



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ

№2
2025



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2025 йил, 2-сони

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда 0561-рақам билан рўйхатга олинган.
ЎзР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

Таҳририят ижодий жамоаси:
Бош муҳаррир:
и.ф.д., проф. М.Э.Пўлатов

Бош муҳаррир ўринбосари:
и.ф.н., проф. Д.Х.Асланова

Масъул котиб:
и.ф.д., проф. М.Қ.Пардаев

Муҳаррирлар:
и.ф.д., доцент Ф.А.Сафаров
PhD, доцент И.М.Пардаева
PhD, И.Ш.Эрназарова

Техник муҳаррир:
и.ф.н., проф. А.Н.Холиқулов

Корректор:
PhD, доц. С.А.Бабаназарова

Саҳифаловчи:
PhD Х.Н.Очилова

1 йилда 4 маротаба чоп этилади.

Ўзбекистон ҳудудида тарқатилади.

Таҳририят манзили:
140100, Самарқанд шаҳар, Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,
+998(97)913-74-40

факс: +998(366)231-12-53
эл.почта:

samisiservis@mail.ru

Таҳририят кенгаши раиси:
М.Э.Пўлатов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ректори, и.ф.д., профессор

Таҳририят кенгаши раиси ўринбосари:
Д.Х.Асланова – СамИСИ илмий ишлар ва инновациялар бўйича проректори, и.ф.н., профессор

Таҳрир кенгаши аъзолари:
Б.А.Бегалов – Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Статистика агентлиги директори, и.ф.д., профессор
М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Б.К.Ғоибназаров – и.ф.д., профессор.
М.М.Мухаммедов – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Д.Р.Зайналов – СамИСИ профессори, и.ф.д.
О.М.Муртазаев – ТДИУ СФ директори, и.ф.д., проф.
М.Р.Болтабаев – ТДИУ профессори, и.ф.д.
Р.Х.Эргашев – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.
И.С.Тўхлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
К.Б.Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Қ.Ж.Мирзаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Б.И.Исроилов – ТДИУ профессори, и.ф.д.
Г.М.Шодиева – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Б.Абдукаримов – СамИСИ профессори, и.ф.н.
Р.Қобилов – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари
С.Н.Тошназаров – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Р.Н.Нормахматов – СамИСИ профессори, т.ф.д.
А.Бектемиров – СамИСИ профессори, и.ф.д.
О.М.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
М.Т.Алимова – СамИСИ профессори, и.ф.д.
З.Дж. Адилова – ТДИУ профессори, и.ф.д.
Ш.О.Қувондиқов – СамИСИ профессори в.б., иқтисод фанлари доктори
Л.Н.Халикова– СамИСИ профессори, DSc
Ф.А.Сафаров – СамИСИ доценти, DSc
А.М.Каримова– СамИСИ профессори в.б., DSc

МУНДАРИЖА:

НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ	
Кнарик Карапетовна Арабян, Дилбар Хасановна Асланова, Мария Валерьевна Рубель Развитие предпринимательского мышления: опыт платформы системного развития «Бизнес созидание»	5
Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев, Обид Мамаюнусович Пардаев Креатив иқтисодиёт индустриясининг мазмуни ва унинг назарий масалалари	10
Дилдора Собиржоновна Джураева Пути повышения уровня жизни населения в Республике Узбекистан: теоретико-методологический анализ и практические рекомендации	19
G‘olib Sultonmurodovich Mustafoyev, Sabina Baxtiyor qizi Xudoyberdiyeva Zamonaviy xalqaro iqtisodiy munosabatlarni shakllantiruvchi asosiy omillar	24
Аскар Хайдарович Джумаев Хулқ-атвор иқтисодиётининг қисқача мазмун-моҳияти, аҳамияти ва истиқболлари	28
Анвар Нематович Холиқулов Сервис фаолияти маданияти тушунчасининг назарий талқини	31
ИННОВАЦИЯ ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ	
Комил Бахрамович Уразов, Мадина Шайманкуловна Хушмуродова Тенденции развития электронной торговли в Узбекистане	35
Dilafruz Marufovna Vofaxojayeva Tibbiyot turizmini rivojlantirishda raqamlashtirishning o‘rni	39
Наргиза Музафаровна Бабаева Инновацияларнинг Ўзбекистон иқтисодий ривожланишидаги роли	45
САНОАТ ВА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ	
Muxitdin Abduxamidovich Aynakulov Agroklasterlarni tashkiliy jihatdan optimallashtirish negizidagi kooperatsion aloqa usullari, yo‘nalish va mexanizmlari	50
Umar Xudayberdiyev, Marifat Umarovna Xudoyberdiyeva O‘zbekistonda go‘sht yetishtirishdagi muammolar va ularning yechimi	53
Boburmirzo Botirovich Abduvaxobov Sutni qayta ishlash korxonalarida ta’minot zanjiri tizimining tashkiliy mexanizmini takomillashtirish	56
G‘ayrat Ablaqulovich Ibragimov, Diyora O‘tkir qizi Toshqulova, Shaxnoza G‘ayrat qizi Ablakulova Oziq-ovqat mahsulotlari yetishtirishda suv resurslaridan foydalanishning o‘rni	60
Akhror Abdihakimovich Shermatov The importance of intellectual capital in manufacturing enterprises in the economy	64
Barno Asatulloyevna Mardanova Sut mahsulotlari ta’minot zanjiri: muammolar, imkoniyatlar va yechimlar	69
Eldor Toshtemirovich Xamdamov, Shuhrat Saidahmadovich Sharifov O‘zbekiston qishloq hududlarida maishiy xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish	74
ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС	
Munavvar Farxod qizi Axrorova Samarqand viloyatida tibbiy xizmatlarni davlat-xususiy sherikchiligi asosida takomillashtirishning istiqbollari	77
Sanjar Nasriddinovich Nazarov Raqamli iqtisodiyot sharoitida aloqa-axbarotlashtirish xizmatlarini tashkiliy mexanizmini takomillashtirish	82

Обид Мамаюнусович Пардаев Коммунал хизматларни кўрсатишда креатив ёндошув асосида синергетик самарага эришишнинг инновацион йўналишлари	87
Ибодулла Хасанович Ибрагимов, Лариса Алижоновна Мусабаева Подходы к исследованию мультиатрибутивных параметров на рынке образовательных услуг вузов: рекомендации и методология	92
Durbek Mirzaaxmadov Xizmat ko‘rsatish korxonalari raqobatbardoshligini oshirishning xorij tajribasi	96
ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ	
Дилафруз Каршиевна Усманова Социальное партнерство как основа диверсификации национального туристского продукта Узбекистана	99
Farida Abduxalimovna Axmedjanova, Sadoqat Murodjonava Vahobova O‘zbekiston turizm xavfsizligini ta’minlashdagi huquqiy va amaliy chora-tadbirlar tahlili	109
Темурбек Бобурмирзо ўғли Саломов Хизмат кўрсатиш тизимида зиёрат туризмини ўрни ва ўзига хос хусусиятлари	111
Rayhona Sadriddinovna Amriddinova, Marjona Otabekovna Asliddinova Navoiy viloyatida qishloq turizmini rivojlantirishda marketing strategiyalarini qo‘llash	114
Зумрад Исламовна Усманова Развитие сферы услуг и туристической индустрии в Узбекистане: тенденции, вызовы и перспективы	117
Матлуба Абдиманабовна Куймуратова Туризмнинг турлари ва улар таркибида экологик туризмнинг ўрни ва аҳамияти	121
Хасан Абдусаидович Рахимов Туризм ва меҳмонхона соҳаси самарадорлигини оширишда қабул қилинадиган бошқарув қарорларининг таснифи	125
Askar Axrorovich Siddikov, Shukurullo Nusratullo o‘g‘li Haqqulov Turizm va mehmonxona sanoatining iqtisodiy ahamiyati	128
Akbarjan Sabirjanovich Madaxanov, **Zaynab Sattarovna Naimova, Akmal Akbarjanovich Madaxanov** Ekologik va rekreatsion turizm destinatsiyalarini yaratish va ulardan foydalanishda inson omili masalalariga doir mulohazalar	132
Nozima Miraxmad qizi Toirova Turistik xizmatlar bozorining rivojlanish tendentsiyalari: innovatsion yondoshuvlar va ishlab chiqarish samaradorligi	137
Farida Abduxalimovna Axmedjanova, **Bekjon Nizom o‘g‘li Ismatullayev** Turizm va mehmondo‘stlik industriyasida standartlashtirish va muvofiqlikni baholash xizmatlarining takomillashtirish yo‘llari	141
Rayhona Sadriddinovna Amriddinova Navoiy viloyatida qishloq turizmini rivojlantirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish	144
Shaxnoza Toshpulatova Tarixiy arxitektura yodgorliklarining turizm sohasini rivojlantirishdagi ahamiyati va hududlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga ta’siri	147
Sitora Otabekovna Xamroyeva, Rayxona Sadriddinovna Amriddinova Innovatsion turizm sohasida zamonaviy marketing reklamalarining o‘rni	150
МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ	
Jahongir Bakhodirovich Ergashev Korxonalarda xarid faoliyatini tashkil etish va boshqarish xususiyatlari	153

Fotimaxon Ibragimovna Ergasheva Jamoatchilik bilan aloqalarni boshqarish funktsiyalari va tamoyillari	156
Xilola Nematovna Ochilova Oliy ta’lim tizimida pedagog-xodimlarni boshqarishning ahamiyati	162
Niyozxo‘ja Bahroil o‘g‘li Yahyoxonov Samsung kompaniyasining marketing faoliyati tahlili	168
Xilola Nematovna Ochilova, Asilbek Po‘lat o‘g‘li Ne’matov Oliy ta’lim muassasalarida pedagog-xodimlarni boshqarishning samaradorligini baholash yo‘llari	173
ИНВЕСТИЦИЯ	
Musurmon Axmadovich A’zamov, Ra’no Sherali qizi Xoliqulova, Muzaffar Janobiddinovich Suyunov Raqamli iqtisodiyot sharoitida investitsiyalarning o‘rni va ahamiyati	177
Ozodbek Shuhrat o‘g‘li Jumaqulov Investitsion jozibadorlikni oshirishni iqtisodiy rivojlanishga ta’siri	181
МОЛИЯ, ПУЛ МУОМАЛАСИ ВА КРЕДИТ	
Nuriddin Elamonovich Ernazarov Jismoniy shaxslarning mol-mulk solig‘ini soliq bazasini hisoblash amaliyotini takomillashtirish	188
Bobir Xo‘jaqul o‘g‘li Qilichov Sug‘urta bozorlari va global turizmning o‘zaro bog‘liqligi	191
Зариф Юсупович Аминов Хизмат кўрсатувчи корхоналар иқтисодий хавфсизлиги ҳолатини баҳолашда қўлланиладиган кўрсаткичлар тизими ва уларни аниқлаш йўллари	194
To‘lqin Ismatulla o‘g‘li Yahyoyev Pul oqimlari harakatini moliyaviy hisob xalqaro standartlariga ko‘ra aks ettirilishi	198
БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ	
Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев, Бекзод Сайдазим ўғли Бурхонов Инсон ресурслари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ва унга таъсир этувчи омиллар	202
Шахриёр Шодиёрович Тураев Адвокатлик тузилмалари адвокатга иш ҳақи тўловлари ва унинг бухгалтерия ҳисобини такомиллаштириш	206
Baxtiyor Xushvaktovich Azizkulov, Musurmon Axmadovich A’zamov, Dilafruz Asqarjon qizi Uroqova Klasterlar faoliyatini ekonometrik prognozlash	210
ТАЪЛИМ, КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ ВА ПЕДАГОГИКА	
Feruza Kubaymurodovna Ismoilova Ta’lim xizmatlari bozorida malakali kadrlarga bo‘lgan ehtiyojni shakllantirish asoslari	215
Akram Abduraxmonovich Azizqulov, Is’haq Abduraxmonov Xizmat ko‘rsatish odobi Yusuf Xos Xojib talqinida	219
Khasan Khankeldiyev, Shakhrukh Bobojanov A study on preference for either online education courses or traditional ones at turin polytechnic university in Tashkent	223
ЭЪТИБОРГА МОЛИК МАСАЛАЛАР	
Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев Ҳар биримиз 8,2 миллиард кишининг биримиз	227

НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ

Кнарик Карапетовна Арабян – д.э.н., профессор РАНХиГС, руководитель школы «Бизнес Созидание»
Дилбар Хасановна Асланова – д.ф.ф.э.,профессор, проректор по научной работе и инновациям СамИЭС
Мария Валерьевна Рубель – руководитель направления по работе с учебными заведениями СНГ платформы Бизнес созидание, сертифицированный преподаватель, экономист-международник.

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО МЫШЛЕНИЯ: ОПЫТ ПЛАТФОРМЫ СИСТЕМНОГО РАЗВИТИЯ «БИЗНЕС СОЗИДАНИЕ»

Аннотация. В статье рассматриваются особенности современного мира и необходимость изменения образовательной парадигмы с акцентом на развитие предпринимательского мышления у детей. Для успешной адаптации к стремительно меняющимся условиям мира, обучение должно стать практико-ориентированным, непрерывным и способствующим критическому мышлению и креативным навыкам. Авторы подчеркивают, что образование должно подготавливать детей к жизни в условиях неопределенности и требовать от них способности к быстрому принятию решений и эффективному реагированию на вызовы. В статье рассматривается предпринимательское образование , как ключевой инструмент, позволяющий детям развивать необходимые для успешной жизни навыки независимо от их будущей профессиональной деятельности. На основе изучения различных подходов ученых к обучению предпринимательству, опыта преподавания курса «Бизнес-созидание» авторы пришли к выводу о необходимости обучения предпринимательству детей с раннего возраста, развития предпринимательского мышления и финансовой грамотности на протяжении всей образовательной траектории.
Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательское мышление, мотивация, проект, обучение, компетенции будущего, VUCA-мир.

Введение Современную систему мира называют — VUCA - миром (англ.: V — volatility, U — uncertainty, C — complexity, A — ambiguity). Мир стремительно меняется. Он стал неопределенным, непредсказуемым, сложным, противоречивым. Время реакции на одно и то же событие сократилось, принятие решений требует теперь большой срочности, действия — быстроты, скорость — стремительности. Мир сегодня и все его институциональные системы, в том числе и система образования, вынуждены существовать в новых условиях. Вместе с тем пришло понимание, что мир не будет прежним, а завтрашние выпускники школ и вузов будут жить в еще более концентрированном объеме неопределенности и непредсказуемости, что требует изменения парадигмы образования. Образование в современном мире должно быть практико-ориентированным, непрерывным и способствующим развитию критического мышления, умению анализировать конкретную ситуацию и принимать правильные решения, любознательности. Предпринимательство - это универсальный инструмент, который позволяет через реализацию проектов развивать у детей необходимые для жизни навыки. Все эти навыки во многом определяют успех ребёнка в жизни вне зависимости от выбранной профессии. Обучение предпринимательству позволяет преодолевать современные вызовы и готовить обучающихся к быстроменяющимся условиям жизни.

Обзор и анализ соответствующей литературы. Развитие технологий и внедрение новых инновационных решений в разных сферах жизни происходят с высокой скоростью, что приводит к необходимости трансформации системы образования. Современным детям нужно быть готовыми непрерывно учиться в течение всей жизни и, возможно, не раз поменять свой профессиональный профиль. Мы переходим в компетентностно-ориентированную образовательную парадигму, в которой практика неотделима от теории,

а участники образовательного процесса учатся друг у друга и решают в процессе обучения конкретные прикладные задачи[1]. Образование должно подготавливать молодежь к жизни в условиях неопределенности и требовать от них способности к быстрому принятию решений и эффективному реагированию на вызовы. Ключевым инструментом, позволяющий развивать необходимые для успешной жизни навыки детей,независимо от их будущей профессиональной деятельности. является обучение предпринимательству.

На основе изучения научной литературы нами были выделены три различных подхода к возмож ности обучения предпринимательству и предпринимательским навыкам. Первая группа ученых утверждает, что предпринимателями рож даются, а не становятся. Они считают,что нельзя каждого обучить предпринимательству, однако можно помочь раскрыть врожденный пред принимательский потенциал ребенка. Сторонники этого мнения подчеркивают присутствие двух важных составляющих в предпри нимательском образовании: наука и искусство. Наука относится к под дающимся обучению, функциональным навыкам бизнеса, а искусство относится к крайне тяжело обучаемым, творческим аспектам предпри нимательской деятельности[2].

Вторая группа ученых считает, что предпринимательским навыкам можно научиться. Они считают, что весь секрет успешного предпринимательского образования заключается в том, чтобы выявлять те компетенции, которые можно сформировать и развить в течение образовательного процесса, и обучать тем навыкам, в которых нуждаются учащиеся.

Третья группа ученых считает,что, что обучение предпринимательству критически важно с самого детства и играет важнейшую роль в формировании личности ребенка. На сегод няшний день система образования нацелена на мотивацию к самообразованию, умение обучаться, коммуникабельность и креативность. Эти качества способствуют самореализации и успешной социализации выпускников школ. Современные педагоги, предприниматели и ученые утверждают, что не обходимо начинать формирование предпринимательских навыков с дет ства Они считают, что упор, сделанный на развитие предпринимательского мышления и творчества, уже в школьном возрасте позволит молодому человеку легко ориентироваться в быстро меняющихся условиях современного мира и расширить горизонты при вы боре будущей профессии. Именно в самом раннем детстве (дошкольном возрасте) и в нАчальной школе у ребенка проявляются такие качества, как элементарная предприимчивость, любознательность, критическое восприятие инфор мации, задатки креативности, способность к нестандартным решениям.

На Всемирном экономическом форуме в Давосе были представлены основные навыки,которыми должен обладать человек, чтобы быть успешным в XXI Веке критическое мышление, умение решать проблемы, коммуникативность, рискованнность и умение работать в команде.

Российской Академии Народного Хозяйства и Государственного Строительства при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС) с целью развития предпринимательского мышления у детей и формирования нового поколения ценностно – ориентированных предпринимателей была разработана платформа системного развития «БИЗНЕС-СОЗИДАНИЕ». Ядром Платформы является бизнес - школа, которая помогает ребятам развить предпринимательское мышление и получить необходимые навыки будущего: умение работать в команде, умение решать проблемы, навыки мягкого общения, целеполагание, креативность, проектная работа, умение планировать и эффективно распределять ресурсы, тайм-менеджмент и др. Предпринимательское мышление – это особый тип мышления и способ познания мира через практическую реализацию своих

[1] Рубин Ю.Б.// Основы предпринимательства. Электронная книга.- М.: Синергия.- ISBN. 978-5-04-117669-3.

2 Jack S. L., Anderson A. R. Entrepreneurship education within the enterprise culture: Producing refl ective practitioners // International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. — 1999.

[2] Katz J. A. Endowed positions: Entrepreneurship and related fi elds // Entrepreneurship Theory and Practice. — 1991. — No. 15(3). — P. 53–6

идей. Несмотря на неопределённость в отношении будущих профессий, можно выделить базовые компетенции и навыки, которые необходимо развивать у школьников. Они не зависят от выбранного профессионального пути. Мы считаем, что именно проектная деятельность в области предпринимательства позволяет развить у школьников навыки и компетенции, которые пригодятся им в профессиональной жизни. Предприниматель - всегда новатор. Он должен мыслить креативно, уметь брать на себя ответственность, рисковать и, конечно, вдохновлять команду и окружающих. Мы уверены, что можно и нужно развивать предпринимательское мышление у школьников через проектную деятельность[1]

В бизнес - школе ученики в процессе обучения реализуют три типа проектов.[2] Первый тип проекта - предпринимательские проекты от идеи до прототипа, MVP, тестовых продаж в зависимости от возраста обучающихся. Участники команды самостоятельно генерируют идеи, формируют ценностное предложение, исследуют рынок, разрабатывают бизнес-модель, стратегию маркетинга, считают финансовую модель и доводят проект до прототипа или тестовых продаж. Такие проекты обучающиеся реализуют, например, в рамках модуля «Мой первый бизнес- проект», «Мой бизнес», «Мой стартап». Второй тип проекта – исследовательские проекты, например, в рамках модуля «Отраслевая экономика» обучающиеся изучают деятельность компании из определённой отрасли, исследуют особенности отрасли и анализируют влияние разных отраслей на макроэкономические показатели. В рамках модуля «Финансовый менеджмент» обучающиеся проводят комплексный анализ финансово- хозяйственной деятельности исследуемой компании и разрабатывают дорожную карту со стратегией развития по результатам проведенного анализа. Третий тип проекта - проекты по кейсам от компании – партнеров, например, изучая модуль «Индустрия впечатлений. Создай свое мероприятие» ученики организуют и проводят мероприятия по кейсу от компании ВкусВилл по популяризации здорового образа жизни. Это, безусловно, бесценный опыт для обучающихся.

По итогам семестра все проекты учащиеся презентуют экспертному жюри на международной конференции «Защита предпринимательских проектов «Бизнес Созидание» на площадках ведущих университетов .

Методология исследования. Для обобщения результатов исследования в данной статье были использованы такие методы как сравнительный анализ, диалектический подход, экспертная оценка и др.

Анализ и результаты. Начиная с 2023 года программа Бизнес Созидание реализуется в городе Самарканде в партнёрской школе Istiqbolli talim.

Школа Istiqbolli talim – это первая частная школа города Самарканда, где созданы все условия для комфортного и качественного обучения. Вот уже 10 лет школа работает на рынке образовательных услуг, предоставляя образовательные услуги по авторским программам.

Миссией школы – является подготовка успешного, эрудированного и креативного поколения, предоставляя качественные образовательные услуги.

Одним из преимуществ школы является - обучение предпринимательству на основе проекта «БИЗНЕС-СОЗИДАНИЕ» начиная со 2 класса. Все ученики защищают свои проекты перед экспертным жюри на конференции. В состав экспертного жюри включаются известные предприниматели города Самарканда.

За последние 2 года учениками школы в рамках изучения программы Бизнес Созидание реализованы нижеследующие проекты:

Программа «Интернет вещей» - проект «Серьги с встроенными

[1] Ляпунцова Е.В., Белозерова Ю.М., Дроздова И.И. Традиции и инновации высшего образования в Российской Федерации. Стратегическая роль преподавателя.-М.:Кнорус, 2022.- 166 с.

[2] https://biz360.ru/materials/vsye-po-vzroslomu-kak-i-zachem-uchit-detey-predprinimatelstvu

наушниками».

Программа «Индустрия впечатлений: создай свое мероприятие» - проект «Мероприятие, поднимающее важность сортировки мусора и переработки бытовых отходов».

Программа «Мой бизнес-проект» проект - «Держатель мела». Когда учителя и дети пишут на доске у них пачкаются руки, ежедневное использование школьного мела может привести к аллергии рук учащихся и педагогов. Держатель мела позволит решить эту проблему.

Программа «Мой бизнес-проект» проект - «Ручной сканер». Детям маленького возраста сложно рисовать, получается не то, что они хотят. У них не развита мелкая моторика. Было испробовано много приемов, в том числе и шаблоны, но это не до конца решает проблему. Ручной сканер поможет скопировать контур рисунка и красиво его дорисовать.

Программа «Мой бизнес» - проект «Золотое кольцо Узбекистана». Услуга подбора туров выходного дня для всей семьи. Проект решает проблему выбора мест отдыха в Узбекистане, так как на рынке мало информации для туристов, которые хотят организовать себе отдых сами.

Программа «Мой бизнес» - проект «Игра для изучения корейского языка». Настольная игра, в процессе которой люди смогут изучить основы корейского языка. Игра состоит из карточек с буквами, а на обратной стороне будут написаны слова на корейском с транскрипцией и переводом на русский язык.

На основе опыта реализации программы Бизнес-созидание можно сделать следующие выводы:

1. Обучение предпринимательству позволяет сформировать у детей знания в области экономики и финансов. Это позволит защитить ребёнка от недобросовестных действий злоумышленников и сформирует правильные финансовые стратегии поведения в будущем.

2. Предпринимательство реализуется через проект. Ребенок должен пройти путь от поиска идеи до реализации. Проектный подход и командная работа позволяют ребёнку понять, что значит ответственность, когда от каждого участника зависит общий результат и успех.

3. Предпринимательство - это всегда про продукт в конкретной предметной области. Можно создать продукт в области физики, биологии. А это значит, что ребёнок должен хорошо разбираться в предмете. При этом он понимает прикладное значение тех предметов, которые изучает. Метапредметность влияет на любознательность и мотивацию в процессе обучения.

4. Ранняя профориентация. Проектная деятельность в области предпринимательства позволяет школьникам не только ответить на вопросы «Хочу и могу ли я быть предпринимателем?» или «Интересно мне дальше получать образование в сфере бизнеса?». Обучение через выполнение проектов помогает понять, в какой сфере деятельности есть желание развиваться в будущем. В нашей бизнес- школе ученики средней школы изучают узкопрофильные предметы и занимаются проектами, реализация которых требует от них глубокого погружения в предметную область. Мы считаем, что ранняя профориентация - залог будущей успешной жизни.

5. Предпринимательство - это про ценности. Безусловно, ценности формируются в семье. Но в процессе обучения очень важную роль играет личный пример преподавателя, наставника или ментора. Мы говорим о ценностно-ориентированном предпринимательстве, рассказываем детям истории предпринимателей-меценатов, которые очень много полезного сделали и делают для нашего общества и страны. Это про отношения в команде, про партнёрство, про трудолюбие и бережное отношение к людям, про любовь к своему делу, про социальную ответственность. Также с детьми прорабатываются такие понятия как честность, добросовестность, разбираются различные

ситуации, в которых прорабатываются все побочные вопросы, связанные с деньгами. В целом такой подход способствует формированию осознанности.

6. Предпринимательство – это про эмпатию и возможность принести пользу. Создание продукта – это всегда удовлетворение потребности определенной целевой аудитории. Мы всегда учим детей тому, что продукт, который создаётся, должен быть полезными для целевой аудитории. Какую ценность продукт несёт в мир? А значит, залог успеха бизнеса во много зависит от той пользы, которую бизнес может принести обществу.

Заключение и предложения. В каком возрасте нужно начинать обучение**?** На наш взгляд, развивать предпринимательское мышление и финансовую грамотность нужно на протяжении всей образовательной траектории. Как только ребёнок получает определённую степень самостоятельности важно развивать у него предпринимательское мышление и основы финансовой грамотности. И в этом процессе ключевую роль выполняют родители.

Предпринимательство является одним из инструментов, который поможет детям осознанно выбирать правильные приоритеты. И, безусловно, обучение предпринимательству и финансовой грамотности в школе будет способствовать формированию нового поколения ценностно-ориентированных предпринимателей, которые внесут свой вклад в развитие страны.

K.Arabyan, D.Aslanova, M.Rubel

Tadbirkorlik fikrlashini rivojlantirish: «Biznes Yaratish» tizimli rivojlanish platformasining tajribasi

Annotatsiya Maqolada zamonaviy dunyoning xususiyatlari va bolalarda tadbirkorlik tafakkurini rivojlantirishga urg‘u berib, ta'lim paradigmasini o‘zgartirish zarurati muhokama qilinadi. Dunyoning tez o‘zgaruvchan sharoitlariga muvaffaqiyatli moslashish uchun o‘rganish amaliyotga yo‘naltirilgan, uzluksiz bo‘lishi va tanqidiy fikrlash va ijodiy qobiliyatlarni rivojlantirishi kerak. Mualliflarning ta'kidlashicha, ta'lim yoshlarni noaniqlik sharoitida hayotga tayyorlashi va ulardan tez qaror qabul qilish va muammolarga samarali javob berishni talab qilishi kerak. Maqolada tadbirkorlik ta'limi bolalarning kelajakdagi kasbiy faoliyatidan qat'i nazar, muvaffaqiyatli hayot uchun zarur bo‘lgan ko‘nikmalarni rivojlantirishga imkon beruvchi asosiy vosita sifatida ko‘rib chiqiladi. Maktablarda “Biznes yaratish” kursini o‘qitish tajribasini o‘rganish asosida mualliflar ta’lim yo‘nalishi bo‘yicha tadbirkorlik tafakkurini va moliyaviy savodxonlikni rivojlantirish zarur degan xulosaga kelishadi..

Kalit so‘zlar: tadbirkorlik, tadbirkorlik fikrlash, motivatsiya, loyiha, ta'lim, kelajak kompetensiyalari, VUCA dunyosi.

K.Arabyan, D.Aslanova, M.Rubel

Development of entrepreneurial thinking: The experience of the systemic development platform “Business Creation”

Abstract. The article discusses the features of the modern world and the need to change the educational paradigm with an emphasis on the development of entrepreneurial thinking in children. To successfully adapt to the rapidly changing conditions of the world, learning should become practice-oriented, continuous and promote critical thinking and creative skills. The authors emphasize that education should prepare young people for life in conditions of uncertainty and require them to be able to make quick decisions and effectively respond to challenges. The article considers entrepreneurship education as a key tool that allows children to develop the skills necessary for a successful life, regardless of their future professional activity. Based on the study of the experience of teaching the course "Business Creation" in schools, the authors conclude that it is necessary to develop entrepreneurial thinking and financial literacy throughout the educational trajectory.

Key words: entrepreneurship, entrepreneurial thinking, motivation, project, training, competencies of the future, VUCA world**.**

Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Обид Мамаюнусович Пардаев – ЎзР Иқтисодиёт ва молия вазирлиги департаментининг биринчи ўринбосари, PhD

КРЕАТИВ ИҚТИСОДИЁТ ИНДУСТРИЯСИНИНГ МАЗМУНИ ВА УНИНГ НАЗАРИЙ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: мақолада креатив иқтисодиёт, унинг индустрияси турлари изоҳининг назарий масалалари қараб чиқилган. Бунда мавзунинг долзарблиги асосланиши жараёнида бу соҳанинг индустриясининг ткрибий тузилиши ҳам келтирилган. Шунингдек, мақолада креатив иқтисодиёт индустриясининг асосий турлари танлаб олинган ва уларнинг биб қанчасига қисқача изоҳ берилган. Келажакда креатив иқтисодиёт индустрияси турларини ривожлантириш бўйича тегишли илмий-назарий ва амалий аҳамиятга эга бўлган тавсиялар ҳам ишлаб қиқилган.
Калит сўзлар: креатив иқтисодиёт, ҳуқуқий муҳофаза, адабий ижод, амалий санъат, ҳунармандчилик, архитектура, лойиҳалаштириш ва аудиовизуал санъат, ижрочилик санъати, мода ва дизайн санъатини, музейлар, бадиий галереялар, ахборот-кутубхона фаолияти, тасвирий санъат.

Кириш. Бугунги кунда кереатив иқтисодиёт мамлакатимиз иқтисодиёти учун ҳам муҳим аҳамиятга эга. Бундан келиб чиқиб, Ўзбекистон Республикасининг 2024 йил 3 октябрда имзоланган “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги ЎРҚ-970-сонли Қонуни[1] қабул қилинди. Ушбу қонун Қонунчилик палатаси томонидан 2024 йил 30 сентябрда қабул қилинган. Сенат томонидан 2024 йил 30 сентябрда маъқулланган. Ушбу қонун билан илк бор кереатив иқтисодиёт тушунчаси ҳаётимизга кириб келди.

Бугунги кунда креатив иқтисодиётнинг муҳим йўналишларидан бири **креатив иқтисодиёт индустрияси** ҳисобланади. Ушбу тушунчани соддароқ қилиб ифодалайдиган бўлсак, бу ижодий иқтисодиёт, иқтисодий фаолиятнинг бир қисми бўлиб, у ижодий фаолият ва инсоннинг ижодий қобилиятларидан фойдаланиш орқали яратилган товарлар ва хизматларни қамраб олади. Бу соҳага асосан маданият, санъат, дизайн, мусиқа, кино, адабиёт, рекламалар ва бошқа ижодий маҳсулотлар киради. Креатив иқтисодиёт, шунингдек, транспорт, телекоммуникация, сунъий интеллект, ахборот технологиялари ва онлайн платформалар каби соҳаларни қамраб олади, бу эса ижодий маҳсулотларни тарқатишда ҳам янги имкониятларни яратади.

Ўзбекистон Республикасининг 2024 йил 3 октябрда имзоланган “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги ЎРҚ-970-сонли қонунннинг 10-моддасида **креатив индустрия соҳалари** фаолиятининг рўйхати берилган. Ушбу йўналишлар қуйидагиларни ўз ичига олади. Булар таркибига “адабий ижодни; амалий санъат ва ҳунармандчиликни; архитектура, лойиҳалаштириш ва урбанистикани; аудиовизуал санъатни; ижрочилик санъатини; концерт-томоша фаолиятини ва оммавий-маданий тадбирларни ташкил этишни; мода ва дизайн санъатини; музейлар, бадиий галереялар (кўргазмалар), ахборот-кутубхона фаолиятини; нашриёт ва матбаа соҳасидаги ижодий фаолиятни; оммавий ахборот воситалари соҳасидаги ва Интернет жаҳон ахборот тармоғи орқали узатиш йўли билан амалга ошириладиган ижодий фаолиятни; продюсерлик фаолиятини; рақамли технологиялар соҳасидаги ижодий фаолиятни; реклама соҳасидаги ижодий фаолиятни; санъат ашёлари ва маданий мерос объектларини асрашга доир фаолиятни; тасвирий санъатни”[2] кириши кўрсатиб ўтилган. Ушбу йўналишлар асли мавжуд жараён ва ҳодисалардан, предметлардан иборат эди. Бироқ булар алоҳида иқтисодиё шаклида ўрганилган эмас эди. Шу жиҳатдан мазкур креатив иқтисодиёт индустриясининг мазмуни ва унинг назарий масалалари ўта долзарб ҳисобланади.

[1] Ўзбекистон Республикасининг 2024 йил 3 октябрда имзоланган “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги ЎРҚ-970-сонли Қонуни. Қонунчилик палатаси томонидан 2024 йил 30 сентябрда қабул қилинган. Сенат томонидан 2024 йил 30 сентябрда маъқулланган. 3 октябрь куни имзоланган.
[2] Ўзбекистон Республикасининг 2024 йил 3 октябрда имзоланган “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги ЎРҚ-970-сонли Қонуни. Қонунчилик палатаси томонидан 2024 йил 30 сентябрда қабул қилинган. Сенат томонидан 2024 йил 30 сентябрда маъқулланган. 3 октябрь куни имзоланган.

Тадқиқот методологияси. Мақоладаги креатив иқтисодиёт индустрияси ва унинг турлари изоҳининг назарий масалаларини тадқиқ қилишда макон ва замон, индукция ва дедукция, шакл ва мазмун, миқдор ва сифат, мантиқий ёндошув каби усуллардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Эндиликда бу иқтисодиётнинг ҳаётимизга киритб келиши иқтисодиётнинг маҳсулоти фақат моддий неъматлардангина иборат бўлмасдан, номоддий нематларни ҳам қамраб олади ва ушбу неъматларнинг яратилиши эвазига мамлакат иқтисодиёти кескин ривожланади. “Халқ сўзи” газетасида Нурбек Ризаевнинг берган маълумотларига кўра “2024 якунидасунъий интелект бозори ҳажми 298 млрд. долларни ташкил этиши кутилмоқда, ҳозирда эса 207 млрд. долларга тенг. Ушбу рақамлар 2030 йилга бориб тахминан 1,84 трли. етиши мумкин”[1]. Ушбу соҳа иқтисодий тизимда жуда сердаромад бўлиб ҳисобланади. Бизнинг ҳисоб-китоблар бўйича унинг даромадлилик даражаси 30-35 фоизни ташкил қилади. Креатив индустрия соҳаларидаги фаолият йўналишларини ўз ичига оладиган юқоридаги тушунчаларнинг ҳар бирининг изоҳига қисқача тўхталишни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

Креатив иқтисодиёт индустриясининг асосий йўналишларидан бири **ижодкорлик** бўлиб, бунда яратувчилик нуқтаи назаридан фикрлаш ва янги ғояларни амалга ошириш қобилияти ўстирилади ва ишга солинади. Шу туфайли замонавий технологиялар ижодий маҳсулотларни яратиш, тарқатиш ва алмашиш жараёнларини соддалаштириш билан биргаликда уларни осонлаштиради. Креатив иқтисодиёт, хизматлар ва товарларни яратишда янги иқтисодий моделларни тадқиқ этиш, яхшилаш ва инновацияларни жорий этиш учун ҳам муҳимдир. У бутун дунёда иқтисодий ўсиш ва ривожланиш учун янги омиллар манбасидир.

Креатив индустрия соҳаларидан бири **адабий ижод** ҳисобланади. Ушбу ижодга инсоннинг креатив фикрлашини, ички ҳис-туюғларини, ижодкорлик қобилиятларини ифодалаш усули сифатида қаралади. Унинг мазмуни бир неча асосий элементларни қамраб олади. Адабий ижоднинг асоси мавзу ва бадиий образларини ташкил қилади. Мавзу одамларнинг ҳаёти, табиат, муҳаббат, жанг, ижод, одамлар орасидаги ўзаро муносабатлардан ҳам ибори бўлиши мумкин. Мазкур ижодда муаллифнинг шахсий услуби муҳим роль ўйнайди. Устозлар орасида билимларни, тажрибани, ҳис-туйғулари алоҳида услуб билан ифода этилиши шаклланади. Ушбу ижод орқали образларни тасвирлай олиш ҳам муҳимдир. Бу образлар инсонларнинг ички олами, характерлари, ва уларнинг ўртасидаги муносабатлари орқали ифода этилади.

Адабий асарда сўзларнинг маънолари, уларнинг ўзаро алоқалари муҳим аҳамиятга эга. Сўзлар ва ифодалар орқали ижодкор ўз фикрларини ва ҳисларини ифодалайди. Ушбу ижод эстетик бадиийликни ҳам ўз ичига олади. Услуб, образлар, метафораларни тўғри танлаш – асарнинг энг муҳим жиҳатларидан бири бўлиб ҳисобланади. Чунки адабиётда кўпинча ҳаётга, одамлар орасидаги муносабатларга, қонун-қоида ва принципларга янги фалсафий қарашлар орқали ёндошилади.

Адабий ижод тарихий ва маданий омилларга ҳам узвий боғлиқ. Асарларнинг мазмуни ва таркиби жамиятнинг ижтимоий, иқтисодий ва маданий ҳолатини ифода этади. Шу тариқа адабий ижод одамларнинг креативлиги, мўлжалланган мақсади ва назарий ўзгарашларини ифодалаш учун ажралмас восита ҳисобланади.

Креатив иқтисодиёт индустрияси таркибида **амалий санъат ва ҳунармандчиликнинг** ҳам ўрни беқиёс. Бу умумий санъат ичида, ўзига хос бўлиб, инсоннинг ташқи муҳитига эстетик ва функционал хусусиятларни киритишга йўналтирилган ижодий фаолият тури сифатида намоён бўлади. Унинг мазмуни инсоннинг ижодий фаолиятини, ўзи яратган буюмлари ва асарлари орқали жамиятга хизмат қилишни ўз ичига олади.

Амали санъатда ёғоч, металл, керамика, мато каби моддалардан маълум ҳунар-

[1] Нурбек Ризаев. Ёрқин келажак учун “Ақилли” технологиялар. // “Халқ сўзи” газетаси. 2024 йил 31 октябрь. 223-сон. – 1 ва 4 бетлар.

мандчилик усуллари билан яратилган буюмлар берилган эстетик қимматни қабул қилиши муҳим. Ҳар бир амалий санъат асари, шу жумладан ҳунармандчилик маҳсулоти ҳам, муайян ижтимоий функцияни бажаради. Шу ишлар орқали ҳунармандлар ўзларининг ижодий қобилиятларини оммага чиқариш, инновацион ва оригинал ечимларни излаш орқали яратувчи лойиҳаларини амалга оширишади.

Амалий санъат ва ҳунармандчилик ўзига хос хусусиятларидан бири, булар кўпинча белгиламланган этник ва маданий анъаналарни ифодалайди. Ушбу асарлар инсонларнинг рухияти, тарихий ва маданий меросини акс эттирганлиги учун ҳам қимматлидир. Маълумки, ҳунармандчилик соҳасида юқори техник малака талаб этилади. Маҳсулотларни яратишда материалларни ўзгартириш ва қайта ишлаш учун мукаммал усулларни билиш керак. Шу туфайли бу ҳам инноввацион омилларни қўллаган ҳолда аста секинлик билан автоматлаштирилган технологияларни ва сунъий интелекдан кенг фойдаланишни йўлга қўймоқда. Пировардида, амалий санъат ва ҳунармандчилик жамиятни эстетик жиҳатданн намойиш қилиш, маданий меросни сақлаш, бадиий манзараларни яратиш ва уларни сотиш орқали иқтисодий ўсишни таъминлашда муҳим роль ўйнайди.

Креатив иқтисодиёт индустриясига аудиовизуал санъатни, ижрочилик санъатини, тасвирий санъатни, мода ва дизайн санъати кабилар ҳам киради. Буларнинг ҳаммаси инсоннинг ижоди билан боғлиқ. Бунда йўқ нарсадан фақат ижодий хизмат кўрсатиш орқали маблағ топиш мумкин. Масалан, миллий тўйларимизда одамларга таъом бериш билан бирга, мусиқа санъатини ҳам тақдим этади. Қорин тўйдириш учун қанча таъом истеъмол қилсангиз, ўшанча маблағни санъаткорнинг қўшиғига сарфлаш мумкин. Бундан кўриниб турибдики, инсоннинг эҳтиёжи фақат моддий неъматлар билангина эмас, балки номоддий неъматларга ҳам қондилиши лозим экан. Демак, креатив иқтисодиёт шундай иқтисодиёт эканки, бир вақтнинг ўзида инсонларнинг моддий эҳтиёжи билан бирга неомоддий эҳтиёжларини қондиришга ҳам хизмат қилар экан.

Бугунги кунда шундай инновацион технологиялар пайдо бўлмоқдаки, инсониятнинг ҳаёт тарзини мутлақо янги сифат босқичига олиб чиқмоқда. Булардан бири креатив иқтисодиётнинг ҳаётимизга кириб келиши билан боғлиқ бўлмоқда. Мазкур иқтисодиётнинг бир йўналиши “Креатив иқтисодиёт тўғрисидаги” қонунга асосан креатив индустрияга бағишланган. Бунинг юқорида кўрганимиздек, бир қанча йўналишлари мавжуд.

Креатив индустрияси соҳасининг асосий йўналишларидан бири **архитектура, лойиҳалаштириш ва урбанизация** ҳисобланади. Архитектура креатив индустрия сифатида, инсонлар иқтисодиётини ва маданиятини ривожлантиришда муҳим роль ўйнайди. У креатив индустриянинг ўзига хос бир қисми бўлиб, ўзининг эстетик ва функционал хусусиятлари билан инсонларнинг такомиллашувига ёрдам беради.

Архитектуранинг креатив индустрияга киришининг бир қанча асосий сабаблари бор. Чунки архитектура ёрдамида яратилган ҳудудларнинг визуал кўринишига таъсир этади. Иншоотларнинг эстетик жиҳатлари одамларнинг ҳиссиётларига, ўйлашларига ва ижодкорлигига таъсир қилши билан бирга ушбу йўналишда у инсонларга эстетик завқ ҳам беради. Маълумки, архитектура инновациялар ва янги технологияларни жорий қилиш орқали ривожланади. Янгича материаллар ва қурилиш усуллари инсонларнинг янги ижодкорлик имкониятларини очади. Шу жиҳатдан жамиятнинг аниқ ўзгаришларини, тарихий хусусиятларини ҳам ўзида акс эттиради. Хуллас, архитектуранинг иқтисодий ва ижтимоий фаолиятларга таъсири унинг функционал хусусанликлари билан ҳам боғлиқдир.

Шу билан бирга, архитектурадаги креативлик иншоотларнинг жамият ҳаётига таъсирини ва буларнинг одамлар учун яратилганлигини, бу борадаги имкониятларни белгилайди. Демак, креатив индустриянинг архитектура йўналиши жамиятнинг ижодий, эстетик ва функционал ривожланиши учун муҳим омиллардан биридир.

Креатив иқтисодиёт индустриясининг **лойиҳалаштириш** билан боғлиқ йўналишлари белгиланган мақсадларга эришиш учун дастур ва таклифларни ишлаб чиқиш жараёни билан боғлиқдир. Ушбу жараёнда лойиҳани амалга ошириш учун керакли ресурслар, вақт, бюджет ва талабларни аниқлаш, ишланмаларни ташкил этиш, ижро этиш

ва назорат қилиш ҳамда натижаларни баҳолаш тезкор равишда амалга оширилади.

Лойиҳалаштиришнинг асосий босқичлари бевосита мақсадни белгилашдан бошланади. Бунда лойиҳанинг асосий мақсади ва кўзланадиган натижалари аниқланади. Бунда лойиҳада иштирок этувчи томонлар, унга қўйилган талаблар, ресурслар ва бўлиши мумкин бўлган хатарлар таҳлил қилинади. Натижада ишланмаларни ташкил этиш ва бунда лойиҳани ўз йўналиши ва мақсадга мувофиқлигини бошқариш йўллари ишлаб чиқилади. Бунда яна бир муҳим йўналиш бошқарув қарорларини ижро этиш жараёнида лойиҳанинг амалга оширилганлигини таъминлаш учун амалий ишлар олиб борилганлигининг натижаси ҳам ўрганилади.

Лойиҳанинг натижалари таҳлил қилинганда қилинган хулосалар ва улар асосида ишлаб чиқилган тавсиялар ҳам замон талабидан келиб чиқиб такомиллаштирилади, айнан шу масала унинг асосий мақсадига мос бўлади. Бундай лойиҳалаштириш ҳар қандай соҳада, хусусан, бизнес, қурилиш, IT, таълим, илмий тадқиқот ва бошқа соҳаларда муҳим аҳамиятга эга. Кўрииб турибдики, лойиҳалаштириш креатив индустрия таркибига киритилган эмас экан. Бироқ лойиҳалаштириш масаласи кўп креатив индустриянинг қандай бўлишлигининг пайдевори. Шу туфайли ушбу жараённи киритиш муҳим аҳамият касб этади.

“Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги қонунда унинг индустриясига **концерт-томоша фаолиятини ва оммавий-маданий тадбирларни ташкил этилиши** ҳам киритилган. Концерт-томоша фаолияти креатив индустриянинг муҳим тармоқларидан бири эканлигини, унинг мазмуни бўйича бир неча муҳим жиҳатларни қараб чиқиш орқали кўриш мумкин. Концертлар ва томошалар креативликни намоён қилиш, ижодий ишларни кўрсатиш ва санъатнинг турли жанрларини ифода этиш билан аҳамиятли. Бунда ижодкорлар, мусиқа, рақс, театр, визуал санъат ва бошқа йўналишларда ўз истеъдодларини намоён этадилар. Булар тамонидан яратилган маҳсулоти маънавий неъмат бўлишига қарамасдан, қиймати жиҳатидан тегишли маҳсулот сифатида мамлакат ЯИМда ўзига хос ўринга ҳам эга.

Креатив индустриянинг ушбу йўналиши орқали миллат маданиятини ва қадириятларини сақлаб қолиш ҳамда равожлантиришга ҳам хизмат қилади. Концерт-томошалар миллийлик билан бирга халиқаро маданиятни таъминлашда, урф-одатлар ва анъаналарни сақлаб қолишда ҳам муҳим рол ўйнайди. Шу тариқа ушбу фаолият маданиятнинг одамлар ҳаётидаги ўрнини мустаҳкамлашишга ҳам ёрдам беради.

Яна бир муҳим жиҳат – креатив индустрия номоддий хизматлар эвазига иқтисодий имкониятларни ҳам мустаҳкамланиб боради. Концертлар ва томошалар ҳудуд иқтисодиёти учун манфаатли бўлиши билан бирга, бошқа соҳаларнинг, хусусан, туризмни, овқатланиш, савдо каби соҳаларнинг ривожланишига ҳам иштирок этади. Ушбу хизматлар эвазига иш берувчилар, маркетинг агентликлари, муаллифлар ва ижрочилар учун ҳам янги бизнес имкониятлари яратади. Концерт-томошалар жамиятни бирлаштириш, одамларнинг муносабатларини яхшилаш ва ҳамжиҳатлик ҳиссини яратишга ҳам ёрдам беради. Бу фаолият одамларни бирга йиғиш ва умумий қарор қабул қилиш учун платформа вазифасини бажаради.

Концерт-томоша фаолияти соҳага оид технологияларнинг ҳам такомиллашиб боришига туртки беради. Ушбу жараёнда онлайн дўконлар, молиявий платформалар ва маркетинг стратегиялари кабилар креатив индустриянинг ривожланишига ҳам хизмат қилади. Шу сабабли, концерт-томоша фаолияти креатив индустрияда муҳим рол ўйнайди, чунки у ижодий изланишларни, маданиятни, иқтисодий ўсишни ва жамиятни бирлаштиришни рағбатлантириб боришга ҳам катта ҳисса қўшиб боради.

Кереатив индустриянинг бир йўналиши **музейлар, бадиий галереялар (кўргазмалар)** билан ҳам узвий боғлиқ. Музейлар креатив индустрия сифатида бир неча муҳим хусусиятларга эга. Булардан бири дунё арихи ва маданиятини сақлашга қаратилган. Музейлар одамлар ва жамиятлар учун муҳим тарихий ва маданий манбаларни сақлаш ва тақдим этиш вазифасини бажаради. Бу билан бугунги одамлар ўтмишини ва қадриятларини англаб етиш учун тегишли ахборотларга эга бўлади. Бу ахборотлар жуда катта бойлик бўлиб, асрлар оша сақланиб, бойиб боради. Шу жиҳатдан музейларнинг

аҳамияти жуда катта.

Креатив индустриянинг бир қисми тарихий ёдгорликлар билан бирга бевосита янгилик ва инновцион жараёнлар билан ҳам ҳамоҳанг сифатида фаолият кўрсатади. Чунки музейлар ҳам янги технологиялар, интерактив намойишлар ва мультимедиа воситаларидан фойдаланиб, ўқиш ва тушуниш жараёнини яхшилашга, яъни енгиллаштиришга ҳизмат қилади.

Музейларда креатив таълимнинг ҳам мавжудлиги ва унинг муҳимлигидан далолат беради. Музейлар таълим соҳасида креатив ёндашувларни ривожлантириш учун платформа вазифасини бажаради. Уларда мастер-класслар, семинарлар ва таълим дастурлари ташкил қилинса, улар орқали креатив фикрлашни рағбатлантиришга ҳам эришилади. Бунда ижодкорлар билан ҳамкорлик масаласи ҳам муҳим бўғинлардан биридир. Креатив индустрияда музейлар кўп вақтдан буён ижодкорлар, рассомлар, санъатчилар ва дизайнерлар билан ҳамкорликда ишлаши, новатор лойиҳаларни яратиши учун асос бўлиб хизмат қилади.

Турли кўргазмалар ва тадбирлар ҳам музейларда доимийлик ва вақтинчалик характерга эга бўлади. Бунда кўргазмалар, фестиваллар ва бошқа маданий тадбирларни ташкил қилиб, ижодий маҳсулотларни жамоат эътиборига тақдим этишда ҳам музейларнинг ўзига хос ўрни бор. Музейлар жамиятда иқтисодий, маданий ва ижтимоий ўзгаришларни рағбатлантириш ва креатив муҳитни яратишга ҳисса қўшиш орқали ривожланишга ижтимоий жиҳатдан таъсир кўрсатади.

Музейларнинг яна бир хусусияти, мақсадли аудиторияни шакллантириш ва уларга мослаштириш имкониятларига ҳам эга. Музейлар креатив индустриянинг талабларидан келиб чиқиб, турли мақсадли аудиторияларга, яъни болалар, катталар, жаҳон сайёҳлари ва бошқаларга мос келадиган муҳитни яратади. Бу хусусиятлар музейларнинг креатив индустриядаги ўрнини мустаҳкамлайди ва уларни маданий ривожланишда муҳим омил сифатида фаолият кўрсатишини таъминлайди.

Креатив индустриянинг яна бир йўналиши **ахборот-кутубхона фаолияти** ҳисобланади. Бу фаолият кўплаб жараёнларни ва хизматларни ўз ичига олади. Ушбу соҳадаги асосий йўналишлардан бири, маълумотларни йиғиш ва сақлашдан иборат. Ахборот-кутубхона ташкилотлари креатив индустрия учун муҳим маълумотларни йиғиш, тизимлаштириш ва сақлаш билан шуғулланади. Булар жумласига ҳунармандчилик, санъат, дизайн, реклама ва бошқа соҳалардаги маълумотларни тўплаш жараёнларини қамраб олишида ҳам намоён бўлади.

Кутубхоналар креатив индустриядаги трендларни ва вазиятни тушуниш учун ахборот-ресурсларни таҳлил қилиб, ҳунармандлар ва дизайнерларга керакли маълумотларни таклиф ҳам қилади. Ресурсларни таҳлил қилиш орқали турли тадқиқот ва илмий фаолиятлар ҳам амалга оширилади. Кутубхона фаолияти аксарият ҳолда тадқиқотчилар, дизайнерлар ва муаллифларга ўз ишларини ривожлантириш ва янгиликларни қўлга киритишда ҳам кўмакчилик вазифасини бажаради. Чунки одамларнинг илмий тадқиқот ишларини олиб бориши ва илмий фаолиятни ривожлантиришга ҳам асосий омиллардан бири бўлиб хизмат қилади.

Кутубхоналар креатив индустриядаги ўқиш жараёнларини рағбатлантириш учун кўргазмалар, семинарлар ва мастер-классларни ташкиллаштиришда ҳам муҳим йўналиш ҳисобланади. Чунки турли ижодий тақдимотлар, кўргазмалар ва семинарлар ташкил қилиш орқали ушбу мақсадларнинг тўлиқ амалга оширади. Ҳозирги рақамлаштириш шароитидан келиб чиқиб, ахборот-кутубхона фаолиятида электрон ресурсларни яратиш ва рақамлаштириш муҳим аҳамиятга эга бўлиб бормоқда. Бу креатив контентни онлайн платформаларда тарқатишга ёрдам беради.

Кутубхоналар креатив индустриясида ҳамкорлик йўналиши ҳам эътиборга молик масалалардан биридир. Чунки кутубхона бошка ташкилотлар, санъат галереялари, университетлар (олий ўқув юртлари) ва тадқиқот марказлари билан ҳамкорликни айнан электрон алоқалар бўйича ҳам амалга ошириш имкониятларига эга бўлиб бормоқда. Шу

орқали кутубхоналар янги ҳунармандлар ва ижодкорларга ахборот-ресурсларни, турли маълумотларни тақдим этишлари орқали уларни рағбатлантиришга ҳам эришиб келмоқда. Бундай рағбатлантириш фаолияти орқали кутубхоналар креатив индустрияси туфайли муаллифлик ҳуқуқлари ва интеллектуал мол-мулк ҳуқуқлари асосида илмий ихтироларни муҳокама қилиш жараёнларида ҳам иштирок этиш имкониятларига эга бўлади.

