлиб, дастурий ва аппарат эчимлари орқали иш жараёнини оптималлаштирувчи воситалар тўпламидир. Ушбу жараён нафақат ишлаб чиқариш воситаларини алмаштиришни, балки максимал даражага эришишга имкон берадиган таҳлил тизимларини жорий қилишни ҳам назарда тутади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ефимушкин В.А., Ледовских Т.В., Щербакова Е.Н. Инфокоммуникационное техно-логическое пространство цифровой экономики // Телекоммуникации и транспорт. 2017. Том 11. №5. С.15-20.

2. Ефимушкин В.А., Ледовских Т.В., Ко-рабельников Д.М., Языков Д.Н. Обзор состояния международной стандартизации программно-конфигурируемых сетей // Электросвязь. 2014. №8. С. 3-9.

3. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030

K.I. Karieva – Senior Lecturer Samarkand Institute of Economics and Service
M.E.Mardanova – teacher in Samarkand State University
N.S. Salimova – student of Samarkand State Institute of Foreign Languages

CULTURAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF TOURISM IN UZBEKISTAN

Abstract: The provided article examines touristic abilities of Uzbekistan together with revealing the blossoming prospects of any types of tourism in the country. The author investigates touristic features of every region, in terms of sightseeings, history, population and ethnic groups.

Key words: tourism in Uzbekistan, socio – economic and demographic

factors, modern Samarkand, tourist integration.

Аннотация: В данной статье рассматриваются туристические возможности Узбекистана, а также раскрываются перспективы развития любых видов туризма в стране. Автор исследует туристические особенности каждого региона с точки зрения достопримечательностей, истории, населения и этнических групп.

Ключевые слова: туризм в Узбекистане, социально-экономические и демографические факторы, современный Самарканд, туристическая интеграция.

Annatastiya: Ushbu maqolada O‘zbekistonning sayyohlik imkoniyatlari muhokama qilinadi, shuningdek, mamlakatda turizmning har qanday turini rivojlantirish istiqbollari yoritilgan. Muallif diqqatga sazovor joylar, tarix, aholi va etnik guruhlar nuqtai nazaridan har bir mintaqaning turistik xususiyatlarini o‘rganadi.

Kalit so‘zlar: O‘zbekistondagi turizm, ijtimoiy-iqtisodiy va demografik omillar, zamonaviy Samarqand, turistik integratsiya.

The ancient cities of Uzbekistan, such as Khiva, Bukhara, Samarkand, Kokand and Margilan have a rich centuries-old history. In the Republic of Uzbekistan there are more than 4000 archaeological and architectural monuments, most of them are protected by UNESCO. Tourism is developing rapidly in the country. In this regard, a tourism development program has been adopted, new jobs are being created, crafts are being revived, for example, the famous Samarkand paper, miniature art and. etc. Uzbekistan is a multinational Republic. Uzbeks, Karakalpaks, Tajiks, Kazakhs, Kyrgyz people have been living on the territory of our country since ancient times and are considered indigenous people. The population of the Republic of Uzbekistan is more than 33 million people. Due to natural growth and migration from other republics, the population of Uzbekistan is growing rapidly.

A high level of natural population growth leads to an increase in the proportion of young people in the total population. The Republic of Uzbekistan in the administrative-territorial division, consisting of the Republic of Karakalpakstan, 12 regions, 162 districts and 118 small cities, in terms of total population takes third place among the countries that are part of the CIS, second only to Russia and Ukraine.

The increase in the population of Uzbekistan is influenced by a number of reasons: historical, socio-economic and especially demographic factors. In turn, these factors are interconnected. According to statistical data, the highest population growth rates in the Republic in history have occurred at the present stage, when the average annual population growth reaches 3–3.5%. Before the period of independence, the Republic was practically an agrarian state, but over the course of 25 years, we have been developing rapidly mechanical engineering, mining, metallurgy, oil and gas and mining, various sectors of the textile industry.

Currently, Uzbek tourism is a fairly large segment of the market economy.

The regulator of the processes taking place here is the tourism administration represented by the National Company "Uzbektourism" in a system of 96 enterprises and organizations. In addition, in the tourism market, there are more than 800 licensed travel companies, as well as the Association of Private Travel Organizations, representing the professional interests of non-state tourism workers. There are more than 5 universities in Uzbekistan, including the Tashkent Economic University, which regularly train specialists in the field of international tourism. In the cities of Samarkand, Bukhara, Khiva, Kokand, Margilan and Tashkent, there are colleges that train specialists in the field of tourism and service. Student youth is trying to be a professional in their field. Students of the Samarkand State Institute of Foreign Languages, who annually practice at travel agencies, strengthen their knowledge of foreign languages. In addition, due to tourism, decorative and applied art, such as ceramic production, carpet weaving, sewing of national clothes, etc. is developing in some regions. The value of human thinking lies in a careful attitude to history, because there is no future without a past. As far as we treat the past, so will future generations. Apparently therefore, people who love the history of their land are trying to revive the ancient crafts.

UNESCO Secretary General Irina Bokova, who participated in the Sharq Taronalari festival, said that she was greatly impressed by her acquaintance with ancient Samarkand. She called it a unique city that has absorbed the entire history of eastern civilization. "There is no dominant or pure culture. In each state, the formation of culture was accompanied by various influences, and therefore the implementation of holistic research projects, such as the study of the formation of cultures of the Great Silk Road, is so important," she noted, "International and regional cooperation in the study of different cultures plays a big role today, and the importance of intercultural exchange is priceless" [2].

Modern Samarkand organically combines history and modernity, is, according to Bokova, "a very lively city" with its striking features - the famous market in the historical part of the city, where today the traditional features of the oriental bazaar are preserved - a huge selection of sweets, bright colors of the malls. Speaking about the fact that 2013 is a special year for UNESCO when the tenth anniversary of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Heritage is celebrated, the head of the organization spoke about the significance of Samarkand, a city with many cultural monuments inscribed in the cultural heritage of the world, in preserving traditions. As one of the important advantages of Sharq Taronalari, Irina Bokova noted that the international festival is accompanied by scientific conferences. Representatives of 52 countries took part in the festival, these are musicians, singers, scientists and art critics. The festival participants also visited the paper mill and, as they themselves said, received a "sea of pleasure". In a short time, Uzbek tourism has become one of the most profitable sectors of the economy and it is worth noting that the average profitability by 1995 reached 30% (against the standard - 20%). Moreover, today it is developing both at the expense of its own earned funds, and due to attracted foreign investment [4]. According to the forecasts of the McNulty expert group, which worked in Uzbekistan in 1997, the

growth in the number of foreign tourists (who arrive by tourist vouchers) will increase to 1.0 million people by 2003, and revenue will increase to $ 50 billion. In 1997, 1030538 people left Uzbekistan, and 953470 people entered, that is, the ratio was 108:100. In the following year, these figures were 939848 and 810508 people with a ratio of 115:100. But at the same time, the growth rate of those who left was 91.1%, and of those who entered tourists - 85.0%. In 1999, the number of departing visitors decreased to 486816 people, which amounted to 51.0% of the 1997 level and 60% of 1998 [3].

This indicates that national tourism goes beyond the region. And this is the merit of both the state and non-governmental organizations that are actively involved in the development of domestic and international tourism. In addition, Uzbekistan has the richest opportunities for the development of ecological tourism. The worldwide trend of growing popularity of economic and adventure tours prompts to bet on the development of this particular sector of the tourism industry, no less important, the development of historical-architectural scientific, business, ethnic and cultural types of tourism remains. To attract foreign investors to the tourism environment, the Decrees of the President of the Republic of Uzbekistan on the development of tourism, which exempts newly formed tour organizations and enterprises of Tashkent, Samarkand, Bukhara and Khiva from all taxes from the moment of creation to the first profit, are very important. However, one of the most important tasks for the further development of the industry is to attract foreign investment. Attracting foreign investment in the tourism industry (it is carried out in three ways) can occur with the advent of favorable economic conditions:

- optimal tax legislation;
- development of the domestic wholesale market;
- loan funds for tourism;
- an increase in the number of single-industry enterprises, i.e., conditions for competition.

For many centuries, the Silk Road has been the most significant and effective way to integrate the peoples of Asia and Europe. It was through it that the exchange of goods, knowledge, technologies, cultures took place, which ultimately contributed to the development of cities, regions, states and civilizations. For the development of the service called “The Great Silk Road”, naturally, an appropriate base is needed. The Great Silk Road is a transcontinental concept of integration of countries at all levels for implementation, which requires the active cooperation of all countries. It is no accident that Samarkand was called the “heart” of the “Great Silk Road”.

Currently, such a global project as the Great Silk Road has become not just a product of international communication concepts embodied in the tour, but a form of tourist integration.

In this regard, it is necessary to solve the above problems, which in scope and volume not only go beyond one or two states, but also become the basis for the integration of countries into a single tourism market.

Literature:

1. Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике [Офиц. сайт]. URL: http://www.stat.uz/ru/index.php/interaktiv/demograficheskie-dannye (дата обращения: 29.05.2015).
2. Материалы Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике. Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2008–2014 г. Ташкент: 2014 г.
3. Усиление потенциала для МЧР в Узбекистане. Материалы VII-республиканской ярмарки инновационных идей, технологий и проектов. Ташкент, 25 апреля 2014 г.

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Обид Пардаев – СамИСИ мустақил изланувчиси

ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА КОММУНАЛ ХИЗМАТЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация:мақолада инновацион иқтисодиёт шароитида коммунал хизматларни ривожлантириш масалалари қараб чиқилган. Унда коммунал хизматлар соҳасидаги эришлган ютуқлар билан бирга бир қанча камчиликлар ҳам ўз аксини топган. Соҳани тартибга солиш учун қонунларни ва бошқа меъёрий ҳужжатларни такомиллаштириш таклифлари ҳам берилган.

Калит сўзлар: хизмат, коммунал хизмат, инновацион иқтисодиёт, пуллик хизматлар,марказий иситиш, газ, иссиқ ва совуқ сув, канализация, уй-жой қурилиш, хусусий уй-жойлар.

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы развития коммунальных услуг в условиях инновационной экономике. В ней отражены не только достижения в сфере коммунальных услуг, но и некоторые недостатки. Также были внесены предложения по совершенствованию законодательства и других нормативных актов для регулирования отрасли.

Ключевые слова:услуги, коммунальные услуги, инновационная экономика, платные услуги, центральное отопление, газ, горячая и холодная вода, канализация, жилищное строительство, частное жилье.

Abstract: The article discusses the development of utilities in an innovative economy. It reflects not only achievements in the field of utilities, but also some flaws. Proposals were also made to improve legislation and other regulations to improve the industry.

Keywords: services, utilities, innovative economy, paid services, central heating, gas, hot and cold water, sewage, housing, private housing.