Кўриниб турибдики, креатив индустриядаги ахборот-кутубхона фаолияти аҳолининг ижоди ва илмий манбалар балан таъминлашда жуда мухим роль ўйнайди. Чунки у ижодкорларни рағбатлантириш ва уларни керакли маълумот билан таъминлашда катта ўринга эга. Зеро, кутубхоналарда барча бадиий, илмий, илмий оммабоп адабиётлар сақланади ва ўқувчиларни керак пайтда таъминлаб туради. Буларнинг яна бир аҳамиятли жиҳати тарихимиз ҳам, қадриятларимиз ҳам, илмий ва бадиий асарларимиз ҳам айнан шу масканда тўпланиб, сақланиб борилади.

Кўриниб турибдики, креатив иқтисодиёт индустриясининг барча турлари ва уларнинг барқарор йўналишлари инсоният ҳаётининг ажралмас қисмига айланган. Шу йўл билан аҳоли фаровонлигини нафақат моддий неъматлар билан, балки маънавий (номоддий) неъматлар билан ҳам ошириш орқали мамлакат иқтисодиётини юксалтириш имкониятларига ҳам эга. Демак креатив иқтисодиёт иқтисодиётнинг бир тури сифатида мунтазам равишда ривожланиб боради ва шу йўналишда мамлакатимиз иқтисодиётини ҳам ривожлантиради.

“Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги қонунда креатив индустриянинг бир қатор йўналишлари келтирилди. Ушбу йўналишлардан бири **нашриёт ва матбаа соҳасидаги ижодий фаолиятлардан** иборат эканлиги ҳам таъкидланган. Чунки, нашриёт ва матбаа соҳасидаги ижодий фаолиятлар кретив индустриянинг муҳим бир қисми сифатида майдонга чиққан. Уларнинг асосий хусусиятлари ва функциялари маълум бир элементларни ўз ичига олади. Булардан муҳимларидан бири ижодий контент яратишдан иборатдир. Нашриёт ва матбаа соҳаси ёзувчилар, муҳаррирлар, дизайнерлар ва бошқа ижодкорлар томонидан ижодий контент (китоблар, журналлар, газеталар, буклетлар ва бошқалар) яратиш билан боғлиқ.

Электрон нашрларнинг пайдо бўлиши, рақамли форматлар ва интернет платформалари орқали матбаа соҳасини янада ривожлантириш ва имкониятларни кенгайтириш учун замин яратди. Бундай илғор замонавий технологиялар орқали шиддат билан ривожланаётган замонда мамлакатимиз тарққиётини ҳам таъминлаш имконини беради. Ушбу жараёнда ўз иш жараёнида нашриётлар, китоб дўконлари ва матбаа корхоналари ижодий ишларни самарали тарғиб қилиш учун маркетинг ва реклама стратегияларини ишлаб чиқиш орқали маркетинг стратегиясини ҳам мувоффақиятли амалга ошириш имкониятларига эга бўлмоқда.

Нашриёт ва матбаа соҳасида фильмлар, мультфильмлар, электрон ўйинлар ва бошқа ижодий соҳалар билан кўп соҳали ҳамкорликларни ривожлантириш имконияти ҳам яратилмоқда. Шу йўналишда ижодий ижтимоий платформа орқали ижодкорларни, мухлисларни ва ўқувчиларни бирлаштирган кўпқиррали ижодий жамиятлар платформаси ҳам шаклланади. Креатив индустрия маҳсулотларининг тарихий, маданий ва ижтимоий самарадорлиги билан бирга иқтисодий самарадорлиги ҳам мавжуд. Бу ижодий маҳсулотлар (китоблар, журналлар, матнлар) сотишидан олинган даромадлар эвазига шаклланади.

Нашриёт ва матбаа соҳасида ижодкорлар ҳуқуқи, муаллифлик ҳуқуқи ва лицензия сиёсати мавжуд. Бунда муҳим ҳужжатлардан бири муаллифлик ҳуқуқи бўлиб ҳисобланади. Бу элементлар креатив индустриянинг ривожланишига, аниқлашувига ва маҳаллий ҳамда глобал миқёсда самарали фаолият олиб борилишига хизмат қилади.

Креатив индустриянинг яна бир йўналиши **оммавий ахборот воситалари** соҳасидаги ишлардан иборат. Бунда интернет орқали жаҳон ахборот тармоғига уланиш йўли билан амалга ошириладиган ижодий фаолият асосий ўринга эга. Чунки оммавий ахборот воситалари креатив индустриянинг муҳим бир қисми ҳисобланади. Уларнинг креатив

индустрия эканлиги бир қатор омилларда намоён бўлади. Буларга контент яратишни мисол келтириш мумкин. Чунки, оммавий ахборот воситаларида (телевидение, радио, интернет-сайтлар, ижтимоий тармоқлар ва бошқалар) оригинал ва янги контент яратиш имконияти мавжуд. Бу контент яратиш жараёнида ижодий ёндашув, дизайн, сценарий яратиш, видеолаштириш ва бошқа креатив жараёнларнинг иштирокини ўз ичига олади.

Контентлар ҳар хил форматларда яратилади. Оммавий ахборот воситалари турли форматларда, масалан, визуал (фото, видео), аудио (радио шоу, подкастлар), матн (мақолалар, хабарлар) тарзда контент тақдим этишади, бу уларнинг ижодий салоҳиятини кўрсатади. Оммавий ахборот воситаларида ҳаракат қиладиган журналистлар, сценаристлар, продюсерлар, дизайнёрлар ва бошқа ижодкорлар ижодий жамоа креатив индустриянинг ажралмас қисми ҳисобланади. Улар биргаликда ишлаб чиқарган контент ва лойиҳалар креатив маънога эга бўлади.

Оммавий ахборот воситалари билан креатив лойиҳалар орасида ижтимоий мавзулар, маданиятни ривожлантириш, санъат ва ижодкорларни қўллаб-қувватлаш бўйича иш олиб борилади. Ушбу воситалар маданият ва ижоднинг тарқалишида ижтимоий ҳамжиҳатликка мос функцияга эга. Оммавий ахборот воситалари рақамли технологияларни ўзлаштириш орқали янги ижодий имкониятларни яратади, масалан, виртуал реаллик, интерактив контент ва идентификация усуллари каби технологияларнинг интеграциясини ҳам яратади.

Креатив индустрияда оммавий ахборот воситалари бозорни яратиш, брендларни ривожлантириш ва реклама билан боғлиқ лойиҳаларда иштирок этиш орқали ижодий самарадорликни ошириш учун пайдевор яратади ва шу бозорда рақобат муҳитини ҳам яратади. Кўриниб турибдики, буларнинг бари оммавий ахборот воситаларининг креатив индустрияни ташкил этишдаги ролини намоён қилади.

Креатив индустриянинг **рақамли технологиялар соҳасидаги ижодий фаолияти** замонавий усуллардан биридир. Рақамли технологиялар соҳасидаги ижодий фаолият — бу рақамли форматда яратилган, янгича яқинлашувлар ёки ечимлар пайдо қилишга қаратилган фаолиятлар жамланмасидан иборат. Ушбу соҳада ижодий фаолият ҳар хил шаклларда бўлиши мумкин. Булар жумласига **дизайн**ни киритиш мумкин. Булар график дизайн, анимация, веб-дизайн, UX/UI дизайн ва бошқалардан иборат бўлади. Яна бир йўналиш мультимедия бўлиб, булар видеолар, подкастлар, фотографиялар ва аудиоконтентлардан иборат.

Рақамли технологиялар соҳасидаги ижодий фаолиятининг бир йўналиши дастурлаш бўлиб, бунда новаторлик дастьурлари, мобил иловалар, веб сайтлар ёки ижодий алгоритм-лар ишлаб чиқилиши кўзда тутилган. Бунинг йўналишларидан бири, рақамли санъат бўлиб ҳисобланади. Бунга фотороликларни қилиш, рақамли тасвирлар ёки интерактив санъат кабиларни киритиш мумкин. Шу йўналишда ўйинлар яратиш ҳам мавжуд бўлиб, бунда турли видеоўйинлар, интерактив сценарийлар ишлаб чиқилиши ҳам кўзда тутилган.

Шундай қилиб, ижодий фаолият рақамли технологиялар орқали одамларга янги тажрибалар, билимлар ва ечимлар беришга ёрдам беради. У шунингдек, янги маҳсулотлар ва хизматларни яратиш, бозорни янгилаш ва жамиятни ривожлантиришда муҳим роль ўйнайди. Чунки ушбу жараёнда номоддий неъматлар яратиш орқали катта маблағ ишлаш имкониятларини ҳам яратиш мумкин.

Креатив индустриянинг бир йўналиши **реклама соҳасидаги ижодий фаолиятдан** иборат. Чунки реклама соҳасидаги ижодий фаолият креатив индустриянинг муҳим бир қисми ҳисобланади. Креатив индустрия бевосита иктисодий ўзгартиришларни, ижодий фаолият ва самарали янгиликларнинг яратилишида муҳим рол ўйнаётган соҳаларни қамраб олади. Реклама ушбу соҳада бир қатор йўналишларда амалга оширилади. Хусусан, улардан бири брендинг бўлиб ҳисобланади. Реклама инсонлар учун брендларни аниқлаш ва идентификация қилиш имконини беради. Бугунги кунда жаҳоннинг турли давлатларидан брендларнинг кириб келиш ва жонли рақобатда иштирок этиши алоҳида компанияларга йирик брендларни яратиш имконини бермоқда.

Реклама фаолияти ижодий контент яратишга ҳам асосланган. Креатив кампаниялар, анимация, видеолар, графикалар ва ўйинли конструкциялар рекламаларни самарали қилиш ва креатив контент яратиш учун зарур бўлади. Ушбу йўналиш корхоналарнинг маркетинг стратегиялари билан ҳам узвий боғлиқликда амалга оширилади. Кўриниб турибдики, рекламалар ҳаётимизнинг турли жиҳатларини қамраб олади, жумладан, соғлиқни сақлаш, модалар, технологиялар ва бошқалар. Креатив индусриялар рекламага қараш хавфини мустахкамлаши дастурлари ва реклама стратегиялари орқали новаторликнинг усулларини белгилайди.

Креатив реклама кампаниялари инсонлар эътиборини жалб қилиш ва уларнинг муносабатини яратувчи ва мустаҳкамловчи ёзувларни талаб қилади. Ижодлар рекламани бошқаларидан фарқли даражада ёдда қоларли ва жозибадор қилишга ва ўзгаларнинг эътиборини жалб қилишга ёрдам беради. Шунингдек, социаль медиа ва рақамли технологиялар ҳам замонавий реклама орқали ижодий фаолият рақамли платформалар, ижтимоий тармоқлар ва интерактив реклама форматларини қамраб олади, бу эса креатив индусрияни ривожлантиради. Пировардида реклама соҳасидаги ижодий фаолият креатив индустриянинг муҳим компонентларидан бири сифатида иқтисодий ривожланиш, брендларнинг ижобий имиджини яратиш ва ижтимоий таъсирни кучайтиришда муҳим роль ўйнайди.

Креатив индустриянинг яна бир йўналиши **санъат ашёлари ва маданий мерос объектларини асрашга** доир фаолиятларни ўз ичига олади. Зеро, санъат ашёлари ва маданий мерос объектларини асрашга доир фаолиятлар ҳам креатив индустриянинг муҳим қисми ҳисобланади. Креатив индустриялар, ўз навбатида, одамларнинг ижодий потенциалини амалдаги маҳсулотларга ва хизматларга айлантиришга йўналтирилган соҳа бўлиб, бунда санъат, маданият ва янги технологиялар ўртасидаги алоқа катта аҳамиятга эга.

Маданий мерос объектларини асраш фаолиятлари, жумладан, музейлар, галереялар, кўргазмалар, маданий тадбирлар ва бошқа ҳаракатлар креатив индустриядаги ижодий жараyoпларни ташкил этади. Бу соҳада амалга оширилаётган ислоҳотлар, янгиланиш ва инновацияларни оммалаштиришни таъминлаш билан бир қаторда, маданий анъаналарни сақлашга, ривожлантиришга ва уларни келажак наслига етказишга ҳам хизмат қилади.

Бундай фаолиятлар ўзининг ижодий йўналишлари, бепоён имкониятлари билан креатив индустрияларда яратилган буюмлар ва бошқа ўхшаш йўналишлар билан интеграция қилинган ҳолда, кенг ижодий ва иқтисодий фаолиятларни ривожлантиришга ёрдам беради. Креатив индустрияларда муҳим ўрин тутадиган маданий мерос, дунёнинг турли жойларидаги хусусиятларни ва урф-одатларни намоён этади, бу эса туризм, ижодий таълим ва технологик иновациялар каби соҳалар учун катта имкониятлар яратади.

Шу боис, санъат ашёлари ва маданий мерос объектларини асраш билан боғлиқ фаолиятлар креатив индустриянинг асоси бўлиб ҳисобланади. Бу индистурия жамиятни ривожлантириш, иқтисодий ўсиш ва маданий алмашувга муваффақият билан хизмат қилади.

Хулоса ва таклифлар. Кетеатив иқтисодиётнинг принципларининг мазмуни, унинг турларини тадқиқ қилиш жараёнида бир қанча хулосаларга келинди ва илмий тавсиялар ишлаб чиқилди.

Биринчидан, “Креатив иқтисодиёт”га номоддий неъматлар иқтисодиёти сифатида қараб, унинг иқтисодиётдаги ўрнини аниқ белгилаш лозим, деб ҳисоблаймиз. Бунинг учун мазкур соҳанинг ҳисоб-китобини олиб борадиган бухгалтерлар фаолиятини рикамлаштириш асосида жорий қилиш мақсадга мувофиқ.

Иккинчидан, креатив иқтисодиётнинг ҳисоб-китобини алоҳида тармоқлари бўйича олиб бориш натижасида унинг мамлакат Ялпи ички маҳсулотидаги (ЯИМ) ва Ялпи ҳудудий маҳсулотлар (ЯХМ) таркибидаги ҳиссасини аниқ ҳисоб-китобини юритиш эвазига, унинг умумий кўрсаткичлардаги ҳиссасини ошириб бориш чора-тадбирларини тизимли равишда олиб бориш ҳам мақсадга мувофиқдир.

Учинчидан, креатив иқтисодиётнинг муҳим йўналишларидан бири креатив иқтисо-

диёт индустриясининг ҳар бир йўналишининг бошлангич ва охирги чегарасини аниқ белгилаш орқали мазкур соҳага тадбиркорликни жалб қилиб, бунда инновацион рақамли иқтисодиёт имкониятларидан фойдаланган ҳолда давлат-хусусий шерикчилик асосида ривожлантириш йўлларини ҳамоҳанг равишда олиб бориш қоидаларини ҳам ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ.

Тўртинчидан, креатив иқтисодиёт индустриясининг таркибига адабий ижод, амалий санъат ва ҳунармандчилик, концерт-томоша фаолиятини ва оммавий-маданий тадбирларни ташкил этилиши ҳам киритилган. Ушбу соҳанинг ҳар бир йўналиши бўйича ҳам аниқ стратегияларни белгилаб, уларнинг нафақат мамлакатимизда, балки чет элларда ҳам намойиш қилиш орқали “сотилишини” ташкил қилиш мақсадга мувофиқ.

Бешинчидан, креатив иқтисодиёт индустриясининг таркибига лойиҳалаштириш, архитектура, музейлар, бадиий галереялар (кўргазмалар) ҳам киради. Мазкур соҳани тез ва сифатли ўзлаштириш учун таълим тизимига дуал таълимни жорий қилиш, бунда назарий билимлар билан бирга амалий кўникмаларнинг узвий боғлиқлигини таъминлаш учун ушбу йўналишларнинг ҳар бирига алоҳида аҳамият бериш лозимдир.

Олтинчидан, креатив индустриянинг ахборот-кутубхона фаолияти, нашриёт ва матбаа соҳасидаги ижодий фаолиятлардан иборат оммавий ахборот воситаларига буларнинг иқтисодий аҳамияти билан бирга тарбиявий ва маънавий-маърифий аҳамиятини ҳам инобатга олган ҳолда алоҳида эътибор қаратиш мақсадга мувофиқ.

Еттинчидан, креатив иқтисодиётнинг рақамли технологиялар, реклама соҳаларидаги ижодий фаолияти, санъат ашёлари ва маданий мерос объектларини асрашга доир фаолиятларни ҳам узлуксиз тизимли равишда ривожлантириб бориш лозим, деб ҳисоблаймиз.

Саккизинчидан, креатив иқтисодиёт бўйича жаҳон тажрибасини ўрганиш ва ундан фойдаланиш учун ривожланган мамлакатлардаги етакчи халқаро таълим ташкилотлари билан биргаликда соҳага оид ихтисослаштирилган қўшма таълим дастурларини ва булар асосида ўқув-услубий, илмий ва амалий адабиётларни ҳам яратиш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз.

Хулоса қилиб айтганда, креатив иқтисодиётнинг иқтисодиёт сифатида шаклланиши ҳамда фанга кириб келиши, унинг олий таълим соҳасида ўқитилиб, мутахассисларга шу йўналишда билим берилиши инсонларнинг интеллектуал салоҳиятини ошириш билан бирга рақобатбардош мамлакатнинг шаклланишига ҳам хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикасининг 2024 йил 3 октябрда имзоланган “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги ЎРҚ-970-сонли Қонуни. Қонунчилик палатаси томонидан 2024 йил 30 сентябрда қабул қилинган. Сенат томонидан 2024 йил 30 сентябрда маъқулланган. 3 октябрь куни имзоланган.
2. Мамаюнус Пардаев, Мурод Муҳаммедов, Обид Пардаев. Иқтисодиётнинг турлари ва таърифлари. // https://telegra.ph/I%D2% 9Btisodiyotning-turlari-va-tariflari-07-08-2. 2666. 12.02. 7 август 2024 йил.
3. Ботир Усмонов, Нима учун креатив иқтисодиёт? 07. ноябрь 2024. Телеграмнинг “Халқ сўзи” сайтида.
4. Мирҳабиб Сайфуллаев. Креатив иқтисодиёт – барқарор ривожланиш гарови. //https://uza.uz/uz/posts/kreativ-iqtisodiyot-barqaror-rivozhlanish-arovi _644945.
5. Креатив индустрия: креатив маҳсулот ва хизматлар бозори ривожланади. ЎзА мухбири Норгул Абдураимованинг Эркин Гадоев билан суҳбати. https://uza.uz/category/business.
6. Креатив индустрия: креатив маҳсулот ва хизматлар бозори ривожланади. // ЎзА мухбири Норгул Абдураимованинг Эркин Гадоев билан суҳбати. https://daryo.uz/.
7. Мадина Дурман. Ўзбекистон учун ижодий иқтисодиёт жуда муҳимлиги ва бунинг сабаблари айтилди. // https://daryo.uz/
8. Мамаюнус Пардаев. Креатив иқтисодиётнинг таърифи ва принциплари. //https://telegra.ph/KREATIV-I%D2%9ATISODIYOT NING-TARIFI-VA-PRINCIPLARI-11-10. SamTVR I MTRK/. 2024.11.10 540. 12:48. – 0,2 б.т.

9.. Мамаюнус Пардаев. Креатив индустрия соҳалари ва уларнинг мазмуни. // https://telegra.ph/KREATIV-INDUSTRIYA-SO%D2%B2ALARI-VA-ULAR NING-MAZMUNI-11-11 SamTVR I MTRK/. 2024.11.11 552. 8:42. – 0,2 б.т.
10. Тухлиев Искандар Суюнович. Ўзбекистонда креатив туризмни ривожлантириш хусусиятлари. https://telegra.ph/%D0%8EZBEKISTONDA-KREATIV-TURIZMNI-RIVOZHLANTIRISH-HUSUSIYATLARI-11-11. SamTVR I MTRK/. 2024.11.11 161. 20:37. – 0,2 б.т.
11. Ризаев Нурбек. Ёрқин келажак учун “Ақилли” технологиялар. // “Халқ сўзи” газетаси. 224 йил 31 октябрь. 223 сон. – 1 ва 4 бетлар.

М.Пардаев, О.Пардаев

Содержание индустрии креативной экономики и ее теоретические вопросы

Аннотация: в статье рассматриваются теоретические вопросы креативной экономики, ее отраслевые виды. При этом структурная структура отрасли данной сферы представлена в обосновании актуальности темы. Также в статье выделены основные виды индустрии креативной экономики и дано краткое пояснение их количества. Разработаны также рекомендации, имеющие важное научно-теоретическое и практическое значение для развития видов индустрии креативной экономики в будущем.

Ключевые слова: креативная экономика, правовая охрана, литературное творчество, прикладное искусство, ремесла, архитектура, дизайн и аудиовизуальное искусство, исполнительское искусство, мода и дизайнерское искусство, музеи, художественные галереи, информационно-библиотечная деятельность, изобразительное искусство.

M.Pardaev, O.Pardaev

Contents of the creative economy industry and its theoretical issues

Abstract: the article considers theoretical issues of the creative economy, its industry types. At the same time, the structural structure of the industry of this sphere is presented in justification of the relevance of the topic. The article also highlights the main types of the creative economy industry and gives a brief explanation of their number. Recommendations have also been developed that have important scientific, theoretical and practical significance for the development of types of the creative economy industry in the future.

Keywords: creative economy, legal protection, literary creativity, applied art, crafts, architecture, design and audiovisual art, performing arts, fashion and design art, museums, art galleries, information and library activities, fine art.

Дилдора Собиржоновна Джураева – докторант СамИЭС

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Аннотация: В статье рассмотрены теоретические основы и практические аспекты повышения уровня жизни населения как ключевого элемента устойчивого социально-экономического развития. На основе анализа макроэкономических показателей за 2019–2023 гг. выявлены положительные тенденции в области доходов, занятости и развития малого предпринимательства. Особое внимание уделено государственной поддержке уязвимых слоёв населения, роли социальной защиты, а также реформам в аграрной и инфраструктурной сферах.
Ключевые слова: уровень жизни, бедность, социальная защита, устойчивое развитие, доходы населения, занятость, государственная политика, человеческий капитал, социальная инфраструктура

Введение. Актуализация глобальных противоречий между увеличивающимися потребностями общества и ограниченными возможностями биосферы привела к появлению в конце XX века концепции устойчивого развития, в соответствии с которой центральную роль в общественном развитии играет человек. Темпы и пропорции устойчивого развития зависят от качественных характеристик человеческого потенциала, условия формирования которых определяются уровнем жизни населения.

Исследование, результаты которого представлены в настоящей статье, направлено на поиск новых концептуальных подходов к управлению социальным развитием на региональном уровне. Актуальность проблемы определяется необходимостью устойчивого развития и решения важных социальных задач, прежде всего, сокращения бедности. Целью исследования стало теоретическое обобщение зарубежного опыта исследований в сфере уровня жизни в рамках решения научно-практической проблемы поиска теоретических оснований управления социальным развитием регионов в условиях усиления глобальных вызовов.

Анализ литературы по теме. Методологические основы изучения уровня жизни как социально-экономической категории были заложены А. Смитом, Д. Риккардо, с позиции трудовой теории стоимости. В основе научных воззрений А. Смита стояло поведение человека как основы всего общества; в своем главном труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» автор, изучая стоимостной аспект проблемы формирования богатства, писал о том, что «человек богат или беден в зависимости от количества того труда, которым он может распоряжаться или которое он может купить. При этом размер оплаты труда определяется, исходя из стоимости средств к существованию человека и его детей, а нижнюю границу оплаты труда составляет прожиточный минимум»[1]. В теории заработной платы Д. Рикардо в качестве основания уровня жизни рассматривал «естественную цену труда», дающую возможность человеку за счет трудового дохода содержать себя и свою семью, оплачивая потребительские расходы[2].

Среди российских исследователей, активно разрабатывающих проблематику уровня жизни, можно выделить труды В.М. Жеребина, а также В.Н. Бобкова и Т.Е. Бобковой[3]. Последние, в рамках коллективных научных трудов, рассматривают комплексные подходы к измерению и прогнозированию уровня жизни, Проблематика уровня жизни населения занимает одно из центральных мест в экономической науке и в течение длительного времени остается предметом пристального научного интереса. В представляемом исследовании основное внимание уделяется теоретико-методологическим аспектам повышения уровня жизни, которые получили широкое освещение как в отечественной, так и в зарубежной научной литературе. Формирование концептуальных подходов к анализу уровня жизни населения восходит к классическим экономическим школам. Вклад в развитие этой области внесли такие выдающиеся экономисты, как А. Смит, А. Маршалл, В. Парето, А. Пигу и другие. Их труды заложили основу для понимания взаимосвязи между общественным производством, распределением благ и благосостоянием граждан.

Так, во Всеобщей декларации прав человека уровень жизни определяется как «уровень, необходимый для поддержания здоровья и благосостояния человека и его семьи, и право на обеспечение на случай безработицы, болезни, инвалидности, вдовства, наступления старости, иного случая утраты средств к существованию по не зависящим от него обстоятельствам»[4].

В контексте Узбекистана в последние годы наблюдается рост научных исследований, направленных на изучение современных проблем сокращения бедности и повышения уровня жизни населения. Значительный вклад в развитие данной области внес академик К.Х. Абдурахманов, чьи работы затрагивают как макроэкономические, так и институциональные аспекты[5]. Существенное внимание вопросам социальной политики

[1] Gloveli G.D. (2013). Istoriya ekonomicheskikh ucheniy [History of economic studies] (in Russian).
[2] Иброхимзода И.З., Саидов Р.Н.. (2020). Теоретические аспекты повышения уровня жизни населения [The eoretical aspects of increasing living standards]. Izvestiya Issyk-Kulskogo foruma bukhgalterov i auditorov stran Tsentralnoy Azii. (3). 47–58.
[3] Bobkov V.N. (2009). Методологический подход всероссийского центра уровня жизни к изучению и оценке качества и уровня жизни населения. Қchool of all-russian life level center studying and evaluating quality and level of population life]. Proceedings of Voronezh State University. Series: Economics and Management. (2). 26–37
[4] Всеобщая декларация прав человека. URL: https:// www.un.org/ru/about-us/universal-declaration-of-human-rights
[5] Abdurakhmanov K.Kh. (2020). Ekonomika truda: Teoriya i praktika [Labor Economics: Theory and Practice] (in Russian).

уделено в совместных исследованиях Н.К. Зокировой, Г.К. Абдурахмановой, Т.Б. Гайибназарова и С.П. Курбанова[1], где акцент делается на структурных механизмах социально-экономического развития. Анализ детерминантов уровня жизни и бедности представлен также в работах М.М. Мухаммедова и С.А. Исхаковой[2], а также в публикациях Ю.П. Уринбаевой[3], М.О.Пардаевой[4]. используя современные методы социально-экономического анализа.

Методология и исследования. В процессе исследования, научной абстракции, системного подхода, широко используются методы логического анализа**.**

Анализ и результаты. На текущем этапе социально-экономического развития Республика Узбекистан демонстрирует устойчивые темпы макроэкономического роста, что находит отражение в положительной динамике ключевых экономических показателей, рассчитанных в пересчёте на душу населения. Согласно официальным статистическим данным за период с 2019 по 2023 год (см. таблицу 1), наблюдается значительное увеличение валового внутреннего продукта (ВВП) на душу населения в текущих ценах: данный показатель вырос в 1,8 раза и достиг значения 29 292,4 тыс. сум в 2023 году. Производство промышленной продукции за аналогичный период увеличилось с 9 605,9 тыс. сум до 18 012 тыс. сум, что свидетельствует об активной модернизации и расширении промышленного сектора экономики страны.

Таблица 1

Динамика роста экономических показателей на душу населения Узбекистана, тыс. сум

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Валовый внутренний продукт	15864,8	17689,5	21159,2	24919,8	29292,4
Продукция промышленной сферы	9605,9	10772,8	12936,0	15521,0	18012,0
Количество произведенных потребительских товаров	3286,3	3779,6	4355,6	5552,3	5191,8
Производство продукции сельского и рыбного хозяйства	6679	7651	9082	10227	11707,6
Реализация инвестиционных средств, направленных на формирование основного капитала	5835,6	6141,3	7016,9	7469,6	9669,8
Совокупные доходы населения	10892,3	12123,2	14868,8	17773,8	20016,9
Объем услуг	5768,3	6426,2	8145,3	10293,0	12916,6

Источник: Статистические данные Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан.

Аналогично, объём выпуска потребительских товаров, произведённых в республике, продемонстрировал рост с 3 286,3 тыс. сум до 5 191,8 тыс. сум, увеличившись в 1,6 раза, а объём оказанных услуг — в 2,2 раза, что подтверждает прогрессивное развитие сферы услуг и повышение уровня потребительской активности населения.

Особое внимание заслуживает динамика развития аграрного сектора. В 2023 году объём продукции сельского, лесного и рыбного хозяйства в расчёте на душу населения составил 11 707,6 тыс. сум, что на 80% выше показателя 2019 года. Основным фактором данного роста выступает увеличение производства сельскохозяйственной продукции, включая мясо, молоко, яйца, зерновые культуры, картофель, виноград, рыбу и другие

[1]Zokirova N.K., Abdurakhmanova G., Sagidullin F.R. (2020). Transformatsiya form zanyatosti v innovatsionnom razvitii [Transformation of employment forms in innovative development]. International Scientific Review. 24- 28.
[2] Мухаммедов М.М., Исхакова С.А. и др. Занятость, доходы и уровень жизни. / Монография. - Т.: Иқтисодиёт, 2016.
[3] https://giirj.com/index.php/giirj/article/view/2291
[4] https://www.ejird.journalspark.org/index.php/ejird/article/download/1099/1019/1114

важнейшие продовольственные товары. Это свидетельствует о результативности реформ, направленных на поддержку аграрного сектора и продовольственную безопасность.

Развитие малого предпринимательства занимает важное место в экономической политике государства. Благодаря проводимым реформам, направленным на улучшение делового климата и поддержку частного сектора, значительно возросла роль субъектов малого бизнеса в формировании макроэкономических показателей. Так, в 2023 году доля малого предпринимательства в ВВП составила 51,2%, в объёме промышленного производства — 26,9%, а в выпуске продукции сельского и рыбного хозяйства — 94,8%. Эти данные подтверждают высокую степень вовлечённости малого бизнеса в экономические процессы, особенно в аграрной сфере, где он играет системообразующую роль.

В результате проведения последовательных и целенаправленных реформ в социальной сфере Республики Узбекистан были достигнуты значительные позитивные изменения в уровне благосостояния населения. В частности, меры государственной поддержки способствовали улучшению материального положения примерно 3,5 миллиона граждан. Одним из ключевых достижений стало многократное расширение охвата системы социальной защиты: за период реформ этот показатель увеличился в 4,5 раза.

Существенным образом изменилась и структура распределения социальных выплат. Так, доля лиц, получающих государственные пособия (включая пособия семьям, воспитывающим детей с инвалидностью в возрасте до 16 лет, а также по случаю утраты кормильца), возросла с 1% от общей численности населения в 2001 году до 1,7% в 2022 году. Эти данные указывают на повышение адресности и доступности социальных программ, направленных на поддержку уязвимых слоев населения.

Финансирование социальной защиты также демонстрирует устойчивый рост. В 2023 году на соответствующие цели из государственного бюджета было выделено 12,3 триллиона сум, что свидетельствует о приоритетности данной сферы в государственной политике. Кроме того, в рамках реализации мер по обеспечению занятости и повышению доходов сельского населения, особенно молодёжи, было распределено 260 тысяч гектаров сельскохозяйственных земель. Эта инициатива охватила около 800 тысяч человек и предоставила им возможность использовать полученные земельные участки в качестве доходного актива, что способствует развитию фермерства и аграрного предпринимательства.

Таким образом, реализуемые в стране социальные реформы обеспечили как расширение институциональной поддержки, так и укрепление экономической базы уязвимых категорий граждан, что в совокупности содействует формированию устойчивой системы социальной справедливости и снижению уровня бедности.

Совокупность указанных факторов свидетельствует о поступательном развитии экономики Узбекистана, опирающемся как на индустриализацию, так и на поддержку аграрного и предпринимательского секторов, что в комплексе способствует устойчивому росту уровня жизни населения.

Выводы и предложения. На основании проведённого анализа нами сформулированы ключевые выводы и соответствующие рекомендации, направленные на дальнейшее совершенствование государственной политики в сфере повышения уровня жизни населения и сокращения бедности.

1. В ходе проведения теоретического и эмпирического анализа была выявлена ключевая роль категории «уровень жизни» в рамках научных исследований, ориентированных на изучение социально-экономического развития общества. Указанная категория рассматривается в качестве фундаментального элемента при анализе формирования доходов населения, процессов социальной стратификации, а также в рамках комплексной оценки качества жизни. Следует отметить, что данный термин широко используется в академической литературе, охватывающей как вопросы экономического роста, так и трансформации социальной сферы, что подчеркивает его универсальность и аналитическую значимость в современной социо-экономической

парадигме.

2. Полученные в результате проведённого исследования эмпирические данные подтверждают высокую результативность реализуемых на государственном уровне стратегических инициатив, направленных на улучшение уровня жизни населения. Принятые меры способствовали существенному снижению численности граждан, находящихся за чертой бедности, что, в свою очередь, свидетельствует о поступательном развитии механизмов социальной защиты, а также об укреплении системы доходной политики как инструмента сглаживания социального неравенства.

3. Сопоставление национального и международного опыта позволяет сделать обоснованный вывод о комплексном и многоплановом воздействии низкого уровня жизни на жизнедеятельность как отдельных индивидов, так и общества в целом. Бедность, как социально-экономическое явление, сопряжена с ростом вероятности ухудшения состояния здоровья, ограничением доступа к рынку труда и профессиональной самореализации, усилением уязвимости перед институтами уголовной юстиции, а также увеличением зависимости от государственных пособий и благотворительной помощи. Таким образом, феномен бедности подрывает устойчивость локальных сообществ, формируя барьеры для устойчивого социально-экономического развития на макроуровне.

4. В условиях финансово-экономической нестабильности и роста потребительских цен, актуальной задачей в отношении домохозяйств, находящихся в социально уязвимом положении, становится минимизация нагрузки на семейный бюджет. Одним из наиболее эффективных инструментов достижения данной цели выступает расширение возможностей населения по доступу к качественным услугам здравоохранения и образования. Эти направления являются базовыми составляющими человеческого капитала и служат ключевыми факторами, определяющими динамику и устойчивость повышения уровня жизни в долгосрочной перспективе.

5. Рост доходов населения и обеспечение стабильной занятости представляют собой стратегические приоритеты в государственной политике по борьбе с бедностью. В современных реалиях Республики Узбекистан реализуются масштабные программы, ориентированные на активизацию экономической активности населения. Особое внимание уделяется развитию партнёрских отношений между государственными структурами и представителями бизнеса, а также запуску региональных инициатив, известных как «драйверные» проекты. Указанные меры способствуют созданию новых рабочих мест и стимулируют занятость, особенно на уровне локальных сообществ, таких как махалли.

6. Среди направлений, требующих дальнейшего институционального укрепления, следует выделить инициативу по предоставлению малообеспеченным слоям населения в аренду сельскохозяйственных земель. Данная мера не только содействует интеграции социально уязвимых групп в предпринимательскую деятельность, но и обеспечивает формирование устойчивых источников дохода, способствуя тем самым их экономической самостоятельности и социальной включенности.

7. Ключевым фактором формирования благоприятной среды для жизнедеятельности населения является всестороннее развитие инфраструктуры на местном уровне, особенно в контексте функционирования махаллинской системы. Приоритетными направлениями здесь выступают обеспечение стабильного электроснабжения, улучшение транспортной доступности сельских населённых пунктов, капитальный ремонт внутримахаллинских дорог, а также модернизация систем водоснабжения, включая ирригационные сети. Комплексное развитие сельской инфраструктуры рассматривается в научной и практической плоскости как неотъемлемое условие устойчивого роста уровня жизни и повышения социальной устойчивости в регионах.

D.S. Dzhuraeva
O‘zbekiston Respublikasida aholi turmush darajasini oshirish yo‘llari: nazariy-uslubiy tahlil va amaliy tavsiyalar
Annotatsiya: Maqolada barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning asosiy elementi sifatida aholi turmush darajasini oshirishning nazariy asoslari va amaliy jihatlari ko‘rib chiqilgan. 2019–2023 yillarga mo‘ljallangan makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar tahlili asosida daromad, bandlik va kichik biznesni rivojlantirish sohalarida ijobiy tendentsiyalari aniqlangan. Aholining ijtimoiy himoyaga muhtoj qatlamlarini davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash, qishloq xo‘jaligi va infratuzilmani isloh qilish masalalariga alohida e’tibor qaratilgan.
Kalit so‘zlar: turmush darajasi, qashshoqlik, ijtimoiy himoya, barqaror rivojlanish, aholi daromadlari, bandlik, davlat siyosati, inson kapitali, ijtimoiy infratuzilma

D.S. Dzhuraeva
Ways to improve the standard of living of the population in the Republic of Uzbekistan: theoretical and methodological analysis and practical recommendations
Abstract: The article examines the theoretical foundations and practical aspects of improving the standard of living of the population as a key element of sustainable socio-economic development. Based on the analysis of macroeconomic indicators for 2019–2023, positive trends in income, employment and small business development were identified. Particular attention is paid to state support for vulnerable groups of the population, the role of social protection, as well as reforms in the agricultural and infrastructure sectors.
Key words: standard of living, poverty, social protection, sustainable development, population income, employment, state policy, human capital, social infrastructure

G‘olib Sultonmurodovich Mustafoyev – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasi dotsenti, PhD
Sabina Baxtiyor qizi Xudoyberdiyeva – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti talabasi

ZAMONAVIY XALQARO IQTISODIY MUNOSABATLARNI SHAKLLANTIRUVCHI ASOSIY OMILLAR

Annotasiya. Mazkur maqolada zamonaviy xalqaro iqtisodiy munosabatlarni shakllantiruvchi asosiy omillar tahlil qilingan. Xususan, ilmiy-texnik taraqqiyot, raqamli iqtisodiyot, xalqaro tashkilotlarning roli, investitsiya oqimlari, mehnat migratsiyasi, global ixtisoslashuv va ekologik barqarorlik kabi omillar xalqaro iqtisodiy aloqalarga ta’siri nuqtai nazaridan ko‘rib chiqilgan. Tahlillar asosida ushbu omillar xalqaro hamkorlik shakllarining o‘zgarishiga, yangi iqtisodiy model va siyosatlarning yuzaga kelishiga olib kelayotganligi asoslab berilgan.
Kalit so‘zlar: Xalqaro iqtisodiy munosabatlar, globalizatsiya, raqamli iqtisodiyot, investitsiya oqimlari, xalqaro tashkilotlar, ilmiy-texnik taraqqiyot, iqtisodiy integratsiya.

Kirish. XXI asrda globallashuv jarayonlari tobora jadallashib, davlatlar o‘rtasidagi iqtisodiy aloqalar yanada murakkablashib bormoqda. Bugungi kunda xalqaro iqtisodiy munosabatlar nafaqat savdo va investitsiya oqimlari orqali, balki ilmiy-texnik taraqqiyot, raqamli texnologiyalar, ekologik xavfsizlik, migratsiya va institutsional islohotlar orqali ham shakllanmoqda. Jahon iqtisodiy tizimidagi o‘zgarishlar milliy iqtisodiyotlarning tashqi siyosatiga, ishlab chiqarish va resurslardan foydalanish strategiyasiga bevosita ta’sir ko‘rsatmoqda.

Ayniqsa, pandemiya davridagi tajribalar, geosiyosiy tangliklar va ekologik muammolar xalqaro iqtisodiy munosabatlarning yangi shakl va yo‘nalishlarda rivojlanayotganini ko‘rsatdi. Shu sababli, zamonaviy iqtisodiy aloqalarni chuqur tahlil qilish, ularni shakllantirayotgan omillarni aniqlash va baholash bugungi ilmiy-amaliy izlanishlarning dolzarb yo‘nalishlaridan biridir.

Mazkur ishda xalqaro iqtisodiy munosabatlarning shakllanishiga ta’sir qiluvchi asosiy omillar nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilinadi, ularning o‘zaro bog‘liqligi va zamonaviy iqtisodiyotdagi o‘rni yoritib beriladi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Xalqaro iqtisodiy munosabatlar — bu turli mamlakatlar va ularning xo‘jalik yurituvchi subyektlari o‘rtasida vujudga keladigan iqtisodiy aloqalar majmuidir. Ular tovarlar va xizmatlar savdosi, kapital harakati, mehnat resurslari

migratsiyasi, texnologiyalar transferi, iqtisodiy yordam, moliyaviy oqimlar va boshqa shakllarda namoyon bo‘ladi.

Zamonaviy dunyoda xalqaro iqtisodiy munosabatlar juda muhim rol o‘ynaydi. Ko‘pgina mamlakatlarning ixtisoslashuv darajasi shunchalik yuqoriki, ular o‘z daromadlarining asosiy qismini tovar va xizmatlar eksporti orqali hosil qiladi [1].

MDH mamlakatlari olimlaridan Ж.А.Мингалева va Н.А.Груздевалар ham o‘zlarining ilmiy tadqiqot ishlarida mamlakatlarning xalqaro iqtisodiy munosabatlariga ta’sir etuvchi omillar to‘g‘risida fikrlarni yoritib, har qanday mamlakat ichidagi iqtisodiy faoliyatning o‘ziga xosligi ko‘plab omillar bilan belgilanadi: tabiiy resurslarning mavjudligi va ma'lum iqlim sharoitlari; milliy boylik hajmi va jamiyatning demografik tuzilishi; milliy mentalitet xususiyatlari; siyosiy, davlat va ijtimoiy tuzilish xususiyatlarini ochib beradilar [2].

Muayyan davlatning rivojlanish darajasi xalqaro iqtisodiy munosabatlardagi mavqeiga bog‘liq bo‘lib, ular ishlab chiqarish hajmiga va milliy daromadga qarab o‘zgaradi, bu xalqlarning tovar va xizmatlar sohasidagi talab va taklifini belgilaydi. Ushbu pozitsiyalarga ma'lum bir mamlakatning milliy boyligi ham ta'sir qilishlari haqida ma’lumotlarni berib o‘tadilar.

Yana bir MDH olimasi Дана Аслановна Хажкасимова ham zamonaviy xalqaro iqtisodiy munosabatlarning xususiyatlari, Brexit misolida mustaqillik harakat vektorining paradoksi holatlarini o‘rganib, zamonaviy xalqaro iqtisodiy munosabatlarni shakllantiruvchi asosiy omillarni o‘rganishga jiddiy e’tibor qaratganlar. Olimaning aytishicha mamlakatlar o‘rtasidagi xalqaro iqtisodiy munosabatlari qanday shakllanganligini qayta ko‘rib chiqish zarurati va buning uchun zarur shart-sharoit dastlab yetarlicha yaxshi tashkil etilgan millatlararo assosiatsiyalar tizimi tufayli rivojlantirish mumkinligini ta’kidlab o‘tganlar [3].

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur maqolada zamonaviy xalqaro iqtisodiy munosabatlarni shakllantiruvchi asosiy omillarini tadqiq qilish asnosida tadqiqotning tahlil, sintez, iqtisodiy-tashkiliy usul, mantiqiy tahlil, induktiv, deduktiv va mantiqiy fikrlash kabi usullardan samarali foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Yuqoridagi olimlarning fikr va mulohazalari, izlanishlarini o‘rganish natijasida tahliliy qismlarni ham amalga oshirish, tadqiqot ishimizning dolzarbliligi va natijadorligini oshiradi. Xalqaro iqtisodiy munosabatlarning shakllanishi va rivojlanishi turli nazariy maktablar tomonidan izohlangan va bu maktablarning o‘ziga xos jihatlarini namoyish etadi.

Merkantilizm maktabining asosiy xususiyati davlat eksportni rag‘batlantirib, importni cheklashi kerak degan g‘oyani ilgari suradi. Ushbu nazariya xalqaro savdoni davlat siyosatining bir qismi sifatida ekanligini alohida ahamiyat molik deb biladi. Klassik maktab esa mutlaq va nisbiy ustunlik nazariyalariga asoslangan bo‘lib, ular erkin savdo orqali barcha davlat va xalqlar foyda olishini ko‘zlashadi. Heckscher-Ohlin modeli maktablardan farqli o‘laroq mamlakatlar o‘zlarida ko‘p bo‘lgan resurslarga asoslangan mahsulotlarni eksport qilishi lozimligini asoslab beradi.

Zamonaviy yondashuvlar sifatida bugungi kunda xalqaro iqtisodiy munosabatlar faqatgina savdo bilan cheklanmay, axborot texnologiyalari, raqamli iqtisodiyot, ekologik xavfsizlik va ijtimoiy barqarorlik kabi omillar bilan chambarchas bog‘liq.

Globallashuv jarayonlari natijasida iqtisodiy faoliyatning xalqaro xarakterga ega bo‘lishi, transmilliy kompaniyalar va iqtisodiy ittifoqlar ta’siri kuchaymoqda. Bu esa xalqaro iqtisodiy munosabatlarning yangi bosqichga chiqishiga sabab bo‘ldi.

Ilmiy-texnik taraqqiyot omili va uning xalqaro iqtisodiyotga ta’sirini ko‘rib chiqsak, zamonaviy ilmiy-texnik taraqqiyot (ITT) xalqaro iqtisodiy munosabatlarni shakllantiruvchi eng muhim omillardan biridir. ITTning rivojlanishi mamlakatlar o‘rtasidagi iqtisodiy aloqalarni kuchaytiradi va yangi ish o‘rinlarini yaratadi. Misol uchun, sun’iy intellekt**,** robototexnika, 3D bosib chiqarish va IoT (Internet of Things) texnologiyalarining keng tarqalishi xalqaro sanoat ishlab chiqarishining samaradorligini oshirib, tovarlar va xizmatlar savdosini osonlashtiradi. Xitoyning raqamli iqtisodiyotdagi muvaffaqiyati ham mamlakat o‘zining ITTga kiritgan

sarmoyalari orqali global savdoni sezilarli darajada o‘zgartiradi, elektron tijorat (Alibaba, JD.com) va moliyaviy texnologiyalar (WeChat Pay) orqali xalqaro savdoni optimallashtiradi.

Raqamli iqtisodiyot omili va elektron tijoratning global iqtisodiyotga ta’siriga qarasak, raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi va elektron tijoratning o‘sishi xalqaro iqtisodiy munosabatlarga katta ta’sir ko‘rsatmoqda. Internet va mobil texnologiyalar orqali tovarlar va xizmatlar global miqyosda tezroq va samarali almashiladi. Bunday rivojlanishni Amazon, Alibaba, va eBay kabi elektron tijorat platformalari butun dunyo bo‘ylab savdo qilish imkoniyatlarini yaratdi. Ular ishlab chiqaruvchilardan to‘g‘ridan-to‘g‘ri iste’molchilarga yetkazib berish tizimini yo‘lga qo‘yib, xalqaro savdo-sotiqni soddalashtirdi.

Xalqaro tashkilotlar va iqtisodiy ittifoqlar ham xalqaro savdo jarayonlarida faol ishtirok etadi. Xalqaro tashkilotlar va iqtisodiy ittifoqlar, masalan, Jahon Savdo Tashkiloti (WTO), Yevropa Ittifoqi (EU), Sharqiy Osiyo iqtisodiy hamkorlik (ASEAN) kabi tashkilotlar davlatlar o‘rtasidagi iqtisodiy aloqalarni qo‘llab-quvvatlash va tartibga solishda muhim rol o‘ynaydi. Ushbu tashkilotlar xalqaro savdoni liberalizatsiya qilish, sarmoyalar va texnologiyalarni almashish jarayonlarini tezlashtirishga yordam beradi. Yevropa Ittifoqi (EU) o‘rtasidagi savdo-sotiq va iqtisodiy hamkorlikning mustahkamlanishi ham ularni bitta savdo tizimiga bog‘laydi. Yevropa Ittifoqining birlashgan bozorida tovarlar va xizmatlar erkin harakatlanadi, bu esa Yevropa mamlakatlari o‘rtasidagi iqtisodiy o‘zaro bog‘liqlikni oshiradi.

Xalqaro investitsiyalar va kapital oqimlari bugungi kunda xalqaro investitsiyalar va kapital oqimlari bugungi kunda global iqtisodiyotda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Xususan, to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar (FDI) mamlakatlar o‘rtasidagi iqtisodiy munosabatlarni mustahkamlashga xizmat qiladi. Xitoyning Afrikaga bo‘lgan to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalari qit’ada infratuzilma va sanoatni rivojlantirishda katta rol o‘ynadi. Bu investitsiyalar nafaqat iqtisodiy o‘sishni ta’minladi, balki Xitoy va Afrika o‘rtasidagi iqtisodiy aloqalarni mustahkamladi.

Mehnat migratsiyasi va uning xalqaro iqtisodiyotga ta’siri ham muhim bo‘lib, mehnat migratsiyasi ishchi kuchining mamlakatlar o‘rtasida harakati bo‘lib, xalqaro iqtisodiy aloqalarni kuchaytirishga yordam beradi. Xalqaro ishchi kuchining migratsiyasi nafaqat mehnat bozorini boyitadi, balki iqtisodiy resurslarni samarali taqsimlashga yordam beradi. Hindistonning yuqori malakali IT mutaxassislarini AQSh va Yevropaga eksport qilish orqali Hindiston o‘z iqtisodiyotini global miqyosda rivojlantiradi. Bu migratsiya nafaqat Hindistonning iqtisodiy salohiyatini oshiradi, balki AQSh va Yevropa mamlakatlarida ham malakali ishchi kuchi talabini qondiradi.

Xulosa va takliflar. Zamonaviy xalqaro iqtisodiy munosabatlarni shakllantiruvchi omillar, jumladan, ilmiy-texnik taraqqiyot, raqamli iqtisodiyot, xalqaro tashkilotlar, investitsiyalar va mehnat migratsiyasi, global iqtisodiyotda muhim rol o‘ynaydi. Ularning o‘zaro bog‘liqligi va integratsiyasi davlatlar o‘rtasidagi iqtisodiy hamkorlikni yanada mustahkamlaydi va yangi imkoniyatlar yaratadi.

Xalqaro iqtisodiy munosabatlarning shakllanishi va rivojlanishi uchun zamonaviy omillar, xususan, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi, global sarmoyalar oqimi, ijtimoiy va ekologik masalalarga e’tibor qaratilishi zarur. Xalqaro savdo va investitsiyalar, shuningdek, ilmiy-texnik taraqqiyot global iqtisodiyotda yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Mamlakatlar o‘rtasida raqamli savdoning rivojlanishi, xalqaro tashkilotlarning rolini kuchaytirish va barqaror rivojlanish yo‘nalishlariga e’tibor qaratish xalqaro iqtisodiy munosabatlarning mustahkamlanishiga xizmat qiladi. Yuqorida keltirilgan xulosadan quyidagi takliflarni ishlab chiqamiz:

- Raqamli iqtisodiyotga investitsiyalarni oshirish kelajakda raqamli texnologiyalarni rivojlantirishga davlatlar o‘rtasidagi hamkorlikni kengaytirish va yangi infratuzilmalar yaratish zarurligi, shu orqali elektron tijorat va raqamli savdo tizimlarini yaxshilash va yangi imkoniyatlar yaratish mumkin;
- Xalqaro tashkilotlar va iqtisodiy ittifoqlarning samaradorligini oshirish borasida xalqaro iqtisodiy tashkilotlar va iqtisodiy ittifoqlarning rolini kuchaytirish, savdo va investitsiyalarning erkin harakatlanishiga imkon yaratish zarur. Bu tashkilotlarning ko‘proq mamlakatlar o‘rtasida iqtisodiy hamkorlikni rivojlantirishga yordam berishi mumkin;

- Texnologiyalar transferini qo‘llab-quvvatlash natijasida ilmiy-texnik taraqqiyot va innovatsiyalarni transfer qilishni rag‘batlantirish, o‘rta va past darajadagi iqtisodiyotga ega mamlakatlarga yangi texnologiyalarni joriy etishga ko‘maklashish imkoniyati yaratiladi. Bu, ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlar uchun iqtisodiy o‘sish va barqarorlikka olib kelishi yuqoridir;
- Barqaror rivojlanish siyosat asosida ekologik xavfsizlik va barqaror rivojlanish talablariga javob beradigan siyosatni ishlab chiqish, atrof-muhitni himoya qilish, yashil iqtisodiyotga o‘tishni qo‘llab-quvvatlash xalqaro iqtisodiy munosabatlarni yanada mustahkamlashi mumkin;
- Mehnat migratsiyasini tartibga solish orqali mehnat migratsiyasini tartibga solish va ijtimoiy himoyani kuchaytirish, ishchi kuchining malakali harakatini rag‘batlantirish hamda iqtisodiy hamkorlikni rivojlantirish mumkin bo‘ladi;
- Xalqaro iqtisodiy siyosatni innovatsion asosda rivojlantirish natijasida davlatlar o‘rtasidagi iqtisodiy aloqalarni yanada mustahkamlash uchun innovatsion yondashuvlarni qo‘llash, shuningdek, yangi iqtisodiy hamkorlik va savdo shakllarini yaratish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. https://foxford.ru/wiki/geografiya/mezhdunarodnie-ekonomicheskie-otnosheniia-ih-formi-geograficeskie-osobennosti?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
2. Мингалева Ж. А., Груздева Н. А. Факторы, влияющие на международные экономические позиции страны // Проблемы современной экономики (Новосибирск). 2010. №1-1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/faktory-vliyayuschie-na-mezhdunarodnye-ekonomicheskie-pozitsii-strany
3. Дана Аслановна Хажкасимова Современные международные экономические отношения: парадокс вектора движения к независимости и самостоятельности на примере Brexit // Научные записки молодых исследователей. 2023. №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-mezhdunarodnye-ekonomicheskie-otnosheniya-paradoks-vektora-dvizheniya-k-nezavisimosti-i-samostoyatelnosti-na-primere

Ғ.Мустафоев, С.Худойбердиева

Основные факторы, формирующие современные международные экономические отношения

Аннотация. В статье анализируются основные факторы, формирующие современные международные экономические отношения. В частности, такие факторы, как научно-технический прогресс, цифровая экономика, роль международных организаций, инвестиционные потоки, трудовая миграция, глобальная специализация, экологическая устойчивость, рассматривались с точки зрения их влияния на международные экономические отношения. На основе анализа утверждается, что эти факторы приводят к изменению форм международного сотрудничества и появлению новых экономических моделей и политик.

Ключевые слова: Международные экономические отношения, глобализация, цифровая экономика, инвестиционные потоки, международные организации, научно-технический прогресс, экономическая интеграция.

G.S.Mustafoyev, S.B.Khudoyberdieva

Main factors shaping modern international economic relations

Abstract. This article analyzes the main factors shaping modern international economic relations. In particular, factors such as scientific and technological progress, the digital economy, the role of international organizations, investment flows, labor migration, global specialization, and environmental sustainability are considered from the perspective of their impact on international economic relations. Based on the analysis, it is argued that these factors are leading to changes in the forms of international cooperation, the emergence of new economic models and policies.

Keywords: International economic relations, globalization, digital economy, investment flows, international organizations, scientific and technological progress, economic integration.

Аскар Хайдарович Джумаев – СамИСИ, “Рақамли иқтисодиёт” кафедраси катта ўқитувчиси.

ХУЛҚ - АТВОР ИҚТИСОДИЁТИНИНГ ҚИСҚАЧА МАЗМУН-МОҲИЯТИ, АҲАМИЯТИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада хулқ-атвор иқтисодиётининг келиб чиқиши ва моҳияти, унинг инсон кундалик ҳаётига таъсири очиб берилган. Замонавий хулқ - атвор иқтисодиётининг асосий асосий тушунчалари ва унинг ривожланиш истиқболлари тавсифланган. Хулқ - атвор иқтисодиётининг шаклланиши ва ривожланишидаги асосий жиҳатлар ва ҳиссаларга эътибор қаратилади.
Калит сўзлар: хулқ - атвор иқтисодиёти, иқтисодий назария, психология, рационаллик, либертариан патернализм, минимал инвазив.

Кириш. Замонавий жамият ва жаҳон иқтисодиётидаги жараёнлар йилдан-йилга кўп қиррали ва мураккаблашиб бормоқда. Иқтисодий тадқиқотлар фанлараро ёндашувни қўллашни, иқтисодий субъектларнинг шахсий хусусиятлари ва ўзаро чамбарчас боғлиқлигини, макроиқтисодий омилларни ва жамият ривожланишининг умумий тенденцияларини ҳисобга олишни талаб қилади. Иқтисодиёт фани учун янада каттароқ муаммолар истеъмолчи хулқ-атворининг замонавий тендентсиялари, масалан, экологизатсия, эстетика, истеъмолчи танловининг ҳиссий асосининг ўзгариши, ривожланаётган хайрия иқтисодиёти ва иқтисодий фаолиятнинг ахлоқий асослари янгидан биринчи ўринга чиқмоқда.

Ушбу иқтисодий, ижтимоий ларзалар ва тенденцияларнинг барчасини олдиндан айтиб бўлмайди, энг муҳими, уларни мавжуд иқтисодий моделлар нуқтаи назаридан расмийлаштириш ва тавсифлаш деярли мумкин эмас. Масалан, сўнгги йилларда уй хўжаликларининг экологик тоза маҳсулотларни истеъмол қилиш, қайта тикланадиган энергия манбаларидан фойдаланиш ва атроф-муҳитни сақлаш ва тиклашга ҳар томонлама ҳисса қўшиш истагини оқилона иқтисодий сабаблар доирасида тушунтириб бўлмайди, чунки бундай хатти-ҳаракатлар анъанавий моделга нисбатан қимматроқ бўлади ва асосий эҳтиёжларни тўлиқ қондирмайди. Кўп жиҳатдан бу хатти-ҳаракат ҳиссий бўлиб, одамларнинг ички ахлоқий мотивлари ва юқори, мураккаб эҳтиёжларни қондириш истаги билан белгиланади. Бундай шароитда мавжуд иқтисодий моделларни модернизация қилиш ва замонавий таҳдидларга мослаштириш масаласи айниқса долзарб бўлиб қолмоқда. Аммо бунинг учун деярли барча иқтисодий назарияларнинг асоси бўлган фундаментал моделга - иқтисодий инсон моделига тузатиш киритиш зарур.

Анъанавий иқтисодиёт фани бозордаги вазиятни башорат қилишга ҳамда инсон хулқ - атворини моделлаштиришга қодир эмас. Шу муносабат билан ҳеч қандай психологик жиҳатларга бўйсунмайдиган иқтисодий инсон концепциясини норационал ва кундалик ҳаётга мос келмайдиган деб ҳисоблаш мумкин. Ушбу омиллар таъсирида қарор қабул қилиш психологиясини ҳисобга оладиган ва инсоннинг бозордаги хатти-ҳаракатларини башорат қиладиган иқтисодиётнинг янги тармоғини топиш муаммоси долзарб бўлиб қолди. Ушбу муаммонинг ечими хулқ - атвор иқтисодиёти бўлиб, у анъанавий иқтисодиёт фанининг дунёқараши ва чегараларини кенгайтирди. **Ушбу мақоланинг мақсади,** хулқ - атвор назариясини иқтисодий инсон моделининг мантиқий ривожланиш варианти сифатида тақдим этишдир.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Тадқиқот таҳлили учун Ғарб мамлакатлари ва Россиялик муаллифларининг қуйидаги масалаларга оид назарий мақолалари асос бўлди:

- иқтисодий инсон моделини аниқлаш, уни ривожлантириш муаммолари; - хулқ - атвор назариясининг моҳияти, ривожланиш босқичлари ва фанлараро боғлиқлиги;

- иқтисодий инсоннинг неоклассик модели ва хулқ - атвор назариясининг синтези бўйича мунозаралар.

Юқорида кўрсатилган масалалар бўйича материалнинг мантиқий таҳлили амалга оширилган ва замонавий тадқиқотларда хулқ - атвор молиясининг аҳамиятига оид хулосалар тақдим этилган ҳамда хулқ - атворнинг рационал моделидан оғиш ҳолатларида

иқтисодий инсон моделини тўлдирувчи элемент сифатида хулқ-атвор назариясининг роли батафсил ифодаланган.

Масалан, Ричард Талер иқтисодий инсон моделлари таснифини тақдим этиш орқали фанлараро тадқиқотларга ўтиш, шунингдек, шахсийлаштирилган моделлардан фойдаланиш зарурлиги ҳақидаги хулосани асослайди. Россиялик иқтисодчи олим Капелюшников Р.И., А. Смит ва Д.М. Кейнснинг иқтисодий инсон моделининг ўта рационал истеъмолчилик хулқ - атворига йўналтирилганлиги сабабли аниқ деструктивлигини кўрсатади. Муаллиф ушбу моделлар ва уларнинг замонавий бозор иқтисодиёти доирасида амалга оширилиши одамларнинг иқтисодий фаолиятининг ахлоқий ва маънавий асосларига, уларнинг касбий ўз-ўзини ривожлантиришга ўрин қолдирмаслигига эътибор қаратади.

Тадқиқот методологияси. Иқтисодий инсонни иқтисодий (бозорий) агент сифатидаги ҳатти – ҳаракатларини таҳлили этишда, асосан психология фанида кенг қўлланиладиган мантиқий таҳлил ва иқтисодий ҳамда ҳуқуқий фанларда қўлланиладиган кузатиш ва эмпирик услублардан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар. Замонавий рақобатни илғор технологиялар ва юқори рақобат билан ажралиб туришини инкор этиб бўлмайди. Ҳозирги шароитда инсоннинг хилма-хил эҳтиёжларини, шунингдек, унинг оптимал фаолият кўрсатишини таъминлаш ва қўллаб - қувватлаш мақсадида унинг бозордаги ҳаракат тарзи ва хулқ-атвор моделини иложи борича чуқур ва ҳар томонлама ўрганиш ва тушуниш зарур. Ушбу муаммонинг ечимини хулқ - атвор иқтисодиётида топиш мумкин. У одамларнинг қарор қабул қилишида марказий ўринни эгаллайди, чунки юзага келган вазият, фикрлар, кайфият ва ижтимоий муҳитга қараб инсоннинг хулқ - атвори ўзгаради. Хулқ - атвор иқтисодиёти одамлар ва ташкилотларнинг иқтисодий қарорлар қабул қилишига ижтимоий, когнитив ва ҳиссий омиллар қандай таъсир қилишини ва қабул қилинган қарорлар бозорга қандай таъсир қилишини ўрганадиган иқтисодиёт соҳаси сифатида таърифланади[1].

Иқтисодиётнинг бошқа бўлимлари билан таққослаганда, хулқ-атвор иқтисодиёти аниқ чегараларга эга эмас. Иқтисодиётнинг ушбу соҳасини ўрганишнинг асосий объекти иқтисодий агентларнинг рационаллик чегаралари ҳисобланади. Хулқ - атвор иқтисодиётида ўрганиладиган хулқ - атвор моделлари кўпинча психология ютуқларини неоклассик иқтисодий назария билан бирлаштириб, бир қатор тушунчалар, усуллар ва тадқиқот соҳаларини қамраб олади. Хулқ - атвор иқтисодиёти мутахассисларини нафақат бозорда содир бўлаётган ҳодисалар, балки иқтисодий агентлар томонидан қарор қабул қилишда когнитив хатолар ва худбинлик элементларини ўз ичига олган жамоавий танлов жараёнлари ҳам қизиқтиради[1]. Хулқ - атвор иқтисодиётининг роли йил сайин ортиб бормоқда ва инсоннинг кундалик ҳаётига кучли таъсир кўрсатмоқда.

Иқтисодий назария фанининг хулқ - атвор йўналиши икки фан - иқтисодиёт ва психологиянинг бирлашуви натижасида вужудга келиб, бутун иқтисодиётнинг методологияси ва имкониятларини кенгайтирди. Одамларнинг хатти-ҳаракатларини ҳар доим ҳам рационал ёки универсал усуллар билан тасвирлаб бўлмайди. Шу муносабат билан хулқ - атвор иқтисодиёти инсон хатти-ҳаракатларини, унинг хулқ -атворини тушунтиришнинг жуда кўп ва хилма-хил усулларини тақдим этди. Анъанавий иқтисодиётда, хусусан, иқтисодиёт назариясида ривожланаётган ёш тармоқ – хулқ - атвор иқтисодиёти ёрдамида ҳал қилиниши мумкин бўлган долзарб муаммолар анчагина. Шуни ҳам таъкидлаш керакки, хулқ - атвор иқтисодиёти иқтисодий масалаларни ўрганиш учун экспериментал усуллардан фойдаланадиган экспериментал иқтисодиётдан фарқ қилади, бунда экспериментал иқтисодиётнинг барча йўналишлари психология билан боғлиқ эмас[2].

Кўпгина тадқиқотлар қарор қабул қилишнинг психологик жиҳатларини ўрганишига қарамай, тажрибалар институтларнинг ҳаракатини тушунтиришни мақсад қилади ёки бозор механизмларини лойиҳалашнинг дастлабки синовлари ҳисобланади. “Хулқ - атвор иқтисодиёти кўп жиҳатдан кузатиш назарияси ва услубига таянади ва фақат айрим ҳолларда экспериментал усуллардан фойдаланиши мумкин”[4].

Замонавий хулқ - атвор иқтисодиётининг моҳияти ва ролини қуйидаги асосий тушунчалар ёрдамида очиб бериш мумкин:

- таваккалчиликни қабул қилмаслик ва эгалик қилиш самараси, яъни индивидлар учун йўқотишдан қўрқиш хосдир, шунинг учун улар ўзларида мавжуд бўлган нарсалар ўзларида мавжуд бўлмаган шунга ўхшаш буюмлардан кўра қимматлироқ бўлгандек ҳаракат қилишади;

- "ақлий ҳисоблар" - одамлар ривожланишнинг янги импульсларини яратиш орқали молиявий қарорлар қабул қилиш жараёнини қандай соддалаштиришини тушунтирувчи психологик тушунча: илмий тадқиқот масалалари - алоҳида "ҳисоблар"нинг маълум бир тўплами ва уларнинг умумий натижасига эмас, балки ҳар бир алоҳида қарорнинг алоҳида оқибатларига кўпроқ эътибор қаратишади;

- "режалаштирувчи - ижрочи" ўзини ўзи назорат қилиш модели, унга кўра шахсда иккита "мен" мавжуд:

а) узоқни кўра олмайдиган ижрочи;

б) узоқни кўра оладиган режалаштирувчи, у бутун умри давомида фойдалиликни максимал даражада ошириш билан шуғулланади, ижрочи эса фақат жорий фойдалиликка эътибор қаратади, шунинг учун ҳам режалаштирувчининг ижрочи ҳаракатларини бошқариш қобилияти инсоннинг шахсий хусусиятларига (ўзини ўзи бошқариш, ирода кучи ва бошқалар) боғлиқ;

- "libertar paternalizm" "минимал инвазив иқтисодий сиёсат" нинг асоси сифатида, унинг моҳияти одамларнинг танлаш имкониятлари чекланмаслиги шарти билан уларнинг фаровонлигини узоқ муддатли оширишдан иборат;

- Россиялик тадқиқотчи Р.И. Капелюшниковнинг фикрича, "янги патернализм" ғоялари билан яратилган меъёрий дастур анъанавий неоклассик фаровонлик назарияси таклиф қилган нарсага нисбатан давлатнинг одамларнинг иқтисодий ва шахсий ҳаётига рухсат этилган аралашуви чегараларини сезиларли даражада кенгайтирди" [3].

- адолат иқтисодий агентларнинг ижтимоий афзаллиги бўлиб, фойдани максималлаштиришни чеклайди ва баъзи шахслар ҳатто аноним муҳитда ҳам бошқалар билан ҳалол муносабатда бўлишида намоён бўлади, бошқалар эса уларга нисбатан адолатсиз муносабатда бўлганларни жазолаш учун ресурслардан воз кечишга тайёр, баъзи одамлар эса бошқаларга нисбатан адолатсиз хатти-ҳаракатлар ва умумий қоидаларни бузганлик учун жазолаш учун ўз ресурсларини сарфлашга тайёр;

- хулқ - атворга асосланган молиялаштириш хулқ - атвор иқтисодиётига таянади ва фонд бозорининг янги маълумотларга ҳаддан ташқари реакцияси ҳақидаги гипотезага, шунингдек, "йўқотишларга яқин масофадан нафратланиш," яъни инвесторларнинг қисқа муддатли истиқболда фойдани қайта баҳолашга мойиллигига асосланади.

Иқтисодиёт бўйича 2017-йилги Нобел мукофоти совриндори Р.Талер хулқ - атвор иқтисодиёти классикларининг ишларига асосланиб, анъанавий иқтисодий назария хулосаларини шубҳа остига қўйди ва одамларнинг қарор қабул қилишини белгилайдиган учта психологик омилни кўриб чиқди: адолатни идрок этиш, ўз-ўзини назорат қилишнинг йўқлиги ва чекланган рационаллик.

Замонавий хулқ - атвор иқтисодиётини Талернинг ҳиссасисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Унинг хизмати, биринчидан, иқтисодий агентлар томонидан қарор қабул қилишнинг иқтисодий ва психологик таҳлилини бирлаштиришдан иборат эди. Иккинчидан, анъанавий иқтисодий концепцияни чекланган рационаллик, "ақлий ҳисоб-китоблар," "либертар патернализм" тушунчалари ёрдамида кенгайтирадиган хулқ - атвор иқтисодиётининг янги соҳасини яратиш бўлиб, хулқ - атвор иқтисодиёти билимларига асосланган иқтисодий сиёсат одамларга янада мувозанатли ва тўғри қарорлар қабул қилишга ёрдам бериши мумкинлигини кўрсатади.

Хулоса ва таклифлар. Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, хилма-хил иқтисодий ҳодисаларни ўрганишда хулқ - атвор иқтисодиёти катта амалий аҳамиятга эга. Хулқ - атвор иқтисодиёти - бу одамларда хулқ - атвор ва қарор қабул қилиш

стратегияларини, шу жумладан махсус когнитив, психологик, ижтимоий ва ҳиссий омилларнинг таъсирини таҳлил қиладиган тадқиқот соҳасидир. Иқтисодиётнинг мазкур йўналиши ҳозирги босқичдаёқ асосланган мантиқий иерархик тузилмани ифодалайди. Хулқ - атвор иқтисодиётининг илмий ҳиссаси анъанавий иқтисодий назария чегараларини кенгайтириш ва чекловларни бартараф этишдан иборат. Шу билан бирга, инсоннинг хатти - ҳаракатларини ва унинг бозорий муносабатлар тизимидаги хулқ - атвор моделини башорат қилиш имконияти ортади.

Хулқ - атвор иқтисодиёти илгари ўрганилмаган ижтимоий-иқтисодий ҳодисаларга мурожаат қилади, шунингдек, инсон хулқ - атворининг стандарт иқтисодий моделлар тахминларидан қандай фарқ қилишини тавсифлаш билан шуғулланади.

Шуни ҳам таъкидлаш керакки, хулқ - атвор назарияси доирасидаги тадқиқотлар энг янги бошқарув назарияларини ишлаб чиқишга туртки бўлди. Хулқ - атвор иқтисодиётини янада ривожлантириш учун ҳали кўп куч, вақт ва реал иқтисодий билимлар керак бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Нобелевскую премию по экономике получил американец Ричард Талер // BBC news русская служба [Электронный ресурс]. - URL: https://www.bbc.com/russian/news-41552764 (Дата обращения: 23.04.2020).

2. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. - Litres, 2018. - С. 366.

3. Капелюшников Р.И. Поведенческая экономика и новый патернализм // Полит.ру. - 2013. - 12.11. - Режим доступа: http://polit.ru/article/2013/11/12/ paternalism/

4. Кирсанов И.А., Парфенова Л.Б. поведенческая экономическая теория и поведенческие финансы как необходимый этап развития модели экономического человека // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 9-1. С. 48-57;

А.Джумаев

Краткое содержание сущности, значения и перспективы поведенческой экономики

Аннотация: В данной статье раскрыты происхождение и сущность поведенческой экономики, ее влияние на повседневную жизнь человека. Описываются основные ключевые понятия современной поведенческой экономики и перспективы его развития. Уделяется внимание основополагающим моментам и вкладам в становление и развития поведенческой экономики.

Ключевые слова: поведенческая экономика, экономическая теория, психология, рациональность, либертарианский патернализм. минимально инвазивный.

A.Jumayev

Brief summary of the essence, significance, and prospects of behavioral economics

Abstract: This article explores the origins and essence of behavioral economics and its impact on human daily life. The main key concepts of modern behavioral economics and its development prospects are described. Attention is paid to the fundamental moments and contributions to the establishment and development of behavioral economics.

Keywords: behavioral economics, economic theory, psychology, rationality, libertarian paternalism. minimally invasive.

Анвар Нематович Холиқулов – СамИСИ, “Иқтисодий таҳлил ва статистика” кафедраси мудири, и.ф.н., профессор

СЕРВИС ФАОЛИЯТИ МАДАНИЯТИ ТУШУНЧАСИНИНГ НАЗАРИЙ ТАЛҚИНИ

Аннотация: Ушбу мақолада сервис фаолияти маданияти, хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданияти тушунчаларига такомиллашган таърифи ишлаб чиқилган, ҳамда хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси сифатини оширишда, унинг фаолиятида сервис маданиятининг барча турларини муттасил ошириб ва такомиллаштириб бориш йўллари келтирилган.

Калит сўзлар: Сервис, сервис фаолияти маданияти, хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданияти, сервис сифати.

Кириш. Ҳақиқатда сервис бир кишига кўрсатилади. Бир киши дунёнинг турли мамлакатлар вакиллари бўлиши мумкин. Ушбу шахс қаерда бўлса ўзига хос ва мос хизматдан баҳраманд бўлишни тақозо қилади. Шу туфайли хизмат маданияти жуда юқори ва ҳаммага мос бўлиши учун у дунё миқиёсида эришилган ютуқ ва тажрибаларни умумлаштирган ва ўзида мужассам этган бўлишлари лозимдир.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Хизмат кўрсатиш ва туризм соҳаси тадқиқотлари билан бир қанча МДҲ мамлакатлари олимлари шуғулланиб келмоқдалар. Булар жумласига М.Б.Биржаков[1], В.А.Квартальнов[2], кабиларини киритиш мумкин. Республикамиз олимларидан М.Қ. Пардаев[3], М.М.Мухаммедов[4], К.Б.Уразов[5] кабиларнинг асарларида хизмат кўрсатиш соҳаси ва меҳмонхона бизнесини ривожлантириш масалалари тадқиқ этилган.

Бироқ, мазкур олимларнинг асарларида хизмат кўрсатиш корхоналарида сервис сифатини яхшилаш, улар самарадорлигини ошириш масалалари махсус ва чуқур тадқиқ этилмаган. Хизмат кўрсатиш корхоналари самарадорлиги таҳлилини такомиллаштиришнинг назарий ва услубий асослари яратилмаганлиги бу мавзуда чуқур тадқиқот олиб бориш лозимлигини тақозо қилади.

Тадқиқот методологияси. Тадқиқот давомида анализ ва синтез, индукция ва дедукция, сабаб ва оқибат, макон ва замон, тизимли ёндошув каби услублардан, натижа билан омиллар ўртасидаги боғлиқлик функционал бўлганда молиявий-иқтисодий таҳлилнинг анъанавий усулларидан, улар ўртасидаги боғлиқлик стахостик бўлганда иқтисодий-математик ва статистик усуллардан ҳам фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар. Сервис фаолияти маданияти дейилганда, унинг истеъмолчиларига қулай бўлган, бу борадаги миллий ва умуминсоний қадриятларга таянган ва инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда сервис хизматини аъло даражада кўрсатиш жараёнининг мажмуи тушунилади. Кўриниб турибдики, сервис бевосита унинг истеъмолчиларига (инсонлар, корхона ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар, жамият ва давлат) қаратилган. Уларнинг сервисга бўлган талабини фақат қондирибгина қолмасдан, уларга юқори савияда хизмат қилиш орқали, уларнинг барча талабларини ҳар томонлама қондирган ҳолда ижро этилиши тушинилади. Булар, жамиятнинг иқтисодий ва ижтимоий барқарорлигини таъминлашда сервис хизматларининг ҳам ўзига хос ўрни борлиги тўғрисида тегишли, хулоса қилишимиз учун асос бўлади.

Буларнинг ҳаммаси хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси фаолияти маданиятининг муҳим қисми бўлиб ҳисобланади. Аммо ҳар қандай фаолият сингари сервис фаолияти ҳам доимий равишда такомиллашиб, ҳаётимизга мослашиб боради. Шу туфайли ушбу соҳани ҳам доимий равишда модернизация қилиб боришга тўғри келади. Бугунги кун талабидан келиб чиққан ҳолда хизмат кўрсатиш корхоналари сервисига қуйидагича таъриф бериш мумкин. Хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданияти

---

[1] Биржаков М.Б. Введение в туризм. С.Пб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2006 г.

[2] Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2003.-320 б., Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика: Избранные труды: В 5ти. т. –М.: Финансы и статистика, 1998

[3] Пардаев М.Қ. Атабаев Р. Туризм асослари. Самарқанд, СамИСИ. 2006 – 74 б., Пардаев М.Қ., Атабаев Р, Пардаев Б.Р. Туризмни ривожлантириш имкониятлари.Т.: “Фан ва технология”. 2007. 32 бет, Хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм сохаларини ривожлантириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари. Т.: “Иқтисод ва молия”. 2008. 259 б.

[4]Мухаммедов М.М., Рахматов Ф. Туризм соҳасида бозор муносабатларининг шаклланиши ва унинг тармоқ самарадорлиги кўрсатгичларига таъсири. //Сервис ва туризм: Бошқариш ва ривожлантириш муаммолари. Халқаро илмий-амалий анжуман материаллари. Самарқанд, 2007, 4-7 сентябр.

[5] Уразов К.Б. Туристик ташкилотларда бухгалтерия ҳисобини ташкил қилиш асослари. Самарқанд, СамИСИ, 2007. – 46 б., Хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳаларини ривожлантириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари. Монография. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2008. 8-боб. - 219-242 бетлар., Уразов К.Б., Худайбердиев Н.У. Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаси корхоналарида бухгалтерия ҳисобининг долзарб муаммолари. “Сервис” журнали. – 2009. № 1 – 107-114 бетлар.

деганда унинг хизмат кўрсатиш корхоналари мижозларига қулай бўлган, уларни қаноатлантирадиган, миллий ва умуминсоний қадриятларга таянган ва инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда сервис хизматини аъло даражада кўрсата оладиган малакали ходимлар хизматларининг мажмуи тушунилади.

Ушбу таърифни назарий жиҳатдан шу билан асослаш мумкинки, биринчидан, хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданияти бевосита мижозларга кўрсатиладиган хизматлар қулай бўлиши лозим. Зеро, кўрсатиладиган хизмат маданияти, энг аввало, қулайликни таъминлашини тақозо қилади. Иккинчидан, ҳар қандай хизмат мижозларни қаноатлантирадиган, уларнинг кўнглига мос, кайфиятини кўтарадиган бўлиши лозим. Учинчидан, ҳар қандай кўрсатиладиган хизматларда миллий ва умуминсоний қадриятлар уйғунлашган ва уларга таянган бўлиши керак. Тўртинчидан, кўрсатиладиган хизматлар инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда амалга оширилиши лозим. Бешинчидан эса, сервис хизматини аъло даражада кўрсата оладиган малакали ходимлар томонидан кўрсатилган хизматларининг мажмуи бўлмоғи лозим. Кўриниб турибдики, юқоридаги таъриф ушбу талабларнинг ҳаммасига жавоб беради.

Шу билан бирга таъкидлаш жоизки, сервис фаолияти ва унга қўйилган талаблар, хусусан, хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданияти доимий равишда такомиллашиб бориши лозим бўлган жараёндир. Шу туфайли мазкур таърифда тарих, бугунги ҳолат ва миллат истиқболи ўз ифодасини топган.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси сифатини оширишда, унинг фаолиятида сервис маданиятининг барча турларини муттасил ошириб ва такомиллаштириб бориш лозимдир. Аммо унга эришишнинг турли бевосита ва билвосита йўллари мавжуд. Бизнинг фикримизча, унга эришиш учун қуйидаги табирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир:

Биринчидан, давлат томонидан инсонларнинг юқори сифат даражасида яшашини таъминлашга қаратилган тадбирларни такомиллаштириб бориши, одамларнинг иқтисодий аҳволининг яхшиланиши ва улар учун яратиладиган сервис хизматини ривожлантириш чораларининг ҳукуматнинг муттасил эътиборида бўлиши. Бу ҳолат хизмат кўрсатиш корхоналарида ҳам сервис хизмати маданиятини ошириш имкониятини беради.

Иккинчидан, сервис фаолияти маданиятини ўзида мужассам этган сервисга оид фанларнинг мавжудлигини таъминлаш ва уларнинг реал ҳаётимизни яхшилашдаги ўрнини кучайтириш ҳамда бу борада кўплаб оммавий ахборот воситаларида чиқишлар қилиб, сервиснинг мазмун-моҳиятини оммага, кенг жамоатчиликка тушунтириш ишларини олиб бориш.

Сервиснинг мазмун-моҳиятини ва уни амалга оширишнинг механизмларини, юқори сифатга эришиш йўлларини ҳам оммавий ахборот воситаларида кўплаб ёритишга эришиш лозимдир. Одамлар ва мутахассислар маданиятнинг нималигини билмасалар, уни амалга оширишни ҳам табиий ҳолда билмайдилар.

Учинчидан, инсонлар онгида сервис фаолияти маданиятининг шаклланиши, яъни инсонлар онгида ғоялар, қарашлар, ҳис-туйғулар, фикрлар, кайфиятлар тизимининг шаклланиши ва уларнинг яшаш тарзига айланишига эришиш лозимдир. Бу тадбирнинг амалга оширилишига ҳам мунтаззам ва тизимли ёндошилган ҳолда олиб бориш керак бўлади. Ҳар бир ишни виждонан ҳис қилсагина унинг сифатини ва самарадорлигини оширишга чин дилдан киришади. Бу ҳолат хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданиятини оширишга ҳам бевосита боғлиқдир.

Тўртинчидан, миллий ва умуминсоний жабҳаларда илгарги эришилган сервис фаолияти маданияти бўйича кенг тажриба ва ютуқларни умумлаштириш, уларни бугунги ҳаётимизга жорий қилинишига эришиш ва улардан самарали фойдаланиш йўлларини ишлаб чиқиш даркор.

Бешинчидан, мамлакатда сервис фаолияти маданиятини баҳолаш, рағбатлантириш бўйича меъёрий ҳужжатларнинг ишлаб чиқилишига ва уларнинг ҳаётда беками-кўст

ишлашини таъминлаш механизмининг мавжудлигига эришиш, бунда давлат билан нодавлат тузилмаларининг роли ва мажбуриятларини ошириш керак.

Олтинчидан, одамларнинг сервис фаолияти маданиятини баҳолайдиган меъзонларни билиши ва уларда мазкур мезонларни талаб қиладиган савиянинг мавжудлигини шакллантириш, сервисга эътиборни қаратиш ҳар бир кишининг кундалик ҳаёт тарзига айланишини таъминлаш.

Еттинчидан, сервис фаолиятининг сертификацияланганлиги ва лицензия зарур бўлган ҳолларда у билан таъминланиш даражасининг йўлга қўйилишига эришиш ва шулар асосида фаолият кўрсатишга сервис билан шуғулланувчи ходимларнинг ва истеъмолчиларнинг кўникмасининг ҳосил бўлишини таъминлаш муқаррар.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервисининг маданияти ҳам доимий ва барқарор эмас. Ҳар сафар унинг сифат даражаси турлича бўлиши мумкин. Аммо маданиятсиз хизмат мижозларни қочиради, субъектнинг нуфузини туширади. Шу туфайли хизмат маданияти масаласини доимий равишда назорат қилиб туриш лозим бўлади.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси сифатини назорат қилишда қуйидаги назорат турларини амалга ошириш мумкин:

- танлаб назоратни амалга ошириш;
- истеъмолчига (мижозга, харидорга) сервис сифати бўйича анкета тарқатиб, уларнинг жавобларига асосланиш;
- истеъмолчилар (мижозлар, харидорлар) билан сервис сифатини текширишни раҳбариятнинг вақти-вақти билан оғзаки сўров ўтказиш йўли билан амалга ошириш.

Хулоса. Хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданиятини аниқлаш ва уни доимий равишда такомиллаштириб бориш учун мазкур субъектда махсус ижодий гуруҳ бўлишини тақозо қилади. Ушбу гуруҳ ҳар ҳафтанинг бир кунида сервис сифати билан боғлиқ масалаларни муҳокама қилиб, тегишли хулосалар чиқариб, уни такомиллаштириш масаласи бўйича тегишли тавсиялар ишлаб чиқмоғи ва уларни навбатдаги ҳафтадан бошлаб амалиётга жорий қилмоғи лозим. Чунки ҳозирги шароитда ҳар куни барча соҳаларда рўй бераётганлиги сингари хизмат соҳасида ҳам, унинг янги-янги турлари кундалик ҳаётимизга кириб келмоқда. Бу янгиликлар асосан фан ва техниканинг ривожланиши билан боғлиқ. Масалан мустақилликгача уяли телефон мамлакатимиз учун эртак бўлган бўлса, бугунги кунда у кундалик ҳаётимизнинг ажралмас қисмига айланиб қолди. Худди шундай ҳолатни компьютер техникаси бўйича ҳам айтиш мумкин. Булардан фойдалангандан кейин, уларга хизмат қиладиган ва таъмирлайдиган хизматнинг янги турлари ҳам пайдо бўлади. Бундай жараёндан орқада қолиш бугунги рақобат шароитида кўп нарсалардан ютқазиб қўйишлари мумкин.

А.Холикулов

Теоретическая интерпретация понятия культуры сервисной деятельности

Аннотация: В данной статье дается усовершенствованное определение понятия культуры обслуживания, культуры обслуживания предприятий сферы услуг, а также пути непрерывного повышения и совершенствования всех видов культуры обслуживания при повышении качества обслуживания предприятий сферы услуг.

Ключевые слова: Сервис, культура сервисной деятельности, культура обслуживания сервисных предприятий, качество обслуживания.

A.Kholikulov

Theoretical interpretation of the concept of culture of service activity

Abstract: This article provides an improved definition of the concept of service culture, service culture of service enterprises, as well as ways to continuously increase and improve all types of service culture in improving the quality of service of service enterprises.

Keywords: Service, culture of service activity, service culture of service enterprises, service quality.

ИННОВАЦИЯ ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ

Комил Бахрамович Уразов – Самаркандский институт экономики и сервиса
д.э.н., профессор
Мадина Шайманкуловна Хушмуродова – Международный университет туризма и культурного наследия «Шелковый путь» , PhD

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация. В данной статье исследованы основные тенденции развития электронной торговли на фоне глобальных преобразований, протекающих в мире и нашей республике; проведен социологический анализ состояния электронной торговли, который позволит выявить основные тенденции изменения спроса, способствующие активизации электронной торговли.

Ключевые термины: рынок электронной торговлия, факторы развития электронной торговли, переход на интернет-торговлю и международные платформы, модернизация сайта, ребрендинг, трансформация в маркетплейсы.

Введение Электронная торговля в Узбекистане находится на этапе становления. На данный момент ее доля составляет единицы процентов. Однако этот сектор быстро растет из-за слабой развитости традиционных торговых сетей, которые не могут противостоять электронной торговле, но и не могут питать ее. Базары участвуют в электронной торговле, но они тоже не представляют значительной конкуренции. В результате электронная торговля становится новым и удобным способом покупки товаров и услуг, который быстро набирает популярность. Сейчас рынок электронной торговли находится на этапе активного формирования и первых важных шагов.

Анализ литературы по теме. В современной зарубежной и отечественной науке термин электронная торговая деятельность трактуются исходя из подходов применения в бизнес-процессах. В работах российских ученых В. Анфиногенова, И. Балабанова, Т.В.Дианова, а также в международных и отечественных нормативно-правовых актах электронную торговлю рассматривают в качестве основной разновидности электронной коммерции как процесс, непосредственно направленный на совершение актов купли-продажи с использованием средств электронной коммуникации.

Методология исследования. Теоретической и методологической основой исследования послужили фундаментальные концепции развития электронной торговли, представленные в трудах отечественных и зарубежных ученых, Указы и Постановления Президента, Кабинета Министров, законодательные, директивные и нормативные акты, фактические данные о результатах торговой деятельности, социологические методы, статистическая обработка материалов исследования.

Анализ и результаты. Данные, представленные на диаграмме 1, показывают стремительный рост в среднем на 6,0%. Отмечая возрастание значимости электронной торговли в глобальных экономических показателях целесообразно исследование концептуальных подходов к исследованию электронной торговли[1].

Торговые организации, не вовлеченные в цифровизацию цепочки оказания услуг, теряют свою конкурентоспособность. Следовательно, главным условием повышения конкурентоспособности являются транспортные и логистические структуры, видами электронной торговли, географией целевой аудитории.

По данным Госкомстата, в 2023 году совокупный доход населения Узбекистана достиг 728,8 трлн. сумов, рост в номинальном выражении составил 15,0%, в реальном (с поправкой на инфляцию) — 4,6%.

[1] Хушмурадова М.Ш. Концептуальные подходы к исследованию электронной торговли // Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish.- jurnal, Samarqand, 2023, №3, c.179-184 b.

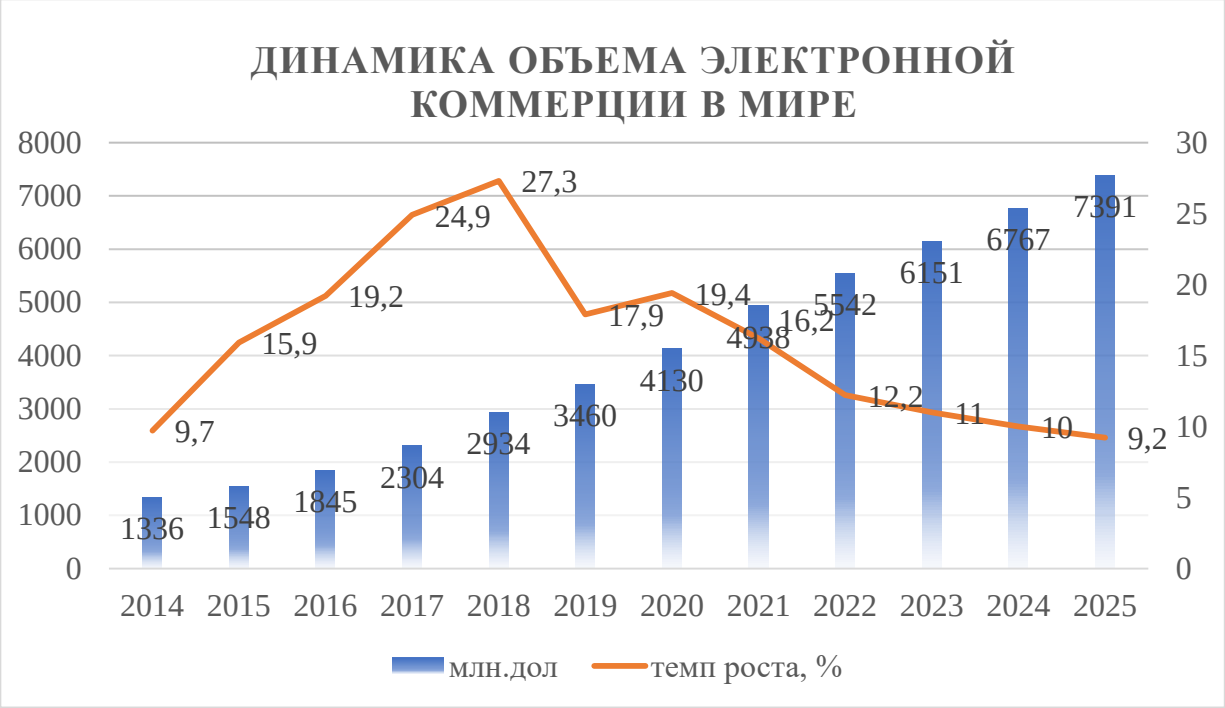


Рисунок 1. Динамика о электронной коммерции в мире.[1]

Оборот розничной торговли Узбекистана по итогам 2023 года составил 26,2 млн.долларов США (для сравнения: в России – 488,7 млн.долл.США, в Казахстане - $39,4 млн.долл.США, в Беларуси - $15,5 млн.долл.США). Розничный товарооборот на душу населения в месяц по итогам 2023 года в Узбекистане – $68,4 (Рис.2). Посление 3 года в структуре торговли республики доли розничной и оптовой торговли почти выровнились.

В 2024 году ключевым фактором развития электронной торговли в Узбекистане стала инфраструктура. На данный момент стране не хватает логистических, складских, программных и маркетинговых решений. Создание этой инфраструктуры с одной стороны, становится драйвером рынка электронной торговли, а с другой — следствием его развития. Получается такая «самодвижущаяся машина».



Рисунок 2. Динамика внутренней торговли в Узбекистане[2]

[1] На основе данных Statista.
[2] Материалы Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан

Несмотря на это степень внедрения цифровых технологий в бизнес-процессы все ещё на низком уровне, 26% официально работающих в Узбекистане частных фирм имеют свои веб-сайты, что намного ниже среднего показателя по региону (63%)[1], что свидетельствует о замедлении проникновения частного сектора в цифровое пространство, что приводит к отставанию внутренней электронной торговли от трансграничной.

Таблица 1

Доля электронной торговли в розничном товарообороте в Узбекистане[2]

Показатели	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
Объем розничной торговли, млрд.сум	88071.6	105229,9	133195,2	199518,8	252056,6	270687,2	330448,1
Темп роста,%	100,0	119,4	126,5	147,7	126,3	107,4	122,0
Объем оптовой торговли, млрд.сум	42185,9	63185,9	93322,8	120451.1	172790,1	258444,0	330062,9
Темп роста,%	100,0	149,7	147,6	129,0	143,4	149,5	127,9
Объем торговли, млрд.сум	130275,5	164415,8	226518	319969,9	424846,7	529131,2	660511
Темп роста,%	100,0	126,2	137,7	141,2	132,7	114,9	124,8
Объем электронной торговли в тыс.долларах США	14,6	40,8	275,3	481300	168000	311000	543000
Темп роста,%[3]	100,0	2.8 раз	6.7 раз	1750раз	34,9	157,1	174,5
Курс ЦБ Узбекистан 1 доллара США к суму	8100	8339	9507	10477	10838	11225	12750
Темп роста,%	100,0	102,9	114,0	109,8	103,4	103,5	113,5
Доля электронной торговли,%	0.009	0.002	0.01	0.011	0,016	0.60	1,04

Появление новых форматов торговли открывает для потребителей в Узбекистане доступ не только к удобным способам покупок, но и к значительно более широкому ассортименту товаров. Традиционный ритейл страны ограничен в разнообразии: крупные сети предлагают десятки тысяч SKU, базары — несколько сотен тысяч. В то же время международные платформы, такие как Wildberries и Ozon, предоставляют доступ к десяткам миллионов SKU, что значительно превосходит возможности местного рынка.
Эта разница в ассортименте привлекает внимание покупателей, которые открывают для себя товары, ранее недоступные на местном рынке. Такое разнообразие становится одной из ключевых причин, почему потребители выбирают интернет-торговлю. Это также укрепляет позиции международных игроков, предлагающих уникальные товары и значительно больший выбор, чем локальные торговые сети и базары.

Международным игрокам сложно работать на узбекистанском рынке из-за отсутствия развитой инфраструктуры, например, современных складов и быстрой доставки. Эти факторы замедляют их рост, однако, несмотря на трудности, они

[1] Данные первого этапа исследования COVID-19 Business Pulse, проведенного Всемирным банком
[2] Составлено автором на основе данных Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан
[3] www.kpmg. E-commerce in Uzbekistan. Обзор рынка электронной коммерции. Август 2023.

развиваются быстрее большинства местных компаний. Еще одним вызовом для маркетплейсов является отсутствие достаточного числа продавцов (селлеров) и недостаток их компетенций. Это приводит к ограниченному ассортименту товаров, доступных для продажи на платформах. С другой стороны, для потребителей в Узбекистане главной сложностью является малое число торговых площадок — на местных маркетплейсах ограниченный выбор, у международных компаний долгая доставка.

Выводы и предложения. Таким образом, электронная торговля в составе электронной коммерции получила четкие очертания, идентификационные признаки, преобразуясь в отдельный вид хозяйственной деятельности в последние годы на фоне системных преобразований, заложенных в “Стратегию развития Нового Узбекистана”. Инновационное развитие розничной торговли в республике обусловлено нарастающим влиянием на выбор потребителей маркетплейсов и интернет магазинов, которые продвигают традиционные супермаркеты. В республике темпы роста объемов реализации маркетплейсов значительно опережают темпы роста супермаркетов, базаров и других организаций розничной торговли. Модернизация сайта, ребрендинг, трансформация в маркетплейсы – главные задачи, которые необходимо решить традиционным организациям розничной торговли, что позволит удержать позиции на рынке и повысить конкурентоспособность торговых организаций. Консолидация отечественных торговый организаций с уже зарекомендовавшими себя в интернет пространстве крупными иностранными маркетплейсами и интернет магазинами; использование программного обеспечения на основе искусственного интеллекта для модернизации платформ; повышение квалификации и уровня знаний в сфере информационно-коммуникационных технологий и информационной безопасности пользователей, оперативное реагирование и принятие соответствующих мер по устранению угроз и ликвидации последствий на инциденты.

Список использованной литературы

1. Закон Республики Узбекистан «О кибербезопасности» от 15.04.2022 г. № ЗРУ-764 https://lex.uz/ru/docs/5960609
2. E-commerce, Trade and the Covid-19 Pandemic. WTO Information Note. [Электронный ресурс] // URL: https://www.wto.org/english//tratop_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf. (дата обращения: 15.03.2021).
3. Coppola D. Worldwide e-commerce share of retail sales 2015 – 2023. [Электронный ресурс] // 26 Nov. – 2020 // URL: https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide (дата обращения: 15.03.2021).
4. Usmanova, D.K., Kobilov, A.E.; Kurbonov, O.A; Amirov, A.M.; The impact of investment on the economic development of Uzbekistan. Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems. 2020 | Journal article. DOI: 10.5373/JARDCS/V12SP7/20202317.EID: 2-s2.0-85088789723 Part of ISSN: 1943023X. http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-5088789723&partnerID=MN8TOARS
5. Khushmuradova M.Sh. Trends and problems of development of electronic commerce in the Republic of Uzbekistan. //SDG.Journal of law and sustainable development, September, 2023 in volume 11, n.6.ISSN: 2764-4170. p.01-14
6. Анфиногенов В.Б., Кабанова В.Ф. Основы электронной коммерции: учеб. пособие/В.Б. Анфиногенов, В.Ф. Кабанов. - Саратов: Изд-во Сарат. инта РГТЭУ, 2013. - 169 с.
7. Балабанов И.Т. Электронная коммерция: Учеб. пособие для вузов: Система электрон, платежей. Интерактив, инвестирование. Торговля в сети Интернет. Мобил, торговля. СПб.: Питер, 2001. 335 с.
8. Дианова Т.В.. Электронная торговля в системе экономических отношений современного рыночного хозяйства : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.01 / Дианова Таисия Владимировна; [Место защиты: Моск. гос. ин-т междунар. отношений].- Москва, 2013.- 168 с.: ил. РГБ ОД, 61 13-8/1598.

K.Urazov, M.Hushmuradova **O‘zbekistonda elektron savdoni rivojlanish tendentsiyalari**	**K.Urazov, M.Hushmuradova** **Trends in the development of electronic commerce in Uzbekistan**
Annotatsiya. Ushbu maqolada jahon va respublikamizda ro‘y berayotgan global o‘zgarishlar sharoitida elektron savdoni rivojlantirishning asosiy tendentsiyalari ko‘rib chiqilgan; Elektron tijorat holatining sotsiologik tahlili o‘tkazildi, bu bizga elektron tijoratni faollashtirishga yordam beradigan talab o‘zgarishining asosiy tendentsiyalarini aniqlash imkonini beradi. **Kalit so‘zlar:** elektron tijorat bozori, elektron tijoratni rivojlantirish omillari, onlayn savdo va xalqaro platformalarga o‘tish, veb-saytlarni modernizatsiya qilish, rebrending, bozorga o‘tish.	**Abstract.** This article examines the main trends in the development of e-commerce against the backdrop of global transformations taking place in the world and our republic; a sociological analysis of the state of e-commerce is conducted, which will allow identifying the main trends in demand changes that contribute to the activation of e-commerce. **Key words:** e-commerce market, factors in the development of e-commerce, transition to online trading and international platforms, website modernization, rebranding, transformation into marketplaces

Dilafruz Marufovna Vofaxojayeva – TDIUSF “Buxgalteriya hisobi va audit” kafedrasi katta o‘qituvchisi,

TIBBIYOT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLASHTIRISHNING O‘RNI

Anatatsiya: Ushbu maqolada Samarqand viloyatida tibbiy turizm salohiyatini ochib beradigan ijtimoiy tarmoqlardagi ma’lumotlarni iste’molchilar uchun yetarli ekanligi, bu ma’lumotlarning turistlar soniga ta’sir darajasi tahlil qilingan bo‘lib, tibbiy xizmatlarning elektron texnologiyalari orqali amalga oshirilishi, raqamli texnologiyalarning keng joriy etish jarayonlari aholiga tez va sifatli tibbiy xizmat ko‘rsatish, sohani yanada takomillashtirish, tibbiyot xodimlari va bemorlar uchun maqbul shart-sharoitlar yaratishdagi ahamiyati ham yoritilgan. Shu nuqtai nazardan mazkur maqolada tibbiyot turizmini rivojlantirishda raqamlashtirishning ahamiyati, muammolari tahlili amalga oshirilgan.
Kalit so‘zlar: turizm, tibbiyot, sog‘lomlashtirish, davolash, sayohat, qiymat zanjiri, tur, operator

Kirish: Kun sayin ortib borayotgan texnologik o‘zgarishlar boshqa barcha sohalar qatori turizm sohasiga ham o‘z ta’sirini o‘tkazmoqda. Rivojlanayotgan texnologiya bilan raqamli vositalardan to‘g‘ri foydalanish sayyohlik biznesiga katta foyda keltiradi. Bundan tashqari, aloqa ham sog‘lomlashtirish turizmida muhim omil hisoblanadi. Aloqa texnologiyalarining rivojlanishi bilan odamlarga barcha turdagi ma’lumotlarning yetib borishi tezlashdi, bundan tashqari internet tarmoqlari sog‘lomlashtirishga yo‘naltirilgan sayohatlarga qiziqishni oshirish va uni targ‘ibotini amalga oshirishda muhim rol o‘ynaydi[1]. Bundan tashqari, raqamli texnologiyalar sayyohlar sonini oshirishga, turistlar orasida ishonchni qozonishga va ularning fikr-mulohazalarini olish hamda tahlil qilishga juda katta yordam beradi[2]. Shuningdek o‘z mamlakatlarida mavjud bo‘lmagan tibbiyot mahsulotlar yoki xizmatlarga cheklanganligi yoki taqiqlangan holatlarning mavjudligi sog‘liqni saqlash turizmi uchun chet elga sayohat qilishga olib keladi[3].

Raqamlashtirish butun dunyoni egallayotgan vaqtda yangi terminlar ham fanga kirib kela boshladi. Aynan iqtisodiyotda raqamli iste’molchi atamasi keng egallamoqda. Yangi texnologik vositalarni ishlab chiqish shaxslarni biznes bilan bevosita muloqot qilish orqali faolroq bo‘lishga olib keldi[4]. Raqamli muhitlar butun dunyo bo‘ylab turizm sohasidagi o‘zgarishlarning tez suratlarda o‘zgarishiga, shuningdek, iste’molchilar o‘z tajribalarini bir-birlari bilan baham ko‘rishga zamin yaratadi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatdiki, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadigan

[1] Aydın, O. (2012). An Alternative Tourism in Turkey; Health Tourism. Karamanoğlu Mehmetbey University Journal of Social and Economic Research, 14(23), 91-96.
[2] Öksüz, B. and Altıntaş, V. (2017). Use of Digital Communication Channels in Health Tourism, Journal of Travel and Hotel Management, 14(1), 59-75. doi:10.24010/soid.303662
[3] Howze, K.S. (2007). Note: Medical Tourism: Symptom or Cure?, Georgia Law Review, 41(3), 1013–51.
[4] Happ, E. and Ivancso-Horvath, Z. (2018). Digital Tourism is the Challenge of Future a New Approach to Tourism. Knowledge Horizons-Economics, 10(2), 9-16.

mijozlar raqobatchilarga qaraganda samaraliroq va muvaffaqiyatliroqdir. So‘nggi yillarda iste’molchilar Facebook, Twitter va Instagram kabi ijtimoiy media vositalarida ma’lum bir mahsulotni qidirishlari, kuzatishlari, o‘rganishlari vaqtni tejashga katta yordam bermoqda. Odamlar ushbu ijtimoiy media platformalaridan foydalanish orqali mahsulotlar haqida ma’lumotni osonroq to‘playdi va o‘z tajribalarini baham ko‘rish orqali fikr almashadi.

Internet va ijtimoiy media vositalari bilan raqamli iste’molchilar bilan muloqatga kirishish, ularni jalb qilish, reklamalarni jonlantirish, ularning xoxshini o‘rganish, ko‘p iste’molchilarning ehtiyojini aniqlash mumkin. Shu sababli, mamlakatlar va korxonalar ishonchli imidjni tanitishi osonlashmoqda. Globallashuv iste’molchilarning xulq-atvoriga ta’sir ko‘rsatdi, bu odamlarga xizmatlarni sotib olish uchun kerakli mahsulotlarni qidirishga imkon beradi. Bu yo‘nalishda aynan tibbiyot turizmi xizmatlarini xarid qilishdan oldin raqamli muhitdan foydalangan holda barcha turdagi ma’lumotlarni olishlari, tahlil qilishlari, xulosa chiqarishi uchun imkon yaratadi, bu esa sog‘lomlashtirish turizmida raqamli aloqaning qanchalik muhim ekanligini ochib beradi. Shu nuqtai nazardan, olib brogan tadqiqotlarimizda ba’zi shifoxonalarning korporativ veb-saytlari va Instagram, Twitter va Facebook kabi ijtimoiy media tarmoqlaridan foydalanish holatini o‘rganib chiqdek.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. A.R.Ilyasova o’zining ilmiy-tadqiqotlarida “tibbiy turizm” kategoriyasiga quyidagicha ta’rif beradi: “tibbiy turizm – bu tibbiy yordam ko’rsatadigan insonlar va tashkilotlarni qamrab oluvchi tarmoqdir[1]. D.V.Rojkovning fikricha, sog‘liqni saqlash – bu ijtimoiy-iqtisodiy va tibbiy tadbirlar majmuidan iborat bulib, uning maqsadi har bir insonning va aholining sog‘lig‘ini tiklash va mustahkamlashga, ishlab chiqarishning ijtimoiy rivojlanishini ta’minlashga qaratilgan”[2].

“Akademik Q.X.Abduraxmonovning fikricha, sog‘liqni saqlash tizimi milliy iqtisodiyotimizda aholining sog‘lig‘ini saqlash va ularga tibbiy yordam hamda tibbiy xizmatlar ko’rsatish bilan jamiyatning ishlab chiqaruvchi kuchlarini kasallikdan saqlash, davolash, reablitatsiya qilish va sog‘lom tarzda hayot kechirishni targ‘ib qiluvchi tizimdir[3].

Saidov M.X., Nasriyev I.I. va boshqalar esa tibbiy xizmatlar-tibbiyot muassasi tomonidan sug‘rta qilingan shaxsga bir martalik yoki mujassama ambulatoriya va stasionar tibbiy yordam ko’rsatish, shu jumladan, dori-darmon bilan ta’minlash, tashhis qo’yish, davolash kasallik, sog‘liqning boshqacha tarzda izdan chiqishi, homiladorlik, tug‘ish munosabati bilan bemorga qarshi va reabilitatsiyalashdan iboratligi ta’kidlanadi”[4].

Solixo‘jayev Z., Alyavi A. va boshqalar tomonidan tayyorlangan ““Tibbiyot ensiklopediyasi”da ta’riflanishicha, sogliqni saqlash – aholi sog‘lig‘ini muhofaza qilishga yunaltirilgan ijtimoiy, iqtisodiy va tibbiy tadbirlar tizimidan iborat. Sog‘liqni saqlash kasalliklarning oldini olish va davolash, sog‘lom turmush va mexnat sharoitini yaratish, yuqori mehnat qobiliyatini va uzoq umr ko’rishni ta’minlashga qaratilgan umumiy tadbirlarni kuzda tutadi: uning vazifasi bemorlarga zamonaviy ixtisoslashgan yordam ko’rsatishdan iborat”[5].