Бугунги инновацион иқтисодиёт шароитида инсонларнинг яшаш сифати ва даражасини оширишда коммунал хизматларнинг аҳамияти янада ошди. Ўзлуксиз электр энергия, газ, сув каби неъматлар билан таъминланиш масаласи хизмат тизимида энг аҳамиятли соҳалардан бирига айланди. Шу боис маҳаллий ҳокимликларнинг асосий сиёсати ҳам коммунал сиёсат билан боғлиқ бўлиб қолмоқда. Шу туфайли пулли хизматлар таркибида ҳам

коммунал хизматларнинг улуши ошиб бормоқда.

Бундай хизматлар турлари асосан мамлакат ичкарисида амалга оширилади. Коммунал хизматлар аксарият ҳолдаэкспорт қилинмайди. Фақат туристларнинг мамлакатимизда яшаши пайтидагина кўрсатилган қисми хизматлар экспортига киради. Булар асосан мамлакат аҳолисига кўрсатиладиган хизматлар бўлиб ҳисобланади. Аммо бундай хизматларнинг сифат даражаси бугунги кунда паст бўлишга йўл қўймайдиган даврда яшамоқдамиз.

Мамлакат аҳолисининг турмуш даражаси, яшаши даражаси ва сифат кўрсаткичлари, уларнинг фаровонлиги айнан шу хизмат турларига ҳам бевосита боғлиқдир. Аммо ушбу соҳа бугунги инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитига мос ҳолда шаклланган эмас.Ушбу соҳада бозор муносабатлари ҳам тўлиқ шаклланмаганлиги туфайли рақобат муҳити ҳам талаб даражасида эмас.

Амалдаги меъёрий ҳужжатлар бўйича мазкур хизматларга қуйидагилар киради:

“- аҳолининг электр қуввати, марказий иситиш, газ, иссиқ ва совуқ сув таъминоти, канализациядан фойдаланганлик, шунингдек майдонларни тозалаш ва ахлатларни ташиб кетиш хизматлари (уй-жой қурилиш ва қурилиш ҳамда фуқаро-қурилиш ширкатлари, хусусий уй-жойлар, боғ-участка, боғдорчилик ширкатлари буюртмалари асосида) учун амалдаги ҳақикий ҳақ миқдори (ёзилган ҳақ миқдори эмас).

Бинобарин, кўрсатилган маблағлар фуқароларга бевосита хизмат кўрсатадиган ташкилотларнинг кўрсатган пулли хизматлар ҳажмига киритилиши лозим;

- уй-жой қурилиш ва уй-жой қурилиш ширкатлари уйларида фойдаланиш харажатларини қоплаш пули (ширкат квартиралари қийматининг дастлабки бадал (тўлов)лари ва кейинги қоплаш пул миқдорларисиз);

- пулли хожатхона хизмати”[1].

Аммо айрим хизматлар борки, улар мазмунан шу хизматга яқин бўлсада, улар коммунал хизматлар таркибига кирмайди. Бундай хизматларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

“- уй-жой таъмирига йўналтириладиган ва бу таъмирлаш турларини амалга оширадиган корхоналар маиший хизматлар таркибида "уй-жой қурилиш ва уй-жой қуриш ширкатлари уйларида фойдаланиш харажатларини қоплаш пули" таркибидан тушган маблағлар;

- корхоналардан ишлаб чиқариш - технологик мақсадлар учун фойдаланилган электр, иссиқлик қувватлари, газ, сув, бу корхоналар майдон ва алоқа йўлларига канализация ҳамда тозалик (санитария) хизмати кўрсатиш учун тушган маблағлар”[2].

---

[1]“Аҳолига кўрсатилган пулли хизматларни ҳисобга олиш йўриқномаси”.//"Ўзистиқболстат" Давлат Қўмитаси томонидан ишлаб чиқилган. Мазкур ҳужжат 1996 йил 7 октябрда "Ўзистиқболстат" Давлат Қўмитаси томонидан тасдиқланган.-6- модда.

[2]“Аҳолига кўрсатилган пулли хизматларни ҳисобга олиш йўриқномаси”.//"Ўзистиқболстат" Давлат Қўмитаси

Шуни эътироф этиш керакки, иқтисодий адабиётларда коммунал хизматларнинг таърифи ҳам етарли даражада ёритилмаган. Иқтисодчи олим Х.М.Маматқуловнинг махсус изоҳли луғатида “Коммунал хўжалик” тушунчасига изоҳ берилган. Унда қайд этилишича “Коммунал хўжалик – маҳаллий ҳокимликларнинг шаҳар ҳаёти билан боғлиқ хўжалик тармоқлари уй-жой, транспорт, электр, водопровод, ҳаммом ҳамда ободончилик ишлари билан шуғулланувчи бўлим”[1]дир. Мазкур изоҳ бирнчидан, коммунал хизматларни ўзида ифода этмайди, чунки у коммунал хўжаликка изоҳ берган ва иккинчидан, “маҳаллий ҳокимликларнинг шаҳар ҳаёти билан боғлиқ хўжалик тармоқлари” дейилган. Бу эса, мос равишда қишлоқ аҳолиси коммунал хизматлардан фойдаланмайди, деган хулоса қилишга асос бўлади. Шу туфайли унинг таърифига тўхталиш мақсадга мувофиқдир.

Коммунал хизматлар деганда,маҳаллий ҳудуд ҳаёти билан боғлиқ уй-жой, транспорт, электр таъминоти, газ, сув каби аҳолининг яшашини яхшилаш билан боғлиқ хизматлар билан шуғулланувчи хўжалик юритувчи субъектлар томонидан кўрсатиладиган хизматлар мажмуи тушунилади[2]. Ҳозирги пайтда бундай хизматларни кўрсатувчи субъектлар асосан маҳаллий ҳокимликлар томонидан бошқарилмоқда. Чунки уларнинг аксарият қисми давлат мулкига асосланган. Фикримизча, ушбу соҳада ҳам рақобат муҳитини яратиш, хусусий тадбиркорликка кенг йўл бериш ва уларни бошқариш масаласини нодавлат корхоналарига юклаш лозим, деб ҳисоблаймиз.

Тадқиқот жараёнида бир қанча илмий-амалий тавсияларни ишлаб чиқишга муваффақ бўлдик. Бу тавсиялар қуйидагилардан иборат:

Биринчидан, мазкур соҳани тартибга солиш учун “Коммунал хизмат тўғрисида”ги Кодексни ишлаб чиқиш лозим. Чунки коммунал хизмат кўп тармоқли бўла туриб, улар бир-биридан ташкилий жиҳатдан фарқ қилади. Шу туфайли уларга бир хил тартиб ўрнатиш мураккаб. Бундай ҳолатда Кодекс қабул қилинса, унинг ҳар бир бўлимларида ўзига хос йўналишларни ифода этиш мумкин.

Иккинчидан, коммунал хизматни тўлиқ рақамлаштириш мақсадга мувофиқ. Чунки жуда кўп коррупция элементлари, нохолис ёндошувлар, турли қонунбузарликлар ушбу соҳа билан боғлиқ. Боз устига жуда катта нореал қарздорлик ҳам айнан шу соҳада. Буларни рақамлаштирилса, реал воқеъликни ифода этадиган ахборотни қўлга киритиш мумкин ва мос равишда жуда кўп нохолис ёндашувларнинг олди олинади.

Учинчидан, аҳолининг эҳтиёжидан келиб чиқиб, бундай хизмат турларини муттасил ривожлантириб бориш лозим. Чунки аҳолининг сони, уларни уй-жой билан таъминланиш даражаси йилдан-йилга кескин кўтарилиб бормоқда. Бу эса, ўз навбатида,мазкур хизматларнинг ҳажмини ўстириш

томонидан ишлаб чиқилган. Мазкур ҳужжат 1996 йил 7 октябрда "Ўзистиқболстат" Давлат Қўмитаси томонидан тасдиқланган.-6.2- модда.

[1]Маматкулов Х.М. Хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва иборалар изоҳли луғати. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2010. – 126-127 бет.

[2] Мазкур таъриф муаллифлар томонидан ишлаб чиқилган.

билан бирга, унинг сифатига ҳам катта аҳамият берилиши талаб қилинади. Чунки замон миқдор билан бирга асосий эътиборни сифатга қаратмоқда. Ҳозирги пайтда мамлакатимизда хизматлар кўрсатиш соҳасини ривожлантириш бўйича вазирлик ташкил қилинди ва улар махсус дастур асосида фаолият кўрсатмоқда.

Тўртинчидан, ҳозирги пайтда коммунал хизматларда бир қанча камчиликлар учрамоқда. Жумладан, айрим ҳолларда аҳолини огоҳлантирмасдан чироқларни ўчириб қўйиш ҳоллари, табиий газ босимининг камайиб кетиши кабилар одамлар таъбини хира қилиб, кайфиятларини тушуради. Шу туфайли бу хизматлардан фойдаланишда ҳам бозор принципларидан оқилона фойдаланиш, шартнома тизимини такомиллаштириш, икки томонлама масъулиятни ошириш, иқтисодий механизмлардан икки томонлама жаримани йўлга қўйиш тизимини ишга солиш каби дастаклардан фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Хулоса қилиб айтганда, аҳоли фаровонлигини ошириш, турмуш даражасини яхшилаш, яшаш даражаси ва сифатини таъминлаш учун жуда кўп омиллар орасида коммунал хизматларнинг ўрни ва роли катта эканлигини кўриш мумкин.

Г.А. Бекмуродова – ТДИУ, 2-курс докторанти (DSc)

“ЯНГИ” РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ВА УНИ РИВОЖЛАНИШ ОМИЛЛАРИ

Аннотация: Замонавий шароитда илмий ва технологик тараққиёт иқтисодий тараққиётга ёрдам беради. Анъанавий иқтисодиётдан рақамли иқтисодиётга ўтишда бизнес жараёнларни иқтисодиётнинг барча соҳаларида амалга оширишда ахборот коммуникация технологияларидан самарали фойдаланиш иқтисодий тизимни рақамлаштириш билан боғлиқ фаолиятни жадаллаштиради. Мазкур илмий тезисда бугунги давр иқтисодиётини рақамлашиш ҳолати юзасидан фикрлар келтирилган.

Калит сўзлар: иқтисодий тизим, рақамли иқтисодиёт, рақамлашиш жараёнлари, рақамли технологиялар, Жаҳон банки маълумотлари, платформалар.

Аннотация: В современных условиях научно-технический прогресс способствует экономическому развитию. Эффективное использование информационных и коммуникационных технологий при внедрении бизнес-процессов во всех секторах экономики от традиционной экономики до цифровой экономики ускорит деятельность, связанную с оцифровыванием экономической системы. Этот тезис отражает состояние оцифровки современной экономики.