“X.E.Rustamova., N.K.Stojarova va boshqalar tomonidan yozilgan o’quv qo’llanmada keltirilishicha: tibbiyot – bu odamlarning sog‘lig‘ini saqlash va mustahkamlash, bemorlarni davolash va kasalliklarning oldini olish hamda insoniyat jamiyatining salomatligi va ishlashi shart-sharoitida uzoq umr ko’rishi haqida amaliy bilim va ilmiy bilimlar tizimi ekanligi ta’kidlanadi”[6].

Tadqiqot metodologiyasi. Tibbiy turizm sohasini raqamlashtirishning hozirgi holatini

[1] Ильясова А.Р. Основы экономики здравохранения. – Казань: Изд-во Казань ун-та, 2019. – С. 7.

[2] https://interaktiv.oak.uz Рожков Д.В. Совершенствование системы регулирования медицинских услуг на основы государственно-частного партнерства. Медицина и здравоохранение в современном обществе: сборник статий III международной научно-практической конференции. – Пенза: МСНС «Наука и просвещений». 2020. – С. 7.

[3] Ижтимоий соҳа иқтисодиёти. Дарслик. / И.ф.д., проф. Қ.Х.Абдурахмонов тахрири остида. – Т.: “Иқтисодиёт”, 2013. 418 б. - Б. 68.

[4] https://interaktiv.oak.uz Saidov M.X., Nasriev I.I., Toyirov Z.T., Ulug‘ov Sh.X. Ijtimoiy himoya: atamalar izohli lo‘g‘ati. – T.: Alisher Navoiy nomidagi “O‘zbekiston Milliy kutubxonasi nashriyoti”, 2007. – B. 335.

[5] Barnoyeva G.V. O‘zbekiston respublikasida sog‘liqni saqlashning huquqiy asoslari. Buxoro. 2017. Solixo‘jaev Z., Alyavi A. Mavlonov I., Qo‘nishev J., Egamshukurova M. Tibbiyot ensiklopediyasi. – T.: “Sharq”, 2016. – B. 441.

[6] Лисицын Ю.П. общественное здоровье и здравоохранения. Учебник. 2002. Rustamova X.E., Stojarova N.K., Abdurashitova Sh.A., Nurmamatova Q.Ch. Tibbiyot tarixi. – T.: “O‘zkitobsavdo nashriyoti”, 2020. – B. 5.

tahlil qilish jarayonida biz mantiqiy tahlil, analiz, tanlanma kuzatish usullaridan foydalanganmiz. Ilmiy izlanishlarni amalga oshirishda so‘rovnoma amalga oshirildi va anketa to‘ldirildi. Jami bo‘lib 114 ta so‘rovnoma mahalliy va xorijiy turistlardan olingan bo‘lib ularni tanlanma kuzatish uslubida tanlab olindi. Respondentlarning 42,4% i ayollar va 67,8 % i erkakalarni tashkil etdi.

Tahlil va natijalar. Ushbu tadqiqotda Samarqand shahrida joylashgan xususiy shifoxonalarning korporativ veb-saytlari kontent tahlili usuli yordamida tekshirildi. Kontent tahlilida o‘xshash ma’lumotlar ma’lum tushunchalar va mavzular doirasida birlashtiriladi, tushunarlilikni ta’minlash orqali tartibga solinadi va tahlil qilinadi. Tadqiqotda 2018 yildan buyon Instagram, Facebook va Twitter akkauntlaridan samarali foydalanib kelayotgan shifoxonalar kontent tahlili o‘tkazildi. Korporativ veb-saytlarni tahlil qilish Meyson va Rayt tomonidan qo‘llanilgan usulga asoslangan. Ushbu usulda veb-saytlar ilovalar, ishonch, xavf, to‘lov va moliyaviy ma’lumotlar va umumiy ma’lumotlar nuqtai nazaridan tahlil qilinadi. Sarlavhalar tadqiqotchi tomonidan shifoxonalarning veb-saytlarida taqdim etilgan umumiy ma’lumotlar asosida yaratilgan.

Tadqiqot faqat Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalar bilan cheklangan.Ularning nomlarini shartli ravishta belgilab olishga qaror qildek. Quyida ularning veb-saytlaridan olingan umumiy ma’lumotlar keltirilgan.

1-jadval

Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalarning veb-saytidagi umumiy ma’lumotlar

№	Umumiy ma’lumotlar	Shifoxonlarda mavjudligi
1	Maqsad va vazifalari	10
2	Biz haqimizda	10
3	Korporativ identifikatsiya	3
4	Korporativ yangiliklar	6
5	Institutsional nashrlar	1
6	Faoliyat hisobotlari	1
7	Akkreditatsiya	1
8	Taqdirlangan mukofotlari	2
9	Saytning ingliz tilidagi tarjimasi	6

1-jadval ma’lumotlariga ko‘ra biz tanlab olgan 10 ta shifoxonaning veb-saytlarida biz haqimizda va ko‘rish maqsadi, yorliqlari mavjudligini va ko‘pchilik korporativ yangiliklarni doimiy ravishta e’lon qilib borishini ko‘rish mumkin. Bundan tashqari, 6 ta shifoxonaning veb-saytlarining ingliz tilidagi versiyasi borligi, ikkitasida esa yetarlicha kontent mavjud emasligi aniqlandi.

2-jadval

Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalarning veb-saytidagi umumiy xizmatlar to‘g‘risidagi ma’lumotlar

№	Umumiy ma’lumotlar	Shifoxonlarda mavjudligi
1	Elektron uchrashuvni belgilash va electron javob olish xizmati	5
2	Yuqori sifatli xizmatlar	9
3	Tibbiy texnologiyalar	6
4	Yo‘nalishlar	2
5	Aloqa - taklif/shikoyat shakli	9
6	Sog‘liqni saqlash bo‘yicha qo‘llanma	3
7	Ijtimoiy tarmoqlardagi akkauntlari	9
8	Shifokorlar bilan tanishtirish	9
9	Sog‘liqni saqlash turizmi mazmuni haqida ma’lumot	3
10	Xalqaro bemorlar uchun xizmatlar	3
11	Mutaxassisga savol berish	5
12	Masofaviy tekshiruvni amalga oshirish	1

2-jadvalga ko‘ra, korporativ veb-saytlardagi iste’molchilar uchun qulayliklar to‘g‘risidagi ma’lumotlar o‘rganilganda, shifokorlarga ko‘proq urg‘u berilganini, electron navbatlarni

belgilash, electron natijalarni olishxizmatlarini past darajada ekanligi aniqlandi. Bundan tashqari, bemorlar va ularning yaqinlari bilan aloqa shakli nomi ostida taklif-shikoyat shakli kiritilgan, bu bemorlar va ularning yaqinlarining shifoxona haqidagi fikr-mulohazalariga katta ahamiyat berilayotganidan dalolatdir. “Mutaxassisga savol bering” tugmasi va sog‘lomlashtirish turizmi mazmuni haqidagi ma’lumotlar keng tarqatish lozimligini o‘rgandek.

3-jadval

Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalarning veb-saytidagi mahfiylik siyosati to‘g‘risidagi ma’lumotlar

№	Umumiy ma’lumotlar	Shifoxonlarda mavjudligi
1	PDPL haqida ma'lumot	9
2	Mehmon va hamroh siyosati	5
3	Bemor huquqlari siyosati	9
4	Tez-tez so‘raladigan savollar	2
5	Noqulay/qiyin vaziyatlar	-
6	Yuridik ilovalar	-

3-jadvalda ko‘rsatilganidek, bemorlarning huquqlari va ma‘lumotlarning maxfiyligiga PDPL, tashrif buyuruvchilar va hamrohlar siyosati va bemor huquqlari siyosatini kiritish orqali turistlarga bir qancha qulayliklar berilganini ko‘rish mumkin. Ushbu ma’lumotlar bemorlarning shifoxonani tanlash qaroriga ta’sir qilishi mumkin. 3-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, har qanday noqulay vaziyatlar yuzaga kelganda qayerga murojaat qilish kerakligi to‘g‘risida hech qanday ma’lumot berilmaganligi noto‘g‘ri deb hisobladek va kamchilik sifatida qayd etildi.

4-jadval

Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalarning veb-saytidagi moliyaviy aloqlar to‘g‘risidagi ma’lumotlar

№	Umumiy ma’lumotlar	Shifoxonlarda mavjudligi
1	Shartnoma tuzgan muassasalar	9
2	Hamkorlik	2
3	Homiylik	2
4	To‘lovlar haqida ma'lumot	-
5	Xalqaro sug‘urta imkoniyatlari	7

4-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, shifoxonalar veb-saytlarida asosan shartnoma tuzgan muassasalar va xalqaro sug‘urta imkoniyatlari mavjud. Bu holat bemorlarning shifoxonani tanlashda muhim deb hisoblanadi. Hamkorlik va homiylik faqat ikkita korporativ shifoxonadagina kiritilgan. Ammo hech qaysi shifoxonada xizmat uchun to‘lov ma’lumotlari keltirilmagan. Bu esa turistlarga bir qancha noqulayliklar tug‘dirishi aniqlangan.

5-jadval

Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalarning veb-saytidagi moliyaviy aloqlar to‘g‘risidagi ma’lumotlar

№	Umumiy ma’lumotlar	Shifoxonlarda mavjudligi
1	Kasalxonaning tashqi ko‘rinishi	9
2	Kasalxona muassasasi / logotipi	9
3	Xaritasi	9
4	Xodimlarning fotosuratlari	4
5	Davolanishdan keying bemorlar natijasi	8
6	Kasalxonaning ichki ko‘rinishi	9
7	Tibbiy asboblari	6

5-jadvalda keltirilganidek, korporativ veb-saytlardagi vizual tasvirlar kasalxonaning tashqi ko‘rinishi va tarkibini, uning logotipini va xaritalardagi joylashuvini ko‘rsatadigan eng keng tarqalgan holatlar keltirilgan. Bundan tashqari, jarrohlikdan so‘ng tuzalib ketgan bemorlarning tasvirlari, xodimlar va shifoxonadagi tibbiy asboblarning holati, ko‘rinishi shifoxona imidji uchun muhim detallar hisoblanadi.

6-jadval

Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalarning Instagram akkauntlarida eng ko‘p bo‘lingan kontenti to‘g‘risidagi ma’lumotlar

Kasalxona nomi	Kasalliklar haqida ma’lumot	Shifokor bilan tanishtirish	Ilmiy seminarlar	Maxsus kun xabarlari	Sog‘lom hayot uchun maslahatlar	Qayta tiklashdan keying i holatlar	Xalqaro turistlar uchun ma’lumotlar	Kasalxonani reklama qilish
A	572	65	192	443	217	9	0	313
B	354	27	349	337	120	75	0	66
C	290	12	14	164	78	2	1	74
D	456	1	164	311	351	20	1	167
E	458	55	104	389	121	14	3	199
F	161	15	9	75	13	12	0	32
G	82	23	36	158	14	15	2	70
H	128	7	11	80	25	8	0	25
K	191	26	25	138	42	11	0	53
L	49	21	6	84	98	3	0	34
Jami	2741	252	910	2179	1079	169	7	1033

6-jadval ma’lumotlari va yuqoridagi jadvallarni o‘zaro taqqoslab tahlil qiladigan bo‘lsak veb-saytlarga qaraganda ijtimoiy tarmoqlarda tibbiyot turizmining shakillanishi, rivojlanish tezligi yuqoriroq ekanligini, iste’molchilar fikr mulohazalri keng yoritilganligini ko‘rish mumkin. Bundan tashqari tahlillar shuni ko‘rsatadiki, aynan xalqaro miqyosdagi turistlar uchun veb-saytlarda ham, ijtimoiy tarmoqlarda ham xizmatlar keng yoritilmagan.

Bugungi kunda kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi bilan sog‘lomlashtirish turizmini yoyishda eng muhim vositalardan biri bo‘lgan raqamli aloqa kanallaridan foydalanish zarurati paydo bo‘lmoqda. Ushbu tadqiqotda Konyada faoliyat yuritayotgan xususiy shifoxonalar o‘zlarining korporativ veb-saytlari va Instagram, Facebook, Twitter kabi ijtimoiy media vositalarini sog‘liqni saqlash turizmi nuqtai nazaridan samarali ishlatishlarini aniqlash uchun kontent tahlili o‘tkazildi. Tadqiqotlar natijasida faqat ikkita korporativ shifoxona ichki va xalqaro sog‘liqni saqlash turizmi bilan bog‘liq kontentni taqdim etishi aniqlandi. Kasalxonalarning reklama aktsiyalari va korporativ yangiliklari hisobga olinsa, kontent odatda mahalliy bemorlarni qondirishga qaratilganligi kuzatildi. Ushbu yo‘nalishda shifoxonalar xalqaro sog‘liqni saqlash turizmiga nisbatan ichki sog‘liqni saqlash turizmiga intiladi degan xulosaga keldi. Ijtimoiy media akkauntlarining mazmuni tekshirilganda, baham ko‘rilgan tarkiblar bir xil toifalarga kiritilganligi aniqlandi. Shunga o‘xshash ma'lumotlar ijtimoiy tarmoqlardagi akkauntlar va korporativ veb-saytlarda taqdim etilgani ko‘rinib turibdi. Umuman olganda, maxsus kun xabarlari, kasalliklar haqida ma'lumotlar va sog‘lom turmush tarzi bo‘yicha takliflar yuqori darajada targ‘ib qilindi. Kasalxonalar ushbu masalalarga eng ko‘p e'tibor qaratishini taklif qiladi degan xulosaga keldi. Qolaversa, bu holat shifoxonalar tarkibining zamonaviy ekanligini ko‘rsatib turibdi. Ushbu yo‘nalishda shifoxonalar bemorlarning o‘zaro munosabatlariga ahamiyat beradigan shifoxona imidjini yaratishga qaratilgan. Natijada, raqamli aloqa kanallaridan foydalanganda shifoxonalar iste'molchi auditoriyasi bilan o‘zaro aloqada bo‘lmagani aniqlandi. Bundan tashqari, ular raqamli aloqa kanallaridan asosan e'lon qilish va ma'lumot berish uchun foydalanadilar.

Xulosa va takliflar: Dunyo hamjamiyatida 2019-yilda yuzaga kelgan katta pandemiya sharoiti aynan turizmning bu sohasida raqamlashtirish juda ham zarurligi, O‘zbekistonda bu sohada ancha oqsoqlanishlar mavjudligi nomoyon qildi. Xuddi shunday bu borada ko‘pgina

o‘zgarishlar amalga oshirilmoqda. O‘rganishlarimiz natijasiga ko‘ra bu sohada quyidagi o‘zgarishlarni amalga oshirish lozim:

- Samarqand shahrida xorijiy salomatlik turizmini rag‘batlantiradigan marketing tadbirlari rejalashtirilishi kerak. Korporativ marketing bo‘limlari chet tilini biladigan xodimlarni ishga olishlari va ijtimoiy tarmoqlar va veb-saytlardan faol foydalanishlari kerak;

- chet elda yashovchi o‘zbeklarning o‘z mamlakatlarida sog‘liqni saqlash xizmatlarini olishlari uchun maxsus amaliyotlar va kampaniyalar ishlab chiqilishi kerak. Shu tarzda, ularning tajribalari maqsadli mamlakatlar uchun marketing va reklamalarni qo‘llab-quvvatlashga yordam beradi.

- xalqaro sog‘lomlashtirish turizmini targ‘ib qilish uchun kongresslar tashkil etilishi kerak.

- dam olish elementlarini o‘z ichiga olgan sog‘lom turistlar uchun barcha turdagi tadbirlar taqdim etiladigan hududlarda chet tilini biladigan xodimlar yetarli miqdorda bo‘lishini ta’minlash lozim.

- universitetlarning sog‘liqni saqlash va turizm fakultetlarida sog‘lomlashtirish turizmi sohasi o‘quv dasturlariga kiritilishi va malakali mutaxassislar tayyorlanishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Aydın, O. (2012). An Alternative Tourism in Turkey; Health Tourism. Karamanoğlu Mehmetbey University Journal of Social and Economic Research, 14(23), 91-96.
2. Öksüz, B. and Altıntaş, V. (2017). Use of Digital Communication Channels in Health Tourism, Journal of Travel and Hotel Management, 14(1), 59-75. doi:10.24010/soid.303662
3. Howze, K.S. (2007). Note: Medical Tourism: Symptom or Cure?, Georgia Law Review, 41(3), 1013–51.
4. Happ, E. and Ivancso-Horvath, Z. (2018). Digital Tourism is the Challenge of Future a New Approach to Tourism. Knowledge Horizons-Economics, 10(2), 9-16.
5. Bennett, M., King, B. and Milner, N. (2004). The Health Resort Sector in Australia: A Positioning Study, Journal of Vacation Marketing, 10(2), 122-137. doi:10.1177/135676670401000203
6. Çiçek, R. and Avderen, S. (2013). A Research to Determine The Current Structure and Potential of Spa and Thermal Facilities in The Central Anatolia Region in Terms of Health Tourism. Karamanoğlu Mehmetbey University Journal of Social and Economic Research, (2), 25-35.
7. Kırıcı, S. (2020). Medical Tourism In Turkey. Internatıonal Congress Of Scıence Culture, Health And Sport Full Text Book. Comic Bookstore, 2020, p.34-36, Antalya.

Д. Вофаксоджаева

Роль цифровизации в развитии медицинского туризма

Аннотация: Развитие медицинского туризма требует модернизации не только медицины, но и туристической сферы, реализации медицинских услуг посредством электронных технологий, повсеместного внедрения цифровых технологий, обеспечивающих предоставление быстрых и качественных медицинских услуг населению, дальнейшего совершенствования отрасли, создания благоприятных условий для медицинских работников и пациентов. В связи с этим в статье анализируются значение и проблемы цифровизации в развитии медицинского туризма.

Ключевые слова: Туризм, медицина, оздоровление, лечение, путешествие, цепочка создания стоимости, тур, оператор.

D.Vofaxojayeva

The role of digitalization in the development of medical tourism

Abstract: The development of medical tourism requires the modernization of not only medicine, but also the tourism sector, the implementation of medical services through electronic technologies, the widespread introduction of digital technologies provide for the provision of fast and high-quality medical services to the population, further improvement of the sector, and the creation of favorable conditions for medical workers and patients. In this regard, this article analyzes the importance and problems of digitalization in the development of medical tourism.

Keywords: Tourism, medicine, wellness, treatment, travel, value chain, tour, operator.

Наргиза Музафаровна Бабаева – Қўқон давлат университети профессори в.б.,
иқтисодиёт фанлари доктори

ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ ЎЗБЕКИСТОН ИҚТИСОДИЙ РИВОЖЛАНИШИДАГИ РОЛИ

Аннотация: Мақолада Ўзбекистон Республикасининг инновацион ривожланишининг бир қатор кўрсаткичлари кўриб чиқилиб, инновацион инфратузилмани ривожлантиришни таъминлаш ва илмий ташаббусларни қўллаб-қувватлашда давлатнинг роли таъкидланган.
Калит сўзлар: инновация, капитал, инновацион жараён, ишлаб чиқариш омиллари, инновация инновацион стратегиялар, инновацион тадбиркорлик, глобал инновацион индекс.

Кириш. XXI асрда инновациялар барқарор иқтисодий ўсишнинг асосига айланди. Давлатларнинг инновацион ривожланиш соҳасидаги ижтимоий-иқтисодий сиёсатининг ажралмас қисми инновацион фаолиятни рағбатлантириш, модернизация қилиш бўлиб, илмий асосланган истиқболли ишланмалар асосида маҳсулотларни такомиллаштиришни назарда тутади.

XX-аср охири ижтимоий тараққиёт йўналишларини кенг кўламда қайта кўриб чиқишга олиб келди. Моддий ишлаб чиқариш таҳлилига соф иқтисодий нуқтаи назардан ёндашадиган иқтисодий ўсиш концепцияси инсон ишлаб чиқариш фаолиятининг чекланган таъсири туфайли табиий ресурсларни битмас-туганмас неъмат деб кўриши амал қилган. Ҳозирги вақтда жамият иқтисодий фаолияти умумий инсон фаолиятининг фақатгина бир қисми эканлигини ва иқтисодий ривожланиш жамият ривожланишининг кенгроқ концепцияси доирасида кўриб чиқиш кераклигини тушунишга эришмоқда.

Замонавий иқтисодиётдаги сифат ўзгаришлари иқтисодий ривожланишни белгиловчи омиллар ва манбаларнинг сезиларли даражада қайта гуруҳланганлигини кўрсатади. Иқтисодий ўсиш учун анъанавий ресурслар имкониятларининг камайиши улардан фойдаланишнинг жисмоний чегараларига яқинлашилаётганлиги, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш тадбирлари самарадорлиги пасайиб бораётганлиги ҳамда уларга кетаётган харажатларни ошиб бораётганлигига боғлиқ. Бу шуни англатадики, инновацион жараёнлар, илмий билимлар, янги технологиялар, маҳсулотлар ва хизматлар тизими иқтисодий ўсиш моделида устун бўлиши керак. Илмий-техника тараққиёти (ИТТ) иқтисодий ўсишнинг энг муҳим омилига айланмоқда.

Техник жараён ишлаб чиқариш ва қўллаш воситаларини такомиллаштириш, меҳнат унумдорлигини ошириш ва инсон эҳтиёжларини тўлиқ қондиришни таъминлашдан иборат. Техник тараққиётнинг бошланғич нуқтаси илмий тараққиёт - атрофдаги дунёнинг янги қонуниятлари, ҳодисалари ва хусусиятларини кашф қилиш, уни инсон манфаатларига мос равишда ўзгартириш техникаси ва усулларини ўзлаштиришни назарда тутади. Дастлаб у табиат ҳодисалари ва хоссалари ҳақидаги инсоннинг эмпирик билимларини тўплаб, сўнгра илмий билимлар шаклида амалга оширади. Илмий-техника тараққиёти маҳсулот ишлаб чиқаришнинг муҳим омили бўлиб, бу илм-фан томонидан теварак-атрофдаги дунёнинг янги қонунлари, ҳодисалари ва хоссаларини кашф этиш асосида ишлаб чиқариш воситалари ва технологияларини такомиллаштириш ҳамда меҳнат унумдорлигини ошириш орқали таъминланади.

Илмий-техника тараққиёти кенгайган такрор ишлаб чиқариш жараёнига кучли таъсир кўрсатиб, унинг турига, шунингдек, иқтисодий ўсиш суръатлари ва сифатига, миллий иқтисодий нисбатлар таркибига, ишлаб чиқариш жараёнининг ижтимоий уйғунлигига, инвестиция сиёсатига ва бошқаларга кучли таъсир кўрсатади. Маълумки, фан-техника ютуқларидан фойдаланиш самарадорлиги кўп жиҳатдан илмий-техникавий ютуқларни ишлаб чиқиш ва яхшиланган товарлар ва хизматларни яратиш мақсадида уларни реал иқтисодиётга тарқатиш даражаси билан белгиланади.

Бозор иқтисодиётига ўтиш фан ва ишлаб чиқариш ўртасида бозор иқтисодиёти тамойиллари асосида алоқаларни ўрнатишни назарда тутади. Бундай турдаги миллий инновацион тизимлар барча ривожланган капиталистик мамлакатларда фаолият юритади ва билим талаб қиладиган ишлаб чиқаришни ривожлантиришда юқори самарадорликни намоён этади. Инновацион салоҳият жамиятнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши

имкониятларини кенгайтиради, капитал ва табиий ресурсларни тежайди. Фаннинг ривожланиши ва инсон капитали фаоллиги қанчалик юқори бўлса, жамиятнинг инновацион салоҳияти шунчалик юқори бўлади.

Ўзбекистон модернизация ва технологик янгиланишга эътибор қаратаётган давлатнинг ёрқин намунасидир. Сўнгги йилларда республика рақамлаштириш, илм-фан тараққиёти ва иқтисодиётнинг барча тармоқларига замонавий ечимларни фаол татбиқ этиш йўлидадир. Инновациялар Ўзбекистоннинг иқтисодий ривожланишида муҳим ўрин тутиб, мамлакатнинг халқаро майдонда рақобатбардошлигини ошириш ва иқтисодиётнинг турли тармоқларида барқарор ўсиш суръатларини таъминлашга хизмат қилмоқда. Сўнгги йилларда Ўзбекистон ҳукумати инновацияларни рағбатлантириш ва иқтисодиётни рақамлаштиришга қаратилган стратегия ва дастурларни фаол амалга оширмоқда.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Инновациянинг мазмунли жиҳатлари кўплаб хорижий ва маҳаллий нашрларда ўрганилган. Инновация асосчиси Ж.А. Шумпетер ҳисобланиб, инновацияларнинг умумий назарияси асосларига Н.Д.Кондратьев томонидан асос солинган. Инновация жараён сифатида –С. Валдайцева, С. Глазева, О. Мотовилова, Б. Санто, Б. Твисса, К. Фриман ва бошқаларнинг илмий ишлари ва асарларида кўриб чиқилган. Инновациялар объект сифатида - С. Менделл, Д. Эннис, Ф. Янсен асарларида келтирилган, замонавий рус олимлари - В.Архангелский, Э. Гейгер, Л.Гохберг, В. Рубе ва бошқа тадқиқотчилар томонидан ўрганилган.

Ўзбекистонлик иқтисодчи олимлар Н.Ҳайдаров ҳамда Ф.Додиевлар томонидан реал сектор корхоналарида инновацион фаолиятнинг назарий ва услубий жиҳатлари, инновацион фаолликни аниқловчи кўрсаткичлар ва уларни молиявий-иқтисодий баҳолаш механизмлари, А.Норов, И. Мадаминовлар томонидан инновацион фаолият ва унинг натижалари, инновацион фаолликка қаратилган молиявий-иқтисодий жараёнлар тавсифи юзасидан илмий изланишлар олиб борилган[1]

Тадқиқот методологияси. Тадқиқот жараёнида жамлаш, гуруҳлаш, таҳлил ва синтез ҳамда иқтисодий таҳлилнинг анъанавий усуллари қўлланилди.

Таҳлил ва натижалар. Ўзбекистоннинг 2021-2023-йиллардаги инновацион ривожланиш ҳолати ва кўрсаткичлари турли соҳаларда сезиларли ютуқлар қўлга киритилаётганлигидан далолат бермоқда. Ўзбекистонда инновацион ривожланишнинг асосий устувор йўналишлари сифатида рақамлаштириш ва автоматлаштириш, молиявий технологиялар (FinTech), яшил технологиялар ва қайта тикланадиган энергия, қишлоқ хўжалиги инновациялари, тиббиёт ва биотехнологиялар, шунингдек, интеллектуал транспорт ва логистика тизимларни кўрсатиш мумкин.

2021-йилда ўтказилган тадқиқотга кўра, сўнгги тўрт йил ичида Ўзбекистоннинг IT-соҳасига киритилган инвестициялар тўрт баробарга ошган. 2018-2022-йилларда Ўзбекистонда ушбу соҳага йўналтирилган инвестициялар 50 миллион доллардан 200 миллион АҚШ долларига кўтарилди. Бу давлат ва хусусий секторнинг технология ва рақамли трансформawияга эътибори ортиб бораётганидан далолат беради ва рақамли иқтисодиёт жадал ривожланиб бораётганидан ва технологик инновацияларга қизиқиш ортиб бораётганидан далолат беради.

Яна бир муҳим ютуқ Ўзбекистоннинг Глобал Инновациялар индексига (ГИИ) киритилиши бўлди. Агар 2018-йилда республика рейтингга умуман киритилмаган бўлса, 2022-йилда Марказий Осиё минтақасида етакчига айланиб, 82-ўринни эгаллади. Минтақавий ҳисобда Ўзбекистон Марказий ва Жанубий Осиёнинг 10 та давлати орасида 4-ўринни эгаллади.[2] Бу мамлакатимизда инновацион фаолиятни рағбатлантириш, илмий тадқиқотларни қўллаб-қувватлаш, инновацион тадбиркорлик муҳитини шакллантириш борасида амалга оширилаётган кенг кўламли таълим ислоҳотлари ва тизимли сиёсат самарасидир.

---

[1] Ҳайдаров Н.Ҳ. Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида корхоналар инвестицион фаолиятидаги молия-солиқ муносабатларини такомиллаштириш масалалари (хорижий инвестицияли корхоналар мисолида): иқтисод фанлари доктори илмий даражасини олиш учун диссертация автореферати. – Тошкент. 2003. - 29 б., Ф.Ў.Додиев. Инвестицион фаолиятини молиявий рағбатлантириш: иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун диссертация автореферати. – Тошкент. 1998. - 22 б.

[2] 2000 Global Innovation Index 2024. World Intellectual Property Organization (WIPO) https://www.wipo.int › web-publications › assets

1-жадвалда мамлакатнинг халқаро инновацион рейтингдаги мавқеининг изчил яхшиланиши кўрсатилган, бу эса жаҳон миқёсида мамлакатимизнинг бу йўналишдаги муваффақиятлари тан олинганидан далолат беради.

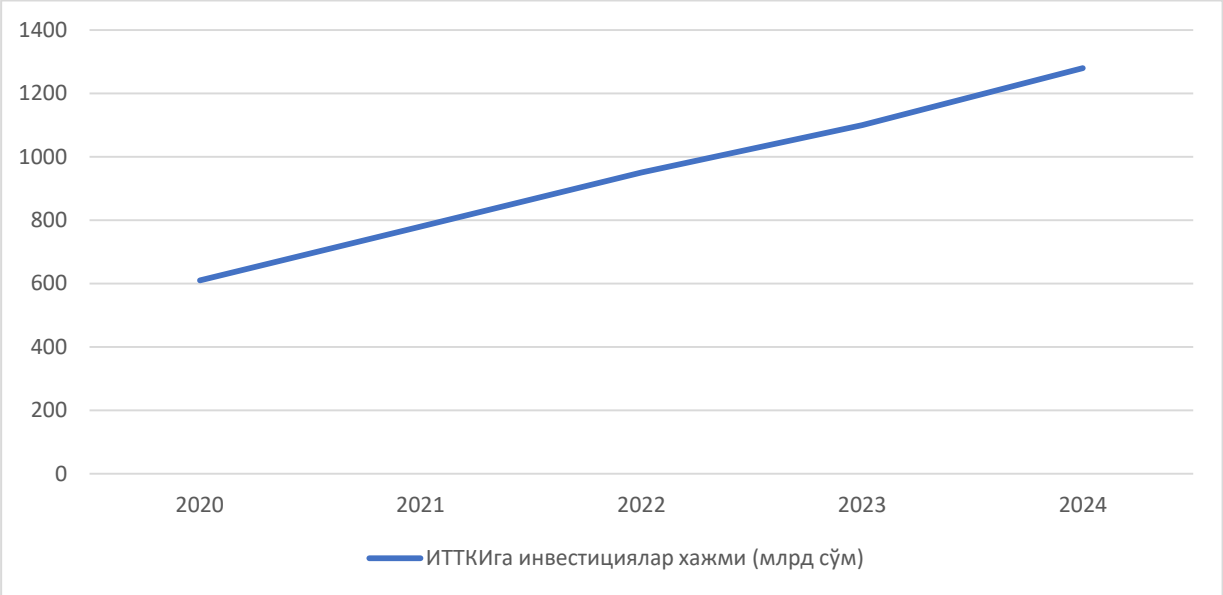
Мамлакат инновацион тадқиқот ва ишланмаларга фаол сармоя киритмоқда. 2023-йилнинг биринчи ярмида илмий-тадқиқот ва ишланмаларга ялпи харажатлар ЯИМнинг 0,16 фоизини ташкил этди. 2023-йил охиригача бу кўрсаткични 0,17 фоизгача оширишга эришилди. Мамлакатимизда инновацияларни қўллаб-қувватловчи 30 дан ортиқ ташкилот, жумладан, технопарклар, бизнес-инкубаторлар ва инновацион марказлар фаолият кўрсатмоқда.

1-жадвал.

Ўзбекистоннинг глобал инновацион индексидаги ўрни 2020–2023 йиллар[1]

Йил	ГИИдаги ўрни	Инновацион қўйилмалар бўйича	Инновацион натижалар бўйича
2020 йил	**93-ўрин**	**81-ўрин**	**118-ўрин**
2021 йил	**86-ўрин**	**75-ўрин**	**100-ўрин**
2022 йил	**83-ўрин**	**68-ўрин**	**91-ўрин**
2023 йил	**82-ўрин**	**72-ўрин**	**88-ўрин**

2023-йилнинг биринчи ярмида инновацион фаол корхоналар сони 520 тага етди, бу технология соҳасида тадбиркорлик фаоллиги ошганидан далолат беради. Хусусий сектор инновацион ишланмаларни молиялаштиришда фаол иштирок этиб, 2023-йилнинг биринчи



1-расм. Ўзбекистонда илмий-тадқиқот ва тажриба конструкторлик ишлари (ИТТКИ) га ажратилган инвестициялар динамикаси (2020–2024).[2]

ярмида 7 миллиард сўмдан ортиқ маблағ ажратди. Илмий лойиҳаларни қўллаб-қувватлаш учун халқаро донор ташкилотлардан қўшимча 36,5 миллиард сўм грант маблағлари жалб этилди.

1-расмга кўра, Ўзбекистонда 2020–2022-йиллар даврида инвестициялар ҳажмининг барқарор ўсиши кузатилмоқда, бу илмий фаолиятни рағбатлантириш ва инновацион иқтисодиётга ўтиш чора-тадбирлари билан боғлиқ. 2023–2024 йилларга рақамлаштириш, янги технологияларни жорий этиш ва илмий марказларни қўллаб-қувватлаш соҳасидаги давлат стратегиялари билан боғлиқ ҳолда молиялаштиришни янада оширилиши натижасида ижобий динамика кузатилди. Ўзбекистон илм-фан ва технологияларни ривожлантиришга интилишни намойиш этмоқда, бу ИТТКИ ишларига йўналтирилаётган инвестициялар ҳажмининг ортиб бораётганида намоён бўлмоқда.

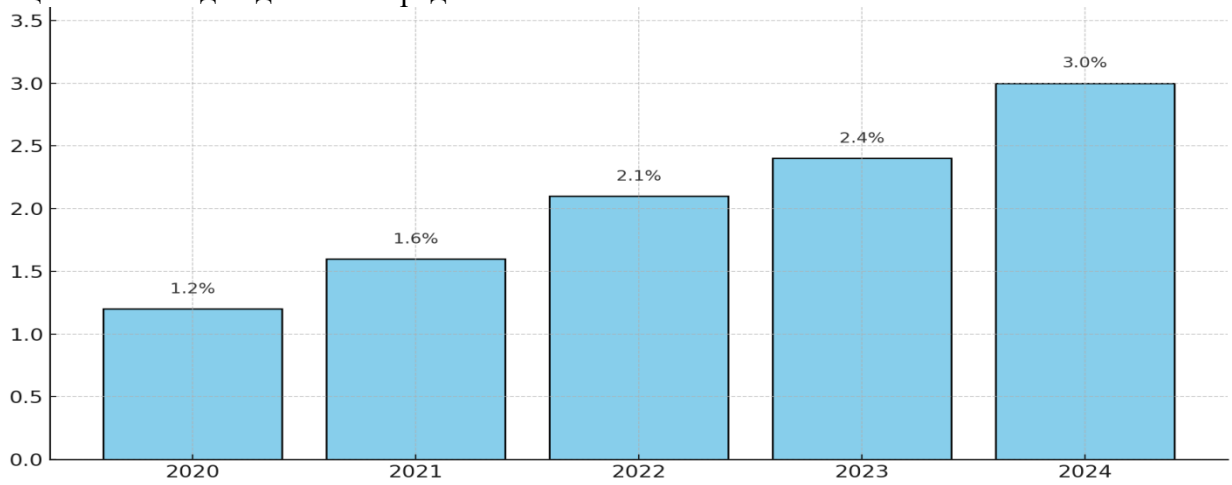
[1] Stat.uz statistik ma’lumotlariga asoslangan muallifning ishlanmasi
[2] Stat.uz statistik ma’lumotlariga asoslangan muallifning ishlanmasi

2021-йилда ўтказилган таҳлил шуни кўрсатдики, инновациялар ишлаб чиқариш саноати, улгуржи ва чакана савдо, шунингдек, молия ва суғурта фаолиятида энг фаол ҳолда жорий этилмоқда. Ҳудудлар орасида инновацион ривожланиш бўйича Тошкент шаҳри, Тошкент ва Навоий вилоятлари етакчилик қилмоқда. Мисол учун, ишлаб чиқариш саноатида автоматлаштириш ва ишлаб чиқариш цикларини бошқаришда рақамли платформаларни жорий этишнинг кучайиши кузатилмоқда; молиявий ва суғурта фаолиятида FinTech хизматлари, электрон тўлов тизимлари ва онлайн банкинг ривожланмоқда; савдода логистика, маркетинг ва онлайн савдони рақамлаштириш жорий этилмоқда.

Агротехнологиялар, яшил энергия ва мобил иловалар билан боғлиқ стартапларнинг ўсиши айниқса сезиларли эканлигини таъкидлаб ўтиш жоиз..

Ташқи бозорларга юқори технологиялар экспортининг улуши 2023-йилда Ўзбекистон жами экспортининг 2,4 фоизини ташкил этди, бу мамлакатимизнинг юқори технологияли маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва уларни экспорт қилиш салоҳияти ортиб бораётганидан далолат беради.[1]

2024-йил охирига келиб Ўзбекистондан ахборот-коммуникация технологиялари (АКТ) экспорти 900 миллион АҚШ долларидан ошди, бу мамлакатнинг рақамли иқтисодиётида сезиларли ўсиш ва унинг минтақавий IT-аутсорсинг маркази сифатидаги мавқеи мустаҳкамланганидан далолат беради.



2-Расм. Ўзбекистон ташқи бозорларига юқори технологик маҳсулотларни экспорт ҳажми, жами экспорт хажмига нисбатан %да. (2020-2024 йиллар)

Хулоса ва таклифлар. Миллий иқтисодиёт ривожланишининг ҳозирги босқичида барча тармоқларни қамраб олган ва мунтазам тавсифга эга бўлган улкан инновациялар талаб этилади. Бундай инновацияларга электрон ресурсларни яратиш ва улардан фойдаланиш соҳасидаги инновацион ечимлар (Интернет порталлар, электрон кутубхоналар ва бошқалар); ахборот ҳимояси ва ахборот хавфсизлигини таъминлаш, интернет фойдаланувчиларининг ҳуқуқ ва мажбуриятларини тартибга солиш; ягона ахборот муҳитини ривожлантириш соҳасида таҳлил қилиш ва қарорлар қабул қилиш; билимлар иқтисодиётига ўтиш шароитида сифат менежментида ахборот технологияларидан фойдаланиш кабилар киради. Аммо шуни таъкидлаш жоизки, давлат сиёсатининг кўплаб элементлари, шу жумладан бюджет ва солиқ соҳалари ҳали мамлакатнинг инновацион ривожланишини рағбатлантиришга тўлиқ мослаштирилмаган.

Иқтисодиётда инновацияларнинг роли жуда катта. Узоқ муддатли истиқболда жадал ривожланиш йўлида инновацион фаолиятсиз иқтисодий ўсишнинг янада юқори натижасига эришиш мумкин эмас. Республикамизда инновацион ривожланишни жадаллаштириш, иқтисодиётнинг барча тармоқларида инновациялар ва технологияларни кенг татбиқ қилиш, инсон капиталини, илм-фан ва инновация соҳаларини ривожлантириш мақсадида 2022-2026 йилларда Ўзбекистон Республикасининг инновацион ривожланиш стратегияси қабул қилинган бўлиб, унинг асосий йўналишлари этиб қуйидагилар белгиланди:

[1] Ўзбекистонда фан ва инновацион фаолият. Статистик тўплам. Тошкент 2024 й.

инновацион инфратузилма субъектлари (инновацион технологик парк, технологиялар трансфери маркази, инновацион кластер, венчур ташкилоти, инновация маркази, стартап акселератор, инкубатор) тармоғини шакллантириш орқали стартап ташаббусларни қўллаб-қувватлаш ҳамда йирик ҳажмли ишлаб чиқариш (капитал яратиш)ни ташкил этиш;

инновацион фаолиятни давлат томонидан қўллаб-қувватлашнинг институционал механизмларини такомиллаштириш орқали инновацион фаол ташкилотлар улушини ошириш;

кичик тадбиркорликнинг инновацион фаоллигини ошириш орқали ҳудудларнинг ижтимоий-иқтисодий жадал ўсишини таъминлаш;

янги турдаги маҳсулотлар ва инновацион технологиялар яратишнинг ғоядан якуний истеъмолчигача бўлган комплекс тизимини таъминлаш орқали инновацияларга бўлган талабни рағбатлантириш;

яратилган капитални “тубдан янгиловчи” инновацияларга қайта йўналтириш тизимини шакллантириш;

таълимнинг барча босқичларида яратувчанлик, инновацион тадбиркорлик ва рационализаторлик кўникмаларини ривожлантириш орқали инновацион фаолият бошқарувида инсон капиталини янада ривожлантириш.

Ўзбекистон ҳукумати ушбу стратегияни фаол амалга оширилмоқда, унинг доирасида шу кунгача режалаштирилган 441 та лойиҳадан 400 дан ортиғи ишга туширилгани давлатнинг инновацион инфратузилмани ривожлантириш ва илмий ташаббусларни қўллаб-қувватлашга бўлган интилишидан далолат беради. Булар қаторига инновацион кластерлар, технопарклар, рақамли платформалар яратиш ва тадқиқот инфратузилмасини ривожлантириш киради.

Хулоса ўрнида шуни алоҳида таъкидлаш мумкинки, инновациялар ҳозирда мавҳум тушунча эмас, балки Ўзбекистоннинг янги иқтисодий қиёфасини шакллантирувчи реал кучга ва мамлакат иқтисодий ландшафтининг ажралмас қисмига айланиб, саноатни модернизация қилиш, янги технологияларни ривожлантириш ва инвестицияларни жалб этишга ҳисса қўшмоқда. Давлатимиз томонидан амалга оширилаётган тизимли чора-тадбирлар ва хусусий секторнинг фаол иштироки мамлакатимизни янада инновацион ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар яратмоқда. Стратегик инвестициялар, халқаро ҳамкорлик ва инсон капиталини ривожлантириш йўналишида амалга оширилаётган ишлар сабабли республика ишонч билан келажакнинг инновацияга йўналтирилган иқтисодиётига трансформация бўлмоқда.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. «2022 — 2026 йилларда Ўзбекистон Республикасининг инновацион ривожланиш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони, 06.07.2022 йилдаги ПФ-165-сон.
2. Ашуров М.С. “Особенности и приоритетные направления развития инновационных процессов в республике Узбекистан” Бюллетень науки и практики, vol. 7, no. 12, 2021, pp. 221-229.A
3. Додиев Ф.Ў.. Инвестицион фаолиятини молиявий рағбатлантириш: иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун диссертация автореферати. – Тошкент. 1998. - 22 б.
4. Ўзбекистонда фан ва инновацион фаолият. Статистик тўплам. Тошкент 2024 й.
5. 2000 Global Innovation Index 2024. World Intellectual Property Organization (WIPO) https://www.wipo.int › web-publications › assets

Н. М. Бабаева

Роль инноваций в экономическом развитии Узбекистана

Аннотация: В статье рассмотрен ряд показателей инновационного развития Республики Узбекистан, подчёркнута роль государства в обеспечении развития инновационной инфраструктуры и поддержке научно-исследовательских инициатив.

Ключевые слова: инновация, капитал, инновацион-ный процесс, факторы производства, инновационные стратегии, инновационное предпринимательство. Глобальный инновационный индекс.

N.M.Babaeva

The role of innovation in the economic development of uzbekistan

Abstract: The article examines a number of indicators of innovative development of the Republic of Uzbekistan, emphasizes the role of the state in ensuring the development of innovative infrastructure and supporting research initiatives.

Keywords: innovation, capital, innovation process, factors of production, innovation strategies, innovative entrepreneurship. Global Innovation Index.

САНОАТ ВА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ

Muxitdin Abduxamidovich Aynakulov – JizPI professori, iqtisod fanlari nomzodi

AGROKLASTERLARNI TASHKILIY JIHATDAN OPTIMALLASHTIRISH NEGIZIDAGI KOOPERATSION ALOQA USULLARI, YO‘NALISH VA MEXANIZMLARI

Annoatatsiya. Ushbu maqolada tashkiliy optimallashtirish orqali agroklasterlarda kooperatsiya faoliyatini takomillashtirish strategiyalari ko‘rib chiqilib, umumiy samaradorlikni oshirish uchun agrosanoat majmuasining turli ishtirokchilarining integratsiyasiga e’tibor qaratiladi. Tadqiqot multidisiplinar tahlilga tayanadi va taklif qilingan optimallashtirish modellarini baholash uchun turli usullarni birlashtiradi. Natijalar xarajatlarni pasaytirish va sifatni yaxshilash kabi ijobiy jihatlarni ta’kidlaydi, shuningdek, potentsial muammolarni, jumladan, investitsiyalarga bo‘lgan ehtiyojni va xodimlarning ehtimoliy qarshiligini ta’kidlaydi.

Kalit so‘zlar. Agroklasterlar, tashkiliy optimallashtirish, kooperativ aloqa, xo‘jalik faoliyati samaradorligi, multidisiplinar yondashuv, xarajatlarni kamaytirish, sifatni boshqarish, ishlab chiqarish kooperatsiyasi.

Kirish. Zamonaviy iqtisodiy sharoitda agrosanoat sohasi ko‘plab muammolarga duch kelmoqda, ular orasida hosildorlikni oshirish, mahsulot sifatini yaxshilash va ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish birlamchi hisoblanadi. Shu nuqtayi nazardan, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilar, yetkazib beruvchilar, qayta ishlovchi va boshqa hamkorlarni bitta yagona yaxlit tarmoqqa birlashtirish agroklasterlarning bosh g‘oyasidir.

Ammo, ko‘plab korxona va tashkilotlarning, shuningdek, infratuzilma obyektlarining bir doirada harakatlanishi, tabiiyki, haddan tashqari ko‘p sonli jamoani tashkil etishga olib kelmoqda. Shu boisdan, mazkur jarayonni ham boshqaruv jihatidan tartibga solinishi va amalga oshirilishi, hal etilishi lozim bo‘lgan vazifalardan biri sanaladi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. А. Челинцев “О строительстве сельскохозяйственной кооперации”, shuningdek, И.В. Шароватова “Сельскохозяйственная кооперация в развитых и развивающихся странах” nomli manbalarda qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarish subyektlari bilan boshqa xo‘jalik yuritish subyektlarining xo‘jalik yuritish kooperatsiyasi bo‘yicha ba’zi xorijiy manbalarda tadqiqotlar o‘tkazilgan bo‘lsa, М.А. Айнакулов, Э.М. Абдухамидов “Нормативно-правовая база интеграционных отношений хозяйствующих субъектов”, Berkinov B. B., Aynaqulov M. A. “Kichik tadbirkorlik korxonalarining yirik korxonalar bilan ishlab chiqarish kooperatsiyasi” nomli ilmiy maqola va monografik tadqiqotlarda kooperatsiyaning huquqiy asoslariga to‘xtalgan bo‘lsa, М.А. Айнакулов, Б. Б. Худойбердиев “Формы и методы развития агрокластера, их основные направления”, M. A. Aynaqulov, B.B. Xudayberdiyev “Motivatsiya samaradorlik garovi sifatida”, Qosimov J. A. et al. Development of methods for improving the lessons of information technology on the basis of graphic programs, shuningdek, М. А. Айнакулов, Б. Б. Худойбердиев “Хозяйственные кластеры и их основные направления” kabi tadqiqot manbalarida kooperatsiyaning shakl, usul va yo‘nalishlari, ularni tashkil etishning motivatsion jihatlari bayon qilingan, ammo aynan, tashkiliy optimallashtirish negizida kooperatsion aloqalarni rivojlantirishga hali yetarli darajada e’tibor berilmagan. Shu boisdan ham, mazkur muammoni yoritish muallif tomonidan maqsad qilib olindi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot iqtisodiyot, sotsiologiya, ekologiya va agronomiya elementlarini o‘z ichiga olgan multidisiplinar yondashuvga asoslangan bo‘lib, taklif etilayotgan optimallashtirish modellarining turli sharoitlarda imkoniyatlari va cheklovlarini har tomonlama baholash imkonini beradi. Tadqiqot jarayonlarida ba’zi yirik va kichik maqomdagi korxonalarning uch yillik statistik ma’lumotlarni tahlil qilish, amaliy tadqiqotlar, ekspert so‘rovlari va modellashtirishni o‘z ichiga olgan miqdoriy va sifat tadqiqot usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. O‘z mohiyatiga ko‘ra, xo‘jalik faoliyatini optimallashtirish - bu ish yurituv samaradorligini oshirish, xarajatlarni kamaytirish, foydani ko‘paytirish va mahsulot yoki xizmatlar sifatini yaxshilashga qaratilgan korxona faoliyatining barcha jihatlarini takomillashtirish jarayonidir. Bu xo‘jalik faoliyati jarayonlarini qayta tarkiblash, sifat menejmenti tizimlarini joriy etish, ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonlarini avtomatlashtirish, logistika va ta’minot zanjirlarini optimallashtirish, shuningdek, xodimlarni boshqarish va korporativ madaniyatni rivojlantirish kabi turli uslub va yondashuvlarni o‘z ichiga oladi.

Optimallashtirishning odatda, quyidagi turlari doimiy harakatdadir, xususan:

1.Tashkiliy optimallashtirish bo‘lib bunga menejment tuzilmasini qayta tashkil etish, aloqa va qaror qabul qilish jarayonlarini takomillashtirish kabilar kiradi;

2.Texnologik optimallashtirish bo‘lib, yangi texnologiyalarni joriy etish, uskunalarni modernizatsiya qilish va jarayonlarni avtomatlashtirish kabilarni o‘z ichiga oladi [1];

3.Iqtisodiy optimallashtirishdan iborat bo‘lib, u xarajatlarni kamaytirishni, narxlarni optimallashtirishni va kapital boshqaruvini yaxshilash orqali moliyaviy samaradorlikni oshirishni qamrab oladi;

4.Xodimlarni optimallashtirish bo‘yicha bo‘lib, xodimlarni kamolotga yetaklash va o‘qitish, xodimlarni qayta tayyorlash, motivatsiya va samaradorlikni oshirishdan iborat [2];

Darhaqiqat, optimallashtirish xo‘jalik faoliyatining hozirgi holatini tahlil qilish, muammolar va samarasiz jarayonlarni aniqlash, ularni bartaraf etish yoki yaxshilash bo‘yicha yechimlarni ishlab chiqish va amalga oshirishni o‘z ichiga oladi. Ba’zi yirik va kichik maqomdagi xo‘jalik yurituvchi subyektlarning so‘nggi uch yillik moliyaviy va mehnat ko‘rsatkishlarini qiyosiy tahlil asosida o‘rganib chiqish negizidagi tadqiqot natijalariga ko‘ra, xo‘jalik faoliyatini optimallashtirishning quyidagi afzalliklari va shuning bilan birgalikda kamchiliklari ham aniqlandi.

1. Xo‘jalik faoliyatini optimallashtirishning afzalliklari quyidagilardir.

- samaradorlik va hosildorlikni oshiradi va ortiqcha hamda samarasiz jarayonlarni bartaraf etishga yordam beradi, natijada resurslardan samaraliroq foydalaniladi, umumiy samaradorlik oshadi [3];

- optimallashtirishning asosiy jihatlaridan biri bu jarayonlarni takomillashtirish, materiallar, energiya, mehnat va boshqa xarajatlarni kamaytirish orqali erishiladigan to‘la tannarxni pasaytirishdir;

- xarajatlarning kamayishi va samaradorlikning oshishi odatda daromadning oshishiga olib keladi [4];

- optimallashtirish jarayoni ko‘pincha zamonaviy texnologiyalar va ish usullarini joriy etish orqali mahsulot yoki xizmatlar sifatini yaxshilashni o‘z ichiga oladi;

- optimallashtirish mahsulot tannarxini pasaytirish va xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish orqali korxonaga bozorda raqobatbardosh bo‘lishga imkon beradi.

2. Xo‘jalik faoliyatini optimallashtirishning kamchiliklari quyidagilardir.

- optimallashtirish jarayoni yangi asbob-uskunalar, texnologiya va xodimlarni o‘qitishga jiddiy investitsiyalarni talab qilishi mumkin, bu esa jiddiy xarajatlarga aylanadi [5];

- xo‘jalik xodimlari o‘zgarishlarga qarshilik ko‘rsatishi mumkin, bu esa qisqa muddatda ma’naviyat va samaradorlikning pasayishiga olib kelish ehtimolini keltirib chiqaradi;

- optimallashtirish jarayonida kutilmagan oqibatlarga olib keladigan xatolarga yo‘l qo‘yilishi,ya’ni, masalan, mahsulot yoki xizmatlar sifatining yomonlashishi mumkin;

- optimallashtirish ko‘pincha jarayonlarni ixchamlashtirishni talab qiladi, bu esa ish o‘rinlarining yo‘qolishiga va tashkilotda xodimlar qo‘nimsizligiga olib kelishi mumkin [6];

- jarayonlarni standartlashtirish va avtomatlashtirish moslashuvchanlikni pasayishiga olib kelishi mumkin va mijozlarga yoki vazifalarga alohida yondashish imkoniyatini cheklash, bu ba’zi hollarda mijozning qoniqish darajasini pasaytirishi mumkin;

- optimallashtirish jarayonida texnologiyaga bo‘lgan ishonchni oshirish biznesning texnik nosozliklar, kiberhujumlar va boshqa AT infratuzilmasi muammolariga nisbatan zaifligini oshirishi mumkin [7];

-texnologiyalar va menejment usullari doimiy ravishda rivojlanib bormoqda, ular erishilgan optimallashtirish darajasini saqlab qolish uchun tizimni yangilash va xodimlarni o‘qitishga muntazam sarmoya kiritishni talab qiladi.

- samaradorlik va xarajatlarni kamaytirishga intilishda inson omili va korporativ madaniyatning ahamiyatini e’tibordan chetda qoldirish mumkin, bu esa uzoq muddatda xodimlarning ma’naviyati va sadoqatiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi [8];

- bundan tashqari, samaradorlikni oshirishga harakat qilib, tizimni juda zaif qiladigan va tashqi o‘zgarishlarga yetarli darajada javob bera olmaydigan qarorlar qabul qilinganda, “qayta optimallashtirish” xavfi vujudga keladi;

- kichik korxonalar cheklangan resurslar tufayli optimallashtirishga moslashishda qiyinroq bo‘lishi mumkin, yirik kompaniyalar esa o‘zgarishlar ko‘lami tufayli o‘zgarishlarni amalga oshirish uchun ko‘proq vaqt talab qilishi mumkin.

Korxonalar uchun optimallashtirishning eng katta kamchiligi, qachonki, tashkiliy tuzilmalarga o‘zgartirish kiritish asosidagi korporativ bo‘linishlar zarurati paydo bo‘lganda, ko‘p yillardan buyon yelkama-yelka, hamjihatlikda, bir-biriga mehr qo‘ygan mehnat jamoalarining rishtaviy uzilishi sodir bo‘ladi.

Ammo, olib borilayotgan tadqiqot natijalaridan shu jihat ayonki, yirik korxonani ikki yoki uchta kichik bo‘linmalarga ajratish tashkiliy tuzilmani optimallashtirishning samarali strategiyasi bo‘lib xizmat qiladi. Korporativ bo‘linish yoki spin-off sifatida tanilgan ushbu jarayon biznesni soddalashtirish, moslashuvchan va asosiy vakolatlarga yo‘naltirish imkonini beradi. Xo‘jalik faoliyatini yuritishni alohida-alohida qismlarga bo‘lish har bir yangi faoliyatni biznesning muayyan yo‘nalishlariga ixtisoslashtirish orqali resurslarni yanada samaraliroq taqsimlashga, tajovuzkor xavflarni kamaytirishga va umumiy samaradorlikni oshirishga yordam beradi. Spin-off, odatda, yirik korxona o‘zining bo‘linmalaridan yoki o‘zining faoliyat yo‘nalishlaridan birini alohida yuridik shaxsga aylantirganda sodir bo‘ladi.

Buning ham bitta yo‘li – xo‘jalik faoliyati tashkiliy jihatdan optimallashib, korxonada korporativ holatda yoki spin-off sifatida bo‘linish sodir bo‘lganda xo‘jaliklararo ishlab chiqarish (xizmat ko‘rsatish) kooperatsiyasini rivojlantirishdir.

O‘z mohiyatiga ko‘ra, optimallashgan korxonalar o‘rtasida ishlab chiqarish kooperatsiyasi umumiy maqsadlarga erishish (tovarlar ishlab chiqarish, ishlarni bajarish va xizmatlar ko‘rsatish) uchun bir to‘plam doirasida jismoniy va yuridik shaxslarning ixtiyoriy birlashuvini yoki o‘zaro hamkorlik qilishini o‘zida namoyon qiladi. Bunda optimallashgan kichik korxonalarning turli xo‘jalik yurituvchi subyektlar bilan o‘zaro hamkorligi va ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish kooperatsiyasi quyidagi shakllarda amalga oshirilishi mumkin: 1.Subpudrat; 2. Dilerlar yordamida mahsulotni sotish (mutloq “franchayzing” shartnomalari tizimi).

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib aytganda, xo‘jalik faoliyatini optimallashtirish ham muhim afzalliklarga, ham mumkin bo‘lgan kamchiliklarga ega. Xo‘jalik yuritishning o‘ziga xos xususiyatlarini va barcha manfaatdor tomonlarning ehtiyojlarini hisobga olgan holda optimallashtirish jarayonini diqqat bilan rejalashtirish, uning samarali jihatlarini imkon qadar oshirish va yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan xavf va muammolarni imkon qadar kamaytirish muhimdir.

Korxonalarning xo‘jalik faoliyatini optimallashtirish o‘zgaruvchan bozor sharoitlariga va korxonaning ichki omillariga muvofiq strategiyalarni moslashtirish uchun kompleks yondashuvni va olingan natijalarni doimiy tahlil qilishni talab qiladi. Zero, muvaffaqiyatli optimallashtirishning kaliti nafaqat innovatsiyalarni joriy etishda, balki doimiy takomillashtirish madaniyatini yaratish va tashkilotning barcha darajalarida samaradorlikka intilishdadir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1.Челинцев А. О строительстве сельскохозяйственной кооперации. Журнал «АПК: экономика, управление», № 5, 2009.

2. Шароватова И.В. Сельскохозяйственная кооперация в развитых и развивающихся странах. ВНИИТЭИ агропром, М., 2011.

3. Айнакулов М. А., Абдухамидов Э. Нормативно-правовая база интеграционных отношений хозяйствующих субъектов // Молодой ученый. – 2016. – №. 7-2. – С. 80-83.

4. Berkinov B. B., Aynaqulov M. A. Kichik tadbirkorlik korxonalarining yirik korxonalar bilan ishlab chiqarish kooperatsiyasi // Monografiya-Jizzax. – 2004. – Т. 114. – С. 2004-114.

5. Айнакулов М. А., Худойбердиев Б. Б. Формы и методы развития агрокластера, их основные направления // Технологии социальной работы в различных сферах жизнедеятельности. – 2020. – С. 70-75.

6. Aynaqulov M. A. Xudayberdiyev B.B. Motivatsiya samaradorlik garovi sifatida // Ilmiy axborotnoma jurnali. Samarqand Davlat Universiteti. – 2020. – №. 2 (120). – С. 91.

7. Qosimov J. A. et al. Development of methods for improving the lessons of information technology on the basis of graphic programs //AIP Conference Proceedings. – AIP Publishing, 2022. – Т. 2432. – №. 1.

8. Айнакулов М. А., Худойбердиев Б. Б. Хозяйственные кластеры и их основные направления // Общество. – 2020. – №. 1. – С. 32-36.

М.Айнакулов

Методы, направления и механизмы взаимодействия на основе организационной оптимизации сельскохозяйственных кластеров

Аннотация. В данной статье изучаются стратегии улучшения кооперативной деятельности в агрокластерах через организационную оптимизацию, акцентируя внимание на интеграции различных участников агропромышленного комплекса для повышения общей эффективности. Исследование опирается на мультидисциплинарный анализ и комбинирует разнообразные методы для оценки предложенных моделей оптимизации. Результаты подчеркивают положительные аспекты, такие как снижение затрат и улучшение качества, однако также указывают на потенциальные сложности, включая необходимость в инвестициях и возможное сопротивление со стороны персонала.

Ключевые слова. Агрокластеры, организационная оптимизация, кооперативная коммуникация, эффективность хозяйственной деятельности, мультидисциплинарный подход, снижение издержек, управление качеством, производственная кооперация.

M.Aynakulov

Methods, directions and mechanisms of cooperation based on organizational optimization of agricultural clusters

Abstract. This article examines strategies for improving cooperative activities in agricultural clusters through organizational optimization, focusing on the integration of various participants in the agro-industrial complex to improve overall efficiency. The study relies on multidisciplinary analysis and combines a variety of methods to evaluate the proposed optimization models. The results highlight positive aspects, such as cost reduction and quality improvements, but also highlight potential challenges, including the need for investment and possible resistance from staff.

Keywords. Agroclusters, organizational optimization, cooperative communication, business efficiency, multidisciplinary approach, cost reduction, quality management, industrial cooperation.

Umar Xudayberdiyev – SamISI dotsenti, i.f.n.
Marifat Umarovna Xudoyberdiyeva – Samarqand davlat veterinariya meditsinasi, chorvachilik va biotexnologiyalar universiteti assistenti

O‘ZBEKISTONDA GO‘SHT YETISHTIRISHDAGI MUAMMOLAR VA ULARNING YECHIMI

Annotatsiya: Maqolada mamlakatimizda go‘sht yetishtirish yildan-yilga ko‘payib borayotganligi, lekin aholi sonining va daromadlarining ko‘payib borayotganligi sababli, go‘shtga talabning oshib borayotganligi natijasida narxning ko‘tarilishi bayon qilingan.Maqolada go‘sht turlarini optimallashtirish, arzon va parxezbop turlarini ko‘paytirish lozimligi ta’kidlangan.Go‘shtni yanada ko‘paytirish yo‘llari ko‘rsatilgan.

Kalit so‘zlar: Oziq-ovqat mahsulotlari, go‘sht mahsulotlari, qoramollar, qo‘y va echkilar,yaylovlar ko‘p yillik o‘simliklar, chorvachilik, hududlar.

Kirish. Aholining turmushini yaxshilashda sifatli oziq-ovqat mahsulotlarining ahamiyati katta. Aholi non va non mahsulotlarini, go‘sht va go‘sht mahsulotlarini, sut va sut mahsulotlarini doimo muntazam ravishda iste’mol qiladi. Aholi daromadlari ko‘payib borgan sayin sifatli oziq-ovqat mahsulotlarini, xususan go‘sht va go‘sht mahsulotlarini ko‘proq iste’mol qilmoqda. Qashqadaryo, Surhandaryo va Farg‘ona viloyatlari aholisi ko‘proq qo‘y go‘shtini, Qoraqalpoq Respublikasi va qolgan viloyatlar aholisi asosan qoramol go‘shtini ko‘proq iste’mol qiladilar.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Qishloq xo‘jaligida mahsulot yetishtirish, uning asosiy tarmoqlaridan biri bo ‘lgan chorvachilik bo‘yicha olimlar turli yo‘nalishlar bo‘yicha ilmiy ishlar olib borishgan. Olimlarimizdan Jo‘rayev.F. Ergashev.R.X., Murtazayev.O., Tangirov A.E., S.Xamrayevalar qishloq xo‘jaligini rivojlantirish, zotdor mollarni ko‘paytirish, yer va suv resurslaridan samarali foydalanish masalalarini ko‘proq yoritishgan. Chorvachilikni rivojlantirishda mamlakat prezidenti Sh.Mirziyoyevning 2020-yil 29-yanvardagi “Chorvachilik tarmog‘ini davlat tomonidan qo‘llab quvvatlashning qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi, hamda “Chorvachilik tarmoqlarini davlat tomonidan yanada qo‘llab-quvvatlashga doir qo‘shimcha chora tadbirlar to‘g‘risida”gi 2021-yil 3-martdagi qarorlari muhim ahamiyat kasb etdi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mavzu bo‘yicha ilmiy izlanishlar olib borishda: Ma’lumotlarni yig‘ish kuzatish, taqqoslash, tarkibiy tahlil, statistik o‘rganish, xulosalar qilish usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Aholini arzon va sifatli go‘sht va go‘sht mahsulotlari bilan ta’minlash muhim ahamiyatga ega. Mamlakatimizda Respublika Prezidenti va Xukumati tomonidan qishloq xo ‘jaligini xususan chorvachilikni rivojlantirish bo ‘yicha ko ‘rilgan chora tadbirlari natijasida bu sohada mahsulot yetishtirish yildan yilga ko ‘payib bormoqda. Mamlakatda chorvachilikni rivojlantirish, chorvador va dehqon xo‘jaliklarini qo‘llab quvvatlash, aholini uzluksiz go‘sht va go‘sht mahsulotlarini bilan ta’minlash borasida tizimli ishlar amalga oshirilmoqda. Mamlakat prezidentining 2022-yil 8-fevraldagi “Chorvachilikni yanada rivojlantirish va chorva ozuqa bazasini mustahkamlash chora tadbirlari to‘g‘risida”gi qaroriga asosan molar zotini yaxshilash, paxta maydonlarini kamaytirib, takroriy ekishni ko‘paytirib, chorva ozuqasini yanada ko‘paytirish, chorvadorlarga davlat budjetidan subsidiya ajratish, veterinariya xizmatlarini yaxshilash belgilangan.

O‘zbekistonda 2019-2024 yillarda go‘sh yetishtirish dinamikasi.

Yillar ko‘rsatkichlar	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1. Go‘sht yetishtirish tirik vaznda, ming t.	2473,6	2519,6	2635,1	2725,9	2833,2	2942,5
2. Aholi jon boshiga chiqarilgan go‘sht (tirik vaznda) kg	73,7	73,6	75,5	76,5	77,8	79,5

Jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, mamlakatda go‘sht yetishtirish muntazam ravishda ko‘payib bormoqda. 2019-yil 2473,6 ming tonna (tirik vaznda) go‘sht yetirilgan bo‘lsa, 2024-yilga kelib 2942,5 ming tonnaga (tirik vaznda) yetgan, ya’ni ushbu davrda 119,0 foizga ko‘paygan. Ushbu davrda mamlakat aholisi ham 110,5 foizga ko‘payganligini hisobga olsak aholi jon boshiga go‘sht yetishtirish 2024-yilga kelib, 2019-yilga nisbatdan 107,9 foizga (79,5:73,7*100) o‘sgan.

2024-yilda eng ko‘p go‘sht yetishtirgan viloyatlar Qashqadaryo - 345,9 ming tonna, Samarqand – 326,9 ming tonna, Toshkent viloyatida – 312,3 ming tonna, eng kam Sirdaryo viloyati – 80,4 ming tonna, Qoraqalpog‘iston Respublikasida – 129,8 ming tonna, Namangan viloyatida – 182,4 ming tonna yetishtirilgan. Fermer xo‘jaliklari 188,1 ming tonna, dehqon va tomarqa xo‘jaliklarda 2488,6 ming tonna (84,6 foiz) qishloq xo‘jalik faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlar tomonidan 265,8 ming tonna go‘sht yetishtirilgan. Demak mamlakatimizda asosiy go‘sht yetishtiruvchilar dehqon va tomarqa xo‘jaliklaridir.

Statistikada go‘sht mahsulotlari yirik shohli qoramollar, qo‘y va echkilar, parrandalar, cho‘chqalar va boshqa molar tarzida guruhlab beriladi. Ushbu guruhlash asosida tahlil qiladigan bo‘lsak, ko‘p yillardan beri yirik shohli qoramollar go‘shtini yetishtirish katta hissani tashkil etadi.

O‘zbekistonda 2019-2023-yillarda go‘sht yetishtirishning turlari bo‘yicha ko‘rsatkichlari

Ko‘rsatkichlar	2019 yil		2023 yil		2023 yil 2019 yilga nisbatan % da
	Tirik vaznda	Xissasi %	Tirik vaznda	Xissasi %	
1.Yirik shohli qoramollar	1869,5	75,60	2077,5	73,30	111,1
2.Qo‘y va echkilar	381,5	15,40	434,9	15,40	114,0
3.Parrandalar	205,2	8,30	303,9	10,70	148,1
4.Cho‘chqalar	3,8	0,15	2,7	0,10	71,0
5. Boshqa turdagi mollar	13,6	0,55	14,2	0,50	104,4
Jami	2473,6	100,0	2833,2	100,0	114,5

Jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, umumiy go‘sht hajmi 2023-yil 2019-yilga nisbatan 114,5 foizga o‘sgan bo‘lsa, parrandalardan olinadigan go‘sht 148,1 foizga o‘sgan, cho‘chqa go‘shti esa ushbu davrda 71,0 foizgacha kamaygan. Ushbu mamlakat aholi soni ham ko‘paygan. 2019-yil aholi soni 33905,2 ming kishi bo‘lsa, 2023-yilga kelib 36799,8 ming kishiga yetgan ya’ni 108,5 foizga ko‘paygan. Undan tashqari aholi daromadlari ham har yili muntazam oshib bormoqda. Natijada go‘shtga bo‘lgan talab ko‘payib, go‘sht narxi yildan yilga oshib bormoqda. Statistik ma’lumotlarga qaraganda 2020-yilda 1 kg qoramol go‘sht narxi 60,0 ming so‘m bo‘lgan bo‘lsa, 2025-yilga kelib uning narxi 120,0-140,0 ming so‘mga yetmoqda ya’ni ikki barobar ko‘tarilgan. Albatta narxni arzonlashtirish va aholining go‘shtga bo‘lgan talabining to‘liq qondirish uchun yaylovlarni ko‘kalamlashtirish suvsizlikka chidamli ko‘p yillik o‘simliklar yetishtirishni ko‘paytirish, yem va omuxtalar narxlarini arzonlashtirish, hududlarda zamonaviy chorvachilik kompleksini ko‘paytirish zarur bo‘ladi.

Xulosa va takliflar. Tibbiyot mutaxassislarining fikricha eng foydali go‘sht, quyon go‘shti hisoblanar ekan. Quyon go‘shtida yog‘ kam bo‘lib, parxezbop, temir moddasi va vitaminlarga boy ekan. Quyon tez ko‘payadigan va tez semiradihan hisoblanadi. Demak quyon go‘shtini tayyorlash uchun xarajatlar kam bo‘ladi. Quyonni boqish uchun qoramollar, qo‘ylar kabi katta mablag‘ talab qilinadigan imoratlar, asbob-uskunalar kerak bo‘lmaydi. Lekin mamlakat aholisining ko‘plari quyon go‘shtini iste’mol qilib o‘rganmagan shuning uchun quyon go‘shtining shifoligini, tez hazm bo‘lishini targ‘ib qilib, go‘shtni qanday usullar bilan pishirish va iste’mol qilishni aholiga tushuntirish lozim bo‘ladi. Har bir hududda quyon boquvchi fermalar tashkil etib, ularga yetarli darajada ozuqa tayyorlash uchun yer maydoni ajratish lozim. Chorva mollari boqiladigan yaylovlarning katta qismi degradatsiyaga uchrab, yem-xashak o‘simlik turlari kamayib bormoqda. Yaylovlarga suvsizlikka chidamli, chuqur ildiz oladigan ko‘p yillik o‘simlik urug‘larini unib chiqadigan tabiiy sharoitlarda sepish, yaylovlarda almashlab boqishni joriy qilish lozim. Fermer va dehqon xo‘jaliklarida beda, makkajo‘xori, lavlagi kabi ozuqabop o‘simliklarning ekin maydonini ko‘paytirish, hosildorligini oshirish lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyevning 2020 yil 29 yanvardagi “Chorvachilik tarmog‘ini davlat tomonidan qo‘llab quvvatlashning qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyevning 2021yil 3 martdagi “Chorvachilik tarmoqlarini davlat tomonidan yanada qo‘llab-quvvatlashga doir qo‘shimcha chora tadbirlar to‘g‘risida” gi qarori.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyevning 2022yil 8 fevraldagi “Chorvachilikni yanada rivojlantirish va chorva ozuqa bazasini mustahkamlash chora tadbirlari to‘g‘risida” gi qarori.

4. Pardayev M.K. va boshqalar. Savdo iqtisodiyoti muammolari. O‘quv qo‘llanma T.: “Iqtisod-moliya” 2016yil, 504b.
5. Xudayberdiyev U.X, Xoliqulov A.N. Xizmat ko‘rsatish sohasi rivojlanishi va muammolari. Monografiya. Samarqand , Sam ISI bosmaxonasi, 2020 yil. 124 bet.
6. vvv. stat.uz.

У.Худайбердиев, М.Худойбердиева **Проблемы и решения в производстве мяса в Узбекистане**	**U.Khudayberdiev, M.Hudoyberdiyeva** **Problems and solutions in meat production in Uzbekistan**
Аннотация: В статье описывается тот факт, что производство мяса в нашей стране увеличивается с каждым годом, но в связи с ростом населения и доходов увеличивается спрос на мясо, что приводит к росту цен. В статье подчеркивается необходимость оптимизации видов мяса и увеличения количества дешевых и диетических видов. Указаны пути дальнейшего увеличения производства мяса. **Ключевые слова:** Продукты питания, мясная продукция, крупный рогатый скот, овцы и козы, пастбища, многолетние растения, поголовье скота, территории.	**Abstract:** The article describes the fact that meat production in our country increases every year, but due to population and income growth, the demand for meat increases, which leads to higher prices. The article emphasizes the need to optimize meat types and increase the number of cheap and dietary types. The ways to further increase meat production are indicated. **Keywords:** Food, meat products, cattle, sheep and goats, pastures, perennials, livestock, territories.

Boburmirzo Botirovich Abduvaxobov – SamISI tayanch doktoranti,

SUTNI QAYTA ISHLASH KORXONALARIDA TA’MINOT ZANJIRI TIZIMINING TASHKILIY MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH

Annotasiya. Ushbu tadqiqot ishida sutni qayta ishlash korxonalarida ta’minot zanjiri tizimining samaradorligi, mavjud tashkiliy mexanizmlar va ularni takomillashtirish yo‘nalishlari o‘rganilgan. Korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishda ta’minot zanjirining muvofiqlashtirilgan va samarali ishlashi muhim ahamiyatga ega ekani asoslab berilgan. Taklif etilgan tashkiliy mexanizm modeli ishlab chiqarish barqarorligini ta’minlash va resurslardan oqilona foydalanishni ko‘zda tutishi aytib o‘tilgan.
Kalit so‘zlar: sut sanoati, ta’minot zanjiri, tashkiliy mexanizm, logistika, qayta ishlash korxonalari, xom ashyo ta’minoti, ishlab chiqarish jarayoni, mahsulot harakati.

Kirish. Sut mahsulotlarini ishlab chiqarish va ularni qayta ishlash oziq-ovqat sanoatining muhim yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Aholining oziq-ovqat mahsulotlariga bo‘lgan talabining ortib borishi bilan birga, mahsulot sifati, yetkazib berish tezligi va logistika tizimining barqarorligi ham dolzarb masalaga aylanmoqda. Ayniqsa, sut tez buziluvchan mahsulot bo‘lganligi sababli, ta’minot zanjirining har bir bo‘g‘ini mukammal tashkillashtirilishi lozim.

Ta’minot zanjiri faqat ishlab chiqaruvchidan xaridorgacha bo‘lgan oddiy yo‘l emas, balki bir necha ishtirokchilar – fermer xo‘jaliklari, transport xizmatlari, saqlash omborlari, qayta ishlash korxonalari, va sotuv tarmoqlari o‘rtasidagi muvofiqlashtirilgan tizimni anglatadi. Mazkur ishda aynan shu tizimni mukammallashtirish, uning har bir bo‘g‘inini samarali boshqarish orqali raqobatbardoshlikni oshirish masalalari ko‘rib chiqiladi.

Qayta ishlash sanoati korxonalarida ta’minot zanjiri bilan bog‘liq masalalari va ulardagi muammolarni bartaraf qilish bilan bog‘liq ishlar, ularni bartafar qilish yo‘llari juda muhimdir. Bu borada O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2022-yil 26-apreldagi “Respublikada go‘sht, jun va sut yo‘nalishidagi mayda shoxli mollarni ko‘paytirish va tarmoq ozuqa bazasini mustahkamlashga qaratilgan qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-224-son Qarori ham aynan sutni qayta ishlash korxonalarida ozuqa bazalarini takomillashtirish, xom ashyoni saqlash, uni yetkazib berishda ta’minot zanjirini optimallashtirish masalalariga bag‘ishlangan [1].

Qayta ishlash sanoatida ayniqsa sutni qayta ishlash kichik korxonalar tomonidan amalga oshirilishi tabiiy holdir. Zero, sut xom ashyosi sifati tez buziladigan xom ashyo tarkibiga kirishi

bilan bog‘liq. Shu sababli ushbu sutni qayta ishlash korxonalarida xom ashy ova tayyor mahsulotning harakatini optimallashtiruvchi ta’minot zanjiri muammosini bartaraf qilish ishimizning dolzarbliligini oshiradi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Sutni qayta ishlash jarayonlarida olimlar tomonidan ularning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari ustida tadqiqotlar olib borilmoqda. Bunda ta’minot zanjiri tizimini joriy etish, ularning tashkiliy mexanizmlari birinchi navbatda shakllantirilishi lozim.

MDH mamlakatlari olimlaridan I.Poleshnika ham o‘zining ilmiy tadqiqot ishlarida sutni qayta ishlash korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda ta’minot zanjirini boshqarish mavzu-sida ishlar olib borib, sut xom ashyosini qayta ishlash jarayonida xom ashyoni qabul qilish va saqlash jarayonlarini takomillashtirish orqali ta’minot zanjirining xususiyatlarini ochib beradi [2].

Yana bir MDH olimi A.J.Duysebayevning tadqiqotlarida mahsulot raqobatbardoshligini ta’minlashda sut sanoati korxonalarini strategik boshqarishni takomillashtirish masalalariga jiddiy e’tibor qaratganlar. Olimning aytishicha sut mahsulotlari tez buziladigan mahsulotlar ekanligini hisobga olsak, ularni xom ashyoni yig‘ishda, uni qayta ishlash va tashish masalalarida logistika masalalariga urg‘u berishni ta’kidlab o‘tganlar [3].

Yana bir olim E.A.Boldireva o‘zining nomzodlik dissertatsiyasida sut sanoati korxonalarini kompleks rivojlantirishni takomillashtirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari bo‘yicha ishlar olib borgan. Sut mahsulotlarini qayta ishlashda eng kerakli jihat sifatida ta’minot va uning shakllanishi bosqichlari to‘g‘risida muhim jihatlarini yoritib berganlar [4].

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotni amalga oshirish va ilmiy natijalarga erishishda adabiyotlarning qiyosiy tahlili, statistik ma’lumotlar tahlili, ta’minot zanjirini samarali ishlash tamoyillari, induksiya va deduksiya, miqdor va sifat, ekspert tahlil usullaridan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Yuqoridagi olimlarning fikr va mulohazalari, izlanishlarini o‘rganish natijasida tahliliy qismlarni ham amalga oshirish, tadqiqot ishimizning dolzarbliligi va natijadorligini oshiradi.

Ta’minot zanjiri – bu mahsulot yoki xizmatni iste’molchigacha yetkazish jarayonida ishtirok etadigan barcha faoliyat va subyektlarning kompleks tizimidir. Ushbu tizimga xom ashyo yetkazib beruvchilar, ishlab chiqaruvchilar, logistika xizmatlari, saqlash va realizatsiya tarmoqlari kiradi. Sut sanoati kontekstida esa ta’minot zanjiri har qachongidan ham muhim, chunki u nafaqat iqtisodiy samaradorlik, balki mahsulot sifati va iste’molchilarga tez yetkazib berish bilan chambarchas bog‘liq.

Ta’minot zanjirining tashkiliy mexanizm – bu ta’minot zanjiri ishtirokchilarining faoliyatini uyg‘unlashtiruvchi boshqaruv vositalari majmuidir. U quyidagilardan tashkil topadi:

- Normativ-huquqiy asoslar;
- Institutsional tuzilmalar (yirik qayta ishlovchi korxonalar, fermer uyushmalari, kooperatsiyalar);
- Axborot tizimlari va raqamli texnologiyalar;
- Boshqaruv va muvofiqlashtirish tizimi (rejalashtirish, monitoring, logistik boshqaruv).

Quyidagi tamoyillar sut sanoatida ta’minot zanjirining samarali faoliyat ko‘rsatishi uchun muhim.

- **Moslashuvchanlik** – mavsumiylik va talab o‘zgarishlariga moslasha olish;
- **Integratsiya** – barcha ishtirokchilar o‘rtasida axborot va resurs almashinuvi;
- **Tezkorlik** – mahsulotni imkon qadar qisqa muddatda iste’molchiga yetkazish;
- **Sifat va xavfsizlik** – sanitariya, gigiyena va ISO standartlariga muvofiq bo‘lish.

Samarqand viloyatida chorvachilik va sut ishlab chiqarish sohalari qishloq xo‘jaligining muhim tarmog‘ini tashkil etadi. Viloyatda yirik va o‘rta hajmdagi sutni qayta ishlash korxonalari faoliyat yuritmoqda, ularning ayrimlari zamonaviy texnologiyalar bilan jihozlangan bo‘lsa-da, ko‘pchilik korxonalar hali to‘liq avtomatlashtirilmagan. Hozirda viloyatda ta’minot zanjiri quyidagi bosqichlarda amalga oshirilmoqda:

Sut ishlab chiqaruvchilar (fermer va dehqon xo‘jaliklari) – sutning asosiy manbai;

Yig‘uv punktlari – xom ashyoning dastlabki yig‘ilishi va saralanishi;

Qayta ishlovchi korxonalar – pasterizatsiya, fermentatsiya, qadoqlash va saqlash;
Distribyutorlar va chakana savdo tarmoqlari – tayyor mahsulotning bozorga chiqishi.

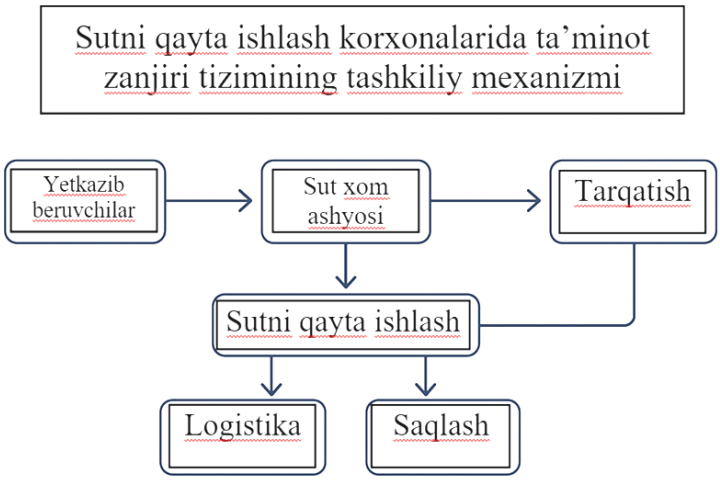
1-jadval

Sutni qayta ishlash korxonalarida ta’minot zanjiridagi muammolar

№	Muammo	Izoh
1	Xom ashyo yetkazib beruvchilar tarqoqligi	Fermerlar va dehqonlar o‘zaro muvofiqlashtirilmagan, natijada logistika murakkab.
2	Sovutish zanjirining to‘liq yo‘qligi	Sut yig‘uv punktlarida muzlatkichlar yo‘qligi – sifatga salbiy ta’sir.
3	Axborot oqimining samarasizligi	Fermerlar va korxonalar o‘rtasida real vaqt ma’lumot almashinuvi mavjud emas.
4	Logistika tizimining eskirganligi	Transport vositalarining texnik holati past, yetkazish muddati cho‘zilmoqda.
5	Mahsulotlar sertifikatsiyasi va sifati bo‘yicha uzilishlar	Yetkazilgan mahsulotlar har doim ham standartlarga javob bermaydi.

1-jadval ma’lumotlari asosida shuni aytish mumkinki, sutni qayta ishlash korxonalarida ta’minot zanjiridagi muammolarni bartaraf qilishda ta’minot zanjirini rivojlantirishning tashkiliy mexanizmlarini ishlab chiqish orqali samarali hal qilish mumkin.

Shu sababli bunday tashkiliy tuzilmalarni ishlab chiqish orqali samaradorlikka erishish, boshqaruv tizimidagi xarajatlar kamayishiga erishish mumkin bo‘ladi. Bunday tashkiliy tuzilmani ishlab chiqish orqali sutni qayta ishlash korxonalari uchun zaruriy holat deya baho berishimiz mumkin.



1-rasm. Sutni qayta ishlash korxonalarida ta’minot zanjiri tizimining tashkiliy mexanizmlari

Yuqorida keltirilgan rasm orqali shuni aytish kerakki, sutni qayta ishlash korxonalarida ta’minot zanjiri tizimining tashkiliy mexanizmlarini shakllantirish, uning imkoniyatlarini belgilab olish, xom ashyoni qayta ishlashda logistika va saqlash tizimlariga asosiy harakatni berish muhimdir.

Xulosa va takliflar. Sut sanoati O‘zbekiston, xususan, Samarqand viloyati uchun strategik ahamiyatga ega soha hisoblanadi. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, viloyatda mavjud ta’minot zanjiri tizimi hali to‘liq ishlangan emas, logistika, axborot oqimi va boshqaruvda bir qator muammolar mavjud. SCOR modeli asosida yondashuv korxonalar faoliyatini tizimlash-tirishga yordam beradi. Ta’minot zanjirini raqamlashtirish, institutsional jihatdan mustahkamlash va samarali tashkiliy mexanizm yaratish orqali korxonalar faoliyati sezilarli darajada samarador bo‘lishi mumkin. Yuqorida keltirilgan xulosadan quyidagi takliflarni ishlab chiqamiz:

- Kooperatsiya asosida yagona ta’minot tizimini shakllantirish orqali fermer xo‘jaliklarini yagona uyushmaga birlashtirish va xom ashyo ta’minotini markazlashtirish orqali logistika

xarajatlarini kamaytirish.

- Raqamli texnologiyalarni joriy etish natijasida har bir sut partiyasi harakatini kuzatuvchi IoT texnologiyalarini joriy qilish va axborot almashinuv tizimini (mobil ilova yoki veb-platforma) yaratish.
- Logistika infratuzilmasini yaxshilash imkoniyatida sovutkichli transport va saqlash punktlarini tashkil etish va mintaqaviy logistika markazini tashkil qilish orqali transportni optimallashtirish.
- Sifat va sanitariya nazoratini kuchaytirish, har bir ishlab chiqarish bosqichida laboratoriya nazorat tizimini yo‘lga qo‘yish hamda ISO va HACCP kabi xalqaro sertifikatlarni olishni rag‘batlantirish.
- Tashkiliy boshqaruvni takomillashtirish natijasida SCOR modeliga asoslangan boshqaruv tizimini joriy qilish va ERP tizimlari yordamida resurslar va ishlab chiqarishni integratsiyalash.
- Davlat-xususiy sheriklikni rivojlantirish asosiyda sut sanoati infratuzilmasiga investitsiyalarni jalb etish uchun imtiyozli kreditlar berish va davlat tomonidan monitoring tizimlari va platformalarga subsidiya ajratish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2022-yil 26-apreldagi “Respublikada go‘sht, jun va sut yo‘nalishidagi mayda shoxli mollarni ko‘paytirish va tarmoq ozuqa bazasini mustahkamlashga qaratilgan qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-224-son Qarori. https://lex.uz/docs/-5983069
2. Полешкина И.О. Управление цепями поставок как драйвер создания конкурентного преимущества компаний молочной сферы. Экономические и социальные перемены: фак, тенденции, прогноз 5 (47) 2016, 251-271 стр.
3. Гумниц Юрии Владимирович. Совершенствование организационных механизмов внедрения информационных технологий управления. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Москва-2011. 24 стр.
4. Болдырева, Елена Анатольевна. Организационно-экономический механизм совершенствования развития молочно-продуктового подкомплекса: На примере Оренбургской области. Диссертации и автореферата по ВАК РФ 08.00.05, кандидат экономических наук. Оренбург, 2000.

Б.Абдувахобов

Совершенствование организационного механизма системы цепочки поставок на молокоперерабатывающих предприятиях

Аннотация. В данном исследовании рассмотрены эффективность системы цепочки поставок на предприятиях по переработке молока, существующие организационные механизмы и направления их совершенствования. Утверждается, что скоординированная и эффективная работа цепочки поставок имеет важное значение для повышения конкурентоспособности предприятий. Предлагаемая модель организационного механизма направлена на обеспечение стабильности производства и рационального использования ресурсов.

Ключевые слова: молочная промышленность, цепочка поставок, организационный механизм, логистика, перерабатывающие предприятия, поставка сырья, производственный процесс, движение продукции.

B.Abduvaxobov

Improvement of the organizational mechanism of the supply chain system in milk processing enterprises

Abstract. This scientific work analyzes the importance of communication and information services in the digital economy, the need for their effective organization, and existing problems. In particular, the state of the communication and information system on the example of the Samarkand region is studied, and proposals are developed for their management and improvement.

Keywords: digital economy, communication and information services, organizational mechanism, quality of services, economic efficiency, digital transformation.

G‘ayrat Ablaqulovich Ibragimov – TDIU Samarqand filiali dotsent, PhD,
Diyora O‘tkir qizi Toshqulova –TDIU Samarqand filiali magistranti,
Shaxnoza G‘ayrat qizi Ablakulova –TDIU Samarqand filiali talabasi

OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI YETISHTIRISHDA SUV RESURSLARIDAN FOYDALANISHNING O‘RNI

Annotatsiya. Maqolada Quyi Amudaryo iqtisodiy hududi misolida suv resurslaridan foydalanishning hozirgi holati, mavjud aholini oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta’minlash imkoniyatlari va zaruriy suv resurslari miqdorirga talabning qondirilish imkoniyatlari o‘rganilib, tahlillar olib borilgan hamda xulosalar berilgan.
Kalit so‘zlar. Suv resurslari, aholini oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta’minlash, suv resurslariga talab, talabning qondirilishi

Kirish. Suv resurslari qishloq xo‘jaligi va oziq-ovqat xavfsizligi uchun asosiy omillardan biri hisoblanadi. Dunyo bo‘ylab yetishtiriladigan oziq-ovqat mahsulotlarining katta qismi sug‘oriladigan yerlarda o‘stiriladi. Ayniqsa, qurg‘oqchil hududlarda sug‘orish tizimlari hosildorlikni oshirishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi. O‘zbekistonda ham dehqonchilikning barqaror rivojlanishi suv resurslaridan samarali foydalanishga bog‘liq.

XXI asrning kirib kelishi resurslar uchun kurashning avj olishiga olib keldi. Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishini tashkil etishda eng zarur qayta tiklanadigan tabiiy resurslar sirasiga kiruvchi suv resurslari uchun talab muntazam o‘z muhimligini oshirmoqda. Markaziy Osiyo suv resurslarining quyi oqimida joylashgan Quyi Amudaryo iqtisodiy hududida suv resurslariga talabning qanchalar oshgani davrning o‘ta dolzarb masalasiga aylanib bormoqda.

Markaziy Osiyo mintaqasida suvdan birgalikda foydalanish masalalarini hal etish tashqi siyosatning ustuvor yo‘nalishlaridan biriga aylanishi kerakligini O‘zbekiston Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 2017-yil sentabr oyida BMT Bosh Assambleyasining 72-sessiyasida ta’kidlagan edi: “Umumiy suv resurslari muammosi Markaziy Osiyoda xavfsizlik va barqarorlikning kalitidir. Ishonchim komilki, suv muammosini mintaqadagi barcha davlatlarning manfaatlarini hisobga olgan holda hal qilishdan boshqa iloj yo‘q. Tinch va iqtisodiy farovon Markaziy Osiyo - bizning eng muhim maqsadimiz va asosiy vazifamizdir. O‘zbekiston muloqot, konstruktiv hamkorlik va yaxshi qo‘shnichilikni mustahkamlashda ishtirok etish tarafdori. Biz istisnosiz barcha masalalarda Markaziy Osiyo davlatlari bilan oqilona murosaga tayyormiz”[1].

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Iqtisodiyotda suv resurslaridan samarali foydalanish borasidagi ilmiy tadqiqotlar yarim asr avvaldanoq boshlangan bo‘lib, Ya.G‘ulomov, H.Stuart Burness, James P Quirk; Edward F. Renshaw; Gisser, Micha; Werner, Michael kabi olimlarning tadqiqotlari ishlari asosan suv resurslaridan foydalanish huquqi masalalariga bag‘ishlangan. Ko‘pchilik Darrell Krulce & James A. Roumasset & Tom Wilson; Chakravorty, Ujjayant & Umetsu, Chieko kabi tadqiqotchilarning ilmiy ishlarida suv resurslarining turli manbalaridan birgalikda foydalanish masalalari ko‘rib chiqilgan. Biroq bu tadqiqotchilar ishlarda suvdan iste’molchilarining farqlanishi, suvdan samarali foydalanganlarni rag‘batlantirish orqali eng muhim masala, suvning eng maqbul tariflarini o‘rganish tadqiqotlar tizimidan tashqarida bo‘lgan.

Yangi asrning kirishi bilan suv resurslari taqchilligining muntazam oshib borishi natijasida mamlakatimiz olimlari tomonidan suv resurslaridan samarali foydalanish borasidagi I.Abdullayev, Sh.Rakhmatullayev, M.A.Ibragimov, M.M.Matkarimov, Z.Karayev, O‘.P.Umurzoqov, I.L.Abduraximov, D.K.Jumamuratov, Z.S.Shoxo‘jayeva, U.R.Sangirova, Sh.T.Hasanov, S.Umarov, AA.Tadjiyev, B.Sultonov kabi tadqiqotchilarning ishlari ko‘payishiga olib keldi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur maqolani tayyorlash davomida tadqiqot materiallari, milliy va xorijiy tadqiqotchilar ilmiy ishlari natijalari, shuningdek Qishloq xo‘jaligi vazirligi, Milliy statistika qo‘mitasi, FAO ma’lumotlaridan foydalanildi. Asosiy materiallar statistik ma’lumotlar asosida to‘planib, mavjud dasturiy ta’minotlar asosida tahlil etildi. Olingan ilmiy xulosalar ilmiy tadqiqot natijalariga asoslangan.

Tahlil va natijalar. Qishloq xo‘jaligidagi suv resurslarining yetarli emasligi hosildorlik-

[1] Mirziyoyev Sh.M. 2017-yil sentabr oyida BMT Bosh Assambleyasining 72-sessiyasida so‘zlagan nutqi. www.president.uz

ning kamayishiga, oziq-ovqat ta’minotining yomonlashishiga va narxlarning oshishiga olib kelishi mumkin.

Hozirgi kunda suv tanqisligi dunyo miqyosida jiddiy muammoga aylanib bormoqda. Suv yetishmovchiligi quyidagi oqibatlarga olib kelishi mumkin:

- Hosildorlikning pasayishi – suv yetarli bo‘lmasa, ekinlar yaxshi rivojlanmaydi va hosil kamayadi.
- Oziq-ovqat narxlarining oshishi – suv tanqisligi natijasida ishlab chiqarish kamayadi va mahsulotlar narxi oshadi.
- Ekologik muammolar – noto‘g‘ri sug‘orish natijasida yerlarning sho‘rlanishi va degradatsiyasi kuzatiladi.

O‘zbekistonda suv resurslari cheklanganligi sababli, ularni oqilona boshqarish va tejash oziq-ovqat ishlab chiqarish barqarorligini ta’minlash uchun muhimdir.

Hozirgi davrda (2024-yil yakunlari bo‘yicha) Quyi Amudaryo iqtisodiy hududida 4062,1 ming aholi yashab kelmoqda (1-jadval).

1-jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, Quyi Amudaryo iqtisodiy hududida 2024-yilda aholi soni 4062,1 ming kishini tashkil etib, 2022-yilga nisbatan 127,8 ming kishi yoki 3,2%ga oshgan. Aholi soni o‘sishi Qoraqalpog‘iston Respublikasida nisbatan yuqori bo‘lib, 2022-yilda 1958,1 ming kishi yashagan bo‘lsa, 2024-yilga kelib 2032,4 ming kishiga yetgan, natijada aholi soni 74,3 ming kishiga yoki 3,8%ga oshgan. Bu davrda Xorazm viloyati aholisi 53,5 ming kishiga yoki 2,7%ga oshgan.

1-jadval

Quyi Amudaryo iqtisodiy hududida mavjud aholi dinamikasining o‘zgarishi*

№	Ko‘rsatkichlar	O‘lchov birligi	Yillar			2024 yilda 2022 yilga nisbatan o‘zgarish	
			2022	2023	2024	Miqdoriy, +/-	Nisbiy, %
1	Quyi Amudaryo hududi	ming kishi	3934,3	3998,3	4062,1	127,8	103,2
-	Xorazm viloyati	ming kishi	1976,2	2002,7	2029,7	53,5	102,7
-	Qoraqalpog‘iston Respublikasi	ming kishi	1958,1	1995,6	2032,4	74,3	103,8

*Manba: O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika Qo‘mitasi ma’lumotlari

Quyi Amudaryo iqtisodiy hududi aholisi uchun oziq-ovqat mahsulotlari yetishtirish uchun, avvalo o‘rtacha bir kishining yillik oziq-ovqat iste’moli mahsulotlar bo‘yicha hisoblanadi (O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika Qo‘mitasi va FAO ma’lumotlariga asosan) aniqlandi (2-jadval).

2-jadval

Quyi Amudaryo iqtisodiy hududi aholisi uchun zaruriy oziq-ovqat mahsulotlari hajmi hisob-kitobi*

№	Mahsulot turi	1 kishi uchun yillik iste’mol (kg)	Zaruriy oziq-ovqat miqdori (ming tonna)
1	Bug‘doy (non, un, makaron)	180	731,2
2	Go‘sht (mol, qo‘y, parranda)	50	203,1
3	Sut va sut mahsulotlari	250	1015,5
4	Sabzavot va poliz mahsulotlari	150	609,3
5	Meva va rezavorlar	50	203,1
6	Kartoshka	50	203,1
7	Dukkakli ekinlar	10	40,6
8	O‘simlik yog‘i	15	60,9
9	Shakar	20	81,2

*Manba: O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika Qo‘mitasi va FAO ma’lumotlari asosida

2-jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, Quyi Amudaryo iqtisodiy hududining 4062,1 ming kishilik aholisi uchun 731,2 min tonna bug‘doy, 203,1 ming tonna go‘sht, 1015,5 ming tonna sut va sut mahsulotlari, 609,3 ming tonna Sabzavot va poliz mahsulotlari, 203,1 ming tonna Meva va rezavorlar, 203,1 ming tonna Kartoshka, 40,6 ming tonna Dukkakli ekinlar, 60,9 ming tonna O‘simlik yog‘i, 81,2 ming tonna Shakar zarur bo‘ladi.

Har bir mahsulot uchun o‘rtacha hosildorlik va suv sarfi hisoblanib, shu orqali zaruriy suv hajmi hisoblandi (3-jadval).

3-jadval

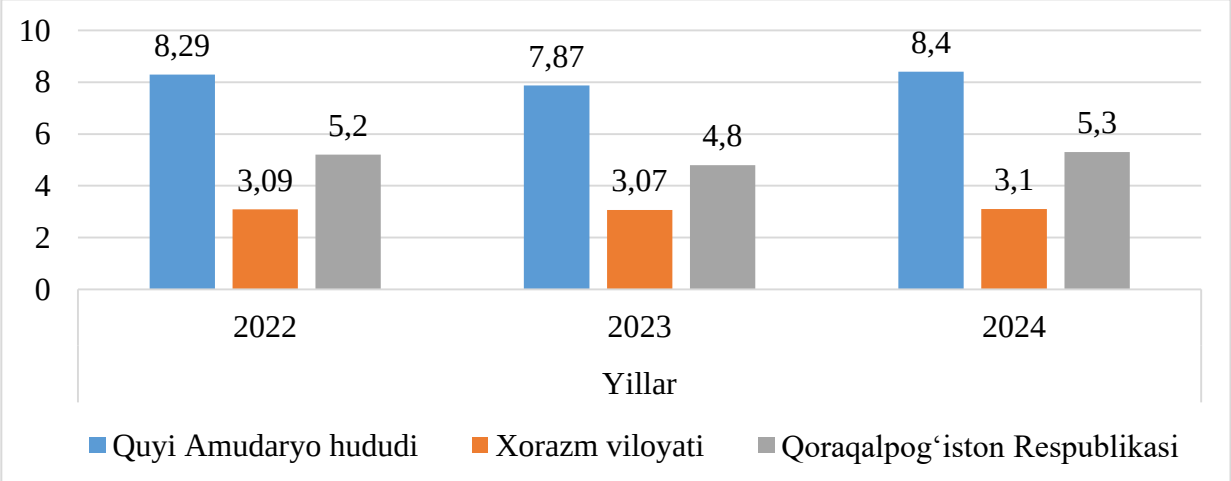
Quyi Amudaryo iqtisodiy hududida oziq-ovqat mahsulotlari yetishtirish uchun zaruriy suv resurslari hisob-kitobi*

№	Mahsulot	O‘rtacha hosildorlik (t/ga)	Kerakli yer maydoni (ming ga)	1 tonna uchun suv iste’moli (m^3)	Jami suv iste’moli (mlrd m^3)
1	Bug‘doy	4	182,8	1 500	1,10
2	Go‘sht (mol, qo‘y, parranda)			15 000 (1 kg go‘sht)	3,05
3	Sut			1 020 (1 litr)	1,04
4	Sabzavot	25	24	500	0,30
5	Meva	10	20	1 500	0,30
6	Kartoshka	20	10	800	0,16
7	Dukkaklilar	3	13	2 000	0,08
8	Yog‘-o‘simlik ekinlari	2	30	3 500	0,21
9	Shakarqamish/qand lavlagi	50	2	1 500	0,12
	Jami	x	281,8	x	6,4

*Manba: O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika Qo‘mitasi va FAO ma’lumotlari asosida

3-jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, Quyi Amudaryo iqtisodiy hududida oziq-ovqat mahsulotlari yetishtirish uchun jami yer maydoni kamida 281,8 ming ga, jami suv resurslari 6,4 mlrd m^3ni tashkil etadi.

Quyi Amudaryo iqtisodiy hududi 2022-2024-yillar davomida 8,29-8,4 mlrd m^3 suv resurslaridan foydalanib kelgan (1-rasm).



1-rasm. Quyi Amudaryo iqtisodiy hududida suv resurslaridan foydalanish holati[1]

1-rasm ma’lumotlariga ko‘ra, 2024-yilda Xorazm viloyatida 3,1 mlrd m^3, Qoraqalpog‘iston Respublikasida 5,3 mlrd m^3 suv resurslaridan foydalanilgan. Bu ma’lumotlar Quyi Amudaryo iqtisodiy hududida suv resurslari miqdori oziq-ovqat resurslari yetishtirish uchun yetarli ekanligini ko‘rsatadi.

[1] Manba: Quyi Amudaryo irrigatsiya tizimlari hududiy boshqarmasi ma’lumotlari

Oziq-ovqat mahsulotlarini yetishtirishda suv resurslaridan samarali foydalanish uchun quyidagi texnologiyalar joriy etilmoqda:

- Tomchilatib sug‘orish – suvning bevosita o‘simlik ildiziga yetkazilishini ta’minlaydi va ortiqcha isrofgarchilikni kamaytiradi.
- Yomg‘irlatib sug‘orish – suvni sun’iy yomg‘ir shaklida taqsimlash orqali suv sarfini optimallashtiradi.
- Aqlli irrigatsiya tizimlari – sensorlar va sun’iy intellekt yordamida ekinlarning suvga bo‘lgan ehtiyojini aniq belgilaydi va avtomatik sug‘orish rejimini ishlab chiqadi.

Ushbu texnologiyalar suv sarfini kamaytirib, qishloq xo‘jaligi mahsuldorligini oshirishga yordam beradi.

Hududdagi suv ta'minotini yaxshilash maqsadida Tuyamo‘yin suv ombori qurilgan bo‘lib, uning sig‘imi 8,6 milliard kub metrni tashkil etadi.

Suv tanqisligi tobora kuchayayotgan bugungi zamonda mamlakatimizda uni qadrlash, tejab foydalanishga alohida e’tibor qaratilmoqda. So‘nggi yillarda 472 ming gektar yer tomchilatib va 48 ming gektari yomg‘irlatib sug‘orishga o‘tkazildi, 97 ming gektarda boshqa suv tejovchi texnologiyalar joriy qilindi. 649 ming gektar yer lazerli tekislandi.

Shunday chora-tadbirlar natijasida birgina 2023-yilda 2 milliard kub metr suv tejalgan. Misol uchun, bu Buxoro viloyatining bir yillik suv sarfiga tengdir.

Xulosa va takliflar. O‘zbekistonda oziq-ovqat mahsulotlarini yetishtirishni yanada samarali qilish uchun quyidagi yo‘nalishlarga e’tibor qaratish zarur:

- Suv tejovchi texnologiyalarni keng joriy etish – zamonaviy sug‘orish tizimlarini qo‘llash orqali suv isrofini kamaytirish.
- Fermerlarni suvdan samarali foydalanish bo‘yicha o‘qitish – suvni tejash bo‘yicha ilg‘or tajribalarni o‘rgatish.
- Suv resurslarini boshqarishning raqamli tizimlarini rivojlantirish – sun’iy intellekt va avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari yordamida suv taqsimotini optimallashtirish.

Quyi Amudaryo iqtisodiy hududining suv resurslari asosan Amudaryo daryosiga bog‘liq bo‘lib, uning suv oqimi va taqsimoti mintaqadagi suv ta'minotiga bevosita ta'sir ko‘rsatadi.

Oziq-ovqat mahsulotlari yetishtirishda suv resurslari hal qiluvchi ahamiyatga ega. U nafaqat hosildorlikni ta’minlaydi, balki oziq-ovqat xavfsizligini ham kafolatlaydi. Suv tanqisligi sharoitida samarali boshqaruv va ilg‘or texnologiyalarni joriy etish O‘zbekiston qishloq xo‘jaligining barqaror rivojlanishi uchun muhimdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Mirziyoyev Sh.M. 2017-yil sentabr oyida BMT Bosh Assambleyasining 72-sessiyasida so‘zlagan nutqi. www.president.uz

2. Ibragimov Gayrat Ablakulovich, Tursunov Ozod Matlubovich, Shukurova Nilufar Qahramonovna. "How food security will influence to the economic security of the country." The Journal of Economics, Finance and Innovation 1.4 (2023): 38-46.

3. Ibragimov Gayrat Ablaqulovich. "The impact of agricultural services on farm profits." SAARJ Journal on Banking & Insurance Research 10.1 (2021): 19-24.

4. Ibragimov Gayrat Ablaqulovich. Consulting Services in Uzbekistan Agriculture //Regional economic cooperation in Central Asia: Agricultural production and trade. 24-26 November 2014. Halle (Saale) |Germany.

5. Ibragimov Gayrat, Murtazaev Olim, Rakhmonov Davlat. Klaster tizimining qishloq xo‘jaligi samaradorligiga ta’siri//Agroiqtisodiyot. –Toshkent, 2020. -№1. -20-23 b.

6. Kurramov Ortiqjon Kayumovich, Ibragimov Gayrat Ablaqulovich, Tursunov Ozod Matlubovich. Role of using global network in sphere of service and tourism//Trends in Economics and Management for 21th Century: inter. conf. 2012 20th-22nd September. – Brno, Czech Republic, 2012. –pp-202-203.

7. Mamasoliev Sodikjon Avazalievich, Ibragimov Gayrat Ablaqulovich, Murtazaev Olim, Ganiev Ibragim Mamadievich, Mariusz Maciejczak. Production capacity and financial results of an enterprise from the grain industry in Uzbekistan //ANNALS of The Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists, 2013. ISSN 1508-3535. Volume 15/5-11-15 pp.

8. Murtazaev Olim, Ibragimov Gayrat Ablaqulovich The Effectiveness of Economic Relationships and Forecasting between Farms and Agricultural Services//The Indian Journal of Economics (ISSN: 0019-5170) Issue 400. Pages 6

9. Murtazayev Olim, Ibragimov G‘ayrat Ablaqulovich, Saidmurodov Mamur Tairovich. The role of grain production is ensuring food security. The 2nd International Conference on Sustainable Regional Developement in Central Asia. May 6-7, 2024. -Samarkand, 2024. -p. 1-8.

10. Quyi Amudaryo irrigatsiya tizimlari hududiy boshqarmasi

11. O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika Qo‘mitasi ma’lumotlari

Г.А.Ибрагимов, Д.У.Ташкулова, Ш.Г.Аблакулова

Роль водных ресурсов в производстве продовольствия

Аннотация. В статье изучено современное состояние использования водных ресурсов, возможности обеспечения имеющегося населения продуктами питания, возможности удовлетворения спроса на необходимое количество водных ресурсов на примере Нижне-Амударьинского экономического района, проанализированы и сделаны выводы.

Ключевые слова: Водные ресурсы, продовольственное обеспечение, спрос на водные ресурсы, удовлетворение спроса

G.A.Ibragimov, D.O‘.Tashqulova, Sh.G‘.Ablakulova

The role of water resources in food production

Abstract. The article studies the current state of water resources use, the possibilities of providing the existing population with food, the possibilities of satisfying the demand for the required amount of water resources using the example of the Lower Amu Darya economic region, analyzes and draws conclusions.