Ключевые слова: экономическая система, цифровая экономика, процессы цифровизации, цифровые технологии, данные Всемирного банка, платформы.

Abstract: In modern conditions, scientific and technological progress contributes to economic development. The effective use of information and communication technologies in the implementation of business processes in all sectors of the economy from the traditional economy to the digital economy will accelerate the activities related

to the digitization of the economic system. This thesis reflects on the state of digitization of modern economy.

Keywords: economic system, digital economy, processes of digitalization, digital technologies, World Bank's data, platforms.

Бугунги дунё иқтисодиёти шундай шиддат билан ривожланяпдики, сония сайин янги ўзгаришлар кашф этилмоқда. Инсон эса ана шу ривожланишни йўналтираётган омил эканлигини биламиз.

Компьютерни вужудга келиши бир мўъжиза эди. Эндиликда эса, ана шундай кўплаб мўъжизалар оламида яшаётганимизни сезамиз.

Ахборот...технологиялар...рақамли иқтисодиёт...бу каби замонавий иқтисодий сўзларни кўплаб келтиришимиз мумкин лекин, айнан ушбу сўзларни ҳаётимизга қандай ҳолатда кириб келиб, турмуш тарзимизнинг ажралмас қисмига айлангани инсонни таъажжубга солади.

Замонавий дунёда инсон фаолиятини технологиялар орқали рақамлаштириш кўплаб соҳаларга таъсир кўрсатиши муҳим жараёнлардан бири бўлиб қолмоқда. Юқори даражадаги технологияларнинг ривожланиш асрида, уларни инсонлар ҳаётида оммалашиши, иқтисодий ва ижтимоий соҳаларда нафақат самарадорликни ошириш балки, максимал қулайликка эришиш йўли бўлиб ҳам ҳисобланади.

Аввалам бор, иқтисодиётда "инновация", "инновацион ғоялар" ва шу каби янги иқтисодий терминлар кашф қилинди. "Инновация" ("янгилик яратиш") тушунчаси замонавий иқтисодий фанлар тизимида "янги ёки яратилган маҳсулотнинг такомиллаштирилган якуний натижаси шакли" деб тушунилади[1]. Эндиликда ана шу инновацион муҳит замирида янги технологиялар асри бошланди ва у ўз навбатида "рақамли иқтисодиёт" тушунчасини юзага келтирди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти 2020 йил 24 январь куни мамлакатимиз Парламентига Мурожаатномасида келтириб ўтгандек: "Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш бўйича туб бурилиш қилиниши мўлжалланган. Қурилиш, энергетика, қишлоқ ва сув хўжалиги, транспорт, геология, кадастр, соғлиқни сақлаш, таълим, архив соҳаларини тўлиқ рақамлаштириш лозим"[2]- деган ҳолда, жорий йил давомида барча ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларида рақамли тизимни шакллантириш борасида фикрлар билдирилди.

"Рақамлаштириш" одамларга янги кўникмаларни ўрганишга ва ўз маҳоратини оширишга имкон беради. Ижтимоий-иқтисодий соҳаларни тобора ривожланишида масофадан туриб ишлаш кенг тарқалмоқда. Шу аснода, фақат рақамли дунёда рўй берадиган янги касблар пайдо бўлмоқда. Ишчи кучининг таркибий тузулишлари ўзгариб, иқтисодий янгиланишлар рўй бермоқда[3].

---

[1]Финтех: Путеводитель по новейшим финансовым технологиям. /под ред. Яноша Барбериса. Изд-во Альпина Паблишер, 630 стр. 2017 г.

[2]Ўзбекистон Республикаси Президентининг Парламентга "Мурожаатномаси" 24 январь 2020 й.

[3]Газимуллина А.В., Слабоденюк О.В., Лысенко Ю.В. Цифровизация как форма проявления системных трансформаций. Особенности «цифрового» мира. Финансовый университет при Правительстве РФ,

“Рақамли иқтисодиёт” тушунчасига қўшимча равишда, бизнес ва маиший фаолиятда рақамли технологиялардан фойдаланиш жараёнини тавсифловчи бир қатор атамалар мавжуд, масалан, “Янги иқтисодиёт” (инглизча, “new economy”), “Е-иқтисодиёт” (инглизча, “e-economy”), “Тармоқ иқтисодиёти” (инглизча, “network economy”). “Рақамли иқтисодиёт” атамасини америкалик олим Николас Негропон-те “Рақамли бўлиш” (инглиз тилидаги китобнинг асл номи “Being Digital”) китобида тавсифлаган. Мазкур китобда Негропонте рақамли иқтисодиётнинг шаклланиши ва ахборот, интерфаол ва кўнгилочар дунёни ягона рақамли тармоққа бирлаштириш прогнозини берди, шунингдек, рақамли иқтисодиётнинг инсон ҳаёти ва иқтисодий ривожланишини кейинги рақамлаштириш билан генезис жараёнини тасвирлаб берди ва башорат қилди[1].

Глобаллашув жараёнлари рақамли ривожланиш стратегияларини қайта кўриб чиқиш ва янги технологиялар келажагига комплексли ёндашишни талаб қилади. Ривожланаётган давлатлар учун рақамли иқтисодиёт қиймат яратиш ва фойда олиш имконини беради. Бунга алоҳида эътибор қаратадиган бўлсак, “рақамли аср”да қиймат яратишнинг иккита асосий омили мавжуд бўлиб, улар: рақамли маълумотлар ва платформалардан иборат. Биз ҳозирда рақамли асрнинг бошидамиз ва кўплаб саволларга, рақамлаштириш бўйича жавоблар ҳали топилмаган. Жавоблар йўқлиги сабабли, тегишли статистик ва эмпирик маълумотлар тезкор ишлаб чиқишга интилаётган технологик тараққиёт тўғрисида қарор қабул қилувчилар доимо ўзгариб турадиган рақамли иқтисодиётнинг самарали стратегияларига дуч келиш баробарида ўрганилаётган саволларга жавоб топадилар[2].

Бугунги кунда ривожланган давлатлар рақамли иқтисодий тизимда иш олиб боришда илгарилаб боришмоқда. Бунга сабаб, янги технологияларни кашф этиш билан бирга, барча турдаги хизмат кўрсатиш соҳаларида аввало, мижозлар учун қулайликлар яратиш орқали ўз даромадларини оширмоқдалар. Жаҳон ҳамжамиятининг ривожланган Европа қисми "рақамли иқтисодиёт" атамасини юқори даражасида ўз ҳужжатларида қўлламоқда. Жаҳон банкининг таърифига кўра, рақамли иқтисодиёт бу рақамли ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланишга асосланган иқтисодий, ижтимоий ва маданий алоқалар тизимидир. Бу келтирилган кенг таъриф бўлиб, у рақамли трансформация билан боғлиқ жараёнлар иқтисодиётнинг барча соҳаларига ва ижтимоий фаолиятга, шу жумладан ишлаб чиқариш, соғлиқни сақлаш, таълим, молиявий хизматлар, транспорт ва бошқаларга таъсир кўрсатганлигини аниқ тушунтиради.

Челябинский филиал, направление подготовки «Экономика».77стр. Челябинкс 2019 г.

[1]Баранов Д.Н. Сущность и содержание категории «цифровая экономика»./ Москва/ Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление • № 2 (25) 16 стр. 2018г.

[2]REPORT on DIGITAL ECONOMY 2019/ Creation of Value and Obtaining Benefits: Consequences for Developing Countries/ United Nations Publications, 300 East 42nd Street, New York, New York 10017, United States of America.

Хулоса ўрнида шуни келтиришимиз мумкинки, бугунги иқтисодий фаолият турли туман ўзгаришларга бой. Бу каби ўзгаришлар натижаси албатта фойда ҳамда, самара бериши лозим. Иқтисодий ривожланиш учун рақамли иқтисодий тизимни жамият турмуш тарзига кириб келиши жорий ва келгуси ривожланиш тендиялари учун ҳам асосий омил бўлиб хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Парламентга “Мурожаатномаси” 24 январь 2020 й.
2. Финтех: Путеводитель по новейшим финансовым технологиям. /под ред. Яноша Барбериса. Изд-во Альпина Паблишер, 630 стр. 2017 г.
3. Газимуллина А.В., Слабоденюк О.В., Лысенко Ю.В. Цифровизация как форма проявления системных трансформаций. Особенности «цифрового» мира. Финансовый университет при Правительстве РФ, Челябинский филиал, направление подготовки «Экономика».77стр. Челябинкс 2019 г.
4. Баранов Д.Н. Сущность и содержание категории «цифровая экономика». / Москва / Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление • № 2 (25) 16 стр. 2018г.
5. REPORT on DIGITAL ECONOMY 2019/ Creation of Value and Obtaining Benefits: Consequences for Developing Countries/ United Nations Publications, 300 East 42nd Street, New York, New York 10017, United States of America.

S.A.Babanazarova – SamISI katta o‘qituvchisi
O.F. Ergashev – SamISI KTB-118 guruh talabasi

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA UMUMIQTISODIY VA IJTIMOIY MUAMMOLAR VA ULARNI HAL QILISH YO‘LLARI

Annotatsiya: Maqolada bir qancha rivojlangan mamlakatlarda raqamli iqtisodiyotming rivojlanishihamda infratuzilmalari tahlil qilinadi hamda olingan natijalar asosida mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo‘yicha bir qancha muammolar va ularning mumkin bo‘lgan yechimlari atroflicha ko‘rib chiqiladi.

Kalit so`zlar: raqamli iqtisodiyot, raqamli pullar, raqamli platformalar, ekotizim, Industriya, 3D-printerlar, bulutli texnologiyalar, kraudsorsing, kraudfunding.

Abstract:: The article analyzes the development and infrastructure of digital economy in a number of developed countries, and provides a comprehensive overview of the challenges and potential solutions to the development of digital economy in our country.

Keywords: digital economics, digital money, digital platforms, ecosystems, multinationals, Industries, 3D printers, cloud technologies, frauds, fraud.

Аннотатция: В данной статье проанализированы состояние и перспективы развития цифровой экономики в различных развитых странах мира и на основе анализа недостатков и преимуществ принятых стратегий предлагаются варианты использования современных средств цифровой экономики в различных отраслях и сферах национальной экономики Республики Узбекистан.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые деньги, цифровые платформы, экосистема, индустрия, 3D-притеры, облачные технологии, краудсорсинг, краудфондинг.