Keywords: Water resources, food security, water demand, demand satisfaction

UDK: 338.2

Akhror Abdihakimovich Shermatov – Teacher at Samarkand Institute of Economics and Service, Samarkand, Uzbekistan

THE IMPORTANCE OF INTELLECTUAL CAPITAL IN MANUFACTURING ENTERPRISES IN THE ECONOMY

Abstract. This paper explores the pivotal role of intellectual capital in enhancing the competitiveness and efficiency of manufacturing enterprises. It emphasizes the development of qualified specialists as a key factor, analyzes theoretical perspectives, and highlights the significance of intellectual capital in fostering innovation, production efficiency, and sustainable economic growth in Uzbekistan's industrial sector.

Keywords: intellectual capital, human capital, material resources, labor, consumption process, value capital, capital value.

Introduction. Intellectual capital is crucial for the growth of the nation, network, and regional production, as well as for boosting its efficiency in the context of the economy's digitization. The World Bank estimates that "intellectual capital" accounts for 80% of global national wealth, with 70% of high-income industrialized nations, 58% of middle-to-high-income nations, and 41% of low-income developing nations [2]. These days, one of the key components of ensuring economic growth, enhancing the organization of business assets, and guaranteeing efficient use of the resources at hand is intellectual capital. Scientific study on the modernization and diversification of production based on intellectual capital is given particular attention in light of the world's growing economic and social integration, which aims to increase industrial production efficiency. Priorities in this context include the efficient use of the company's intellectual capital, improving the economic efficiency of the investment allocations made on it, and modernizing and improving the infrastructure required for the efficient operation of the intellectual capital in industrial enterprises based on market economy requirements. One of the primary responsibilities is the "development of human intellectual capital as a factor determining the level of competitiveness of the country in the international arena and its innovative development"[1]. In this sense, it is crucial to establish practical procedures for assessing the

intense impact of intellectual capital on boosting the competitiveness and efficiency of the national economy, as well as to theoretically support analytical approaches. At this new stage of Uzbekistan's economic and social development, particular attention is given to making sure that all the conditions are met for the modernization and diversification of the production process at the automotive industry's businesses as well as the growth of intellectual capital for the products' competitiveness in both domestic and international markets.

Literature review. In terms of content, American economist I. Fisher advocated for the inclusion of human intelligence in the capital category. He thinks that human intellect can be included in the concept of capital in terms of content as capital is a material and essential topic for production. When it comes to its use, storage, and manufacturing process, intellectual capital is a non-depreciating asset, according to some economists like K. Metzger and E. Woods [3;10-15]. They believe that while estimating the consumption expenses of labor and accounting for the decline in the level of value of their capabilities, it is required to estimate the average wage. According to Russian scientist M.M. Kritsky, the foundation of intellectual capital capitalization is the enhancement of human life and society via labor efficiency. According to him, intellectual capital is manifested in the enhancement of people's quality of life, and the primary law of intellectual capital is linked to labor efficiency in the social and production domains as well as the raising of living standards [5; 32-37]. Stewart, T. Knowledge, experience, databases, intellectual property, and involvement in value generation are all examples of intellectual capital [6; 46-60]. Edvinsson L. Intellectual capital is the potential and existing relationships between all of the company's assets and the knowledge and skills of its workers (patents, licenses, etc.) [7; 250-256]. B.B. Leontiev. The value of the company's intellectual assets, including its database, skills, and natural and learned intellectual abilities, is what defines intellectual property [8; 35-39]. According to Salikhov B.V., it is the accomplishment of guaranteeing the acquisition of new intellectual property and supplementary revenue through the efficient use of the system of capitalized intellectual knowledge [9]. The interdependence of the enterprise's knowledge, expertise, and abilities of its intellectual capital creates a unique product offer in the industrial network and adds value, according to Ermolenko V.V. and Popova E.D. [10; 89-96].

Research methodology. Numerous techniques were employed, including logical thinking, scientific abstraction, grouping of information, analysis and synthesis, induction and deduction, comparative analysis of rates and factors, study of statistical data, economic comparison and analysis, and the study of existing scientific research on the significance of human and intellectual capital.

Analysis results. According to the Resolution of President Sh. M. Mirziyoyev of the Republic of Uzbekistan [1] dated May 1, 2019 No. PP-4302 "On measures to further develop industrial cooperation and expand the production of products in high demand," strengthening cooperation between manufacturing enterprises based on the development of industrial cooperation, producing products in high demand in both domestic and foreign markets, and developing cooperative relations between industrial sectors to meet the population's consumer needs for these goods can ensure the sustainable development of the nation's economy. The efficient use of material resources, intellectual capital, technological means, and other material resources—the primary components of the production process—are essential to the sustainable and successful growth of industry, according to the rules of the market economy. High-level production technologies, the creation of high-quality goods, and the creative creation of new service types are all linked to economic development in a market economy. These factors, when combined with a decrease in production costs, result in lower prices for goods and services as well as greater competitiveness in consumer markets. Organizers and managers of the production process at businesses give careful consideration to the physical, educational, professional, qualification, and psychological development of individuals when hiring them for the team and making sure that human resources are capitalized.

Manufacturing business managers should make the right choices on their own to guarantee the proper structure of the production process, the efficiency of economic management, the efficient operation of the intellectual capital used in it, and, if required, the arrangement of their relationships based on material interest. K. Blanchard, an economist, and S. According to

Johnson, enterprises must strategically plan their production and make extensive use of incentives based on high economic activity in the production process and economic relationships between the intellectual capitals used in the production process in order to guarantee the primary efficiency of the production process.

As the economy moves toward a market economy, new approaches to economic development are formed in response to market demands in employment, economic systems, and production techniques. Prior to the middle of the 19th and early 20th centuries, intellectual capital was thought to be the price of labor and wages paid to people who worked primarily on production. Reducing manufacturing costs and raising production volume were thought to be the primary concerns with the use of human resources. Human resources ought to be considered the primary resource of production rather than a component required for human output, because it represents the worker's standing, social relationships, and activities.

Accordingly, human resources—that is a person's knowledge, occupation, health, and the caliber of his activities—can be regarded as the primary determinant of the quality and outcomes of his life. Intellectual capital has been seen in relation to the position he occupies since the 1930s, and its administration has been conducted based on conditions, techniques, and duties that are mostly based on the administrative management mechanism. The evaluation of human development is the primary concern in the study of "human capabilities" nowadays. The term "labor force" in manufacturing organizations encompasses both spiritual and physical skills. In the labor market, both of these human capacities serve as commodities, delivering material riches and a range of social services during the manufacturing process.

Like commodities, labor has intrinsic worth. The following factors should be taken into consideration when determining the value of labor:

- the resources required to maintain the labor force, or its capabilities;
- the existence of social, natural, and cultural conditions essential to the worker's life;
- the degree to which production facilities are able to guarantee labor productivity;
- the supply and demand for labor in the market;
- and the economic development of the production process.

The primary way that the "labor force" category varies from the "human capital" and "intellectual capital" categories is in its capacity to carry out manual labor. In terms of its capacity to continuously learn new things, advance professionally, and exercise entrepreneurialism, labor force is a key component of intellectual capital, which is qualitatively distinct from it. The expansion of intellectual capital is guaranteed by the workforce's quantitative increase, establishing the prerequisites for enterprise workers' operations in order to achieve favorable economic outcomes during the production process, the firm management's defense of workers' rights. Establishing the framework for the firm management to carry out the projects that the employees have suggested, ensuring that the enterprise management maintains the economic and qualitative components of the outcomes of the employees' actions. The firm management's defense of workers' rights and ensuring transparency in the production-related relationships between the company's production units described.

Naturally, under the circumstances of a market economy, the demand for intellectual capital—which is greater than the capital of regular labor—is continuously rises. The amount of work completed within a specific working period can be used to calculate an organization's level of intellectual capital. This illustrates how active a worker is during a specific workday. For manufacturing companies to employ intellectual capital successfully or ineffectively, company managers must focus on the following in order to plan the production process and make the most of their capabilities**.** The development of the required organizational and economic mechanisms within businesses is the primary element in the efficient organization of the manufacturing process. Achieving a high level of profit based on the reduction of the cost of a highly competitive product unit that meets the level of the consumer market at low costs, as well as ensuring the effective functioning of the intellectual capital employed in enterprises based on traditional production and developing the process of specialized production, are currently challenges. We are all aware of the current labor crisis, which includes a lack of highly skilled personnel in production facilities and electrical engineers who are essential to the growth of our

republic's economy, particularly the industrial sector. The lack of universities that offer professional training to highly competent individuals is the main reason for this. In the 2018–2019 academic years, there were 656.3 thousand students enrolled in our republic's 1,414 vocational colleges, and 454.9 thousand of them received their diplomas. There are 37 branches and 119 higher education institutions functioning in the country as of 2019/2020. 159.4 thousand of the 425,000 students enrolled in higher education institutions for the 2019–2020 academic year are female. Of the 16,100 students who were accepted into higher education institutions' master's degree programs this academic year, 72.8 percent were accepted under a paid contract, while 27.2 percent were accepted with state funding. The need for significant educational reforms in our nation is demonstrated by the fact that 40 percent of preschool educational institutions in the republic are covered, 20 percent of higher education institutions are covered, and 21 percent of college graduates are employed in their field of specialization. To improve the quality of the process of training highly qualified personnel with modern knowledge, high spiritual and moral qualities, and independent thought, it is necessary to identify priority areas for systematic reform of higher education in the Republic of Uzbekistan in accordance with Decree of the President of the Republic of Uzbekistan [1] No. PF-5847 dated October 8, 2019 "On Approval of the Concept for the Development of the Higher Education System of the Republic of Uzbekistan until 2030." The following goals have been established in order to modernize higher education, elevate education to a new level, and build the social and economic sectors on top of cutting-edge educational technologies:

Up until the middle of the 20th century, physical activity was typically categorized as a type of labor in the manufacturing and service sectors in developed nations. However, due to the scientific, technical, and information revolution that began in the middle of this century, 83 million Americans, or more than two-thirds of the country's 116.8 million citizens (not including military personnel), were working in the intellectual sector in 1992. Eighty-five percent of people had completed 12 years of school or more. According to the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF-4947 dated February 7, 2017, the "Action Strategy" adopted on five priority areas of the Republic of Uzbekistan's development for 2017–2021 includes providing higher education to qualified specialists, improving social protection and healthcare systems, ensuring employment and raising the real incomes of the population, and training highly qualified workers required for production sectors.

In order to increase the number of admissions to training specialists with higher degrees, to encourage scientific research and innovation activities, to pay serious attention to the implementation of scientific and innovative achievements obtained, to improve the mechanisms for introducing innovations into sectors of the economy related to the development of intellectual property, to ensure its competitiveness, to further develop active entrepreneurship and innovative activities, and to ensure the legal protection of intellectual property, the Intellectual Property Agency was established on February 8, 2019, under the Ministry of Justice of the Republic of Uzbekistan. There are some issues with the creative development of intellectual capital in the fields of production firms, even though our Republic has excellent economic indicators in the production process. Although there are certain requirements for raising an individual's level of intellectual capitalization in large manufacturing companies, small business and private entrepreneurship accounted for 59.4% of the GDP in production in 2018. The primary cause of the decline in the overall employment rate of labor resources in these companies from 77.9 percent to 76.3 percent in the republic from 2015 to 2018 is job turnover, or the high unemployment rate in these companies.[5; 35-46]

Conclusions and recommendations. In conclusion, the primary driver of the economy's creative capitalization is the development of intellectual capital, which is ensured by the costs invested for it even though they are not seen as economic capital. In addition to lowering the expenses of employing intellectual capital as a fixed production asset, ensuring the efficiency of firm production also involves organizing and developing it. Intellectual capital is continuously increasing. Although the quantity, quality, and cost of the goods produced at the company, as

well as the degree of efficiency, can be measured, these intangible assets' influence on output cannot be quantified. A firm's competitive advantage can be derived from its intellectual capital, and in order to become knowledge-driven, firms must learn to identify shifts in intellectual capital in the value of their operations and, eventually, in their balance sheets. One source of competitive advantage is a company's intellectual capital, which includes its employees' knowledge, abilities, know-how, and procedures as well as their capacity to continuously enhance these. However, there is now compelling evidence that the intangible portion of high-tech and service companies' worth is significantly higher than their tangible assets, like buildings or machinery. For instance, just a small percentage of the market worth of a company like Microsoft comes from its physical assets. Its intellectual capital is where it differs. The adoption of the reproductive approach could be justified due to the generalization of methodological approaches to uncovering the essence of intellectual capital. A socio-economic system is the economic category of human capital. Subjects, objects, and the relationships that develop between subjects in connection to this or that object comprise the three primary components of this system. This economic category's focus is human capital, which includes its material components, such as a person's career, credentials, strength, spiritual energies, and other defining characteristics. First and foremost, the owners of this capital—business owners, employees, and economic entities (households, companies, and the state) that guarantee its reproduction—are the subjects of the economic category of human capital. Economic ties that produce subjects are inextricably linked to subjects. These relationships guarantee the unity, integrity, and interdependence of the socioeconomic system's components.

References

1. Decree No. PF-5544 of the President of the Republic of Uzbekistan dated September 21, 2018 "On approval of the innovative development strategy of the Republic of Uzbekistan in 2019-2021". https://lex.uz/ru/docs/3913188
2. Glenn-Marie Lange, Quentin Wooden and Kevin Carey. The changing wealth of nations 2018: building a sustainable future. Washington, D.C.: World Bank. http://documents.worldbank.org/curated/en/727941517825869310/The-changing-wealth-of-nations-2018-building-a-sustainable-future
3. E.Woods, C. Metzer.-New York: F.S.Crofts @ Co., 1927. BoagH. Human Capital and the Cost of War//Royal Statis.Soc.-1916.-10-15p.
4. Becker G. Human capital. - New York: Columbia University Press, 1964.
5. Kritsky M.M. Human capital and informational market economy / M.M. Kritsky // Human capital and economic transformation of modern conditions: collection of scientific labor-СПб.: СПбГИЭУ, 2000.-36-46p.
6. "Intellectual capital-new wealth of organizations" (Stewart T.A. Intellectual Capital.The New Wealth of Organizations. N.Y.-L., Doubleday/ Currency, 1997. Copyright -T.A.Stewart 1997).
7. Edvinsson L.Corporate debt. Navigation and economics, basic knowledge. M.: INFRA, 2005. 2.
8. Principles and approaches to intellectual property and non-material assets: Учеб. пособие для студентов и слушателей, обучающихся по экон. упр. и оценоч. спец. / Б.Б. Леонтьев, Х.А. Мамаджанов; Торг.- пром. палата Рос. Федерации и др. - М.: РИНФО, 2003. -269, [1] с.
9. Посталюк М.П, Салихов Б.В., Интеллектуальный капитал в экономической деятельности хозяйствующих субъектов., "Вестник экономики, права и социологии”", No. 3, 2008 y
10. Ермоленко В. В, Попова Е.Д. The intellectual capital corporation: sustainability, structure, strategic development and management model. Человек. Сообщество. Управление • 2012 • No. 2.

A. Shermatov
Iqtisodiyotdagi ishlab chiqarish korxonalarida intellektual kapitalning ahamiyati
Annotatsiya. Ushbu maqolada ishlab chiqarish korxonalarining raqobatbardoshligi va samaradorligini oshirishda intellektual kapitalning muhim roli yoritilgan. Unda malakali mutaxassislar tayyorlash asosiy omil sifatida ko‘rsatiladi, nazariy qarashlar tahlil qilinadi hamda innovatsiyalar, ishlab chiqarish samaradorligi va O‘zbekiston sanoatida barqaror iqtisodiy o‘sishni ta’minlashda intellektual kapitalning ahamiyati ochib beriladi.
Kalit so‘zlar: intellektual kapitali, inson kapitali, moddiy resurslar, ishchi kuchi, iste’mol jarayoni, qiymat kapitali, kapital qiymati.

А. Шерматов
Значение интеллектуального капитала на производственных предприятиях в экономике
Аннотация. В статье раскрыта ключевая роль интеллектуального капитала в повышении конкурентоспособности и эффективности производственных предприятий. Особое внимание уделяется подготовке квалифицированных специалистов как важному фактору, анализируются теоретические подходы и подчеркивается значение интеллектуального капитала для инновационного развития, эффективности производства и устойчивого экономического роста промышленного сектора Узбекистана.
Ключевые слова: интеллектуальный капитал, человеческий капитал, материальные ресурсы, труд, процесс потребления, стоимостной капитал, стоимость капитала.

Barno Asatulloyevna Mardanova – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali 3- bosqich tayanch doktoranti (PhD)

SUT MAHSULOTLARI TA’MINOT ZANJIRI: MUAMMOLAR, IMKONIYATLAR VA YECHIMLAR

Annotatsiya. Ushbu maqolada ta’minot zanjiri va uni kelib chiqishi haqida ma’lumotlar berilgan. Ta’minot zanjirining turlari hamda xususiyatlari yoritilgan. Qolaversa sut mahsulotining to‘liq ta’minot zanjiri ko‘rsatilgan. Undagi ishtirokchilar to‘g‘risida ma’lumot berilgan. Sut mahsulotlari ta’minot zanjirida mavjud muammolar sanab o‘litgan hamda samarali ta’minot zanjiriga erish bo‘yicha takliflar bayon etilgan.
Kalit so‘zlar: sutchilik xo‘jaliklari, ta'minot zanjiri, shaffoflik, samaradorlik, iste'mol, raqamli texnologiyalar.

Kirish. Bugungi kunda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash har qayday mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy barqarorligi va aholi salomatligini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, sut mahsulotlari inson organizmi uchun zarur bo‘lgan oqsil, kalsiy, vitamin va minerallar manbasi sifatida alohida o‘rniga ega bo‘lib, uni uzluksiz yetkazib berish barqaror ta'minot zanjiriga bog‘liqdir[1]. O‘zbekistonda so‘ngi yillarda sut mahsulotlarini ishlab chiqarishga qaratilayotgan bo‘lsada, sut mahsulotari ta'minot zanjiri hali to‘liq va samarali olib borilmayapti. Ilmiy tadqiqotlar ma'lumotlaridan shuni ko‘rishimiz mumkinki, sut ta'minoti zanjirida sovut tizimining yaxshi yo‘lga qo‘yilmaganligi, ozuqa bilan ta'minlashdagi qiyinchiliklar, qayta ishlash quvvatining yetishmasligi, logistika tizimidagi uzilishlar hamda marketing mexanizmining yetarlicha rivojlanmaganligi kabi muammolar mavjud[2]. Aholini o‘z vaqtida va sifatli sut va sut mahsuloti bilan ta'minlashda asos sifatida to‘g‘ri tashkil qilingan ta'minot zanjiri katta rol o‘ynaydi. Sutchilik tarmog‘ida ta'minot zanjirini takomillashtirish bugungi kunda dolzarb masalalardan biridir. Oziq-ovqat ta'minoti zanjiri -odamlar va jamoalar uchun yuqori sifatli oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta'minlash uchun juda muhimdir[3]. Ayniqsa sohani raqamlashtirish, innovatsiya va yangi biznes modellardan foydalanish, faoliyatda xarajatlarni kamaytirish, mahsulot yetkazib berilish vaqtini qisqartirish, mahsulot sifatini oshirish orqali umumiy samaradorlik va iste'molchilar qoniqish darajasini oshirmoqda[4].

[1] FAO (2020) Dairy Development in Central Asia. Food and Agriculture Organization.
[2] Абдуллаев С.С. Сут йўналишидаги қорамолчилик тармоғини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари. Диссертация.Тошкент. 2018
[3] Treiblmaier, H.; Garaus, M. Using blockchain to signal quality in the food supply chain: The impact on consumer purchase intentions and the moderating effect of brand familiarity. Int. J. Inf. Manag. 2023, 68, 102514.
[4] Kanna K. S., Dr. R. Amudha. Role of Digitalisation and Technology in Dairy Supply Chain Management.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Maqolada sut ta’minoti zanjiriga oid milliy hamda xalqaro ilmiy jurnallardan ma’lumotlar olingan. 2020 yilda FAO tomonidan berilgan ma’lumotlarda sut mahsulotlari ta’minot zanjirining global rivojlanish yo‘llari, Christopher M. (1992) o‘z ilmiy ishida logistika va ta’minot zanjirini boshqarish bo‘yicha strategiyalarini, H. Treiblmaier va M. Garaus (2023), Cheng va Wang (2021), K. Kanna va R. Amudha lar o‘z ilmiy ishlarida sut ta’minoti zandirini raqamlashtirish orqali samaradorligini oshirishga qaratishgan. Boshlang‘ich asos bo‘lib K. Oliverning maqolasi xizmat qilgan. Unda ta’minot zanjirini atamasining kelib chiqishi hamda konsepsiyasi yoritib berilgan. Bulardan tashqari Boldireva, Zinoeva, Abdullaevaning ilmiy ishlari maqolani mazmunini to‘ldirishga xizmat qilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot jarayonida ma’lumotlar ilmiy- tahliliy yondashuv asosida o‘rganilgan, abstrakt mantiqiy tahlil, tizimli yondashuv, induksiya va deduksiya hamda omilli tahlil usullaridan foydalanilgan

Tahlil va natijalar. Ta'minot zanjiri - bu yetkazib beruvchidan yakuniy iste'molchigacha bo‘lgan materiallar va ma'lumotlar oqimini tashkil qilish, boshqarish va yaxshilash uchun birgalikda va muvofiqlashtirilgan tarzda ishlaydigan o‘zaro bog‘liq, ammo mustaqil tashkilotlar tarmog‘idir[1]. **Sut mahsulotlari ta’minot zanjiri** deganda- sigir, quy yoki echkilardan olingan sutni yig‘ish, sovitish, qayta ishlash, saqlash, tashish va iste’molchiga xavfsiz va sifatli tarzda yetkazish jarayonida ishtirok etuvchi barcha bo‘g‘inlarning uzviy va muvofiqlashtirilgan tizimi tushuniladi[2].

Oziq-ovqat ta'minoti zanjiri odamlar va turli jamoalar uchun oziq-ovqatning yetkazilishi va yuqori sifatini ta'minlashda juda muhimdir.[3] Samarali va barqaror ta'minot zanjirlari oziq – ovqat mahsulotlarining narxlarining oshishi, ularning taqchilligi va muhim oziq-ovqat mahsulotlarini yetkazib berishdagi uzilishlarning oldini olishga yordam beradi[4]. Oziq –ovqat ta'minot zanjiri qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini dalalardan bozorlarga yetkazilishini o‘z ichiga oladi, barqaror oziq-ovqat ta'minotini ta’minlaydi va fermerlar, yetkazib beruvchilar (distribyutorlar), qayta ishlovchilar, chakana sotuvchilar va iste'molchilarni faoliyatini bog‘laydi[5].

“Ta’minot zanjiri boshqaruvi - SCM” atamasi ilk bor 1980 yilning boshida Technologies va Arthur Andersen konsalting kompaniyasi bilan birgalikda taklif qilingan.

1982 yilda professor va tadqiqotchilar K. Oliver va M. Veberning (R. Keith Oliver, Michael D. Webber) «Supply Chain Management: Logistics catches up with strategy» nomli maqolasi Financial Times gazetasida nashr qilingan. Unda mualliflar xom ashyo ishlab chiqaruvchilardan to yakuniy iste’molchigacha bo‘lgan moddiy oqimlarni integratsiyalashgan strategiya doirasida ko‘rib chiqishni taklif qilgan va buni “Ta’minot zanjirini boshqarish” deb atashgan[6,7].

Ta’minot zanjirini 3 ta katta guruhga bo‘lishimiz mumkin: Sodda ta’minot zanjiri, o‘rta ta’minot zanjiri va murakkab ta’minot zanjiri.

Kichik yoki mahalliy operatsiyalar uchun ta'minot zanjiri minimal ishtirokchilar sonidan iborat bo‘lishi mumkin:

- Ishlab chiqaruvchi.
- Iste'molchi.



2-Rasm. Ta’minot zanjirini eng sodda ko‘rinishi

[1] Christopher M. Logistics and supply chain management: strategies for reducing costs and improving services. Financial Times, Pitman Pub. 1992

[2] Zinoyeva E. Ta’minot zanjiri boshqaruvi boshqaruvi va metodologiyasi. Iqtisodiyot va innovatsiyalar nashriyoti. Toshkent. 2021

[3] Horst Treiblmaier, Marion Garaus. Using blockchain to signal quality in the food supply chain: The impact on consumer purchase intentions and the moderating effect of brand familiarity. International Journal of Information Management. Volume 68, February 2023, 102514

[4] Jill E. Hobbs. Food supply chains during the COVID-19 pandemic. Canadian journal of Agicultural economics. 21 April 2020. https://doi.org/10.1111/cjag.12237

[5] Bhat S.A., Huang N.F., Sofi I.B., Sultan M. Agriculture-Food Supply Chain Management Based on Blockchain and IoT: A Narrative on Enterprise Blockchain Interoperability. Agriculture 2022. 12, 40.

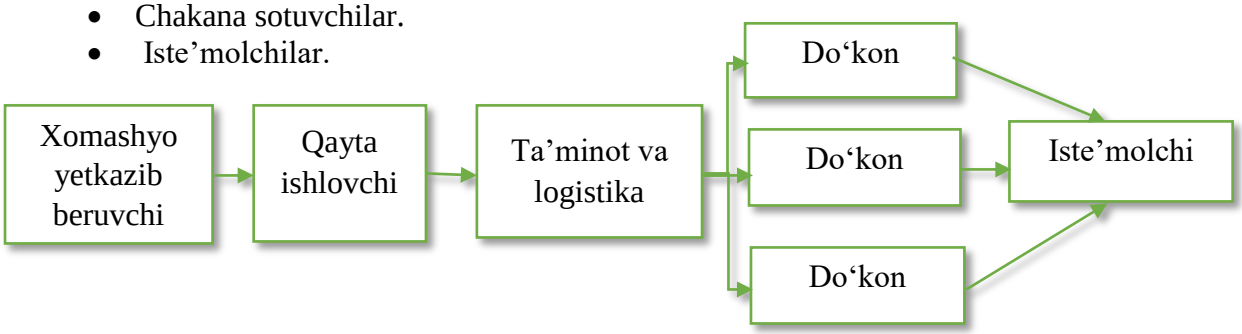
[6] S.Roy., S Roy. Supplu chain management: An overview. Published 2013. Business.

[7] «Keith Oliver and the birth of supply chain management». (https://www.boozallen.com/about/our-heritage/keith-oliver-and-the-birth-of-supply-chain-management.html)

Bu kabi ta’minot zanjiri xom ashyo mahsulot sifatida foydalanilsa, ya’ni uni qayta ishlamasdan iste’mol qilsa bo‘ladigan mahsulotlarga nisbatan ishlatish mumkin. Masalan, qishloq xo‘jalik mahsulotlari.

O‘rta murakkablikdagi ta’minot zanjiri. 3 -Rasmda ko‘rsatilgan sxema xom ashyo qayta ishlanib boshqa turdagi mahsulotlar ishlab chiqarilishi kabi murakkabroq jarayonlar uchun foydalaniladi[1]. Bunda quyidagi zanjir ishtirokchilar qatnashadi:

- Xom ashyo ishlab chiqaruvchilar (fermerlar).
- Qayta ishlovchilar (zavodlar).
- Ta’minotchilar (Distribyutorlar).
- Chakana sotuvchilar.
- Iste’molchilar.



3-Rasm. O‘rta murakkablikdagi ta’minot zanjiri

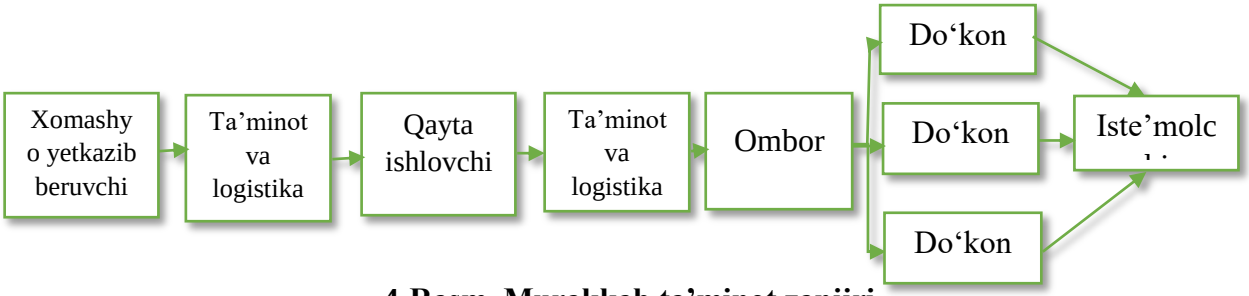
Bunday turdagi zanjir mavjud bo‘lishi uchun ma'lum shartlar bajarilishi kerak:

1. Mahsulot bitta turdagi xom ashyodan tayyorlanishi kerak yoki yetkazib beruvchi ishlab chiqaruvchiga mahsulotni ishlab chiqarish uchun zarur bo‘lgan barcha turdagi xom ashyolarni yetkazib berishi lozim. Bunday holat haqiqatdan uzoq, chunki barcha turdagi mahsulot yaratilishi uchun bir ta’minotchi barcha turdagi xom ashyoni yetkazib berolmaydi.

2. Birinchi shartga mos ravishda, mahsulotning butun ishlab chiqarish sikli bitta sanoat korxonasida amalga oshirilishi kerak. Shunda yuqoridagi ta’minot zanjiri sxemasi amal qilishi mumkin.

Murakkab ta’minot zanjiri. Ba’zi mahsulotlar ta’minot zanjirlari (masalan, elektronika yoki farmatsevtika) o‘nlab aloqalarni o‘z ichiga olishi mumkin. Ularda quyidagi ishtirokchilar qatnashishlari mumkin:

- Xom ashyo yetkazib beruvchilar.
- Logistika kompaniyalari.
- Ishlab chiqarish korxonalari.
- Mintaqaviy omborlar.
- Distribyutorlar.
- Chakana sotuvchilar.
- Iste’molchilar



4-Rasm. Murakkab ta’minot zanjiri

Ushbu zanjir turida 2-rasmdagi zanjirga nisbatan ko‘proq qatnashchilar ishtirok etishgan. Ushbu turdagi ta’minot zanjirlari nooziq-ovqat mahsulotlari yoki uzoq muddat saqlanish xususiyatiga ega bo‘lgan oziq ovqat mahsulotlariga uchun foydalaniladi. Omborlarda saqlashga mo‘ljallangan va logistik jarayonlar talabiga (ortish, tashash, tushirish) javob berishi kerak. Odatda tez buziladigan mahsulotlar bunday zanjir obyekti sifatida qatnashmaydi, chunki ular bilan noto‘g‘ri munosabat, havo harorati va uzoq muddatli logistik jarayonlar mahsulot sifatiga

[1] Болдырева Т. С., Сиренко М.А., Лахметкина М.Ю. Цепи поставок: от простейших до многоуровневых. Технические науки . Ноябрь 2024 г

keskin ta’sir qiladi, ba’zi hollarda ularni yaroqsiz qilishi ham mumkin.

Sut yetishtiruvchi xo‘jaliklar- ushbu turdagi xo‘jaliklarga sut yetishtiradigan fermer xo‘jaliklari, dehqon xo‘jaliklari hamda qishloq xo‘jaligi faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlar kiradi[1].Ularning vazifasi sut ishlab chiqarish va sut yig‘ish markazini sifatli mahsulot bilan ta’minlash hisoblanadi.

Sut yig‘uvchi markazlar (kishi “Milk man”)- xo‘jaliklardan sut mahsulotini yig‘ib, ularni qayta ishlovi korxonalarga yetkazib berish bilan shug‘ullanadi. Bunday markazlar katta va kichik miqyosdagi yig‘ish punktlari, kooperativ sut qabul qiluvchi markazlar yoki alohida sut yig‘uvchi shaxslar ko‘rinishida bo‘lishi mumkin. Bunday markazlarda sut yig‘ilib, saralanib qisman sovitish bilan shug‘ullanishadi. Ularning ba’zilari sut sifatiga alohida e’tibor berib, qabul qilish vaqtida uning yog‘lilik darajasi va boshqa sifat ko‘rsatkichlari tekshiriladi.

Sutni qayta ishlash zavodlari- qabul qilingan sut pasterizatsiyalanib, undan sut mahsulotlarining ko‘p assortimentlari ishlab chiqiladi. Bunday korxonalarga katta qayta ishlash zavodlari, xususiy qayta ishlash korxonalari misol bo‘la oladi.

Ta’minotchi (Distribyutorlar)- qayta ishlangan sut mahsulotlarini realizatsiya punktlariga yetkazib berishni ta’minlaydilar. Ta’minotchi sifatida alohida faoliyat yuritadigan logistik firmalar, transport korxonalari yoki alohida shaxslar (Qayta ishlash korxonalari vakillari ham bo‘lishi mumkin) ham bo‘lishi mumkin.

Chakana savdo bloki supermarket va minimarketlar joylarda aholiga turli xildagi iste’mol mollari bilan ta’minlashda savdo xizmatlarini ko‘rsatuvchi shoxobchalari hisoblanib, rivojlanayotgan mamlakatlarda ularning soni so‘nggi 20 yil ichida keskin ortdi.[2]

Hozirda ta’minot zanjirining turli modellari ishlab chiqilgan. Ayniqsa raqamli texnologiyalar rivojlanayotgan davrda sut mahsulotlari ta’minot zanjirini samaradorligi oshirish anchagina yengillashdi. Shunday bo‘lsada mavjud ta’minot zanjiri bloklarida kamchilik va nomutanosibliklar mavjud (1- jadvalga qarang.)

1-jadval

Sut ta’minoti zanjiridagi kamchiliklar

Bloklar	**Zanjir bloklaridagi kamchiliklar**
Sut xo‘jaliklari (Sut taklif qiluvchilar)	• Chorva mollari ozuqasining yetarli va talab darajasida emasligi • Sutni sog‘ib olingandan keyingi dastlabki sovitish jarayonidagi xatoliklar • Kichik sut yetishtiruvchilarning bozorga chiqishdagi qiyinchiliklar
Sut yig‘ish markazi	• Sut sig‘imining kichikligi • Fermerlar bilan aniq shartnomaviy munosabatlarning yo‘qligi • Gigiyenik talablarga to‘liq javob bermasligi
Sut qayta ishlash korxonasi	• Qayta ishlash jarayonida xalqaro sifat standartlariga to‘liq rioya qilinmasligi • Zamonaviy AKTdan foydalanish darajasi past
Ta’minotchi (Distribyutor)	• Tashish jarayonida sovuqlik zanjirining buzilishi • Sut mahsulotlari uchun ixtisoslashgan transport vositalarning yetishmovchiligi • Bozor talabini prognoz qilish mexanizmi sustligi
Chakana savdo	• Sut mahsulotlarining saqlash muddatiga amal qilinmasligi • Umumiy monitoring sifat nazorati mexanizmini sustligi • To‘g‘ri saralash va saqlash tizimining yo‘qligi

AKT- Axborot va kommunikatsiya texnologiyalari

Oxirgi 20 yilda jahon miqyosida raqamli texnologiyalar jadal rivojlanib bormoqda. Sut mahsulotlari ta’minot zanjirlarini raqamlashtirish agrar oziq-ovqat sektorini rivojlantirishning

[1] O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi

[2] Reardon, T., Echeverria, R., Berdegué, J., Minten, B., Liverpool-Tasie, S., Tschirley, D., & Zilberman, D. (2019). Rapid transformation of food systems in developing regions: Highlighting the role of agricultural research & innovations. Agricultural systems, 172, 47-59

asosiy yo‘nalishlaridan biri bo‘lib, samaradorlik, barqarorlik va shaffoflikni oshirish imkonini beradi. Buyumlar Interneti (IoT), blokcheyn va katta ma'lumotlar tahlili kabi zamonaviy texnologiyalar an'anaviy ta'minot zanjirini boshqarish jarayonlarini hamda samaradorlikni sezilarli darajada o‘zgartirmoqda[1]. Ushbu texnologiyalar kompaniyalarning biznes yuritish uslubini o‘zgartiradi, ular operatsion tartiblarga ta'sir qilib, mijozlar, yetkazib beruvchilar va manfaatdor tomonlar bilan o‘zaro munosabatlarning yangi usullarini yaratadi[2].

Xulosa va takliflar. Yuqorida keltirib o‘tilgan ma’lumotlarga asosan shuni xulosa qilish mumkinki, O‘zbekistonda sut mahsulotlari ta’minot zanjirini samarali tashkil etish- nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy ahamiyatga ega bo‘lgan dolzarb masalalardan biridir. Amaldagi zanjirning har bir bo‘g‘inida ishlab chiqarishdan tortib pirovard iste’molchigacha muammolar va nomutanosibliklar mavjud. Masalan, sovitish tizimining yetarlicha tashkil qilinmaganligi, zamonaviy raqamli texnologiyalardan deyarli foydalanilmayotganligi, shartnomaviy munosabatlarning (huquqiy tartib) mavjud emasligi, logistika va marketing mexanizmlarining zaifligi – ta’minot zanjirining uzluksiz ishlashiga jiddiy to‘siq bo‘lmoqda. Ayni vaqtda global tendensiyalar. Xususan raqamli texnologiyalar- Sun’iy intellekt, blokcheyn, katta ma’lumotlar tahlili va logistika platformalari ushbu zanjirni takomillashtirish va samaradorligi oshirishda katta imkoniyatlar yaratmoqda.

Shu asosda quyidagilarni taklif sifatida berishimiz mumkin:

1. Sutni yig‘ish, sovitish va qayta ishlash bosqichlarida zamonaviy texnologiyalarni keng joriy etish va ularni davlat-xususiy sheriklik asosida moliyalashtirish.
2. Fermer (dehqon, uy) xo‘jaliklari va qayta ishlovchilar o‘rtasida barqaror shartnomaviy hamkorlik tizimini yaratish, axborot tizimlari orqali nazoratni kuchaytirish.
3. Logistika jarayonlarida sovuq zanjirli texnologiyalarni joriy etish va mahsulotlarni yuqori sifatli saqlash uchun maxsus transportni subsidiyalash.
4. Raqamli platformalar orqali sut mahsulotlari bozorini birlashtirish, marketing va sotish faoliyatini optimallashtirish.
5. Sohada ta’lim va bilim darajasini oshirish: fermerlar, logistlar va tadbirkorlar uchun raqamli savodxonlik va SCM (ta’minot zanjiri boshqaruvi) bo‘yicha qisqa muddatli treninglar tashkil etish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. FAO (2020) Dairy Development in Central Asia. Food and Agriculture Organization.
2. «Keith Oliver and the birth of supply chain management».
3. B.A.Mardanova. Влияние цифровизации на улучшение эффективности цепочки поставок молочной продукции. “Raqamli iqtisodiyot va sun’iy intellekt texnologiyalarining jamiyat rivojlanishidagi ahamiyati” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya2024-yil 22-noyabr, Toshkent, O‘zbekiston
4. Bhat S.A., Huang N.F., Sofi I.B., Sultan M. Agriculture-Food Supply Chain Management Based on Blockchain and IoT: A Narrative on Enterprise Blockchain Interoperability. Agriculture 2022. 12, 40.
5. Cheng, C., & Wang, L. (2021). How companies configure digital innovation attributes for business model innovation? A configurational view. Technovation, Article 102398.
6. Christopher M. Logistics and supply chain management: strategies for reducing costs and improving services. Financial Times, Pitman Pub. 1992
7. Horst Treiblmaier, Marion Garaus. Using blockchain to signal quality in the food supply chain: The impact on consumer purchase intentions and the moderating effect of brand familiarity. International Journal of Information Management. Volume 68, February 2023, 102514
8. Jack G.A.J. van der Vorst. Effective Food Supply Chains Generating, modelling and evaluating supply chain scenarios. PhD-thesis Wageningen University – With ref. – With summary in English and Dutch. 2000

[1] B.A.Mardanova. ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА УЛУЧШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ. “Raqamli iqtisodiyot va sun’iy intellekt texnologiyalarining jamiyat rivojlanishidagi ahamiyati” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya2024-yil 22-noyabr, Toshkent, O‘zbekiston

[2] Cheng, C., & Wang, L. (2021). How companies configure digital innovation attributes for business model innovation? A configurational view. Technovation, Article 102398.

9. Jill E. Hobbs. Food supply chains during the COVID-19 pandemic. Canadian journal of Agicultural economics. 21 April 2020. https://doi.org/10.1111/cjag.12237
10. Kanna K. S., Dr. R. Amudha. Role of Digitalisation and Technology in Dairy Supply Chain Management.
11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi
12. P.J. Zuurbier, J.H. Trienekens, G.W. Ziggers. Verticale samenwerking. Business Management & Organisation 1996

Б.Марданова

Цепочка поставок молочной продукции: проблемы, возможности и решения

Аннотация. В этой статье представлена информация о цепочке поставок и ее происхождении. Рассматриваются типы и характеристики цепочек поставок. Кроме того, показана вся цепочка поставок молочной продукции. Предоставляется информация об участниках. Перечислены проблемы в цепочке поставок молочной продукции и изложены предложения по достижению эффективности цепочки поставок.

Ключевые слова: молочные фермы, цепочка поставок, прозрачность, эффективность, потребление, цифровые технологии.

B.Mardanova

Dairy supply chain: challenges, opportunities and solutions

Abstract. This article provides information about the supply chain and its origins. The types and characteristics of the supply chain are highlighted. In addition, the complete supply chain of dairy products is shown. Information about the participants in it is provided. The problems existing in the supply chain of dairy products are listed and proposals are made to achieve an effective supply chain.

Keywords: dairy farms, supply chain, transparency, efficiency, consumption, digital technologies.

Eldor Toshtemirovich Xamdamov - Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tadqiqotchisi
Shuhrat Saidahmadovich Sharifov – Sharof Rashidov nomidagi SamDU dotsenti, i.f.f.d.

O‘ZBEKISTON QISHLOQ HUDUDLARIDA MAISHIY XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINI RIVOJLANTIRISH

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekiston qishloq hududlarida maishiy xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish, qishloq aholisini yaxshi hayot sharoitlari va maishiy xizmatlarga bo‘lgan talabini qondirish, shuningdek, qulay xizmat turlari bilan ta’minlashga qaratilgan fikr va mulohazalar keltirib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: Xizmat, xizmat ko‘rsatish, maishiy xizmat, xizmatlar sohasi, qishloq farovonligi, farovonlik, qishloq xo‘jaligi.

Kirish. Xizmat sohasi iqtisodiyotning tarkibiy qismi sifatida mamlakatning yalpi ichki mahsulotini ishlab chiqarishda bevosita ishtirok etadi. Hozirgi kunda iqtisodiy adabiyotlarda xizmatlar sohasining chegaralari to‘g‘risida turli fikrlar mavjud. Jumladan, ushbu sohaga maishiy xizmatlar, yo‘lovchi transporti xizmatlari, aloqa xizmatlari, turar joy kommunal xizmatlari, ta’lim, madaniyat, sanatoriya-sog‘lomlashtirish, huquq sohasidagi ijtimoiy-iqtisodiy funktsiyalari bir-biriga o‘xshash xizmatlar kiradi. Xizmat sohasi birinchi galda bevosita iqtisodiy-ijtimoiy faoliyat namoyon bo‘ladi:

Bunday murakkab iqtisodiy munosabatlarning sodir bo’lishini ta’minlash bevosita ushbu sohada xususiy mulkning ahamiyatini oshirishni taqqozo etadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. V.Bobkov, A.Pochinok va boshqa iqtisodchi olimlar “farovonlik” tushunchasiga quyidagicha ta’rif berishgan: farovonlik – bu aholining hayot uchun zarur moddiy, ijtimoiy, madaniy va ma’naviy boyliklar, ya’ni inson ehtiyojlarini qondiruvchi elementlar, xizmatlar va sharoitlar bilan ta’minlanganligidir. Demak, qishloq sharoitida ham aholining turmush farovonligidagi o‘zgarishlarni davlat va fuqarolik jamiyati institutlari hamda xalqaro turmush darajasi ko‘rsatkichlarisiz tasavvur etib bo‘lmaydi.

Aholining turmush darajasi mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy siyosati samaradorligini baholashning eng muhim mezoni sanaladi, uning amalga oshirilishi esa jamiyat rivojlanishining asosiy maqsadidir. Avvalo, turmush darajasi ikkita tarkibiy qismning birikmasi va o’zaro bog’liqligi bilan tavsiflanadi: aholining moddiy va nomoddiy boyliklar bilan ta’minlangani va ularning iste’mol darajasi .

I.Hasanov, A.Eminovlar bozor iqtisodiyoti sharoitida qishloqlardagi oilalar daromadlarini ko’paytirish qay darajada tashkil etilayotgani haqida fikr yuritishar ekan ,

A.Qodirov “Ijtimoiy tenglikni ta’minlash uchun recpublikamizda qator ijtimoiy tadbirlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, kam ish haqi va boshqa to‘lovlar, odatda, oldindan ko‘paytirib kelindi, narx-navo o‘zgarishi bilan bog‘lab olib borildi, bu esa aholi to‘lov qobiliyatining saqlanib qolishini ta’minladi va turmush darajasi keskin pasayib ketishiga yo‘l qo‘ymadi. Shu tariqa eng kam ish haqini oshirish yo‘li bilan aholi o’rtacha ish haqining, pul daromadlarining ham oshishiga erishildi”, deb ta’kidlaydi . A.Akobirova esa bozor iqtisodiyoti sharoitida aholi turmush darajasini oshirishning asosiy ko’rsatkichlaridan biri yetarli darajadagi ish haqi ekanligini eslatadi.

R.Karlibaeva, I.Danabaevlar qishloq infratuzilmasini rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari qishloqlarda faqatgina turmush darajasini yuksaltirishni emas, balki ayni yo’nalishdagi barcha soha va tarmoqlarni birdek rivojlantirishni maqsad qilib olishi kerak, degan fikr bildirishadi .

Fikrimizcha, aholining turmush darajasi va sharoitini yaxshilashda ko‘p jihatdan aholi iste’mol darajasini aniqlash, ularni rivojlantirish imkoniyatlarini baholash, ehtiyojlarini qondirishning shakl va usullarini belgilash istiqbollarini ishlab chiqish uchun modellashtirish masalasiga jiddiy yondashish kerak.

Bu xususda N.Mahmudov “Qishloq taraqqiyoti va farovonligini oshirishning ijtimoiy-iqtisodiy modellashtirishga oid masalaga kengroq yondashib, qishloq taraqqiyoti va farovonligini ta’minlash bir-biri bilan bevosita bog‘liq va aloqador, o‘ziga xos xususiyatlarga ega faoliyat asosida amalga oshiriladi”, deb yozadi. Uning uqtirishicha, qishloq aholisi hayotining farovonligi o‘sha yerda ishlab chiqarish jarayonini samarali tashkil etishga va boshqarishga daxldor. Ishlab chiqarish jarayoni esa, o‘z navbatida, aniq miqdoriy birliklarga ega ta’minlovchi va xizmat ko‘rsatuvchi sohalar faoliyati bilan uzviy bog‘liqdir .

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotni amalga oshirishda xizmat ko’rsatish va iste’mol jarayonini ko‘rsatkichlarini iqtisodiy-matematik usullar orqali tahlil qilish natijasida xulosa va takliflar shakllantirilgan. Bundan tashqari ilmiy tadqiqotni amalga oshirishda analiz va sintez usulidan ham samarali foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Aholining turmush sharoiti va farovonligini baholashda uning iste’mol xarajatlari ham beqiyos ahamiyatga ega. Bu xarajatlar holatining tahlili ularni istiqbolli baholashga chambarchas bog‘liq bir qator muammolar hal qilinishi lozimligini ko‘rsatdi. Oldindan istiqbolli baholashni ta’minlash uchun quyidagi axborot manbalaridan foydalanildi:

a) viloyat qishloq aholisining pul xarajatlari va daromadlari dinamikasi;

b) viloyat qishloq aholisining byudjeti;

v) viloyat iste’mol byudjeti.

O‘zaro bog‘liqlikning tahlili davomida qishloq aholisi olgan moddiy ne’matlar va xizmatni oldindan baholash tizimi kelib chiqadi.

Yuqoridagilarga asoslanib, mamlakatni modernizatsiyalash sharoitida aholining turmush sharoiti, turmush tarzi va turmush darajasini oshirish uchun har bir mintaqaning iqlimi, urf-odatlari va bozor iqtisodiyoti sharoitlarini hisobga olgan holda, ekonometrik modellashtirishdan foydalanishni keng yo‘lga qo‘yish uchun qator muammolarni hal qilish talab etiladi:

– qishloq bilan shahar o’rtasida xizmat ko‘rsatish sohasidagi tafovutlarni bartaraf etish;

– hududlarda xizmat ko’rsatuvchi bozor infratuzilmasi subyektlarini ustuvor tarzda rivojlantirishni modellashtirish;

– hududlarda xizmat ko‘rsatuvchi bozor infratuzilmasi subyektlari o‘rtasidagi raqobat muhitini yaxshilash;

– hududlarda zamonaviy ilg‘or texnologiyalarni joriy etib, raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqaruvchi mukammal texnologik jarayonlarni ustuvor rivojlantirish;

– ishlab chiqarish fondlari va ishchi kuchlarini xo‘jalik oborotiga yanada to‘laroq jalb qilishni, ya’ni jamiyatning chegaralangan resurslaridan to‘g‘ri foydalanishni boshqarishni modellashtirish.

Barchamizga ayonki, bugungi iqtisodiy islohotlar jarayonida yurtimizda qishloqlarni shaharlashtirishga, ya’ni qishloq aholisining turmush sharoiti va farovonligini oshirishga katta e’tibor qaratilmoqda. Ayniqsa, xizmat ko‘rsatish sohalarini rivojlantirish, bu jabhadagi iqtisodiy

islohotlarni chuqurlashtirish borasida diqqatga sazovor ishlarga qo‘l urilmoqda. Shu asno ishlab chiqarish hajmi hamda texnologik jihatdan yirik bo‘lgani tufayli qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini qayta ishlovchi korxonalar hissadorlik jamiyatlariga aylantirildi. Sohada faqat meva-sabzavot mahsulotlarini qayta ishlovchi kichik tadbirkorlik subyektlari shakllantirildi.

Xulosa va takliflar: Umuman olganda, qishloq hududlarida maishiy xizmatlarni rivojlantirishning bir nechta asosiy yo‘nalishlari mavjud. Infrastrukturani takomillashtirish, xizmat ko‘rsatuvchi markazlarni rivojlantirish, xodimlarni tayyorlash, moliyaviy qo‘llab-quvvatlash va dasturiy tashabbuslar orqali maishiy xizmatlarni yaxshilash maqsadida ishlar amalga oshirilishi zarur.

1. Infrastrukturani takomillashtirish: Qishloq hududlarida maishiy xizmatlarni rivojlantirish uchun, suv, elektr energiya, gaz taminoti, yo‘l va transport tarmoqlari, telekomunikatsiya tizimlari kabi muhim infratuzilmalarining o‘rnatilishi zarur. Bu, aholiyaga yaxshi hayot sharoitlari ta'minlashda asosiy qadamdir.
2. Xizmat ko‘rsatuvchi markazlarni yaratish: Qishloq hududlarida maishiy xizmatlarni taqsimlash uchun xizmat ko‘rsatuvchi markazlarning o‘rnatilishi muhimdir. Bu markazlar maishiy xizmatlarni tashkil qilish, ta’lim, sog‘lik, ijtimoiy xizmatlar, bozorlar va boshqa xizmatlarni aholiya bilan qulaylik bilan taqsimlash imkonini beradi.
3. Xodimlarni tayyorlash va malakani oshirish: Maishiy xizmatlarni ko‘rsatish sohasida xodimlarimizning kasbiy tayyorlash va malaka oshirishga e’tibor berishimiz zarur. Xodimlarga qo‘llab-quvvatlash dasturlari, malaka oshirish kurslari va innovatsiya va texnikalar bilan tanishish imkoniyatlarini yaratish maqsadida xizmat ko‘rsatish sohasida xodimlarimizni o‘rganish va rivojlantirish lozim.
4. Moliyaviy qo‘llab-quvvatlash: Qishloq hududlarida maishiy xizmatlarni rivojlantirish uchun moliyaviy qo‘llab-quvvatlash muhimdir. Bu, investitsiyalar, kreditlar, to‘lov tizimlarining takomillashtirilishi va dasturiy tashabbuslar orqali maishiy xizmatlarni oshirish uchun moliyaviy resurslarni amalga oshirishga imkon beradi.
5. Dasturiy tashabbuslar: Maishiy xizmatlarni rivojlantirishda dasturiy tashabbuslar ham muhimdir. Bu, ma’lumot texnologiyalarini rivojlantirish, axborot tizimlarini yaxshilash, maishiy xizmatlarni avtomatlashtirish va monitoring tizimlarini o‘rnatish bilan bog‘liq. Bunday tashabbuslar orqali maishiy xizmatlar samarali va samarador tarzda taqdim etilishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2016 y., 9-son, 89-modda, 27-son, 326-modda; 2017 y., 15-son, 257-modda, 33-son, 863-modda; Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi, 20.12.2019 y., 09/19/1014/4173-son
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning Oliy majlisga murojaatnomasi.: Xalq so‘zi gazetasi 2020 yil 25 yanvar № 19.
3. Slovar inostrannых slov. -16- ye iz.,ispr.-M.: Rus yaz.. 1988 -461 B.
4. Ruscha-uzbekcha lug‘at. 2-tom. T.: 1984. – 410 B.
5. Qudratov G‘.H., PardaevM.Q., Abdukarimov B.A. “Servis rivoji – aholining bandligini ta’minlash va farovonligini oshirish omili”.T.: “Fan va tehnologiya” nashriyoti, 2007. – 12 B.

Ш.Шарифов, Э. Хамдамов

Развитие сферы бытовых услуг в сельской местности Узбекистана

Аннотация. В данной статье идеи и соображения направлены на развитие сферы бытовых услуг в сельской местности Узбекистана, удовлетворение спроса сельского населения на хорошие условия жизни и бытовые услуги, а также предоставление удобных видов услуг.

Ключевые слова: Сервис, оказание услуг, бытовое обслуживание, сфера услуг, сельское благосостояние, благополучие, сельское хозяйство.

Sh.Sharifov, E.Khamdamov

Development of the household services sector in rural areas of Uzbekistan

Abstract. In this article, ideas and considerations aimed at the development of the field of household services in the rural areas of Uzbekistan, meeting the demand of the rural population for good living conditions and household services, as well as providing convenient types of services.

Key words: Service, service delivery, household service, service industry, rural welfare, well-being, agriculture.