Hozirgi davrda raqamli iqtisodiyot va u bilan bog`liq bo`lgan bir qancha samarador texnologiyalar hayotimizga shiddat bilan kirib kelmoqda. Huddi shuning uchun ham davlat va jamiyat taraqqiyotini yanada jadallashtirish maqsadida respublikamiz rahbariyati bir qancha muhim qarorlarni qabul qildi. Shu jumladan, O`zbekiston Respublikasining prezidenti SH.M Mirziyoyevning yangi “2020 yilni ilm-ma`rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili” deb nomlanishi shu jumladandir. Mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun aholimizga raqamli iqtisodiyot haqida ma’lumotlar berishimiz kerak. Avvalo shuni aytish kerakki, raqamli iqtisodiyot o‘zaro bog`liq bo`lgan ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonlarining zanjiridan iborat bo`lib, uning ajralmas elementi zanjirlararo (insonlararo, mashinalararo, bulutlar orqali, data markazlararo) raqamli texnologiyalar yordamida amalga oshiriladigan ma`lumot almashinishdir

Mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishda quyidagilarga e‘tibor berishimiz kerak:

1.Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun kerakli bo`lgan shart-sharoitlarini yaratish;

2. Internet xizmatini tubdan yaxshilash;

3. Mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning AQSH va Xitoy mamlakatlarida sinovdan o`tgan huddi shunday strategiyasini tanlaganimiz maqsadga muvofiq bo`ladi;

4. Mamalakatimiz aholisining raqamli iqtisodiyot bo`ycha savodxonligini oshirish;

5. Respublikaning barcha tarmoqlarini qamrab oluvchi informatsion jamiyat tashkil qilish uchun kerakli bo`lgan barcha chora-tadbirlarni amalga oshirish.

Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish O`zbekiston Respublikasi uchun ham uning dunyo miqyosidagi raqobatbardoshligini belgilab beradigan strategik ahamiyatga molik masalalardan biri hisoblanadi. Bu esa davlatimizga raqamli iqtisodiyotning rivojlanishini uchun shart-sharoitlar yaratish, uni eng kerakli sohalarga yo`naltirish va bu jarayonni imkoniyat darajasida rag`batlantirish zarurligi demakdir. Milliy iqtisodiyotimizning yana bir muhim ajralib turadigan jihati shundaki, YaIM asosiy qismi davlat korporativlari (yoki davlat ishtiroki ulushi katta bo`lgan kompaniyalar) tomonidan yaratiladi. Bunday sharoitlar daprofilli vazirliklar yoki davlat korporatsiyalari rahbarligi ostida industrial raqamli platformalar yaratish eng oqilona qadam bo`lib hisoblanadi. Bunday platformalar raqamli iqtisodiyotning tez rivojlanishi va unga mos keluvchi texnologiyalarning keng tarqalishi uchun zarur infratuzilma bazisini yaratadi. Fikrimcha, raqamli iqtisodiyot platformalari tuzishda asosiy e`tiborni quyidagi yo`nalishlarga qaratish zarur: telekommunikatsiyalar, energetika, transport, sog`likni saqlash, soliq va soliqqa tortish, dori-darmonlar logistikasi, ma`lumotlarni qayta ishlash, turizm, tashqi iqtisodiy faoliyat va ishlab chiqarish. Aynan shu sohalarning rivojlanishi

kerakli infratuzilma va mos texnologik bazis yaratishga imkon beradi.So`ngra ularni iqtisodiyotning boshqa sohalarga ko`chirgan holda O`zbekistonda raqamli iqtisodiyotni maksimal darajada tez shaklllantirish mumkin bo`ladi. Bunday yondashuv bugungi kunda respublikamiz uchun eng maqsadga muvofiq bo`lib ko`rinadi, lekin u ham kamchiliklardan xoli emas, albatta. Ammo mos keluvchi strategiya tanlashda unga asoslanishi lozim bo`lgan raqamli iqtisodiyot konsepsiyasini shakllantiish uchun taxmin qilingan raqamli iqtisodiyot risklarini ham hisobga olish lozim. Rivojlangan mamlakatlar raqamli iqtisodiyotining ko`plab dasturlari (AQSH, Avstriya, Buyuk Britaniya, Koreya va boshqalar) asosiy e`tiborni "raqamli tibbiyot" va "aqlli shahar" ijtimoiy yo`nalishlariga qaratgan. Bunday loyihalarni rivojlantirish yo`nalishi jiddiy iqtisodiy samaraga ega emas, ammo bu tanlov bir qator dalillar vositasida asoslanishi mumkin:

birinchidan, har qanday keng ko`lamli rivojlanish dasturi g`arb turidagi ochiq jamiyatda omma tomondan ma`qullanishi va qo`llab-quvvatlanishi lozim. Shu sababli, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi ijtimoiy loyihalar belgisi ostida borgani ma`qul;

ikkinchidan, yirik sanoatlarda raqamli texnologiyalar joriy qilish ertami-kechmi, o`z-o`zidan iqtisodiy maqsadga muvofiqlik tufayli ro`y beradi. Ijtimoiy loyihalar esa davlat va halq tomonidan qo`llab-quvvatlashga ehtiyoj sezadi;

uchinchidan, ko`pchilik rivojlangan mamlakatlar raqamli iqtisodiyotni ma`lum bir ko`rinishda amalga oshirishga imkon beradigan sezilarli texnologik asoslarga keng aholi ommasining bilimli ekanligiga tayanadi. Bizda esa raqamli iqtisodiyotni yaratish aholining keng qatlamlari uchun tushunarli tarzda amalga oshirilgani ma`qul;

to`rtinchidan, raqamli texnologiyalarni sanoatda joriy qilish (masalan, ishlab chiqarishda buyumlar interneti, 3D-printerlarni ishlab chiqarishga keng miqyosda joriy qilish kabilar) ancha tor doiradagi vazifalarni hal qilishi ko`zda tutilgan.

"Raqamli tibbiyot" va "aqlli shahar" ijtimoiy loyihalarini amalga oshirish esa ko`proq murakkablik va xilma-xillikni talab qiladi hamda bunday loyihalar keng halq ommasi tomonidan qo`llab-quvvatlanadi. Barcha zamonaviy texnologiyalar uchun, ayniqsa, raqamli boshqaruv tizimi nuqtai-nazaridan omma uchun shunday ko`rinishdagi «ijtimoiy stress-test» zarurdir. Respublikada raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning ilk pallasida, moddiy, ma`naviy, dasturiy, texnik va ijtimoiy zahiralar cheklanganligi sababli, sa`yi-harakatlarni qaysi yo`nalishga qaratish zarurligi haqida qaror qabul qilish zarur bo`lishi ehtimoli juda katta, ya`ni, oldimizda ikki yo`l turibdi: ularning biri texnologiyalarni ijtimoiy moslashtirish bilan shug`ullanish, ikkinchisi esa mahalliy texnologik asoslarni raqamli iqtisodiyot vositasida rivojlantirish yo`li. Mening fikrimcha, raqamli iqtisodiyot va Industriyaning O`zbekistonda koorporativ miqyosdagi joriy qilinish yo`nalishlariga takliflar sifatida quyidagi sohalarni ko`rsatishim mumkin:

- Professional xizmatlar – on-demand professional services – buxgalter xizmatlari, dizaynar xizmatlari, maslahatchilar, tarjimonlar va boshqalar.
- Onlayn bank xizmatlari (Banking).
- Blokcheyn vositasidagi soliq va soliqqa tortish xizmatlari.

- Jamoaviy moliyalashtish – collaborative finance – kraudfonding (crowdfunding), o‘zaro kreditlash (peer-to-peer lending).
- Moliya bozori operatsiyalari va electron tijorat.
- Ko‘chmas mulk savdosiva tenderlar.
- Ishki va tashqi halqaro turizm sohalari.
- Koorporativ va shaxsiy transport xizmatlari.
- Uyda ko`rsatiladigan xizmatlar – on-demand household services.
- Uy-joydan birgalikda foydalanish – (peer-to-peer accommodation).
- Transportdan birgalikda foydalanish – (peer-to-peer transportation).
- 3D-printerlarni barcha sohalarga joriy qilish.
- Ta`lim sohasida ommaviy ochiq on-layn xizmatarni (MOOC – massive open online cources) joriy qilish.

Raqamli iqtisodiyotning yana boshqa bir xizmatlari, shu jumladan, big data, sun`iy intellect, mashina vositasida ta`lim berish, kraudsorsing, kraudfunding, blokcheyn va bulutli texnologiyalar ham kelajak iqtisodiyotida va koorporativ boshqaruvda hal qiluvchi ahamiyat kasb etishini hayotning rivojlanish tendensiyalari yaqqol ko`rsatib turibdi. Mamlakatimizda bu takliflarni amalga oshirish uchun eng avvalo xalqimizni yuqoridagi xizmatlardan foydalanish savodxonligini oshish , internet tezligini tubdan o`zgartirish, mamlakatimiz iqtisodiyotida raqamli tarmoqlar sonini tubdan o`zgartirish, axbotot madaniyati, axborot gigiyenasini o`zgartirish va boshqalarga etibor qaratishimiz lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yhati :

1. Постановление Кабинета Министров «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию и внедрению цифровой экономики в Республике Узбекистан от 31 августа 2018 года.
2. Гулямов С.С. va boshqalar.Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalari. T.: “Iqtisod Molia” nashriyoti, 2019. 396 bet.
3. Аюпов Р.Х., Балтабаева Г.Р. Ракамли валюталар бозори: инновациялар ва ривожланиш истикболлари. –Т: “Фан ва технология” nashriyoti, 2018, 172 бет.
4. ЛапидусЛ.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией. –М.: ИНФРА-М, 2017. -281 с. 6. https://ru.wikipedia.org/wiki/- Vikipediadagi sahifa

Nafosat Salimova – student of Samarkand state institute of foreign languages

MOTIVATION IN EFL CLASSES

Abstract. Motivation is a frequently encountered term in both daily life and work, and it is considered to be an essential factor that can greatly effect individual’s accomplishments and motivation has an inseparable role in learning any foreign language. And this research paper reveals the relevance of motivation in terms of acquiring knowledge in the sphere of linguistics.

Key words: motivation, instrumental motivation, integrative motivation, extrinsic and intrinsic motivation, foreign language.

Аннотация: Мотивация - это часто встречающийся термин как в повседневной жизни, так и на работе, и считается, что он является важным фактором, который может существенно повлиять на достижения каждого человека, и мотивация играет неотъемлемую роль в изучении любого иностранного языка. И эта исследовательская работа раскрывает актуальность мотивации с точки зрения приобретения знаний в сфере лингвистики.

Ключевые слова: мотивация, инструментальная мотивация, интегративная мотивация, внешняя и внутренняя мотивация, иностранный язык.

Annotastiya: Motivatsiya kundalik hayotda ham, ishda ham keng tarqalgan atama bo‘lib, u har bir kishining yutuqlariga sezilarli ta'sir ko‘rsatadigan muhim omil hisoblanadi va motivatsiya har qanday chet tilini o‘rganishda ajralmas rol o‘ynaydi. Va ushbu tadqiqot, tilshunoslik sohasidagi bilimlarni olish nuqtai nazaridan motivatsiya muhimligini ochib beradi.

Kalit so‘zlar: motivatsiya, instrumental motivatsiya, integratsion motivatsiya, tashqi va ichki motivatsiya, chet tili.

Motivation is frequently used word in daily life and study as well, and a teacher is able to encourage his/her students by saying “Given motivation, anyone can learn a language”, and it shows that in language learning, motivation is crucial, and even same as to intelligence, desire to learn and aptitude, motivation is capable of influencing greatly the achievements of students in their second language or foreign language learning acquisitions. As motivation is also regarded as a second significant predictor of success, trailing only aptitude, it would be vital to acknowledge what the notion of motivation is in terms of learning foreign language.

Speaking about the research conducted on “motivation”, the most outstanding contributors in this field – Gardner and Lambert and their co-workers, since they accomplished the most important work. They commenced their study in the 1980s and they revealed two primary types of motivation and they named them as “instrumental motivation” which occurs when the learner has a functional goal in learning a foreign language, such as to obtain a higher occupation or to get promoted, or to pass an examination, to meet the educational or vocational requirements, to use in their holiday or to get relevant data in their target language and to exploit the representatives of the foreign culture whose language they are attempting to learn; and the latter is “integrative motivation”, which occurs when a learner desires to identify and learn the history, culture, national values of the nation thoroughly.

A foreign language is something that might seem to be more burdensome to learn than any other field of science, such as mathematics or physics, as a foreign language is not considered to be the part of science. It requires more effort, desperate intention from a learner and can be learnt on the course of particular period of time. In our country, ranging from the initial years of the Independence till today’s contemporary period, the primary attention of the government is being

dedicated to learning foreign languages, particularly English, and myriads of accomplishments have been fulfilled in this field. Notwithstanding, it is quite melancholic fact that our country still stands in the lower stages on the list that shows the knowledge level of the countries' population. Approaching to the process of teaching foreign languages, especially English, is therefore crucial that in order to promote our country's fame in the global stage, we firstly have to alleviate people's knowledge on English, as this language has already become the major lingua-franca around the globe. And moreover, according to the data yielded by this study, around 80% of all information in the world is maintained in English, and it indicates that in terms of any sphere one definitely needs English.

During the process of teaching English, students might get demotivated due to the fact that the pronunciation, syntax and lexicology of this language is quite unfamiliar to our native language, and for this reason, so as to push the learners to make an attempt to read, spell, practice the language out loud motivation from teachers' side can be the best propeller. According to the Gardner and Lambert, motivation from outer factors is called "extrinsic motivation" and this example of motivation can be witnessed when the tutor takes into consideration students' objectives and intention of learning foreign language. And the another type of motivation, which is called "intrinsic motivation", can be witnessed when learners make themselves to learn the language by themselves.

As a four-year-learner of the English language, I noticed that, most of the tutors in ESL classes in our country still follow the primitive general translating method, which has already regarded as less effective. And in this case, my personal suggestion to ameliorate the contemporary state is to alter the strategy and methods of teaching languages. In ESL classes, tutors should not be like the teapot that pouring the knowledge into students' minds, and the learners also should become more active and get associated with their peers, instead of idling and being the mute members of the process.

Motivation in learning foreign languages is totally different and complicated psychological phenomenon, and thus has been attracted by many researchers. Due to the advanced globalization and modernization, more and more people desire to learn foreign language to equip themselves both in career and life. And for this reason all researchers hope that in terms of teaching and learning a foreign language, motivation will also soon become being considered as one of the most vital pedagogical tools in our country as well.

List of references:

1. Gardner R. C. and Lambert W. E, 1972. Attitudes and Motivation in Second-Language Learning. Rowley, MA: Wewbury House.
2. Gardner R. C., 1985. The Role of Attitudes and Motivation. London, Great Britain: Edward Arnold.
3. Wilkins D. A., 1975. Linguistics In Language Teaching. London: Edward Arnold.
4. Brown H. Douglas, 1994. Principles of Language Learning and Teaching. USA: Prentice Hall Regents.

Nafosat Salimova – Samarkand State Institute of Foreign Languages

TEACHING ENGLISH THROUGH MUSIC

Abstract: The article examines the question of learning English through music with a few examples, as well as reveals undeniable facts concerning the effects of music in learning foreign languages.

Key words: music, learning, English, ESL, education, songs, children, vocabulary

Аннотация: В статье рассматривается вопрос изучения английского языка с помощью музыки на нескольких примерах, а также выявляются неопровержимые факты, касающиеся влияния музыки на изучение иностранных языков.

Ключевые слова: музыка, обучение, английский, ESL, образование, песни, дети, словарный запас

Annotastiya: Maqolada musiqa orqali ingliz tilini o‘rganish masalasi bir nechta misollar bilan ko‘rib chiqiladi, shuningdek, chet tillarni o‘rganishda musiqaning ta'siri haqida inkor etib bo‘lmaydigan dalillar ochib beriladi.

Kalit so‘zlar: musiqa, o‘rganish, ingliz tili, ESL, ta'lim, qo‘shiqlar, bolalar, so‘zlar

Ranging from the initial years of our independence to today’s dramatically altering period our government as well as the state authorities have devoted their primary attention towards enhancing many fields, including teaching fremd languages. Albeit, it is marginally melancholic fact that the data yielded recently reveals that the overall amount of Anglo-phones in our country covers merely 9% of the entire population. From our humble point of view, one of the crucial rationales of this consequence is the comprehension of the pedagogues and methodologists that they still regard the process of instructing foreign languages as an identical process of learning any other subject.

As learners of English, we reckon that learning languages completely diverges from the traditional strategy of learning, i.e., while you learn a foreign language, you not only learn grammatical rules or vocabulary, but the entire history, spirit and culture of the nation whose language you are learning embrace your mind and hence we surmise that teaching a foreign language should no longer include utterly writing down a myriad of rules and structures on the blackboard and learning an enormous amount of vocabulary, yet creating real atmosphere of usage of that language. And the alternative method that we are about to suggest for teaching and learning any foreign language, particularly English, is using music in ESL (English as a second language) classes.

When one of the most well – known English poets Henry Wadsworth Longfellow mentioned that “Music is the universal language of mankind” in 1835, he was no longer up to refer the current position of music. Even though the sorts of music and the tastes of its listeners have dramatically altered throughout decades, Longfellow’s claim is still valid even in today’s world of hi-techs. Apart from providing our minds with spiritual relax and therefore being the world’s simplest pleasures, music possesses an invaluable role in learning a foreign language.

Each and every learner of English regard attempting to pronounce English words as a challenging, even embarrassing situation, yet, a recent study informs that while singing a song, the part of our brain that is specified to languages reveals the same reaction towards music and furthermore, while singing a song we concentrate more on a rhythm and tone, than the words themselves, and this aids to overcome self-consciousness of the learners. Secondly, when speaking fluently, native speakers no longer pause between words, but it appears to be slightly burdensome for a non-native speaker, nevertheless, providing the words and phrases are set into music, we are able to distinguish them much quicker, and this is likely to enhance our speaking skills.

Further and even more pivotally, using music while teaching English in pre-school education also reveals brighter efficiency as it can be organized as a fun, as long as the appropriate songs are opted for young children. The most suitable songs for both children and beginner students should be:

- ✓ not too long (1 – 3 verses are sufficient);
- ✓ not too quick (should be comfortable for singing along);
- ✓ in average level (should not include too many new words);
- ✓ clear (should be easily heard).

And for young children the songs with many rhymes and rhythms are recommended as they might easily caught in mind after being repeated. Moreover, some special songs that are composed aiming to teach specific vocabulary such as numbers (‘Ten in the bed’), animals (‘Old McDonald had a farm’), colors (‘I can sing a rainbow) weather (‘Rain, rain’), days of week (‘Monday, Monday’), are considered to be the best support in accelerating the speed of teaching new vocabulary to children.

At the end of recapitulating the whole afore written facts, we once reaffirm the sentence that our first president used to mention in his speeches that “The future of our country lays on the hands of the youth” and by exemplifying this we indicate that as long as we are the young generation of our country and as long as the most faith of our country is devoted to us, to do our upmost in contributing to the development of our country with our top results in our fields is our sacrosanct duty.

THE LIST OF USED LITERATURE:

1. Learning English through Music in the Digital Age // www.researchgate.net URL: https://www.researchgate.net/publication/309179102_Learning_English_through_Music_in_the_Digital_Age (date of the application: 14.04.2019).

2. Learning English with Music // www.usingenglish.com URL: https://www.usingenglish.com/articles/learning-english-with-music.html (date of the application: 14.04.2019).

3. LEARNING ENGLISH THROUGH MUSIC // blog.teslontario.org URL: http://blog.teslontario.org/learning-english-through-music/ (date of the application: 14.04.2019).

Ш.Ш.Болтаев – Бухора Давлат университети мустақил изланувчиси

“ТЕЖАМКОРЛИК СМФ” МОДЕЛИНИНГ ТУЗИЛИШИ ВА АҲАМИЯТИ

Аннотация: мақолада тежамкорликнинг аҳамияти, “Тежамкорлик СМФ” (СМФ-самарадорлик-манфаатдорлик-фаровонлик)моделининг тузилиши, ундан фойдаланиш йўллари қараб чиқилган. Бунда моделга киритилган жараёнлар ва категориялар, уларни ифодаловчи кўрсаткичлар, шу кўрсаткичларни аниқлаш йўллари ҳамда уларнинг бир-бири билан ўзаро алоқадорлиги кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: тежамкорлик, самарадорлик, манфаат, харажатлар, даромадлар, фаровонлик, аҳолининг яшаш даражаси, аҳолининг яшаш сифати, камбағаллик, тадбиркорлик.

Аннотация: В статье рассматривается значение понятия – бережливость, структура модели “Бережливость ЭИП” (Бережливость-эффективность-интерес-процветание) и пути использования данной модели. Кроме этого, описаны процессы и категории, входящие в модель, показатели, определяющие их значение, пути определения показателей и их взаимосвязь.

Ключевые слова: экономика, эффективность, выгоды, затраты, доходы, благосостояние, уровень жизни, качество жизни, бедность, предпринимательство.

Abstract:: The paper addresses the significance of frugality, the structure and implementation of the “Frugality PEA (Prosperity, efficaciousness, advantageousness)" model. It explains the processes and categories included in the model, the metrics they represent and the ways it can been approached in classifications and its interrelationship.