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС

Munavvar Farxod qizi Axrorova – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tayanch doktaranti,
“Ipak Yo‘li” turizm va ma’daniy meros xalqaro universiteti o‘qituvchisi

SAMARQAND VILOYATIDA TIBBIY XIZMATLARNI DAVLAT-XUSUSIY SHERIKCHILIGI ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISHNING ISTIQBOLLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish strategiyalarini amalga oshirishda dolzarb masala bo‘lgan sog‘liqni saqlash tizimi rivojlantirishda “Davlat-xususiy sherikchilik” loyihalari asosida tibbiy xizmatlar sohasini takomillashtirish Samarqand viloyati misolida ko‘rib chiqilgan. Shuningdek Respublikada aholi farovonligini oshirish va iqtisodiyotni izchil rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etgan tibbiy xizmatlar sohasini rivojlantirish imkoniyatlari ilmiy asoslantirilgan.
Kalit so‘zlar. Xizmatlar sohasi, sog‘liqni saqlash tizimi, tibbiy xizmat, innovatsion iqtisodiyot, tibbiy xizmatlar sifati, tibbiy xizmatlarni modernizatsiyalash, ARIMA modeli.

Kirish. Sog‘liqni saqlash tizimlari har qanday davlatning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotining asosiy ustunlaridan biri bo‘lib, aholining sog‘lig‘ini saqlash bilan birga mehnat unumdorligi va inson kapitalining shakllanishida muhim rol o‘ynaydi. So‘nggi yillarda O‘zbekiston Respublikasida sog‘liqni saqlash sohasida keng ko‘lamli islohotlar boshlangan bo‘lib, ular infratuzilmani modernizatsiya qilish, tibbiy xizmatlarga kirish imkoniyatlarini oshirish va davlat hamda xususiy sektorlar o‘rtasida hamkorlikni kuchaytirishga qaratilgan.

Samarqand viloyati, aholi soni va urbanizatsiya darajasi bo‘yicha mamlakatning yetakchi hududlaridan biri sifatida mazkur islohotlarning strategik markaziga aylangan.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 28-sentabr 2023-yildagi PF-158-sonli “O‘zbekiston-2030” strategiyasi to‘g‘risidagi[1] Farmoni asosida mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish strategiyalarini amalga oshirishda tibbiy xizmatlar sohasining ahamiyati uslubiy, nazariy va amaliy asoslarini ko‘rsatib berilgan bo‘lib, yorqin sonlarda amaliy bajarilish mexanizmi ishlab chiqilgan.

Shu bilan birga respublikamiz olimlaridan professor Pardayev M.Q va professor Mirzayev Q.J.lar ham tibbiy xizmatlarning respublika iqtisodiyotini rivojlantirishdagi o‘rnini ilmiy asoslantirishdan bo‘lib ularning e’tirof etishicha “Tibbiy xizmat deyilganda mijozlarga (bemorlarga) to‘lov asosida ko‘rsatiladigan tibbiy xizmatlarni (tashxis qo‘yish, kasalliklarni profilaktiga qilish, davolash-tiklash ishlarini) ma’lum darajada narxlangan holda va ushbu narx zamirida barcha xarajatlarni qoplab foyda olish ko‘zda tutilgan, tibbiy xizmatlarga asoslangan tadbirkorlik faoliyati tushuniladi”[2].

O‘.D.Rajabovning doktorlik dissertatsiyasida yozilishicha, sog‘liqni saqlash: aholi sog‘lig‘ini saqlash va tiklashga, kasalliklar tarqalishining oldini olish, tibbiy vosita va pereparatlar ishlab chiqish, tibbiyot xodimlari taqsimoti va ishchi kuchini kengaytirilgan takror ishlab chiqish, ijtimoiy muhitni yaxshilash va tibbiy madaniyatni targ‘ib etish kabi kompleks xizmatlar majmuidan iborat[3].

Rus olimlaridan D.V.Rojkovning fikricha, sog‘liqni saqlash bu: ijtimoiy-iqtisodiy va tibbiy tadbirlar majmuidan iborat bo‘lib, uning magsadi har bir insonning va aholining sog‘lig‘ini tiklash va mustahkamlashga, ishlab chiqarishning ijtimoiy rivojlanishini ta’minlashga qaratilgan xizmatlardir[4]. Vasilenko N.V sog‘liqni saqlash har bir insonga sog‘lig‘i yomonlashganda tibbiy yordam ko‘rsatuvchi, uzoq umr ko‘rishini jismoniy va ruhiy quvvatlovchi, o‘zida siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, huquqiy, ilmiy, tibbiy, sanitariya-epidemiologik va madaniy xarakterdagi davlatning tadbirlar majmui ekanligini ta’riflaydi[5].

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda Samarqand viloyatidagi tibbiy xizmatlarining

[1] PF-158-сон 11.09.2023. “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi to‘g‘risida
[2] Mirzayev Q.J., Pardayev M.Q.“Xizmatlar sohasi iqtisodiyoti”. O’quv qo’llanma. T.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2014.
[3] Rajabov O'.D. “Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida tibbiy xizmatlar bozorini takomillashtirish yo‘nalishlari” mavzusidagi dissertatsiya aftoreferati.2023.
[4] Рожков Владимир Дмитриевич - Журнал Экономика труда
[5] Vasilenko N.V. “Xizmatlar sohasi iqtisodiyoti”. Darslik. Moskva, 2020

rivojlanishini miqdoriy tahlil qilish uchun statistik prognozlash usuli qo‘llanildi. Ma'lumotlar 2010-2024-yillar davomida yig‘ilib, ARIMA modeli yordamida 2025-2031-yillar uchun prognozlar ishlab chiqilgan, bu prognozlar sog‘liqni saqlash tizimi resurslarini samarali rejalashtirishda va kelajakdagi ehtiyojlarni aniqlashda foydali bo‘lishi kutilmoqda. Tadqiqot tibbiy xizmatlar sohasini takomillashtirish uchun ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqishda muhim ahamiyatga ega.

Tahlil va natijalar. Hozirgi vaqtda Samarqand viloyati sog‘liqni saqlash tizimi ko‘p bosqichli yaxlit tizim sifatida shakllangan bo‘lib, 2024-yil holatiga ko‘ra, hududda jami 41 shifoxona, 16 ko‘p tarmoqli poliklinika, 70 oilaviy poliklinika, 164 oilaviy shifokorlik punkti va 680 xususiy klinikalar faoliyat ko‘rsatmoqda. Oxirgi yillar davomida ambulatoriya-poliklinika xizmati ko‘rsatadigan muassasalar tarmog‘i kengayib bormoqda. Sog‘liqni saqlash sohasida davlat-xususiy sheriklik loyihalari sonining ko‘payishi ham ijobiy o‘zgarishlardan biridir. Hududdagi tibbiyot muassasalarining asosiy qismi davlat mulki hisoblanadi, ammo so‘nggi yillarda xususiy sektor ishtirokining kengayishi kuzatilmoqda. So‘nggi yillardagi muhim o‘zgarishlardan biri bu sog‘liqni saqlash xizmatlarini ko‘rsatish va moliyalashtirishda davlat-xususiy sheriklik (DXSh) mexanizmlarining ortib borayotgan rolidir. DXSh modellarining qo‘llanilishi xususiy investitsiyalarni jalb qilish, xizmat ko‘rsatish shakllarini diversifikatsiyalash va davlat byudjetiga tushadigan bosimni kamaytirishga xizmat qilmoqda. Bularning barchasi xizmat sifati va tengligini saqlab qolgan holda amalga oshirilmoqda. 2024-yil holatiga ko‘ra, Samarqand viloyatida 7 ta davlat-xususiy sheriklik loyihasi faoliyat yuritmoqda, xususiy klinikalar soni esa so‘nggi uch yil ichida deyarli ikki baravarga oshgan.

Bu ko‘rsatkichlar Samarqand viloyatida tibbiyot sohasini rivojlantirishga katta e’tibor qaratilayotganini tasdiqlaydi. Davlat va xususiy sektorning faol hamkorligi, zamonaviy tibbiy jihozlar bilan ta’minlash va kadrlar tayyorlash tizimini yaxshilash orqali sog‘liqni saqlash xizmatlarining sifatini yanada oshirish imkoni yaratilmoqda.

1-jadval

Samarqand viloyatida tibbiy xizmatlar va ulardan foydalanish holati[1] (2010-2024 yy.)

Yillar	Shifixona muassasa-lar soni, birlik	Statsionarda davolangan bemorlar soni, ming nafar	Shifoxona muassasalaridagi o‘rinlar soni, birlik	Ambulator poliklinikalar soni, birlik	Shifo-korlar soni, nafar
2010	112	438,8	14200	577	6959
2011	111	457,3	14100	623	7017
2012	125	460,3	14200	629	6778
2013	97	436,3	12800	606	6906
2014	88	447,8	12400	565	7606
2015	91	499	13000	574	7263
2016	89	541	12900	589	8392
2017	90	563,2	13300	433	8817
2018	85	574,3	15000	428	8908
2019	99	592	13400	509	9663
2020	109	821,6	14800	507	9936
2021	120	622,7	17100	635	10473
2022	120	667,7	17300	639	11386
2023	125	673,9	17520	808	11988
2024	127	682,8	17725	768	12114
2024-yil 2010-yilga nisbatan, %	113,4	155,6	124,8	133,1	174,1
2024-yil 2019-yilga nisbatan, %	128,3	115,3	132,3	150,9	125,4
2024-yil 2023-yilga nisbatan, %	101,6	101,3	101,2	95,0	101,1

[1] Samarqand viloyati Statistika boshqarmasi ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi

Viloyatda shifoxona muassasalar sonining oshishi bevosita viloyat aholisi soni bilan bog‘liq bo‘lib, aholi soni o‘sish tendinsiyaga ega (1-jadval). Shu o‘rinda, viloyatda Covid-19 pandemiyasidan oldin statsionarda davolangan bemorlar soni 592,0 ming nafarni tashkil etgan bo‘lsa, 2020-yilda bu ko‘rsatkich 821,6 ming nafarni tashkil etgan. Vaholanki, 2024-yil 2019-yilga nisbatan statsionarda davolangan bemorlar soni 115,3 foizga oshgan. Viloyatda shifoxona muassasalar soni bilan statsionarda davolanish o‘rinlari soni o‘rtasida bog‘liqlik bo‘lib, shifoxona muassasalar sonining oshishi statsionar davolanish o‘rinlar sonining oshishiga ta’sir ko‘rsatadi. Biroq, hududlarda ambulator poliklinikalar soni shifoxona muassasalarida statsioanrda davolangan bemorlar soniga ham ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Ya’ni, hududlarda bemorlar ambulator poliklinikalar xizmatlaridan foydalanishi bilan cheklanishi mumkin. Natijada, viloyatda 2024-yil: 2010-yilga nisbatan ambulator poliklinikalar soni 133,1 foizga, 2019-yilga nisbatan 150,9 foizga oshgan bo‘lsa, 2023-yilga nisbatan 5 foizga kamaygan. Viloyatda shifoxona muassasalari, undagi o‘rinlar va statsioanrda davolangan bemorlar sonining oshishi shifokorlar sonining oshishiga ham ta’sir ko‘rsatgan. Xususan, 2024-yil: 2010-yilga nisbatan shifokorlar soni 174,1 foizga, 2019-yilga nisbatan 125,4 foizga va 2023-yilga nisbatan 101,1 foizga oshgan. Umumiy olganda, viloyatda shifokor kasbiga ega bo‘lganlar soni o‘sish tendinsiyasiga ega.

Tibbiy muassasalar va sog‘liqni saqlash xodimlari sonining oshgani kuzatilayotgan bo‘lsada, kelgusidagi ehtiyoj va imkoniyatlarni tizimli ravishda prognoz qilishda haligacha bo‘shliqlar mavjud. An’anaviy rejalashtirish mexanizmlari ko‘pincha yetarli statistik asoslangan prognozlardan yiroq bo‘lib, bu esa xizmatlar ta’minoti va aholi ehtiyoji o‘rtasida nomuvofiqliklarga olib kelmoqda. Sog‘liqni saqlash sohasida barqaror taraqqiyotni ta’minlash uchun esa, xizmatlardan foydalanish, infratuzilmaga bo‘lgan talab va kadrlar resursini samarali rejalashtirishni ta’minlaydigan zamonaviy prognozlash vositalari zarur.

Tadqiqot ishida 2010–2024-yillar davomida Samarqand viloyatida sog‘liqni saqlash xizmatlarining tarkibiy va miqdoriy rivojlanishini tahlil qilish, asosiy ko‘rsatkichlarning stasionarligini va bashoratga yaroqliligini Augmented Dickey-Fuller (ADF) testi orqali baholash, 2025–2031-yillar uchun sog‘liqni saqlash xizmatlariga oid prognoz modellarini ARIMA (AutoRegressive Integrated Moving Average) yondashuvi asosida ishlab chiqish va hududiy sog‘liqni saqlash siyosati va rejalashtirishga ilmiy asoslangan takliflar ishlab amalga oshirildi. Mazkur tadqiqot nazariy hamda amaliy jihatdan muhim ahamiyatga ega bo‘lib, nazariy nuqtai nazardan, u tibbiyot iqtisodiyoti va sog‘liqni saqlash xizmatlarini rejalashtirish sohasiga mintaqaviy kontekstdagi vaqtli qatorlar iqtisodiyoti (time-series econometrics)ni tatbiq etish orqali ilmiy hissa qo‘shadi. Amaliy nuqtai nazardan esa, mahalliy va milliy darajadagi siyosat yurituvchilarga sog‘liqni saqlash tizimining moslashuvchanligini oshirish va resurslarni samarali taqsimlash uchun zarur empirik ma’lumotlar va prognoz vositalarini taqdim etadi.

ARIMA (AutoRegressive Integrated Moving Average) modeli qisqa va o‘rta muddatli prognozlar uchun soddaligi va ishonchliligi bilan ajralib turadi[1] . Masalan, Wang va boshqalar (2019) o‘z tadqiqotlarida ARIMA modellaridan foydalanib bemorlar qabul soni, shifoxona o‘rinlari bandligi va inson resurslariga bo‘lgan ehtiyojlarni yuqori va past daromadli mamlakatlarda prognoz qilishgan. Ularning natijalari ARIMA modelining mavsumiylik, tendensiyalar va COVID-19 kabi kutilmagan siljishlar bilan tavsiflanadigan vaqtli qatorlar uchun ayniqsa foydali ekanini tasdiqlaydi. Bundan tashqari, ARIMA modeli mintaqaviy sog‘liqni saqlash rejalashtirishida ham samarali qo‘llanilmoqda. Jumladan, Hosseinifard va boshqalar (2018) Eronda ambulator tashriflarni prognoz qilishda ARIMA modelidan foydalangan hamda ADF (Augmented Dickey-Fuller) testi orqali vaqtli qatorlarning stasionarligini tekshirish zarurligini ta’kidlagan. Ushbu metodologiya Samarqand viloyati bo‘yicha olib borilgan ushbu tadqiqotning asosini tashkil qiladi. Shuningdek, sog‘liqni saqlashda inson resurslari (HRH – Human Resources for Health) muhim o‘rin tutishi haqida adabiyotlarda tobora ko‘proq e’tibor qaratilmoqda. JSST (2020) tomonidan ta’kidlanganidek, shifokorlar soni va ularning kasbiy tarkibi aholi ehtiyojlari va xizmatlar ulanishiga mos holda shakllantirilishi lozim. Dussault va

[1] (PDF) Box-Jenkins Model for Forecasting Malaysia Life Expectancy

Franceschini (2006) tomonidan olib borilgan empirik tadqiqotlar HRH talabini prognozlashda demografik, epidemiologik va xizmatlar ko‘rsatkichlarini integratsiyalash zarurligini ko‘rsatadi. Ko‘p o‘zgaruvchili modellar mavjud bo‘lishiga qaramasdan, ayniqsa bir o‘zgaruvchili vaqtli qatorlar asosida tahlil qilinayotgan holatlarda – masalan, Samarqandda shifokorlar sonining o‘sishini prognozlashda – ARIMA modeli amaliy jihatdan samarali vosita sifatida tanlanmoqda.

Vaqt qatorlarini prognoz qilishda ARIMA modeli eng samarali yondashuv[1] bo‘lib, qisqa muddatli bashoratlar uchun mo‘ljallangan. ARIMA model butun sonli uchta strukturaviy parametrlar, qaysiki AR=p (qator avtoregressiyasining tartibi), I=d (qatorni stasionar qilish uchun hisoblash zarur bo‘lgan ayirmaning tartibi), MA=q (qoldiq avtoregressiyasi) bilan aniqlanadi.

ARIMA(p,d,q) modeli funksiyasi quyidagicha ifodalaniladi:

$$Y_t = \phi_1 Y_{t-1} + \phi_2 Y_{t-2} + \cdots + \phi_p Y_{t-p} + \nu_t - \theta_1 \nu_{t-1} - \cdots - \theta_q \nu_{t-q}$$

Bunda: ν_t – “oq shovqin” (white noise);

Y_t – d - tartibli stasionar qator,

θ − siljuvchi o‘rta qiymat parametri;

φ − avtoregressiya parametri.

Tuzilgan modelda eng ishonchli qiymatlarni aniqlashda AIC(Akaike information criterion) va BIC(Bayesian information criterion) test natijalari e’tiborga olindi. ARIMA modellarida beshta variantdan eng ishonchli qiymatlarni qabul qilish, qaysiki variantda AIC(Akaike information criterion) va BIC(Bayesian information criterion) tanlov mezonlariga ko‘ra eng kichik qiymatga ega bo‘lgan variant qabul qilindi[2].

Samarqand viloyatida 2031-yilda shifoxonalarda statsionarda davolangan bemorlar soni 804,1 ming nafarni tashkil etishi, 2024-yilga nisbatan 117,8 foizga oshishi tahlil natijalari ko‘rsatmoqda (2-jadval). Statsionar davolangan bemorlar sonining oshishi shifoxona muassasalaridagi o‘rindiqlar sonining oshishiga ta’sir ko‘rsatmoqda. Ya’ni, 2031-yil 2024-yilga nisbatan shifoxona muassasalaridagi o‘rinlar soni 110,2 foizga oshishi prognoz qilinmoqda. Garchand, shifoxona muassasalaridagi o‘rinlar soni statsionarda davolangan bemorlar soniga nisbatan o‘sish sur’ati past bo‘lsada, hududlarda ambulator poliklinikalar sonining oshishi ham kuzatiladi. 2031-yil 2024-yilga nisbatan hududlarda ambulator poliklinikalar

2-jadval

Samarqand viloyatida tibbiyot xizmatlar va ulardan foydalanishning 2031-yilgacha prognoz ko‘rsatkichlari[3] (2024-2031 yy.)

Yillar	Shifixona muassasa-lar soni, birlik	Statsionarda davolangan bemorlar soni, ming nafar	Shifoxona muassasalaridagi o‘rinlar soni, birlik	Ambulator poliklinikalar soni, birlik	Shifo-korlar soni, nafar
2024	127	682,8	17725	768	12114
2025	127	709,1	18023	757	12 701
2026	128	724,9	18275	792	13 074
2027	129	741,5	18527	797	13 449
2028	130	756,7	18779	822	13 824
2029	130	773,2	19031	834	14 199
2030	132	788,8	19283	854	14 574
2031	133	804,1	19534	869	14949
2031-yil 2024-yilga nisbatan, %	104,7	117,8	110,2	113,2	123,4

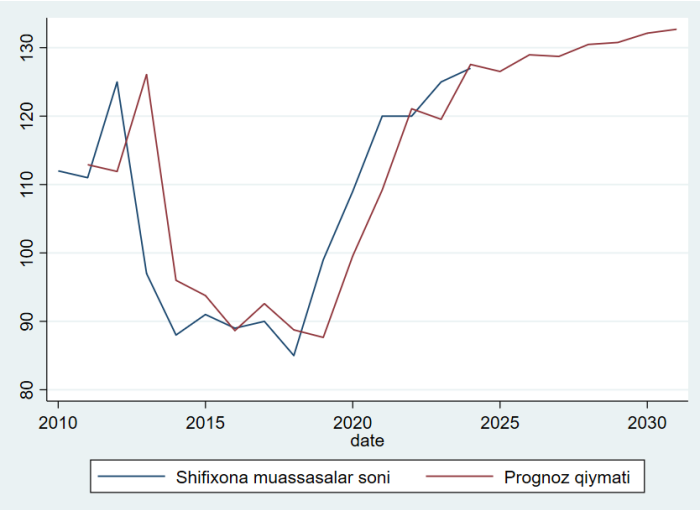
[1] Fattah, Jamal, et al. "Forecasting of demand using ARIMA model." International Journal of Engineering Business Management 10 (2018): 1847979018808673.

[2] Jain G., Mallick B. A study of time series models ARIMA and ETS //Available at SSRN 2898968. – 2017.

[3] Samarqand viloyati Statistika boshqarmasi ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi

soni 113,2 foizga, shifokorlar soni esa 123,4 foizga oshishini tahlil natijalari ko‘rsatmoqda.

Samarqand viloyatida shifoxona muassasalar sonining 2031-yilgacha prognoz qiymatlarining grafik ifodasi (1-rasm) ga ko‘ra, shifoxona muassasalari soni 2025-2031-yillar davomida o‘sish tendinsiyasiga ega emas.



1-rasm. Samarqand viloyatida shifoxona muassasalar sonining 2031-yilgacha prognoz qiymatlari[1]

Hukumat tomonidan olib borilayotgan tibbiyot xizmatlari sifat samaradorligini oshirish bilan bog‘liq chora-tadbirlar shifoxona muassasalari sonining keskin oshishini cheklashi mumkin.

Tadqiqotda kuzatilgan va prognoz qilingan tendensiyalar Samarqand viloyatida sog‘liqni saqlash salohiyatining izchil o‘sishini ko‘rsatmoqda. Ayniqsa, shifokorlar soni va xususiy tibbiyot muassasalari sonining keskin ortib borayotgani xizmatlar ko‘rsatishning kadrlarga tayangan va markazlashtirilmagan zamonaviy modellariga o‘tishni anglatadi. Bu esa xizmatlarga kirish imkoniyati va samaradorlikni oshirishga qaratilgan global yondashuvlar bilan uyg‘unlashadi.

2021–2024 yillar oralig‘ida xususiy klinikalar sonining 90,5% ga oshgani va 7 ta DXSh loyihasining ishga tushirilgani davlat va xususiy sektorlar o‘rtasidagi aralash tizimlar orqali xizmatlar bo‘shliqlarini to‘ldirish imkoniyatini ochmoqda. Bu jarayonlar O‘zbekiston sog‘liqni saqlash siyosatining davlat adolat va tenglikni, xususiy sektor esa samaradorlik va moslashuvchanlikni ta’minlaydigan gibrid model sari harakatlanayotganini ko‘rsatmoqda.

Ushbu prognozlar quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha ayniqsa dolzarb ahamiyat kasb etadi:

- byudjet xarajatlarini rejalashtirish;
- infratuzilmani kengaytirish strategiyalari;
- tibbiy kadrlar rekrutingi bo‘yicha maqsadlarni belgilash;
- ta’minot zanjiri logistikasi (kasalxona o‘rinlari, uskunalar va boshqalar).

ARIMA modellariga asoslangan prognozlar barcha asosiy ko‘rsatkichlar bo‘yicha ehtiyotkorlik bilan, ammo ijobiy o‘sishni ko‘rsatmoqda. Bu esa Samarqandda zamonaviy, aralash va moslashuvchan sog‘liqni saqlash tizimiga o‘tish boshlanganini ko‘rsatadi.

Xulosa va takliflar. Yuqoridagi tahlillar orqali Respublikamizda, jumladan Samarqand viloyatida tibbiy xizmatlarni rivojlantirishda quyidagi imkoniyatlar mavjudligi aniqlandi.

1. Tibbiy xizmatlar sohasida Davlat-xususiy sheriklik (DXSh) loyihalarini davom ettirish va kengaytirish orqali rivojlantirish.
2. Tibbiy xizmatlar sohasidagi investitsiyalarni ambulator va profilaktik xizmatlarga yo‘naltirish.
3. Sog‘liqni saqlash sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan kadrlarini rejalashtirish va ushlab qolish
4. Aniq ma’lumotlarga asoslangan samarali boshqaruvni kengaytirish va takomillashtirish.

[1] Samarqand viloyati Statistika boshqarmasi ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi

Yuqoridagi tavsiyalar Samarqand viloyatining barqaror, chidamli va adolatli tibbiy xizmatlar tizimi sari bosqichma-bosqich o‘tishni qo‘llab quvvatlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 11.09.2023 yildagi PF-158-son Farmoniga ko‘ra tasdiqlangan “O‘ZBEKISTON — 2030” strategiyasi.
2. Pardayev M.P, Mirzayev Q. J., va boshqalar “Xizmatlar sohasi iqtisodiyoti”. O‘quv qo‘llanma T: Iqtisod Moliya, 2014.
3. Polyakov I.V. [va boshqalar.]. Tibbiy sug‘urta sharoitida tibbiy xizmatlar marketing. Saratov, 1996.
4. Vasilenko N.V. “Xizmatlar sohasi iqtisodiyoti”. Darslik. Moskva, 2020.
5. Fattah, Jamal, et al. "Forecasting of demand using ARIMA model." International Journal of Engineering Business Management 10 (2018): 1847979018808673.
6. Mahan M. Y., Chorn C. R., Georgopoulos A. P. White Noise Test: detecting autocorrelation and nonstationarities in long time series after ARIMA modeling //Proceedings 14th Python in Science Conference (Scipy 2015), Austin, TX. – 2015.
7. Jain G., Mallick B. A study of time series models ARIMA and ETS //Available at SSRN 2898968. – 2017.
8. Samarqand viloyati Statistika boshqarmasi ma’lumotlari.

М. Ахророва

Перспективы улучшения медицинских услуг в Самаркандской области на основе государственно-частного партнерства

Аннотация. Целью исследования является изучение опыта Самаркандской области по совершенствованию сектора медицинских услуг на основе проектов «Государственно-частного партнерства» в развитии системы здраво-охранения, что является актуальным вопросом в реализации стратегии социально-экономического развития страны. В статье научно обоснованы возможности развития сферы медицинских услуг, которая стала важным фактором повышения благосостояния населения и последовательного развития экономики республики.

Ключевые слова. Сфера услуг, система здраво-охранения, медицинская услуга, инновационная экономика, качество медицинских услуг, модернизация медицинских услуг, Модель ARIMA.

M.Akhrorova

Prospects for improving medical services in Samarkand region on the basis of Public-Private Partnership

Abstract. The purpose of the research is to consider the current issue of the country's socio-economic development strategies in the development of the healthcare system, which is an urgent issue in the implementation of public-private partnership projects, using the example of the Samarkand region. This article scientifically substantiates the possibilities of developing the medical services sector, which has become an important factor in improving the well-being of the population and the sustainable development of the economy in the Republic.

Keywords. Service sector, healthcare system, medical service, innovative economy, quality of medical services, modernization of medical services, ARIMA model.

Sanjar Nasriddinovich Nazarov – SamISI mustaqil izlanuvchisi

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA ALOQA-AXBAROTLASHTIRISH XIZMATLARINI TASHKILIY MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH

Annotasiya. Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida aloqa-axborotlashtirish xizmatlarining ahamiyati, ularni samarali tashkil etishning zarurati va mavjud muammolar tahlil qilingan. Xususan, mamlakatimizda aloqa-axborotlashtirish tizimining holati o‘rganilib, tashkiliy mexanizmlarini yaratish bo‘yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, aloqa-axborotlashtirish xizmatlari, tashkiliy mexanizm, xizmatlar sifati, iqtisodiy samaradorlik, raqamli transformatsiya.

Kirish. Bugungi kunda raqamli iqtisodiyot jahon miqyosida iqtisodiy taraqqiyotning muhim omiliga aylanmoqda. Yangi axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining tez sur’atlar bilan rivojlanishi davlat va jamiyat hayotining barcha sohalarida tub o‘zgarishlarni yuzaga

keltirmoqda. Shu jumladan, aloqa-axborotlashtirish xizmatlari ham raqamli iqtisodiyotning ajralmas tarkibiy qismiga aylangan.

Umuman olganda aloqa va axborotlashtirish xizmatlarini rivojlantirish aholi turmush farovonligini oshirishda muhim vosita sifatida qarash mumkin. Bu borada O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2023-yil 24-maydagi “Ma’muriy islohotlar doirasida raqamli texnologiyalar sohasida davlat boshqaruvini samarali tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-76-son Farmoni ham aynan aloqa va axborotlashtirish sohasini rivojlantirish, mamuriy islohotlar samaradorligini oshirishga qaratilgan boshqaruvni samarali tashkil etish masalalariga bag‘ishlangan [1].

Aloqa va axborotlashtirish sohasini rivojlantirish masalalari doimo dolzarb masalalardan biridir. Bunda iqtisodiy va tashkiliy mexanizmlarni takomillashtirish va qayta qurish asosida xizmatning yangi ko‘nishlari va boshqaruv jarayonlarini amalga oshirish mumkin. Tadqiqotimiz davomida aloqa va axborotlashtirish xizmatlari tashkiliy mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha mualliflik qarashlarini berib o‘tamiz. Ayniqsa, bunday mexanizmlarni takomillashtirish raqamli iqtisodiyot sharoitida muhimlik darajasi oshib boradi.

Samarqand viloyati misolida olib borilgan tadqiqotlar ushbu hududda aloqa-axborotlashtirish xizmatlarini boshqarishning mavjud holati, muammolari va rivojlanish imkoniyatlarini tahlil qilish imkonini beradi. Tadqiqotdan ko‘zlangan asosiy maqsad – raqamli iqtisodiyot sharoitida ushbu xizmatlarni tashkil etish va boshqarish mexanizmini takomillashtirish, hududiy rivojlanishga xizmat qiluvchi samarali modelni ishlab chiqishdir.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Raqamli iqtisodiyot – bu axborot texnologiyalari asosida shakllanayotgan yangi iqtisodiy model bo‘lib, unda raqamli texnologiyalar ishlab chiqarish, taqsimlash, almashish va iste’mol qilish jarayonlarining asosini tashkil etadi.

Aloqa-axborotlashtirish xizmatlari bu – axborot va ma’lumotlarni uzatish, saqlash, qayta ishlash va foydalanuvchilarga yetkazib berish bilan bog‘liq bo‘lgan xizmatlar majmuasidir. Ular jamiyatning barcha qatlamlarida – iqtisodiyot, ta’lim, sog‘liqni saqlash, davlat boshqaruvi kabi sohalarda keng qo‘llaniladi.

Mahalliy olimlarimizdan N.D.Xojiyevaning tadqiqotlarida mamlakatimizda telekommunikatsiya sohasini innovatsion faoliyatini joriy etish holatini namoyon qilish, holatni baholash va innovatsion infratuzilmani yaratish jarayoni uning subyektlarini takomillashtirish masalalarini ta’kidlab o‘tganlar [2].

MDH mamlakatlari olimlaridan Yu.V.Gumnits ham o‘zining nomzodlik dissertatsiya ishida axborotni boshqarish texnologiyalarini joriy etishning tashkiliy mexanizmlarini takomillashtirish mavzusida ishlar olib borib, axborot sohasida muvaffaqiyatli tashkiliy mexanizmning asosiy omillari va tashkilot faoliyatining asosiy ko‘rsatkichlari o‘rtasidagi bog‘liqlikni yoritib berishni amalga oshirgan [3].

Raqamli iqtisodiyot sharoitida aloqa va axborotlashtirish xizmatlarini rivojlantirishning tashkiliy mexanizmlarining uslubiy jihatlarini tahlil qilganda P.O.Yatsenko tomonidan olib borilgan tadqiqot natijalarini tahlil qilib qarasak, tashkiliy mexanizmni rivojlantirishda aloqa qurilmalarining o‘rnini muhim deb biladi. Olimning ishlarida aloqa va axborotlashtirish xizmatlari qurilmalari uchun asosiy shartlar qatoriga quyidagilarga ajratadi:

1) davlat organlari bilan o‘zaro hamkorlik samaradorligini oshiradigan yangi shakllarni izlash zarurati;

2) axborotni uzatish va qayta ishlashni jadallashtirish, davlat va ijtimoiy xizmatlarni ko‘rsatish va ularni takomillashtirish zarurati;

3) davlat boshqaruvini takomillashtirish: vositachilarni qisqartirish va davlat xizmatlari iste’molchilari bilan bevosita o‘zaro munosabatlarga o‘tish;

4) ma’muriy jarayonlar uchun xarajatlarni kamaytirish;

5) davlat boshqaruvi tizimining texnologik, moliyaviy va kadrlar resurslaridan foydalanishni rejalashtirish, monitoring va nazorat qilish samaradorligini oshirish;

6) davlat boshqaruvi jarayonlarini belgilovchi strategiya va siyosatlarni ishlab chiqish va amalga oshirishda o‘zaro hamkorlikni kuchaytirish [4].

M.S.Agafonova va L.K.Kozyarskayalar tomonidan ham tashkilot va korxonalarning boshqaruv jarayonlarida axborot bilan ta’minlashni takomillashtirish, axborotlashtirish xizmatlarini amalga oshirishning muhim jihatlari to‘g‘risida izlanishlarni olib boradilar. Olimlar tomonidan korxona va tashkilotlarda axborot ta’minotini yaxshilash va axborotlashtirish xizmatlarini takomillashtirish orqali quyidagi vazifalarga erishiladi:

1. Ish haqi fondini qisqartirish hisobiga xarajatlarni tejash, kommunal xizmatlar, shartnomalar tuzish xarajatlari va boshqalar;
2. Kelajakdagi xarajatlarning oldini olish, xususan: xodimlar sonining kelajakda ko‘payishiga yo‘l qo‘ymaslik, xodimlarning ortiqcha ish sarfini kamaytirish, ma’lumotlarni qayta ishlash shartlarini qisqartirish, texnik xizmat ko‘rsatish xarajatlarini kamaytirish va boshqalar;
3. Nomoddiy manfaatlarga erishish: axborot sifatini oshirish, mehnat unumdorligini oshirish, zamonaviy ishlab chiqarish quvvatlari, kechiktirilgan to‘lovlarni qisqartirish, dasturiy ta’minotdan to‘liq foydalanish kabilarni ilgari suradilar [5].

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotni amalga oshirish va ilmiy natijalarga erishishda ilmiy izlanishlar olib borilib, mahalliy va xorijiy manbalar tahlili, statistik ma’lumotlar tahlili, indeksiya va deduksiya metodlari, jadvallar bilan ishlash, tashkiliy mexanizmlarni yaratishda chizma tasvirlardan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Yuqoridagi olimlarning fikr va mulohazalari, izlanishlarini o‘rganish natijasida tahliliy qismlarni ham amalga oshirish, tadqiqot ishimizning dolzarbliligi va natijadorligini oshiradi.

Zamonaviy aloqa va axborot tizimlari funksional bo‘limlarning operatsion texnologiyalarini o‘zgartirish, intellektual mahsulotlarni muomalaga jalb qilish, biznesning shaffofligini oshirish va shunga mos ravishda uning investitsiya jozibadorligi hamda kapitallashuvini oshirish orqali tashkilotni tashkiliy mexanizmlari va boshqarish samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Axborotni muvaffaqiyatli amalga oshirishning muhim sharti. sifatida texnologiyalar orqali axborot texnologiyalarini joriy etishning ijobiy ta’sirini kamaytirishi mumkin bo‘lgan asosiy salbiy omillarni aniqlaydigan tayyorgarlik bosqichida muvaffaqiyatga erishishdir. Axborot texnologiyalarini joriy etish aloqa xizmatlarini rivojlantirish uchun tashkiliy mexanizmlar va boshqaruv tizimini tayyorlash bosqichini yetarlicha baholamaslik butun boshqaruvni axborotlashtirishni buzishi mumkin.

Aloqa va axborotlashtirish xizmatlarini joriy etish va takomillashtirish qiymati yuqori ekanligini hisobga oladigan bo‘lsak, korxonalar rahbarlarida aloqa va axborot xizmatlarining tashkiliy mexanizmlarini rivojlantirishga kiritiladigan investitsiyalar samaradorligini amalga oshirish va tahlili qilish, manzilli qilish ham juda muhim. Bugungi kunda aloqa va axborot xizmatlarining tashkiliy mexanimzlarini rivojlantirishning ko‘plab usullari mavjud, ammo amaliyot shuni ko‘rsatadiki, ushbu usullardan alohida foydalanish kutilgan samarani bermaydi, chunki ularning barchasi ma’lum kamchiliklarga ega. Integratsiyalashgan baholash usuli asosiy ko‘rsatkichlar uchun balanslangan ko‘rsatkichlar texnologiyasiga asoslanadi. Albatta bu ko‘rsatkichlarning shakllanishi va rivojlanishiga muvaffaqiyat omillari ta’sir qiladi. Buni quyidagi jadvalda ko‘rib chiqamiz.

1-jadval

Tashkiliy mexanizmni rivojlanishtirish muvaffaqiyatining asosiy omillari

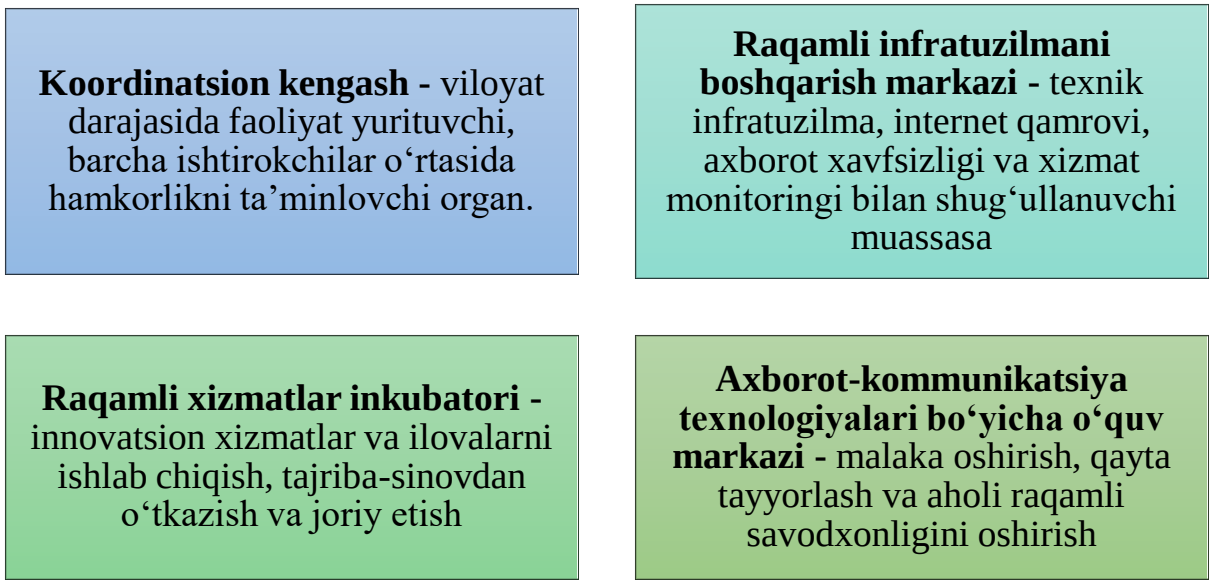
№	Muvaffaqiyat omili	Strategiya	Asosiy ishlash ko‘rsatkichi
1.	Sotish hajmini oshirish	Mijozlarga xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish	Hozirgi sof qiymat
			Savdo bo‘limiga dolzarb ma’lumotlarni taqdim etish
2.	Ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish	Aloqa materiallarini saqlash xarajatlarini kamaytirish	Aloqa xizmati xarajatlari indeksi
			Buyurtmalarni qabul qilish va qayta ishlash vaqtini qisqartirish
3.	Debitorlik qarzlarini qisqartirish	Qarzdorlar bilan ishlash sifatini oshirish, debitorlik	Debitorlik qarzlarining aylanish koeffitsiyenti

		qarzlarini doimiy nazorat qilish	
4.	Kompaniyaning rentabelligini oshirish	Aloqa va axborot mahsulotlarini sotish tannarxini pasaytirish	Qaytarilish muddati, investitsiya daromadi

1-jadval ma’lumotlari asosida shuni aytish kerakki, aloqa va axborotlashtirish xizmatlarini takomillashtirish, ularning tashkiliy mexanizmlarini rivojlantirish masalalari doimo dolzarb masalalardan bo‘lib, ularni amalga oshirishda muvaffaqiyat omillari va asosiy ko‘rsatkichlarga ta’sir etish strategiyalarini samarali tashkil qilishga erishish mumkin.

Tadqiqot obyekti sifatida Samarqand viloyatida aloqa-axborotlashtirish xizmatlari holatini tahlil qilish va bu orqali viloyatda aloqa va axborot xizmatlarini tashkiliy mexanizmlarini takomillashtirish yo‘nalishlarini ishlab chiqish ham muhimdir. Viloyatda so‘nggi yillarda mobil aloqa, internet tarmog‘i, raqamli televideniya va boshqa xizmatlar jadal rivojlanmoqda. Biroq, ayrim chekka hududlarda sifatli internet xizmatlariga bo‘lgan ehtiyoj hanuzgacha dolzarb bo‘lib qolmoqda.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida aloqa-axborotlashtirish xizmatlarini samarali tashkil qilish uchun zamonaviy, moslashuvchan va integratsiyalashgan tashkiliy mexanizm zarur. Samarqand viloyati sharoitida bunday mexanizmni shakllantirishda quyidagi asosiy tamoyillar e’tiborga olinishi lozim:



1-rasm. Tashkiliy mexanizm modeli

1-rasm orqali shuni aytish mumkinki, tashkiliy mexanizm modelini ishlab chiqish asosida Samarqand viloyatida aloqa-axborotlashtirish sohasini rivojlantirish xususiyatlari yaratiladi. Mexanizmni takomillashtirish yo‘nalishlari: loyihalarni davlat-xususiy sheriklik asosida amalga oshirish, raqamli xizmatlarning yagona portalini yaratish, internet qamrovini kengaytirish va optik tolali tarmoqlarni rivojlantirish, kadrlar salohiyatini oshirish uchun maxsus dasturlar ishlab chiqish, har bir tuman kesimida raqamli infratuzilma holatini baholab, rivojlantirish xaritasini tuzishlarni amalga oshirish mumkin bo‘ladi.

Shunday qilib, axborot tizimi konsepsiyasiga kiritilgan texnologiyalardan foydalanish muvaffaqiyatli faoliyatning kalitidir. Agar biz aloqa-axborotlashtirish xizmatlarining maqbul tuzilmasini aniqlash va uning axborot oqimlarini boshqaruvni avtomatlashtirilgan axborot ta’minoti tizimiga to‘liq integratsiya qilish va hokazo kabi jihatlarga amal qilsak, ularni amalga oshirish sharti bilan ular boshqaruvni axborot bilan ta’minlashni takomillashtirishga, shuningdek, tashkilot va korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi.

Xulosa va takliflar. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, Samarqand viloyatida raqamli

iqtisodiyot talablariga mos aloqa-axborotlashtirish xizmatlarini tashkil etish dolzarb masala bo‘lib qolmoqda. Hududda internet va raqamli xizmatlarning jadal rivojlanayotganiga qaramasdan, infratuzilma va kadrlar salohiyatidagi kamchiliklar tizimni samarali boshqarishga to‘siq bo‘lmoqda. Zamonaviy tashkiliy mexanizmni ishlab chiqish orqali raqamli xizmatlar sifatini oshirish, aholining raqamli savodxonligini kuchaytirish va hududiy raqobatbardoshlikni ta’minlash mumkin. Aloqa-axborotlashtirish xizmatlari tashkiliy mexanizmlarini takomillash-tirishda quyidagi takliflarni amalga oshirsa maqsadga muvofiq bo‘ladi deb hisoblaymiz:

- Tashkiliy mexanizmni amaliyotga joriy etish orqali hududlarda raqamli infratuzilma, kadrlar va xizmatlar samaradorligini oshirishga yo‘naltirilgan kompleks mexanizmni joriy etish lozim;
- Internet infratuzilmasini rivojlantirish natijasida chekka hududlarda yuqori tezlikdagi internet xizmatlarini kengaytirish uchun maxsus davlat dasturlarini amalga oshirish;
- Kadrlar tayyorlash va malaka oshirish tizimini takomillashtirish orqali aloqa va axborotlashtirish sohasida zamonaviy bilimlarga ega mutaxassislar zaxirasini shakllantirish va ish joylarni tashkil etish;
- Raqamli xizmatlar portalini yaratishda davlat va xususiy xizmatlarni yagona platformada taqdim etish orqali qulaylik va samaradorlikni oshirish;
- Innovatsion hamkorlikni kengaytirish orqali raqamli yechimlar ishlab chiqish va joriy etishga alohida e’tibor qaratish, xizmatlarni tashkiliy mexanizmlarini rivojlantiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2023-yil 24-maydagi “Ma’muriy islohotlar doirasida raqamli texnologiyalar sohasida davlat boshqaruvini samarali tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-76-son Farmoni https://lex.uz/docs/-6472528
2. Xojiyeva Nazokat Davronbekovna. O‘zbekiston telekommunikatsiya sohasini innovatsion faoliyatini joriy holatini baholash // Raqamli iqtisodiyot (Цифровая экономика). 2024. №7. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-zbekiston-telekommunikatsiya-sohasini-innovatsion-faoliyatini-joriy-holatini-baholash
3. Гумниц Юрии Владимирович. Совершенствование организационных механизмов внедрения информационных технологий управления. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Москва-2011. 24 стр.
4. Яценко П.О. Совершенствование механизма государственного управления регионом с использованием цифровых технологий. Екатеринбург, 2024. 26 стр. https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/140666/1/m_th_p.o.yacenko_2024.pdf
5. Агафонова М. С., Козярская Л. К. Совершенствование информационного обеспечения управления организацией // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 39. – С. 216–220. – URL: http://e-koncept.ru/2017/970370.htm

С.Назаров

Совершенствование организационного механизма коммуникационных и информационных услуг в условиях цифровой экономики

Аннотация. В статье анализируется значение услуг связи и информации в цифровой экономике, необходимость их эффективной организации и существующие проблемы. В частности, было изучено состояние системы связи и информатизации в нашей стране и разработаны предложения по созданию организационных механизмов.

Ключевые слова: цифровая экономика, услуги связи и информатизации, организационный механизм, качество услуг, экономическая эффективность, цифровая трансформация.

S.Nazarov

Improving the organizational mechanism of communication and information services in the conditions of the digital economy

Abstract. This article analyzes the importance of communication and information services in the digital economy, the need for their effective organization, and existing problems. In particular, the state of the communication and information system in our country is studied and proposals are developed for the creation of organizational mechanisms.

Keywords: digital economy, communication and information services, organizational mechanism, quality of services, economic efficiency, digital transformation.

Обид Мамаюнусович Пардаев – Ўзбекистон Республикаси Иқтисодиёт ва молия вазирлиги Транспорт, алоқа, туризм ва уй-жой коммунал хўжалиги корхоналари иқтисодиёти, молияси ва нарх сиёсати департаменти директорининг 1-ўринбосари, PhD.

КОММУНАЛ ХИЗМАТЛАРНИ КЎРСАТИШДА КРЕАТИВ ЁНДОШУВ АСОСИДА СИНЕРГЕТИК САМАРАГА ЭРИШИШНИНГ ИННОВАЦИОН ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация. Мақолада коммунал хизматларни кўрсатишда креатив ёндошув асосида синергетик самарага эришишнинг инновацион йўналишлари тадқиқ қилинган. Бунда синергетик самаранинг ҳамкорликда таъсир, тизимли таъсир, келажакнинг бугунга таъсири каби йўналишларининг мазмуни очиб берилган. Ўрганилаётган масаланинг назарий ва амалий моҳиятини очиб беришда синергетикадан фойдаланиш натижасида ижтимоий-иқтисодий ҳаётимизнинг ажралмас қисми бўлган коммунал хизматларни такомиллаштириш борасида бир қанча илмий тавсиялар ишлаб чиқишга ҳам муваффақ бўлинган.

Калит сўзлар. Коммунал хизматлар, хизмат кўрсатиш, креатив ёндошув, синергетик самара, инновация, инновацион йўналишлар, рақамлаштириш, рақамли иқтисодиёт, макон ва замон, индукция ва дедукция, тизимли таъсир, креатив фикрлаш.

Кириш. Мамлакат иқтисодиётининг ўсиш омиллари XX1 – асрга келиб тубдан янгиланди. Олдин иқтисодий ривожланиш асосан интенсив ва экстенсив омиллар эвазига содир бўлган бўлса, эндиликда янги бир қанча омиллар, хусусан, модернизация, диверсификация, инновация, рақамлаштириш, креатив ёндошув каби омиллар ҳам қўшилди. Чунки, ушбу йўл билан ривожланишни таъминлаган мамлакатгина жаҳон тараққиётида ўз ўрнига эга бўлиб, ўзининг барқарор ривожланишини, рақобатбардошлигини маълум даражада таъминламоқда. Шу жиҳатдан мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришда инновацион тараққиётни таъминлаш масаласи ҳозирги пайтнинг энг муҳим устувор масалаларидан бирига айланди. Айнан ушбу вазифалар “Ўзбекистон - 2030” тараққиёт стратегиясида ҳам белгиланган. Бунда барча соҳалар қатори хизмат кўрсатиш соҳасининг барча йўналишлари ва тармоқларида самарадорликни ошириш масаласи ҳам тегишли ўринга эга.

Тадқиқотлар кўрсатдики, инновацион тараққиёт ва унинг таъсирида самарадорликни ошириш ўз-ўзидан пайдо бўлиб қолмайди. Буни таъминлаш учун илмий ва техникавий тараққиётга, улар асосида технологияларнинг мунтазам такомиллашиб боришига тежалган ресурслар асосида эришиш лозим бўлади. Бунинг учун мавжуд ресурслардан самарали фойдаланиш билан бирга ўз фаолиятига фан ва техникада содир бўлаётган янгиликларни жорий қилишга ҳам катта эътиборни қаратиш мақсадга мувофиқдир. Айнан шу мақсадни кўзлаб мазкур мавзуда тадқиқот олиб бориш бугунги кунда долзарб масалалардан бири ҳисобланади. Зеро, ҳозирги пайтда инновацион тараққиётсиз самарадорликка эришиб бўлмйди. Бунинг учун барча талабларга жавоб берадиган интеллектуал мулк ҳам шаклланган бўлишлигини тақозо қилади. Айнан масаланинг шу жиҳатлар мазкур мавзунинг долзарблигини белгилайди.

Тадқиқот методологияси. Мақоладаги коммунал хизматларни кўрсатишда креатив ёндошув асосида синергетик самарага эришишнинг инновацион йўналишларини тадқиқ қилиш жараёнида макон ва замон, индукция ва дедукция, шакл ва мазмун, мантиқий ёндошув, тизимли таъсир каби усуллардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Ҳозирги кунда хизмат кўрсатиш соҳасига мамлакатимиз олимлари тамонидан жуда катта эътибор қаратилмоқда. Хизмат кўрсатиш соҳаси бўйича бир қанча илмий кенгашлар фаолият кўрсатмоқда. Кўплаб диссертациялар ёқланмоқда. Мазкур соҳа самарадорлиги ва сифатини оширишнинг умумий масалалари билан бирга-ликда унинг алоҳида йўналишлари бўйича ҳам тегишли тадқиқотлар олиб борилмоқда. Булардан бир йўналиши хизматлар соҳасида синергетик самарага бағишланган. Чунки ушбу йўналиш бошқа соҳалар сингари хизмат кўрсатиш соҳасига ҳам инновацион

ёндошувларни таъминлайди. Шу туфайли мазкур мавзу бўйича бир қанча иқтисодчи олимларимиз илмий-тадқиқот ишларини олиб бормоқдалар. Булар жумласига С.С.Ғуламов, Аюбов Р.Х., М.Қ.Пардаев, Қ.Ж.Мирзаев, О.М.Пардаев, М.М.Мухаммедов, Б.И.Исроилов, О.М.Пардаева, Ҳ.Н.Очилова кабиларни[1] киритиш мумкин. Шунингдек, турли журналларда нашр қилинган мақолаларида, илмий-услубий ишларида ҳам ушбу мавзу бўйича тадқиқот натижалари нашр қилинмоқда. Бироқ, коммунал хизматларини кўрсатишда синергетик самара усулларини қўллаб яна такомиллаштиришга эришиш хусусида мамлакатимиз олимлари томонидан деярли тадқиқ қилинмаган ва мос равишда адабиётларда ҳам кам ёритилган.

Юқоридаги ҳолатни инобатга олиб, коммунал хизматларни кўрсатиш жараёнларида креатив ёндошув асосида синергетик самара ва самарадорликка эришишнинг ҳамкорликда таъсир, тизимли таъсир ва келажакнинг бугунга таъсири каби бир қанча йўналишларидан фойдаланиш йўлларини асосланшни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

Тадқиқотларимиз кўрсатдики, ҳар қандай соҳада, шу жумладан коммунал хизматларни кўрсатиш жараёнларида ҳам синергетик самара ва самарадорликка эришиш учун унинг бир қанча йўналишларини қараб чиқиш лозим бўлмоқда. Бундай йўналишларга қуйидагиларни, яъни ҳамкорликда таъсир, тизимли таъсир ва келажакнинг бугунга таъсири каби йўналишларни киритиш мумкин. Буларнинг бир-бирига боғлиқлиги қуйидаги расмда келтирилган (1-жадвал).

1-жадвал

Синергетик самаранинг асосий йўналишлари[2]

Т/р	**Синергетик самаранинг йўналишлари**	**Синергетик самаранинг йўналишларининг изоҳи**
1.	Ҳамкорликда таъсир	Ҳамкорликда кучлар бирлашада, бирлашган ҳолатдаги ҳар қандай ҳаракат самарали якун топишига ҳеч қандай шубҳа йўқ.
2.	Тизимли таъсир	Ҳар қандай ҳодиса ёки жараёнга бир марта таъсир қилсангиз таъсирида кам натижа бўлади. Тизимли таъсир қилинса, албатта бунда ҳам катта самарага эришиш мумкин. “Томчилардан кўл бўлади”, “Биттадан тўпланса ҳам мўл бўлади”.
3.	Келажакнинг бугунга таъсири	Аслида инсонлар бугун келажак учун ҳаракат қилиб ишлайди, яшайди. Келажакда катта олим бўлишини орзу қилган одам бугуноқ ўқишга киришади ва ҳ.к. Шу тариқа келажак бугунги кунимизнинг ҳолатига таъсир қилади.