Keywords: economy, efficiency, benefits, costs, incomes, welfare, living standards, quality of life, poverty, entrepreneurship.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 24 январда Олий Мажлисга Мурожаатномасида тадбиркорликни ривожлантиришга яна бир бор катта аҳамият қаратди. “Жойлардаги ижтимоий муаммоларни ҳал этишга оид тадбиркорлик ташаббусларини, айниқса, ёшлар ва аёллар тадбиркорлигини қўллаб-қувватлашга устувор аҳамият бериш зарур. Шу мақсадда аҳоли ва тадбиркорларга, микромолия хизматлари ва молиявий ресурсларга, давлат харидларига кенг йўл очиб берилади. Бундай чоралар орқали одамларимизда тадбиркор бўлишга иштиёқ ва ишонч ортади, улар кўпроқ даромад олишга интиладиган бўлади”[1], деб таъкидлади. Тадбиркорликнинг асосий мақсадларидан бири – ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш, иш бажариш соҳаларида кўпроқ фойда олиб, ўзининг ва аҳолининг манфаатларини қондиришга қаратилган. Аммо фойда ўз-ўзидан ҳосил бўлиб қолмайди. Улардан бири ва энг муҳими, мавжуд маблағларни тежаб-тергаб ишлатишга қаратилиши лозим. Бундай тежамкорлик, ички имкониятларни ишга солган ҳолда ҳақиқий фойдани таъминлайди.

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 24 январда Олий Мажлисга Мурожаатномаси.// “Халқ сўзи” газетаси. 2020 йил 25 январь. 19-сон. 1-4 бетлар.

Мамлакатимиз раҳбри Олий Мажлисга Мурожаатномасида олдимизда турган муҳим вазифалардан бири юртитимизда камбағалликни тугатиш эканлигига алоҳида аҳамият қаратди. Бунинг учун ҳам одамлар руҳиятида тадбиркорлик руҳини уйғотиш лозим эканлигини қайд этди. Мурожаатномада: “Камбағалликни камайтириш – бу аҳолида тадбиркорлик руҳини уйғотиш, инсоннинг ички куч-қуввати ва салоҳиятини тўлиқ рўёбга чиқариш, янги иш ўринлари яратиш бўйича комплекс иқтисодий ва ижтимоий сиёсатни амалга ошириш, демакдир”[1], деб уқтирди. Кўриниб турибдики, тадбиркорликнинг ривожланиши мамлакатимизда жуда кўп иқтисодий ва ижтимоий муаммоларни ҳал қилади. Буларга:

- янги иш ўринларини яратиш ва бандлик муаммосини ҳал қилиш;
- кўпроқ фойда олиб, ўзининг соҳасини янада ривожлантириш имкониятини кенгайтириш;
- кўпроқ маҳсулот ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва иш бажаришга эришиш;
- аҳолининг фаровонлиги, яшаш даражаси ва сифатини ошириш.

Аммо ушбу тадбирлар ўз-ўзидан амалга ошиб қолмайди. Буларнинг ҳаммасини кўзда тутадиган ва шу ишларнинг уддасидан чиқа оладиган кишигина тадбиркор бўла олади. Ушбу ҳолатни инобатга олиб Президентимиз ўзининг Мурожаатномасида “...ҳамма ҳам тадбиркор бўла олмайди. Шу сабабли бундай одамлар билан тизимли иш олиб бориб, уларни касбга қайта тайёрлаш орқали уларни муносиб иш жойи билан таъминлаш лозим”[2], деб таъкидлади. Аммо тадбиркор тадбиркорлиги орқасидан, одиий кишилар ўз касби орқасидан яхшигина даромад топиб, фаровон яшашликлари лозим. Ушбу талаб унисидан ҳам, бунисидан ҳам тежамкор бўлишликни талаб қилади. Шу нуқтаи назаридан тежамкорлик иккита йўналишга эга бўлади (1-расм).

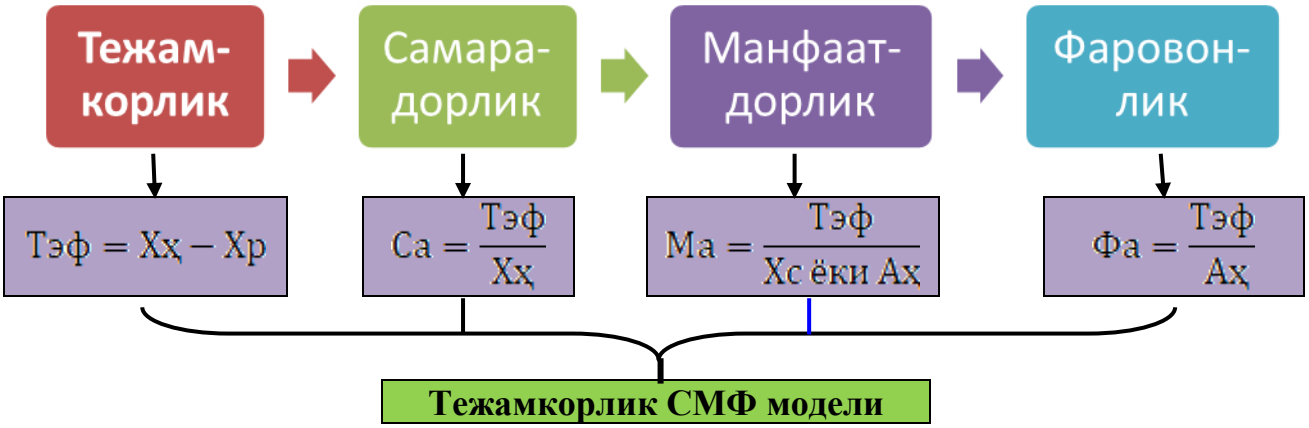


1-расм. Тежамкорликнинг асосий йўналишлари

Расмдан кўриниб турибдики, тежамкорлик фақат бирор нарсани яратишда, яъни ишлаб чиқаришда (хизмат кўрсатиш, иш бажаришда) эмас, балки уларни истеъмол қилишда ҳам, яшашнинг бошқа жиҳатларида ҳам керак бўлади. Шу туфайли тежамкорлик масаласига алоҳида аҳамият бериб, унинг назарий ва амалий жиҳатларини бугунги кун талабидан келиб чиққан ҳолда тадқиқ қилиш мақсадга мувофиқ.

[1] Ўша жойда. – 3 бет
[2] Ўша жойда. – 3 бет.

Бугунги кунда тежамкорлик масаласининг долзарблиги яққол кўриниб қолди. Биргина мисол: яқин йилларга мўлжалланган режадаги белгиланган мева ва сабзовот маҳсулотларини етиштириш учун анча ҳажмдаги сув керак бўлади. Аммо бизда бундай неъмат етарли даражада эмаслиги ҳеч кимга сир эмас. Трансчегаравий дарёларимизда келаётган сувларимиз барча эҳтиёж-ларимизни қондиришга камлик қилмоқда. Эртага аҳолининг муттасил кўпайиб бориши, суғориладиган майдонларнинг ҳам кўпайишига олиб келади. Бу эса, ўз навбатида қўшимча сув захираларини талаб қилади. Шу боис мазкур масалада катта тежамкорликни талаб қилади. Бу ўз навбатида тежамкорлик тартибини ўрнатмаса, сув муаммосини ҳал қилиш йилдан йилга анча мураккаблашиб бораверади.



Бунда:
Тэф – тежамкорлик натижасида эришилган фойда;
Хҳ – жорий даврдаги ҳақиқий харажатлар;
Хр – жорий даврдаги режалаштирилган харажатлар;
Са – ҳақиқий харажатларнинг тежамкорлик эвазига самарадорлиги;
Ма – ходимлар (Хс) ёки аҳолининг (Ахҳ) тежамкорликдан манфаатдорлиги;
Фа – тежамкорликнинг фаровонликни таъминлаш даражаси;
Ахҳ – аҳолининг сони.

1-расм. “Тежамкорлик СМФ” моделининг тузилиши

Юқоридаги битта мисолдан ҳам кўриниб турибдики, тежамкорлик масаласи олдин ҳам долзарб бўлиб келган, бугун ҳам долзарб, ушбу масала келажакда ҳам ўзининг долзарблигини йўқотмайди. Масаланинг долзарблигидан келиб чиқиб, биз тадқиқот жараёнида “Тежамкорлик СМФ” моделини ишлаб чиқдик. Ушбу модел тежамкорликка эриши орқали, унинг пировар мақсади фаровонликни таъминлашга қаратилган. Зеро, тежалган маблағ самарадорликка олиб келади. Бу ўз навбатида манфаатдорликни таъминлайди. Шу асосда фаровонлик ҳам таъминланади. “Тежамкорлик СМФ” моделининг ўзаро боғлиқлигини қуйидагича тасвирлаш мумкин (1-расм).

Тежамкорлик натижасида орттирилган фойда суммаси барча имкониятларни амалга ошириш учун асос бўлади. Ушбу кўрсаткич битта корхонада унчалик катта бўлмаслиги мумкин, аммо у жамият иқёсида жуда

катта самарадорликка эга бўлади. Барча куч ва имкониятлар бирлашиб синергетик самарадорликни (кучларни бир мақсад сари йўналтириш) ташкил қилади.

S.Sh.Urazov – SamISI assistenti,
O**.T.Jurayeva** – SamISI, MN-319 guruh talabasi

O‘ZBEKISTONDA RAQAMLI IQTISODIYOTNI SHAKLLANTIRISHDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING AHAMIYATI

Annotatsiya. Ushbu ilmiy maqolada mamlakatimiz taraqqiyotida muhim ahamiyat kasb etuvchi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ahamiyatli jihatlari va bugungi kunda yurtimizda bo‘layotgan o‘zgarishlarga ko‘rsatayotgan ta’siri yoritib berilgan.

Kalit so‘zlar: Tadbirkorlik, marketing, menejment, kichik biznes, tashqi savdo, kredit, biznes-inkubator, oilaviy tadbirkorlik, bandlik.

Аннотация. В этом статье освещаются важные аспекты малого бизнеса и частного предпринимательства которые имеют решающее значение для развития нашей страны, и их влияние на измениния происходящие в нашей стране сегодня.

Ключевые слова: Предпринимательство, маркетинг, менеджмент, малый бизнес, внешне торговля, кредит, бизнес-инкубатор, семейное предпринимательство, занятость

Abstract: In this article considerable peculiarity of small business and personal discretion which play essential role in our country discretion and their influence for our country’s modifications.

Keywords: Entrepreneurship, marketing, management, small business, external trade, credit, business-incubator, marital businessm, employment .

Hozirgi zamon har bir nsonning tadbirkor bo‘lishini, tadbirkorlardek fikr yuritishini talab etmoqda. Tadbirkorlik qobiliyati iqtisodiyotning eng muhim muammosi bo‘lmish resurslarning cheklanganlik sharoitida juda katta ahamiyat kasb etadi. Chunki tadbirkorlik qobiliyati natijasida cheklangan resurslar sharoitida tabiatga zarar yetkazmagan holda mavjud resurslardan yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqariladi. Bu nafaqat iste’molchilar yoki tadbirkorlar uchun balki ona tabiat uchun ham katta yutuq hisoblanadi. Buning uchun esa kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tizimini yanada takomillashtirish va tadbirkorlarga tadbirkorlik erkinligini, imtiyozli soliqlarni va qulay sharoitni yaratib berishni talab qiladi. Zero, mamlakat aholisi qanchalik ishbilarmon bo‘lsa shunchalik mamlakat iqtisodiyotida barqarorlik ko‘payadi, xalq boy bo‘ladi.

Mamlakatimizda ham kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka juda katta ahamiyat berilmoqda. Unda ishbilarmonlik muhitini yaxshilash, kichik biznesning mamlakat YaIMdagi ulushini yanada oshirish, mamlakatning tashqi savdo aloqalarida faol qatnashishini ta’minlash uchun imtiyozlar berish kabi chora-tadbirlarini ko‘rish, ushbu faoliyat bilan shug‘ullanuvchilarni huquqiy himoyalash kabilar ko‘zda tutilgan.

“Men o‘z mablag‘i, tashkilotchiligi bilan hech bo‘lmaganda 2-3 ta ish o‘rnini yaratgan tadbirkorni boshimga ko‘tarishga tayyorman, deb aytgan gaplarimni bugun ham takrorlashdan charchamayman. Mana, Samarqandning o‘zida shuncha korxonalar ochilib, ming-minglab ish o‘rinlari yaratilayotgan ekan, buning uchun viloyatdagi barcha kichik biznes va tadbirkorlik sohasi vakillariga chin yurakdan rahmat aytmoqchiman”-deb ta’kidlaydi O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev[1].

Yurtimizdagi amalga oshirilayotgan barcha iqtisodiy islohotlarning asosida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari yotadi. Tadbirkorlarga ko‘proq erkinlikning berilishi ularning amalga oshirayotgan tadbirkorlik faoliyatiga nisbatan ma’suliyatni ko‘paytiradi, ularda ishonch hissi yanada oshadi. Misol uchun, “Oilaviy tadbirkorlik to‘g‘risida”, “Tadbirkorlik faoliyati sohasida ro‘xsat berish shart-sharoitlari to‘g‘risida”, “Tadbirkorlik faoliyati erkinliklarining kafolati to‘g‘risida” kabi qonunlar yurtimizdagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik vakillari uchun ko‘plab yo‘llarni ochib beradi va ularning faoliyatlariga kamroq aralashuvni ta’minlashga xizmat qiladi.

Rivojlanish, o‘sish bo‘lgan joyda albatta o‘ziga yarasha kamchiliklar ham bo‘lishi tabiiy hol. Yurtimiz tadbirkorlari va kichik biznes vakillari faoliyatida ham bir qancha kamchiliklar mavjud. Ulardan birinchisi, faoliyatda menejerlik salohiyatining unchalik yuqori darajada emasligi, boshqaruv uslublarining mukammal emasligi hisoblanadi. Korxonaning kelajagi uning boshqaruv uslubiga bog‘liqligi rivojlangan mamlakatlardan hammamizga ma’lum. Menejerlik salohiyati korxonada asos bo‘lib hisoblanishi kerak. Yurtimizda bu narsa ko‘pchilik tadbirkorlarda rivojlanmagan va anglanmagan. Boshqaruvda qonuniylik, aniqlilik, ishchilarning psixologik tuzilishlarini chuqurroq bilish va ishonchlilik bo‘lsagina korxona davlat ravnaqiga hissa qo‘sha oladi. Ikkinchi tomondan, tadbirkorlarimizda marketing strategiyalariga nisbatan munosabatning ancha sustligi hisoblanadi. Kichik biznes vakillarimizning nazdida marketing faqatgina aksiya va reklamadan iborat, uning asosiy mohiyatiga hali yetib borishganicha yo‘q. Tan olishimiz kerak, bozorlarimizda korxonalarning tahlil qilish jarayoni, istemolchilarni o‘rganish juda-juda kam kuzatiladi. Haqiqiy tadbirkor aslida shunday marketing dasturini tuzish kerakki, unda asosiy e’tibor yashirin talabni uyg‘otishga qaratilsa maqsadga muvofiq bo‘lar edi. Balki marketing sohasining o‘sishiga mamlakatdagi muhit sababchi bo‘layotgandur, balki tadbirkorlar.

Yana bir kamchiligimiz shundan iboratki, kichik biznesda bandlarning yarmidan ko‘p qismi yakka tartibdagi tadbirkorlikda band bo‘layotgan bo‘lsa, atigi 16 foizi kichik korxonalar va mikrofirmalarga to‘g‘ri kelmoqda. Bandlikning bunday taqsimlanishi albatta salbiy holat hisoblanadi. Tarmoqlarga nisbatan kichik biznesda bandlarni tahlil qiladigan bo‘lsak,qishloq xo‘jaligida 34,2 foiz, sanoatda 12,4 foiz, qurilish sohasida 11,6 foiz, xizmatlar sohasida 28,1 foizni tashkil etmoqda. Bu raqamlar nimani anglatadi? Ko‘rinib turibdiki, ko‘rsatkichlarning katta qismi qishloq xo‘jaligiga to‘g‘ri kelmoqda. Ammo, ushbu ulushning katta qismini xizmatlar va sanoat sohasida ko‘radigan bo‘lsak bandlar soni yana ko‘payishiga erishiladi.

[1] www.gov.uz O’zbekiston Respublikasi hukumat portali

Tadbirkorlik faoliyatini boshlashda banklarning ishonchli faoliyati ham muhim o‘rinni egallaydi. Banklarning tadbirkorlarga beradigan imtiyozli kredit xizmatlari ushbu faoliyatda ancha qulayliklar tug‘diradi.

2017-yilda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 53,3 foizni yoki 119301 milliard so‘mni tashkil etdi. (Yaponiyada 55 %, Germaniyada-54 %, AQSHda 52 %, Qozog‘istonda 25,6 %, Rossiyada -20 %).

Mamlakatda band aholining 78,3 foizi kichik biznesda faoliyat yuritmoqda, vaholanki 2000- yilda ushbu ko‘rsatkich 49,7 foizni tashkil etgandi.

Kichik biznesning tarmoqlardagi ulushi (2017 yil):

- sanoat mahsulotlarining ishlab chiqarishdagi ulushi - 39,6 %.
- qishloq xo‘jaligidagi ulushi - 99 %.
- qurilish sohasidagi ulushi - 65,1 %.
- chakana savdo aylanmasidagi ulushi- 88,4 %.

Bundan tashqari, kichik biznesning mamlakat tashqi savdo aylanmasi ham muhim o‘rin egallaydi.Ayniqsa rivojlanayotgan mamlakatlarda.Masalan, O‘zbekistonda kichik biznesning mamlakat eksport xajmidagi ulushi 27 foizni, import xajmidagi ulushi 50 foizni, investitsiyada esa 32 foizni tashkil etdi.Ushbu raqamlar oldingilariga nisbatan ancha o‘sganligini ko‘rishimiz mumkin. Masalan tadbirkorlarning Turkiya, Xitoy,Rossiya,Qozog‘iston va boshqa shu kabi ko‘plab Osiyo va Yevropa davlatlari bilan o‘z faoliyatlari bo‘yicha savdo aloqalarini o‘rnatishganlarini ko‘rishimiz mumkin.

Yuqorida ko‘rsatilgan muammolarga qaramasdan mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik ancha oldinga siljigani hech kimga sir emas. Buni nimalarda ko‘rishimiz mumkin degan savol tug‘ilishi tabiiy hol. 2018 yil holatiga ko‘ra O‘zbekiston Respublikasida faoliyat yuritayotgan kichik biznes vakillarining soni 238,5 mingtaga yetganini ko‘rishimiz mumkin[1]. Bundan tashqari respublikada barcha hududlarda tadbirkorlarga davlat xizmatini ko‘rsatuvchi “Yagona darcha” tamoyili asosida faoliyat ko‘rsatadigan markazlarda tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlovchi markazlar tashkil qilingan. Tadbirkorlik faoliyatini endi boshlovchi subyektlar uchun o‘zlarining biznes rejalarini tuzish, huquqiy va amaliy ko‘mak berish, shuningdek faoliyatlari uchun kerak bo‘ladigan kerakli ma’lumotlardan foydalanish uchun “biznes–inkubatorlar” tashkil etilgan.

Xulosa qilib aytadigan bo‘lsak, kichik biznesning salohiyati rivojlanayotgan va rivojlanish davriga o‘tayotgan mamlakatlar uchun juda muhimdir. Oilaviy biznes, xususiy biznes kabilar aholini eng katta muammolardan biri hisoblanmish kambag‘allik darajasini pasayishiga olib keladi, tabiiy ishsizlik darajasi oshadi, iqtisodiyotda esa soliq bazasi kengayadi, buning natijasida davlat budjeti daromadlari oshadi, mamlakatda eksport va import hajmining siljishi va shunga o‘xshash iqtisodiy ahamiyatga molik ko‘rsatkichlarda ijobiy o‘zgarishlar yuz beradi. Bugungi kunda yurtimizda o‘rta biznesni joriy etish uchun, marketing va menejment faoliyatini rivojlantirish uchun eng maqbul takliflarni ishlab chiqish bo‘yicha jahon tajribasi o‘rganilmoqda.

[1] www.statt.uz

М У Н Д А Р И Ж А :

I ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК МУАММОЛАРИ”		
Xudoyberdiyev U. Narzullayeva O.Q.	O‘zbekistonning iqtisodiy taraqqiyotida kapital bozorlarining o‘rni	3
Bozorov B.U. Aminov J.B.	Raqamli iqtisodiyot sharoitida aholi ish bilan ta’minlashda yangi korxonalarni tashkil etish	7
Бектемиров А.	Марказлаштирилган иссиқлик таъминоти хизматлари тизимини модернизациялашнинг ўзига хос хусусиятлари	9
Холиқулов А.Н.	Иқтисодиёт ривожланишида хизмат кўрсатиш соҳаси ролининг ўзгаришига таъсир этувчи омиллар	11
Сафаров Ф.А.	Иқтисодиётни ривожлантиришнинг Швеция тажрибаси	15
Мардонов Б.Б., Эрдонов М.Э.	Инновацион иқтисодиётни шакллантириш шароитида хизмат кўрсатиш соҳаси олдида турган вазифалар	20
Рашидов М.К.	Иқтисодий тараққиёт даврида рақамли иқтисодиётнинг аҳамияти ва ривожланиши	24
Давлатов Н. Абдусаидов А. Эркинов Б.	Рақамли иқтисодиётда хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият самарадорлигини ошириш усуллари	28
Мардонов Б.Б., Эрдонов М.Э.	Хизмат кўрсатиш соҳасини жадал ривож-ланишида тўсқинлик қилувчи баъзи сабаблар	31
Mutalibova I.A. Shodiyeva L.A.	O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish muammolari va boshqa davlatlar tajribasida raqamli iqtisodiyotga o‘tish tendensiyalari	35
II ШЎЪБА. “МАМЛАКАТИМИЗ АҲОЛИСИГА ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАРНИ КЎРСАТИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ЖИҲАТЛАРИ ВА УЛАРНИ РАҚАМЛИ ВА ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШНИНГ СТРАТЕГИК ЙЎНАЛИШЛАРИ”		
Пардаев М.Қ. Бердикулова И.Р.	Туризмни 2025 йилгача ривожлантириш истиқболлари	38
Очилов А.О. Рахматов А.И. Одилов Ж. А.	Туризм соҳасида малакали кадрлар тайёрлаш – долзарб вазифа	42
Қусекеев Б. Назарбаев О.	Рақамли иқтисодиётга ўтиш – туризм соҳасини жадал ривожлантиришнинг асосий омили	46

Матякубов У.Р. Саидмахмудова О.А.	Туристик корхоналаргаинновацион стратегияларни тадбиқ қилишнинг ўзига хос жиҳатлари	49
Хусанов Б.Ш. Расулов З.Ж. Турсунов И.Н.	Факторы, могущие сдерживать развитие туризма в условиях цифровой экономики	52
Ташматов Ш.У.	Туризм бозорининг ривожланиш муаммолари ва тенденциялари	55
Ahtamova M.E. Boʻriboyev M.M.	Mamlakatimiz aholisiga turistik xizmatlarni koʻrsatishning oʻziga xos jihatlari va ularni raqamli va inovatsion iqtisodiyot sharoitida takomillashtirishning strategik yoʻnalishlari	59
Абдувалиев А.А. Ортиқова Ф.	Рақамли иқтисодиёт шароитида On-line туристик хизмат кўрсатиш соҳасининг муаммолари	61
Каримова А.М. Болқибоева У.Б.	Қушработ туманида туризмни ривожлантириш истиқболлари	64
Мухаммедова З.М.	Туризмни ривожлантиришда давлат-хусусий шерикчилигининг ўрни ва аҳамияти	67
Rahmonov T. Hamdamov A.H. Joʻraqulova S.	Innovatsion taraqqiyot yoʻlida turizm sohasinining bugungi istiqbollari	70
Усмонов П.Ш. Гадаев Ж.М. Ходжимамедов А. Набиев Ш.К.	Туристик корхоналар молиявий ресурс базасини мустаҳкамлашнинг истиқболлари	73
Амиров А.М. Амирова Д.А.	Агротуризм ривожланишининг йўналишлари: хориж тажрибаси	77
Farmonov E. Xolmamatov D.H.	Mehmonxona nomerlarini bronlashda direktmarketing texnologiyalaridan foydalanish	82
Ибадуллаев Э.Б.	Туризмда рекреация тушунчасига турли хил қарашлар талқини	85
Усманова С.З.	Туризм соҳасига инвестицияларни жалб қилиш ва молиялаштириш муаммолари	88
Norkulov J. Shukurov M.	The role of international tourism in learning a foreign language	91
Рахмонов Ш.Ш. Тураева У.Р. Исакова Р.С.	Ўзбекистонда MICE туризмни ривожлантиришнинг долзарблиги	94
Коссе Р.Б. Тангиров Д.Т.	Иқтисодиётни ривожлантиришда экологик саёҳатларнинг тутган ўрни	98
Коссе Р.Б.	Мамлакатимиз аҳолисининг экологик саёҳатларида туристик хизматларни ривожлантиришнинг илмий асослари	100

III ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ МУАММОЛАРИ”		
Тошматов Н.	Ҳисобчиликнинг ривожланишини босқичларга ажратиш ҳақида	103
Эсанов О.М. Абдурайимов У.	Аудит ўтказишда мустақиллик ва уларга таъсир қилувчи омиллар ҳамда уларни бартараф этиш чораларини такомиллаштириш	109
Эсанов О.М.	Хизмат кўрсатиш субъектларида бухгалтерия ҳисоби ва аудитни ўтказишда муҳим жиҳатлар ва уларни такомиллаштириш	112
IV ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИ ЖАЛБ ҚИЛИШ ВА МОЛИЯЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ”		
Сафаров А. Ходжаев Э.Н.	Маҳаллий бюджет даромадларини ташкил этишнинг тўлиқлигини таъминлаш масалалари	116
Эшонқулов З.	Мусулмон ўлкаларда марказий ғазначиларнинг тадрижий ривожланиши	119
Джураева К.Г.	Солиқ хизматларини ривожлантиришда IT-ечимларидан фойдаланиш	122
Улашев Х.А.	Миллий иқтисодиётни ривожлантиришда хорижий инвестицияларнинг ўрни	124
Xolmamatov D.H. Boyjigitov S.K. Yahyoxonov N.B.	Raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalarda mobil marketingdan foydalanish amaliyoti	128
Тураев А.А. Ғаппаров С.Т.	Инновацион рақамли иқтисодиётда тадбиркорлик субъектларини солиққа тортишда солиқ ислоҳотларинг аҳамияти ва ўрни	131
V ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ МУАММОЛАРИ”		
Холмаматов Д.Ҳ.	Улгуржи савдо хизматларини ривожлантиришда интерактив ва рақамли маркетинг технологияларидан фойдаланиш	135
Ahtamova M.E. Shamsiddinova Ch.	Raqamli iqtisodiyot sharoitida menejmentning o‘rni	138
Urazov S.Sh. Turdimurodov Z.T. Radjabov A.T.	Innovatsion iqtisodiyot sharoitida korxonalarni boshqarishda motivlashtirishning o‘ziga xos o‘rni	140

VI ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА МАЛАКАЛИ КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ МУАММОЛАРИ”		
Пардаев М.Қ. Рахмонов М.М. Абдураззоқов М.Б.	Маркетинг соҳаси ривожида малакали кадрларни тайёрлаш муаммолари ва уларнинг ечимлари	143
Адилова З.Д. Гулмуродов К.А.	Меҳнат бозори шароитида кадрларнинг инновацион салоҳиятини ошириш	146
Пардаев М.Қ. Бабаназарова С. Очилова Ҳ.Н.	Олий таълим тизимини бошқариш механизмини такомиллаштириш бўйича тавсиялар	150
Муртазаев У.	Проблемы подготовки квалифицированных кадров в сфере услуг в условиях инновационной и цифровой экономики	154
Norboyeva D.J.	Xizmat ko‘rsatish sohasida raqobatbardosh kadrlarni tayorlash muammolari	158
Maxmudov Q.S. Safarova D.M.	Raqobatbardosh kadrlar tayyorlashda innovatsion texnologiyalarning tutgan o‘rni	161
Ахмедов Ж.Р.	Ахборотлаштирилган таълим муҳитида бўлажак ўқитувчиларни инновацион фаолиятга тайёрлашга оид эрганомик тизим ишлаб чиқиш	164
Хотамова Д.	Использование национальных традиций по охране здоровья в процессе физического воспитания в педагогических вузах	170
Коссе Р.Б. Коссе Р.Б.	Ёшларда соғлом турмуш тарзи тушунчаларини шакллантиришда малакали кадрларнинг тутган ўрни	173
Мансурова Н. Джалилов Ф. Махмудов С.	Рақамли иқтисодиётда кадрлар тайёрлашда узлуксиз таълим тизимининг аҳамияти	175
Ўразов.С.Ш. Жураева.О.Т. Шодиев.Ж.Ғ	Ўзбекистонда World Skills тизими асосида касбий таълимни ривожлантириш масалалари	180
VII ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА УМУМИҚТИСОДИЙ ВА ИЖТИМОИЙ МУАММОЛАР”		
Ibragimov N.A. Azgarov A.A. Yakubova M.B.	Problems and recommendations of digital marketing (especially promotion) in tourism sphere of uzbekistan	183
Ниёзов З.Д. Давронов Ш.З.	Система социального страхования в Республике Узбекистан: необходимость внедрения современных информационных технологий	186
Бердикулов В. Усмонова Д.И. Уктамова М.	Мебель махсулотлари бозорида сегментлаштириш жараёнини такомиллаштириш йўллари	190

Курбонов Ж.М. Каимов М.Ж.	Савдо корхоналари электрон техникавий холатини инновацион яхшилаш	196
Шодиев Т.Ш. Очилов А.О.	Рақамли иқтисодиётнинг ривожланиш уфқлари	199
Musayeva S. Ikramova T. Usmanov F.	Methods of conducting market research at manufacturing plants	205
Giyasov S.A.	The need to determine the object of tax stimulation of innovative activity	210
Hamzaev A. H.	Computerization of management activities in service provider activities.	213
Oblakulov B.	Marketing Issues of Export Development of Small Businesses	216
Berdikulov V. Musaeva Sh. Oblakulov B.	Towards textile and light industry attracting foreign investment - strategic development factors	219
Мардиев Т.К.	Инглиз тилида муҳаббат туйғусининг семантик жиҳатлари	221
Ibragimov M.N.	Customer-oriented policy of drugstore in selling otc products	224
Karieva K.I. Mardanova M.E. Salimova N.S.	The use of didactic games in terms of educational process in the preschool educational institution	227
Болтаев Ш.Ш.	Важность бережливости в сфере услуг и регламентирующие её нормативные документы	229
Мансурова Н.Ш., Абдувохидова М.	Рақамли иқтисодиёт: хусусиятлари ва ривожланиш тенденциялари	233
Karieva K.I. Mardanova M.E. Salimova N.S.	Cultural and economic development of tourism in Uzbekistan	235
Пардаев М.Қ. Пардаев О.	Инновацион иқтисодиёт шароитида коммунал хизматларни ривожлантириш масалалари	239
Бекмуродова Г.А.	“Янги” рақамли иқтисодиёт ва уни ривожланиш омиллари	242
Babanazarova S.A. Ergashev O.F.	Raqamli iqtisodiyot sharoitida umumiqtisodiy va ijtimoiy muammolar va ularni hal qilish yo‘llari	245
Salimova N.	Motivation in efl classes	248
Salimova N.	Teaching english through music	251
Болтаев Ш.Ш.	“Тежамкорлик СМФ” моделининг тузилиши ва аҳамияти	253
Urazov S.Sh. Jurayeva O.T.	O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni shakllantirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ahamiyati	256

2020 йил. Қоғоз бичими А5,
Офсет қоғози. Times New Roman" гарнитураси
Босма табоғи 16,5
Буюртма № 10, Адади 85 нусха

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
Босмахонасида чоп этилди
Манзил: А. Темур кўчаси, 9-уй