Жадвалдаги учта йўналишнинг ҳар бири турли соҳаларда турлича таъсирга эга бўлади. Масалан, буни коммунал хизматлар мисолида изоҳлайдиган бўлсак, қуйидаги натижаларга эришиш мумкинлигини таъкидлаш жоиз:

Биринчидан, тегишли самарадорликка эришиш учун синергетик самаранинг **ҳам-**

[1] Ғуломов С.С., Аюпов Р.Х. Рақамли иқтисодиёт ва электрон тижорат асослари. Т.: ТМИ, “Иқтисод-Молия” нашриёти, 2020, 510 бет.; Пардаев М.Қ., Пардаева Озода, Пардаев Обид. Иқтисодиётни стратегик ривожлантиришнинг инновацион моделлари. Монография – Т.: “Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi”, 2022. – 228 бет., Пардаев М.Қ. Иқтисодиётга оид атамаларнинг таърифлари. – Т.: “Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi”, 2022. Пардаев М.Қ., Пардаев О.М. Пардаев О.М. Иқтисодиётни стратегик ривожлантиришнинг инновацион моделлари. – Т.: “fan va texnologialar nashriyot-matbaa uyi”- 2022. – 228 bet. Пардаев М.Қ., Мирзаев Қ.Ж, Пардаев О.М. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув Қўлланма. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2014. – 384 б.; Пардаев М.Қ. ва бошқалар. Таълим хизматлари ва уларнинг самарадорлигини ошириш масалалари. Монография. “Инновацион ривожланиш нашриёт матбаа уйи”, 2020. – 256 б.; М.М.Мухаммедов ва бошқалар. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. Т.:«Фан ва технология» нашриёти 2018. Исроилов Б.И. Таълим тиизимида инновацион корпоратив ҳамкорликни ривожлантиришда иқтисодий механизмлар ролини ошириш. ТМИ, ИАК, 2016 й., 26 март.; Очилова Ҳ.Н.Инновацион иқтисодиётни шакллантириш шароитида олий таълим хизматларини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертация автореферати. Самарқанд, СамИСИ, 2014.- 58 бет.

[2]. Ушбу йўналишлар Олим Мамаюнусович Пардаев томонидан “Маҳсулотларни сақлаб сотиш хизматлари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари” монографиясида ишлаб чиқилган (Т.: “Fan va texnologialar” нашриёти, 2017. – 146 бет.).

корликда таъсир йўналишидан (тамойилидан) фойдаланиш мақсадга мувофиқ. Ҳамкорликда қилинган ҳар қандай ишда кучлар бирлаштирилади ва табиий равишда юқори самарага эришиш мумкин бўади. Бу борада ҳаётда жуда кўп мисоллар ва далиллар мавжуд. Бундан кўриниб турибдики, бир соҳани ривожлантириш учун уларда мавжуд бўлган ва уларга бевосита дахлдор бўлган тарқоқ кучларни бирлаштиришга тўғри келар экан. Бу жараёнда албатта мураккабликлар ҳам мавжуд. Чунки ҳозирги шароитда турли мулк шаклида фаолият кўрсатаётган, турли соҳада хўжалик юритадиган субъектларни, хусусан коммунал хизматларни кўрсатувчи соҳадаги субъектларни ҳам бирлаштириш бироз мураккаб. Чунки, ҳар бирининг ўзига яраша манфаати бор. Буни мувофиқлаштириш ҳам бироз мураккаб. Шу туфайли уларнинг манфаатдорлиги таъминланган бўлиши лозим. Бу анча ташкилий тадбирларни амалга оширишни тақозо қилади. Масалан, ҳозир кучларни бирлаштириш мақсадида турли соҳаларда “Кластер”ларни ташкил қилмоқда. Шу туфайли ушбу ишнинг бошида бошқарувчи органлар, хусусан маҳаллий ҳокимият туриши мақсадга мувофиқ.

Иккинчидан, барча соҳалар сингари хизмат кўрсатиш соҳасида ҳам синергетик самарага эришиш учун **тизимли таъсирни** амалга ошириш тақозо қилинади. Чунки тизимли таъсир натижасида қаттиқни юмшоқ билан енгиш мумкин. Масалан, юмшоқ сув тошнинг устига тизимли равишда томизиб турилса, тошни тешиши мумкинлигига ҳеч ким шубҳа қилмаса керак. Буни иқтисодиётга хос тарзда изоҳлайдиган бўлсак, шуни таъкидлаш жоизки, агар бинони қурмоқчи бўлсак, ҳар куни унга мингтадан ғишт териб борилса, маълум кунда ушбу бино баланд бўлиб битади. Пахта хирмонини ҳам мисол келтириш мумкин. Пахтанинг ҳар бир чаноқдаги оғирлиги 5-10 граммни ташкил қилади. Уни териш жараёнида тизимли равишда аста-секинлик билан грамлаб териш натижасида миллион тонналаб хирмон ҳосил бўлади. Худди шундай ҳолатга қадимий мақолларимиздан бири: “Тома-тома кўл бўлур, томмай қолса чўл бўлур”, деган мисолни ҳам келтиришимиз мумкин. Кўриниб турибдики, тизимли таъсир натижасида кичик натижаларнинг жамланиши билан катта муваффақиятга эришиш мумкин экан. Буни бевосита маҳсулотларни сақлаш, совутиш ва сотиш билан боғлиқ ҳизмат кўрсатиш жараёнида ҳам фойдаланиш мумкин. Масалан, маҳсулотни ташиш хизматларини кўрсатишда тавсия қилинган “совуқ занжир” усулини оладиган бўлсак, маҳсулотни тайёрлашдан сақлаш ва сотишга қадарги босқичларнинг ҳаммасида совутгич бўлиши лозим[1]. Бунда ташиш жараёнида автомобиллар ва бошқа транспорт воситалари ҳам совутгичлар билан жиҳозланиши керак бўлади. У ҳолда маҳсулотнинг нобуд бўлиши минимал даражага тушади ва у катта синергетик самара беради. Коммунал хизматларга келадиган бўлса, бинони истиш жараёнини қиш давомида бир хил ҳароратда қиздирилоиб турилса, уйда мутадил ҳарорат сақланиб туради. Бу яшаш учун анча қулайликни туғдиради.

Учинчидан, синергетик самаранинг яна бир йўналиши **келажакнинг бугунга таъсир** қилиш тамойили бўлиб ҳисобланади. Буни оила ҳаётига қиёс қиладиган бўлсак, ота-она боласининг саводхон бўлиб ўқишлигини, келажакда билимдон бола бўлиб етишишини орзу қилади. Бунга эришиш учун эса, унинг ўқишига тегишли шароитларни яратишга ҳаракат қилади, ўргатувчи (репетитор) ёллайди. Бизнинг мамлакатимизда асосий таълим бепул. Аммо ўз фарзандининг келажагини ўйлаган ота-она пул тўлаб, қўшимча дарсларга иштирок этишини таъминлашга ҳаракат қилади. Кўриниб турибдики, келажак бугунга таъсир қилмоқда. Агар буни бевосита иқтисодиётга қўллайдиган бўлсак, тадбиркорнинг мақсади ўз фаолияти натижасида, харажатлар қилиш эвазига келажакда катта фойда олиш, сифатли хизмат кўрсатиш, бозорда ўз мавқеини мустаҳкамлаш орқали баланд обрўга, шу билан бирга катта фойдага эришишга қаратилган бўлади. Бунга эришиш мақсадида тадбиркор биз тадқиқ қилаётган маҳсулотни сақлайдиган омборлар ва совутгичларни ҳам мавсумга шай қилиб қўйиш учун барча биноларни, ускуна ва

[1] Пардаев О.М. Маҳсулотларни сақлаб сотиш хизматлари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари. Монография. – Т.: “Fan va texnologialar” нашриёти,2017. – 147 бет.

жиҳозларни олдиндан таъмирлаб, уларни шай ҳолатга келтиради. Кўриниб турибдики, келажак бугунги фаолиятга таъсир қилмоқда. Коммунал хизматларнинг иссиқлик тизимни оладиган бўлсак, қишда барқарор ишлашини таъминлаш учун, айни ёз пайтида тегишли таъмирлаш ишларини амалга ошириб боради ва ҳ.к.

Юқоридаги келтирилган учта тушунчаларнинг таърифидан ва уларга берилган изоҳлардан кўриниб турибдики, синергетик самарага эришиш учун хўжалик юритувчи субъектларнинг бозор муносабатлари шароитидаги индивидуализм тамойилига асосланган ҳаракати ва ҳар бирининг якка тартибда рақобат майдонида намоён бўлишига барҳам бериш лозимлигини тақозо қилади. Бу ҳолат бозор муносабатлари тамойилларига бошқачароқ, ўзимизга хос тарзда ёндашиш заруратини туғдиради. Бу борада тегишли ташкилий-ҳуқуқий механизмларни ишлаб чиқиш ва улардан амалиётда кенг фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Бундай ишни мувофиқлаштириш масаласини ҳозирги пайтларда тажриба тариқасида маҳаллий ҳокимиятлар амалга ошириши мақсадга мувофиқ. Агар у ҳақиқий синергетик самара берса, уни мамлакат миқиёсида жорий қилишга тўғри келади, деб ҳисоблаймиз.

Барча соҳаларда ҳамкорлик катта муваффақиятларга эришиш калити эканлиги бизнинг миллатимиз учун асл қадрият. Масалан, бизда бирорта ишни тез ва соз битириш учун қадимдан “ҳашар” деган тадбирга амал қилиб келинган. Бу айнан бирор-бир мақсадга эришиш, бирорта ишни бажариш учун турли кучларни бирлаштириш ва ҳамкорлик қилиш намунасидир. Демак, бизнинг ҳашаримизни англатадиган замонавий халқаро ибора синергетик усул, яъни ҳамкорлик усули эканлигига гувоҳ бўламиз.

Бизнинг иқтисодиётимиз ҳам жаҳон ҳамжамиятига интеграциялашган ҳолда ривожланмоқда ва бундай бўлиши тайин. Бу ҳолат маълум даражада иқтисодиётимизда рақобат муҳитининг шаклланишини ва рақобатчилар ўртасида рақобатчиликнинг мавжудлигини тақозо қилади. Бу эса ҳар бир хўжалик юритувчи субъектларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш заруратини вужудга келтиради. Аммо бизнинг иқтисодиётимизда кескин рақобатнинг сақланиб қолиши билан биргаликда ҳамкорлик ҳам муттасил ривожланиб бораверишн лозим. Зеро, бу жараён ҳозирги замон тили билан айтганда юқори “синергетик самара”га, сўнгра “синергетик самарадорлик”ка эришишнинг асосий йўлларидан бирига айланади.

Булардан шундай хулоса чиқариш мумкинки, “синергетика” сўзини ўзимизга мос равишда, унга мазмуни жиҳатидан қарайдиган бўлсак, “ҳамкорлик” деб аташ мумкин. Ҳамкорликнинг ҳозирги мавжуд шакллари: турли уюшмалар, кооперациялар, бирлашмалар, ассоциациялар каби шаклларда намоён бўлмоқда. Бирорта самарага эришишда, бирорта ишни тез ва соз бажаришда кучларни бирлаштиришнинг бир марталик жараёни бизда қадимдан, юқорида таъкидланганидек, ҳашар шаклида қўлланилиб келинган. Бу ҳозир ҳам сақланиб қолинмоқда. Бундай ишлар қадриятларимизнинг тикланишида ҳам катта аҳамиятга эга бўлмоқда.

Хулоса ва таклифлар. Хулоса қилиб айтганда, масаланинг назарий ва амалий моҳиятини очиб беришда синергетикадан фойдаланиш бизнинг ижтимоий-иқтисодий ҳаётимизнинг ажралмас қисми сифатида ҳамиша жуда кўп соҳалар ва тармоқларда қўлланилиб келинган ва ҳозир ҳам ундан самарали фойдаланилмоқда. Келажакда ҳам жуда кўп соҳаларда самарадорликка эришишда ва рақобатбардошликни мустаҳкамлашда синергетик самарага асосий йўналишлардан бири бўлиб қолади. Чунки, олдин қайси соҳада бўлмасин нима қадрият бўлган бўлса, бугун улар босқичма-босқич тикланмоқда, сақланиб қолганлари эса замонавий талабларга мослашган ҳолда такомиллашмоқда. Тадқиқотларимиздан кўриниб турибдики, келажакда ҳам у ҳаётимизнинг таркибий қисми сифатида авлодларимизнинг ҳаётий тарзидан кенг ўрин олиши табиий. Шу туфайли ҳар қандай янги тушунчалар, усуллар ва дастакларни тадқиқ қилганда, албатта ўзимизнинг ўтмишимизга, ота-боболаримизнинг хўжалик юритиш шаклига мурожаат қилиш, улар қўллаган усулларни ўрганиш лозим бўлмоқда. Чунки, ҳар қандай янгилик, асл моҳаятигага қараладиган бўлса, унутилган ўтмишдир. Бундай ақидага амал қилиш ҳам биз учун қадриятдир.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, бир қанча илмий тавсиялар ишлаб чиқишга ҳам муваффақ бўлдик.

Биринчидан, хизмат кўрсатиш соҳасини, хусусан, коммунал хизматлар самарадорлигини оширишда синергетиканинг кучларни бирлаштиришдаги йўналиши бўйича давлатнинг, коммунал хизматлар билан шуғулланувчи субъектларнинг, аҳоли ва бошқа дахлдор соҳаларнинг ҳамкорликда таъсири тамойилидан фойдалани мақсадга мувофиқ. Агар буларнинг ҳамкорлиги таъминланадиган бўлса, аҳолининг коммунал хизматларга бўлган талабини ушбу кучлар бирлашган ҳолда ҳал қилади ва давлат ҳам ушбу соҳа бўйича стратегиясини амалга оширишда қуйидаги субъектлар ҳам жонбозлик кўрсатиб фаолият кўрсатади. Натижада ўзаро ҳамкорлик тамойилига амал қилган ҳолда юқори самарадорликка эришиб боради.

Иккинчидан, соҳа самарадорлигига эришишда тизимли таъсир ҳам муҳим аҳамиятга эгалигини инобатга олиб, коммунал хизмаатлар билан шуғулланувчи субъектларнинг соҳага эътиборини кучайтирган ҳолда, уни тизимли равишда такомиллаштириб бориш кўникмасини ҳосил қилган ҳолда узлуксиз равишда камчиликларни бартараф қилиб боришлари лозим. Натижада коммунал хизматлар такомиллашиб бориши билан бирга, аҳолининг ушбу хизмтлар билан қамраб олиш даражаси ҳам ошиб боради. Бу эса ўз навбатида аҳоли фаровонлигининг ва яшаш сифатининг ошиб боришига хизмат қилади.

Учинчидан, таъкидланганидек, келажакнинг бугунга таъсири ҳам коммунал хизматларни кўрсатувчи субъектларнинг ривожланишида муҳим аҳамиятга эга эканлигидан келиб чиқиб, буни иккита йўналишда амалга ошириш мақсадга мувофиқ. Биринчи йўналиш, аҳолининг, аксарият ҳолларда қишлоқ аҳолисининг коммунал хизматлар билан қамравини оширишга қаратилган стратегик йўналиш бўлса, иккинчидан мавжудларини, яъни асосан шаҳар аҳолисини келажакда такомиллаштиришга қаратилган тадбирларни амалга ошириш билан боғликдир. Шу йўл билан соҳанинг кенг кўламли ривожланишига эришилади.

Хулоса қилиб айтганда, ушбу тавсияларимизнинг амалиётга жорий қилиниши мамлакатимизда амалга оширилаётган “Ўзбекистон - 2030” стратегиясининг амалга оширилишига, мамлакат иқтисодиётининг барқаррор ривожланишига, аҳоли фаровонлигининг яхшиланишига хизмат қилади.

О.Пардаев

Инновационные направления достижения синергетической эффективности на основе креативного подхода в предоставлении коммунальных услуг

Аннотация. В статье исследуются инновационные пути достижения синергетического эффекта на основе креативного подхода в предоставлении коммунальных услуг. В этом раскрывается значение синергетического эффекта, такого как кооперативный эффект, системный эффект, влияние будущего на настоящее. В результате использования синергетики при раскрытии теоретической и практической сущности изучаемой проблемы удалось разработать ряд научных рекомендаций по совершенствованию коммунального хозяйства, являющегося неотъемлемой частью нашей социально-экономической жизни.

Ключевые слова. Коммунальные услуги, предоставление услуг, креативный подход, синергетический эффект, инновации, инновационные направления, цифровизация, цифровая экономика, пространство и время, индукция и дедукция, системный эффект, креативное мышление.

O.Pardaev

Innovative directions to achieving synergetic efficiency based on a creative approach to providing utilities

Abstract. The article examines innovative ways to achieve a synergistic effect based on a creative approach to providing utilities. This reveals the meaning of the synergistic effect, such as the cooperative effect, the system effect, the influence of the future on the present. As a result of using synergetics in revealing the theoretical and practical essence of the problem under study, it was possible to develop a number of scientific recommendations for improving the utilities sector, which is an integral part of our socio-economic life.

Keywords. Utilities, service provision, creative approach, synergistic effect, innovations, innovative directions, digitalization, digital economy, space and time, induction and deduction, system effect, creative thinking.

Ибодулла Хасанович Ибрагимов – СамИЭС, и.о. доцента кафедры «Маркетинг»
Лариса Алижоновна Мусабаева – СамИЭС, ст. преподователь кафедры «Экономический анализ и статистика»

ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ МУЛЬТИАТРИБУТИВНЫХ ПАРАМЕТРОВ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВУЗОВ: РЕКОМЕНДАЦИИ И МЕТОДОЛОГИЯ

Аннотация: В статье рассматриваются методологические подходы к анализу мультиатрибутивных параметров образовательных услуг, предлагаемых вузами. Обоснована необходимость использования многокритериальных методов, таких как conjoint-анализ, метод аналитической иерархии (AHP), кластерный анализ и анкетирование.
Ключевые слова: мультиатрибутивность, образовательные услуги, оценка качества, conjoint-анализ, AHP, кластерный анализ, стратегия вуза.

Введение. Система высшего образования Узбекистана переживает активную трансформацию в рамках национальных реформ, включая расширение академической автономии, цифровизацию, внедрение международных стандартов и усиление конкуренции [7,8,9,10]. В этих условиях особенно важна системная оценка образовательных услуг вузов для повышения их качества и конкурентоспособности.

Несмотря на достигнутый прогресс, многие университеты испытывают трудности с объективной оценкой своих программ из-за отсутствия комплексных аналитических подходов. Использование методов, таких как conjoint-анализ, AHP и кластерный анализ, может существенно повысить эффективность управленческих решений и стратегического планирования.

Таким образом, предлагаемое исследование мультиатрибутивных методов оценки образовательных услуг актуально для формирования адаптивной и конкурентоспособной модели вузов в условиях современных вызовов.

Изученность темы. Вопросы оценки качества образовательных услуг в контексте мультиатрибутивных методов привлекли внимание как зарубежных, так и узбекских учёных. В международной литературе широко применяется conjoint-анализ, позволяющий выявить значимость различных атрибутов образовательных программ. Например, в работе Soutar и Turner рассмотрено применение conjoint-модели к выбору вуза, а Parasuraman et al. предложили одну из первых теоретических моделей оценки качества услуг. Также Kotler и Fox акцентируют внимание на стратегическом маркетинге в сфере образования.

В Узбекистане также предпринимаются попытки теоретической и практической оценки качества образования [1,2,3,4,5,6] акцентирует внимание на цифровизации как факторе конкурентоспособности вузов, предлагается критерии оценки образовательных услуг, а также исследваны некоторые механизмы формирования репутации вузов.

Однако, несмотря на наличие ряда работ в данной области, системный обзор и практико-ориентированная классификация методов оценки мультиатрибутивных параметров вуза остаются недостаточно разработанными, особенно в условиях специфики реформ в Узбекистане. Это делает актуальным представление возможных методов, подходов и сценариев их применения.

Методология исследования. Исследование направлено на анализ мультиатрибутивных параметров образовательных услуг в вузах, что позволяет объективно оценить качество образования с точки зрения студентов и работодателей, а также принимать обоснованные решения в области управления. Для достижения поставленных целей используется комплексный подход, включающий методы conjoint-анализа, AHP и кластерного анализа.

Анализ и результаты исследования. В Узбекистане многие вузы сталкиваются с проблемой отсутствия системного подхода к оценке качества образовательных услуг. Большинство вузов продолжают полагаться на субъективные методы, что ограничивает

эффективность управленческих решений. Важно отметить, что для достижения устойчивого развития и повышения конкурентоспособности необходимо внедрять объективные методы оценки, такие как мультиатрибутивные подходы, которые обеспечивают более точное понимание потребностей студентов и рынка труда.

Возможности внедрения методов оценки в Узбекистане

Методы мультиатрибутивного анализа, такие как Conjoint-анализ, AHP и кластерный анализ, имеют высокий потенциал для успешного внедрения в образовательных учреждениях Узбекистана:

- Conjoint-анализ помогает выявить ключевые факторы выбора учебного заведения с точки зрения студентов и абитуриентов.
- AHP (аналитический иерархический процесс) позволяет приоритезировать направления развития образовательных учреждений с учётом различных факторов и мнений.
- Кластерный анализ помогает сегментировать студентов по различным типам потребностей и предпочтений, что даёт возможность вузам разрабатывать целенаправленные стратегии по улучшению качества образовательных услуг.

Ожидаемые результаты. Ожидаемыми результатами внедрения данных методов будут:

- Повышение удовлетворённости студентов за счет точного соответствия образовательных программ потребностям целевой аудитории.
- Увеличение конкурентоспособности вузов на рынке образовательных услуг.
- Адаптация учебных программ к требованиям рынка труда, что способствует подготовке высококвалифицированных специалистов.
- Повышение качества управленческих решений, основанных на объективных данных и комплексной аналитике.

Практические примеры. Регулярные анкетирования студентов и сбор данных через опросы помогают вузам получать своевременную обратную связь, что позволяет оперативно реагировать на изменения в потребностях обучающихся.

Для проведения мультиатрибутивного анализа образовательного продукта был разработан комплексный метод, который включает оценку восьми ключевых атрибутов. Эти атрибуты оцениваются по 10-балльной шкале на основе четырёх групп источников данных:

1. Экспертная оценка — интервью и анкетирование преподавателей, управленцев, HR-специалистов.
2. Анализ открытых данных — официальные сайты университетов, отчеты министерств, публикации в СМИ.
3. Результаты опросов студентов и выпускников — анкеты, оценивающие удовлетворенность качеством образования, инфраструктурой, карьерными возможностями.
4. Фактические количественные показатели — данные о числе международных партнеров, процент трудоустройства, доля преподавателей с учеными степенями и другие.

Пример разложения критерия «Качество преподавания»:

Подкритерий	**Источник данных**	**Макс. балл**
Удовлетворенность студентов	Анкетирование	4
Доля преподавателей с учеными степенями	Кадровые данные университета	2
Количество программ повышения квалификации	Внутренние документы ВУЗа	2
Развитие методической базы (инновации, LMS)	Экспертная оценка	2
Максимум		**10**

Каждый атрибут получил вес на основе экспертной оценки и анализа опросов студентов, с учётом стратегических целей Министерства высшего образования, науки инновации РУз.

Результаты анализа. После проведения анализа, были получены данные для двух вузов, которые иллюстрируют ключевые различия в восприятии образовательных услуг. Пример сравнения двух вузов по основным атрибутам:

Атрибут	ВУЗ А	ВУЗ В
Академическая репутация	8	7
Качество преподавания	7	8
Цифровизация	6	9
Международное сотрудничество	8	7
Карьерные перспективы	7	6
Стоимость обучения	6	8
Научная активность	8	7
Социальная среда	7	6

Практические рекомендации для совершенствования управления вуза: На основе полученных данных можно выделить несколько ключевых рекомендаций для вузов Узбекистана, направленных на повышение качества образовательных услуг:

1. Укрепление международного сотрудничества — расширение программ обмена, участие в международных проектах и инициативах для повышения глобальной репутации вузов.
2. Развитие цифровой инфраструктуры — внедрение онлайн-курсов, использование современных образовательных технологий, создание интерактивных образовательных платформ для улучшения доступности образования.
3. Улучшение карьерных сервисов — создание платформ для трудоустройства выпускников, организация стажировок и практик, улучшение связей с работодателями для повышения трудоустройства студентов.
4. Повышение научной активности студентов — поддержка научных исследований, организация конференций и семинаров, развитие программ для студентов, способствующих их научному и профессиональному росту.

Заключение и предложения. Внедрение мультиатрибутивных методов оценки качества образовательных услуг создаёт условия для более точного стратегического управления и повышения конкурентоспособности вузов Узбекистана. Исследование подтвердило значимость не только академических, но и организационно-технических, имиджевых, финансовых и карьерных параметров при формировании образовательного предложения.

Практические рекомендации:

1. Регулярно проводить опросы среди студентов, абитуриентов и выпускников для отслеживания приоритетов целевой аудитории и адаптации программ.
2. Создать аналитическую единицу для обработки данных с применением кластерного анализа и AHP, что повысит обоснованность управленческих решений.
3. Использовать результаты conjoint-анализа при проектировании программ и маркетинговых стратегий с учётом реальных предпочтений.
4. Разработать методические рекомендации и внедрить цифровые панели мониторинга качества, интегрирующие ключевые аналитические инструменты.

Таким образом, комплексный подход к оценке образовательных услуг способствует развитию более гибкой, ориентированной на потребителя модели высшего образования.

Список использованной литературы:

1. Green, P. E., & Rao, V. R. Conjoint measurement for quantifying judgmental data. *Journal of Marketing Research*, 1971. 8(3), 355–363.
2. Saaty, T. L. *The analytic hierarchy process*. McGraw-Hill. 1977.
3. Everitt, B. S., Landau, S., & Leese, M. *Cluster analysis* (4th ed.). Wiley. 2001.
4. Soutar G.N., Turner J.P. Students’ preferences for university: A conjoint analysis // The International Journal of Educational Management. – 2002. – Vol. 16, № 1. – P. 40–45.
5. Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. A conceptual model of service quality and its implications for future research // Journal of Marketing. – 1985. – Vol. 49, № 4. – P. 41–50.
6. Kotler P., Fox K.F.A. Strategic Marketing for Educational Institutions. – 2nd ed. – Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1995. – 448 p.
7. Саидов М.Х., Саидова Д.Н. развитие высших учебных заведений – гарантия прогресса общества и повышения конкурентоспособности национальной экономики. https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-vysshih-uchebnyh-zavedeniy-garantiya-progressa-obschestva-i-povysheniya-konkurentosposobnosti-natsionalnoy-ekonomiki
8. Musaev B.Sh. Ways to promote higher education services through digital channels / B.Sh. Musaev // Вопросы управления и экономики: современное состояние актуальных проблем: сб. ст. по материалам LXXX Международной научно-практической конференции «Вопросы управления и экономики: современное состояние актуальных проблем». – № 2(71). – М., Изд. «Интернаука», 2024.
9. Очилов А.О., Самадов А.Н. Модель управления трудоустройством выпускников высших образовательных учреждений в Узбекистане // «Стратегия действий Республики Узбекистан: макроэкономическая стабильность, инвестиционная активность и перспективы инновационного развития». Материалы международной научно-практической конференции. – Т., ТГЭУ, 2018. – 3. – С. 276–283.;
10. Закон РУ “Об образовании” Принят Законодательной палатой 19 мая 2020 года Одобрен Сенатом 7 августа 2020 года
11. Узбекистон Республикасининг 2020 йил 23 сентяб-рдаги УРК.-637-сон "Таълим тўғрисида"ги Конуни. -https://lex.uz/docs/5013007
12. Указ Президента РУ от 07.02.2017 г. № УП-4947 “О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан”. https://lex.uz/ru/docs/3107042
13. Указ Президента РУ, от 07.11.2020 г. №УП-6108 “О мерах по развитию сфер образования и воспитания, и науки в новый период развития Узбекистана https://lex.uz/ru/docs/-5085999?otherlang=1

I.Ibragimov, L.Musabaeva

Approaches to the Study of Multi-Attribute Parameters in the Higher Education Services Market: Recommendations and Methodology

Abstract: This article discusses the methodological approaches to analyzing the multi-attribute parameters of educational services offered by universities. The need for using multi-criteria methods such as conjoint analysis, analytic hierarchy process (AHP), cluster analysis, and surveys is justified.

Keywords: multi-attribute, educational services, quality assessment, conjoint analysis, AHP, cluster analysis, university strategy.

I.Ibragimov, L.Musabaeva

Oliy ta’lim xizmatlari bozorida ko‘p atributli parametrlarni o‘rganish yondashuvlari: tavsiyalar va metodologiya

Annotatsiya. Maqolada universitetlar tomonidan taqdim etilayotgan ta'lim xizmatlarining ko‘p atributli parametrlarini tahlil qilish metodologik yondashuvlari ko‘rib chiqiladi. Conjoint-tahlil, analitik ierarxiya usuli (AHP), klaster tahlili va so‘rovnoma kabi ko‘p mezonli metodlarni qo‘llash zaruriyati asoslab berilgan

Kalit so‘zlar: ko‘p atributlilik, ta'lim xizmatlari, sifatni baholash, conjoint-tahlil, AHP, klaster tahlili, universitet strategiyasi.

Durbek Mirzaaxmadov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti mustaqil izlanuvchisi

XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHNING XORIJ TAJRIBASI

Annotasiya. Mazkur ishda xizmat ko‘rsatish korxonalari raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan xorijiy davlatlar tajribalari tahlil qilingan. Jumladan, AQSh, Germaniya, Yaponiya va Janubiy Koreya kabi mamlakatlarda xizmatlar sohasi rivojlanishining muhim jihatlari, innovatsion yondashuvlar, mijozga yo‘naltirilgan xizmatlar, raqamli texnologiyalardan foydalanish, servis sifati va kadrlar salohiyatini oshirish strategiyalari o‘rganilgan.

Kalit so‘zlar: xizmat ko‘rsatish sohasi, xorij tajribasi, innovatsiya, raqamli texnologiya, mijozga yo‘naltirilgan xizmat, xizmat sifati, strategik boshqaruv, servis sektori, kadrlar salohiyati.

Kirish. Xizmat ko‘rsatish sohasi zamonaviy iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismiga aylangan bo‘lib, uning rivojlanishi mamlakatning umumiy iqtisodiy salohiyati, ish o‘rinlari yaratish, va aholiga ko‘rsatilayotgan xizmatlar sifatining oshishi bilan bevosita bog‘liq. Global iqtisodiyotda raqobatning kuchayishi xizmat ko‘rsatish korxonalarini innovatsion yondashuvlar, mijozlarga xizmat ko‘rsatish sifati va xizmatlar ko‘lamini kengaytirishga majbur qilmoqda. Ushbu maqolada xorijiy davlatlarda xizmatlar sohasini rivojlantirish bo‘yicha qo‘llanilayotgan ilg‘or tajribalar o‘rganilib, ularni O‘zbekiston sharoitiga moslashtirish imkoniyatlari tahlil qilinadi.

Xizmat ko‘rsatish korxonalarida raqobatbardoshligini oshirish masalalari va ulardagi muammolarni bartaraf qilish bilan bog‘liq ishlar, ularni bartafar qilish yo‘llari juda muhimdir. Bu borada O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2025-yil 27-fevraldagi “Xizmatlar sohasi barqaror rivojlanishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-78-son Qarori ham aynan xizmat ko‘rsatish korxonalarini rivojlantirish, xorij tajribalaridan samarali foydalanish, xizmatlar hajmini oshirish, mehnat bilan bandlik darajasini o‘stirish masalalariga bag‘ishlangan [1].

Xizmat ko‘rsatish korxonalariraqobatbardoshligini oshirish masalalari doimo dolzarb muammolardan biridir. Zero, xizmat ko‘rsatish jarayoni ishlab chiqarishdan farqli jihatlari evaziga ta’sirchanligi, ushlab bo‘lmasligi va his etilmasligi bilan ajralib turadi. Bunday sharoitlarda albatta korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish masalalariga jiddiy e’tibor qaratish, raqobatbardoshlikni oshirishda xorij tajribalaridan samarali foydalanish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Iqtisodiyotning rivojlanishi uchun talab qilinuvchi ushbu vazifalarning amalga oshirilishida korxonalarga muhim o‘rin ajratilib, ular iqtisodiyotning asosiy ishlab chiqarish bo‘g‘ini bo‘lish bilan birga mahsulot ishlab chiqarish, aholiga xizmat ko‘rsatish tufayli iste’molchilarning talablarini ham qondiradilar.

Mamlakatimiz olimlaridan Sh.R.Abduraxmanova o‘zining ilmiy tadqiqot ishlarida raqobatbardosh ustunliklar yaratish masalalari, korxona samaradorligini oshirishda samaradorligining asosiy omil sifatida ekanliginini alohida ochib berib, raqobatbardoshlik xususiyatlarini yoritib beradi [2].

M.Porterning [3] ilmiy izlanishlarida asosiy e’tibor milliy, mahalliy hamda davlat miqyosdagiraqobatbardoshlik munosabatlariga qaratilgan. B.Skott [4] yondashuviga ko‘ra, korxona raqobatbardoshligi olinayotgan daromadlarni raqobatchilar singari tez fursatda oshirib borish, ayni jarayonda rentabillikni saqlab qolish maqsadida investitsiyaning yuqori darajasini ta’minlash sifatida ko‘rib chiqiladi.

Aksariyat adabiyotlarda korxonaning maqsadi to‘g‘risida so‘z yuritilganda, bu masalaga bir tomonlama qarashlarni kuzatamiz. Ya’ni korxonaning maqsadi o‘z faoliyatidan foyda (daromad) olish deb ta’kidlanadi. Masalan: A.A.Sergeev “korxona –foyda olish maqsadida mahsulot ishlab chiqarish, ish bajarish va xizmat qilish uchun barpo etilgan mustaqil faoliyat yurituvchi sub’ekt” deb ta’riflaydi va “shakllari ko‘pligiga qaramay korxonalar foyda olish maqsadi orqali bir xil tus oladi” deb takidlaydi. Aslida korxona o‘z mahsulotlariga talabni

qanchalik to‘la qondirsa, uning samaradorligi shuncha yuqori bo‘ladi. Shu borada Amerika avtomobil qurilishi hamda “amaliyot falsafasini” yaratgan “fordizm” nazariyasi asoschisi Genri Fordni fikrlarini keltirish o‘rinli deb hisoblaymiz [5].

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda qiyosiy tahlil, sistemali yondashuv va statistik ma’lumotlarga asoslangan holatlarni o‘rganish metodlari qo‘llanildi. AQSh, Germaniya, Yaponiya va Janubiy Koreya kabi mamlakatlarda xizmatlar sohasini modernizatsiya qilish bo‘yicha qabul qilingan strategik hujjatlar, ilmiy maqolalar va amaliy tajribalar tahlil qilindi. Shuningdek, O‘zbekistondagi mavjud holat xorijiy tajriba bilan solishtirildi va takomillashtirish yo‘nalishlari ishlab chiqildi.

Tahlil va natijalar. Uning asosini bilim, texnologik, mehnat, investitsion va tashkiliy-boshqaruv resurslari resurslarida o‘z ichiga olgan mamlakatning texnologik ustunligi tashkil etadi. Ularning rivojlanishi texnologik to‘planish, yangi texnologiyani o‘zlashtirish qobiliyatining kuchayishi va texnologik dinamizmning tug‘ilishi bilan birga keladi. Shu bilan birga, texnologiyaning o‘sib borayotgan murakkabligi, o‘z-o‘zidan ortib borayotgan "bilim intensivligi" ni to‘plash, yangi texnologiyaga mos keladigan tashkiliy va institutsional innovatsiyalarni doimiy ravishda joriy etishni talab qiladi. Ikkinchisi orasida texnologiya o‘zgarishlariga tezda moslashishga imkon beradigan malaka va malaka darajasiga ega zamonaviy mehnat resurslarini shakllantirish asosiy rol o‘ynaydi. Bunday resurslarning mavjudligi mamlakatning raqobatbardoshligining asosiy sharti va ko‘pincha belgilovchi omil hisoblanadi.

1-jadval

Xizmat ko‘rsatish korxonalarini rivojlantirish bo‘yicha xorij tajribalari

Davlat	Asosiy yo‘nalishlar	Amaliyot va natijalar
AQSh	Mijozga yo‘naltirilgan xizmat, raqamli texnologiyalar	CRM tizimlari, xizmatlar individuallashtirilgan, onlayn xizmatlar keng qo‘llaniladi
Germaniya	Sifat menejmenti, avtomatlashtirish	ISO standartlari, xizmat sifatining doimiy monitoringi, ERP tizimlar ishlatiladi
Yaponiya	“Kaizen” – uzluksiz takomillashtirish, servis madaniyati	Xodimlar ishtirokida jarayonlarni doimiy takomillashtirish, xizmatda aniqlik va samimiyat
Janubiy Koreya	Raqamli transformatsiya, innovatsion xizmatlar	Mobil ilovalar, onlayn platformalar, “smart service” tizimlari joriy etilgan
Singapur	Davlat-xususiy sheriklik, xizmatlar standartlashtirilishi	Bitta darcha tizimi, regulyatorlar bilan xizmatlar integratsiyasi, innovatsion grantlar
Shvetsiya	Barqarorlik va ekologik xizmatlar	Yashil logistika, ekologik toza xizmatlar, xizmatda ijtimoiy mas’uliyat

Xizmat ko‘rsatish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish bo‘yicha xorijiy davlatlar tajribasi quyidagicha tavsiflanadi:

AQSh tajribasi sifatida xizmatlar sohasi mijozga yo‘naltirilgan yondashuv asosida shakllangan bo‘lib, CRM tizimlari keng qo‘llaniladi. Germaniya tajribasi orqali sifat menejmenti va xizmat jarayonlarining avtomatlashtirilishi asosiy o‘rinda turadi. ISO 9001 kabi xalqaro standartlar asosida xizmat ko‘rsatish sifati doimiy nazorat qilinadi. Yaponiya tajribasida keltirilishicha “Kaizen” falsafasi asosida xizmat jarayonlarini uzluksiz takomillashtirishga katta e’tibor qaratiladi. Xodimlar xizmat sifatini oshirishda faol ishtirok etadi, xizmat madaniyati yuqori darajada rivojlangan.

Janubiy Koreya tajribasi xizmatlar sohasida raqamli texnologiyalar keng joriy etilgan. Mobil ilovalar, onlayn platformalar va “aqlli xizmatlar” (smart services) orqali xizmat ko‘rsatishning qulayligi va tezligi ta'minlanadi. Singapur tajribasi davlat va xususiy sektor o‘rtasidagi hamkorlik asosida xizmat ko‘rsatish tizimi tashkil etilgan. “Bitta darcha” (single window) tamoyili orqali xizmatlar tez va muvofiqlashtirilgan holda taqdim etiladi. Shvetsiya tajribasi xizmatlar sohasida ekologik barqarorlik tamoyillari keng qo‘llaniladi. Xizmat ko‘rsatishda “yashil” (green) yondashuvlar, ekologik xavfsizlik va ijtimoiy mas’uliyat muhim o‘rin egallaydi.

Tahlil qilingan xorijiy tajribalar asosida shuni ta’kidlash mumkinki, xizmat ko‘rsatish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish zamonaviy boshqaruv yondashuvlari, raqamli texnologiyalarni keng joriy etish, xizmat sifati va mijoz ehtiyojlariga moslashuvchanlik orqali amalga oshirilmoqda. AQSh, Germaniya, Yaponiya, Janubiy Koreya kabi mamlakatlar tajribasi xizmatlar sohasini iqtisodiyotning yetakchi tarmog‘iga aylantirishda muhim omillardan foydalanayotganini ko‘rsatadi. Ularning tajribasi O‘zbekiston uchun ham amaliy ahamiyatga ega bo‘lib, milliy xizmat ko‘rsatish tizimining samaradorligini oshirishda foydali bo‘lishi mumkin.

Yuqorida keltirilgan xulosalardan kelib chiqqan holda quyidagi takliflarni ilgari suramiz:

Mijozga yo‘naltirilgan xizmat tizimini shakllantirish orqali xizmat ko‘rsatish korxonalarida har bir mijozning ehtiyojlarini inobatga oladigan, sodiqlik dasturlari va shaxsiy yondashuvga asoslangan xizmat modelini joriy etish lozim.

Raqamli texnologiyalarni keng joriy etish natijasida mobil ilovalar, onlayn xizmat ko‘rsatish platformalari, CRM tizimlari orqali xizmatlarning tezkorligi va qulayligini oshirish maqsadga muvofiq.

Raqobatbardoshlikni oshirishda sifat menejmenti tizimlarini qo‘llash ISO kabi xalqaro standartlarga asoslangan sifat nazorati tizimlarini joriy etish orqali xizmat sifatining barqarorligini ta’minlash zarur.

Kadrlar salohiyatini rivojlantirish borasida xizmat ko‘rsatish madaniyatini shakllantirish, xodimlar malakasini oshirish, xizmat ko‘rsatishda muloyimlik va professionallikni kuchaytirish bo‘yicha doimiy treninglar tashkil etilishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2025-yil 27-fevraldagi “Xizmatlar sohasi barqaror rivojlanishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-78-son Qarori. https://lex.uz/uz/docs/-7408455
2. Abduraxmanova Shoxida Ravshanovna. Raqobatbardosh ustunliklar yaratish: korxona samaradorligining asosiy omili sifatida // Raqamli iqtisodiyot (Цифровая экономика). 2024. №9. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/raqobatbardosh-ustunliklar-yaratish-korxona-samaradorligining-asosiy-omili-sifatida
3. М.Портер. Конкуренция: Пер. с англ. / Майкл Портер. – М. и др.: Вильямс, 2003. 605 с.
4. Scott B. Competitiveness: Self -help for a Worrsening Problem [Текст] / B. Scott. - Harvard Bisiness Review., 1989. No6. Pp. 115-121.
5. Смирнова Е. С. Зарубежный опыт повышения конкурентоспособности и возможности его использования в российских условиях // Современная конкуренция. 2010. №6. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-povysheniya-konkurentosposobnosti-i-vozmozhnosti-ego-ispolzovaniya-v-rossiyskih-usloviyah

Д.Мирзаахмедов

Зарубежный опыт повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг

Аннотация. В данной работе анализируется опыт зарубежных стран, направленный на повышение конкурентоспособности предприятий сферы услуг. В частности, в таких странах, как США, Германия, Япония и Южная Корея, были изучены важные аспекты развития сферы услуг, инновационные подходы, клиентоориентированный сервис, использование цифровых технологий, качество обслуживания и стратегии увеличения человеческих ресурсов. **Ключевые слова:** сфера услуг, зарубежный опыт, инновации, цифровые технологии, клиентоориентированный сервис, качество обслуживания, стратегическое управление, сфера услуг, человеческие ресурсы.

D.Mirzaakhmedov

Foreign experience of increasing the competitiveness of service enterprises

Abstract. This work analyzes the experiences of foreign countries aimed at increasing the competitiveness of service enterprises. In particular, in countries such as the USA, Germany, Japan and South Korea, important aspects of the development of the service sector, innovative approaches, customer-oriented services, the use of digital technologies, service quality and strategies for increasing human resources were studied.

Keywords: service sector, foreign experience, innovation, digital technology, customer-oriented service, service quality, strategic management, service sector, human resources.

ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ

Дилафруз Каршиевна Усманова – Самаркандский государственный университет им. Ш.Рашидова, доцент, к.э.н.

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ОСНОВА ДИВЕРСИФИКАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА УЗБЕКИСТАНА

Аннотация. В статье рассмотрена роль социального партнерства в диверсификации национального туристского продукта в условиях неопределенности и появления новых вызовов в макроокружении, когда многие страны испытывают финансово-экономические сложности на фоне повышения цен на энергетические ресурсы, разрыве сложившихся цепочек создания стоимости, роста стоимости логистических и транспортных услуг. В этих условиях приоритет в туристской деятельности следует отдавать клиентоориентированному подходу, когда на первое место выводится ориентация на потребности, перспективный туристский продукт, стратегические возможности и долговременные конкурентные преимущества.

Ключевые термины. Вертикальная и горизонтальная диверсификация туристского продукта, социальное партнерство, махалли, СВТ туризм, ностальгический туризм, экотуризм, продвижение туристского продукта, цифровые сервисы.

Введение. В условиях стремительного роста доли сферы услуг в ВВП республики Узбекистан до 47.4% [2]на фоне активной интеграции экономики в мирохозяйственные отношения важным направлением развития одного из самых динамичных и востребованных отраслей социально-экономического сектора - туризма повышение конкурентоспособности туристского продукта на базе его диверсификации, продвижение и реализация его на международном рынке и обеспечение качества мировым стандартам.

Обзор научной литературы. Пандемия коронавируса привела к ускорению цифровизации бизнес-процессов туристских организаций обусловили изменения в поведении потребителей, которые стали более избирательными и разборчивыми. Услуги бронирования, способы поиска и непосредственного участия в формирования туристского продукта привели к повышению спроса и усилению конкуренции на рынке туризма. Туристские организации для удержания позиций на рынке и продления жизненного цикла продукта применяют тактику диверсификации продукта. В научной литературе вопросы диверсификации впервые были рассмотрены в трудах А.Чендлера и И.Ансоффа [3] в качестве направления стратификации деятельности компаний. Первоначально диверсификация в качестве инвестиционной концепции развития организация подразумевала уровень разнообразия какой либо совокупности, чем больше этот уровень, тем шире и глубже диверсификация. В.Г.Богданова, Т.В. Черевичко, Т.Догру, У.Булут [4] в своих работах предлагают рассматривать диверсификацию туристского продукта под влиянием изменений макроокружения: под влиянием цифровизации бизнес-процессов, под влиянием пандемии коронавируса, в условиях развития туристских экосистем

Методология исследования. Теоретической и методологической основой исследования послужили фундаментальные концепции формирования и диверсификации туристского продукта, представленные в трудах отечественных и зарубежных ученых, Указы и Постановления Президента, Кабинета Министров, законодательные, директивные и нормативные акты, фактические данные о результатах производственно-хозяйственной деятельности туристских операторов, социологические методы, статистическая обработка материалов исследования.

Анализ и результаты. Создание туристского продукта организации представляет собой интегрирование различных элементов: туристские ресурсы, финансовые ресурсы турорганизации, персонал, предпринимательские риски, без которого невозможен весь процесс формирования. В соответствие с 20 статьей Закона Республики Узбекистан (ЗРУ) «О туризме»: «Туроператорской деятельностью является предпринимательская

деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом» [1]. Таким образом, формирование туристского продукта – это сложный, упорядоченный и систематизированный процесс интеграции хозяйственных отношений организаций, которые непосредственно оказывают услуги туристам на основе заключенных договоров с организаторами туров. Такими услугами являются услуги по размещению, перевозке (в том числе трансфер), страхованию, медицинскому обслуживанию, экскурсионные услуги, досуга и развлечений (аттракций). Туроператоры формируют, продвигают и реализуют туристский продукт. В отличие от отдельной услуги, входящий в турпродукт, туроператор формирует устойчивую цепочку создания стоимости продукта на основе договоров с продуцентами услуг.

Таблица 1

Особенности формирования туристского продукта

№	Специфика	Описание
1	Рынок организованного туризма	Туристский продукт создается для рынка организованного туризма туроператора и турагентами, интегрирующие в единое целое комплекс туристских услуг для удовлетворения потребности туриста. Самодеятельный туризм априори исключает присутствие третьей стороны - туроператора.
2	Выбор туристских ресурсов турорганизациями	процесс формирования невозможен без вовлечения туристских ресурсов, которые востребованы на рынке и доступны, что определяется работниками туристкой организации. Таковыми могут быть исторические, культурные ценности, достопримечательности города, ландшафт города, современная архитектура, объекты развлечений, уникальный климат, то есть совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для создания туристского продукта. Причем туристские ресурсы в силу отсутствия налога на туристские ресурсы являются относительно дешевыми, что способствует высокой рентабельности туристской деятельности
3	Партнерское взаимодействие	формирование туристского продукта требует партнерского взаимодействия субъектов туристской индустрии, а соответственно наличия управленческих навыков, профессионализма, знаний эффективного ведения бизнеса. Субъекты туристской деятельности, взаимодействуя, дополняя активность друг друга, создают туристские продукты;
4	Оптимальная структура туристского продукта	обеспечение оптимальной структуры туристского продукта и продолжительности тура. Туристский продукт должен состоять как минимум из двух элементов – размещения (продолжительностью не менее 24 часов в одной дестинации), перемещения в иную непривычную для себя среду проживания, где турист намеревается получить моральное, физическое или иное удовлетворение и восстановление сил;
5	Обеспечение согласованного и гармоничного исполнения услуг организациями	в мировой практике в целях обеспечения ответственности туроператора за качество туристского продукта предусмотрено обязательное финансовое обеспечение в целях компенсации всевозможных случаев невыполнения услуг и низкого качества обслуживания, что контролируется региональными органами исполнительной власти по туризму.
6	Обеспечение соответствия стоимости и качества	Зачастую туристские организации устанавливают неоправданно высокие цены на туристские продукты при их невысоком качестве, что сужает сегмент потребителей на рынке.

	туристского продукта.	
7	Формирование туристского продукта подвержено влиянию сезонности туристского бизнеса.	Для Узбекистана характерны наиболее высокие показатели туристских прибытий в весенний и осенний сезоны, что связано с жарким климатом, возможностью посещения труднодоступных мест, горных местностей, недостаточно развитой инфраструктурой туризма в республике;
8	Туристский продукт складывается из действия таких важных компонентов как труд всех субъектов туристской деятельности, причастных к генерации данной разновидности услуг	функционирование вспомогательных механизмов, технического оборудования, задействованных в создании продукта; используемые в услуге материальные вещества, предметы, товары;
9	В ходе генерации туристского продукта имеют особое значение неосязаемые компоненты услуг:	общая атмосфера, созданная в фирме по отношению к потребителю, настроение конкретного работника, оказывающего услуги, уют в зале обслуживания – все эти детали и порой неуловимые нюансы формируют туристский продукт конкретного предприятия.

Туристский продукт являясь результатом деятельности туристкой организации, реализуется либо посредством туристских агентств, либо туроператором. Структура туристского продукта и объём вовлекаемых туристских ресурсов определяется потребностями и возможностями туристов, то есть он создаётся на основе туристского спроса. Формирование структуры туристского продукта начинается с исследования потребности конкретного потребителя на основе непосредственного общения с ним, цифровых платформ, социальных сетей или через туристских агентов, туристский продукт должен легко модифицироваться в соответствии с индивидуальными предпочтениями.

Туристский продукт может формироваться на основе туристских ресурсов других махаллей, дестинаций, стран и предназначен для отечественных туристов, посещающие другие дестинации, отличные от их постоянного места проживания, тем самым этот продукт направляет большую часть сбережений туристов в бюджеты других государств и экономический эффект от реализации которых значительно меньше, чем отечественные туристские продукты (Рис.2.).

Как правило, туристские операторы создают продукты на основе ресурсов различных туристских дестинаций, что рассеивает расходы туристов. Безусловно, значимая часть расходов приходится на столичный бюджет, что связано сосредоточением международных транспортных коммуникаций, деловая активность центра, большими капиталовложениями в инфраструктуру туризма, повышением уровня доходов населения, желанием качественно организовать заслуженный отдых, поднять свой социальный статус.

На сегодняшний день можно выделить следующие тренды в диверсификации национального туризма в Узбекистане: разработка туристских продуктов премиум класса, многообразие сезонных туристских продуктов, появление разнообразных экопродуктов.

Если сравним с диверсификацией туристского продукта в зарубежных странах, то можно определить его конкурентные преимущества. (табл.2)

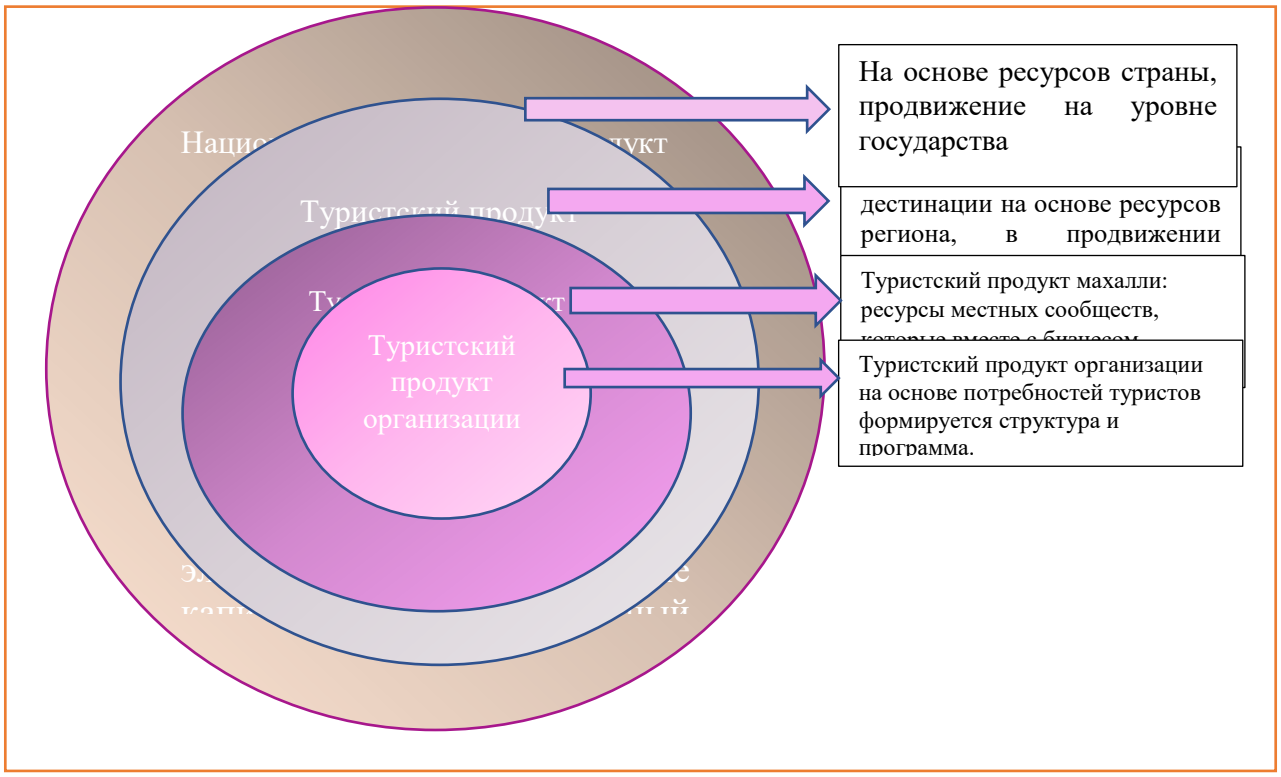


Рис.2.Уровни туристского продукта

Таблица 2.

Сравнение диверсификации туристского продукта в Узбекистане и зарубежных странах

№	Особенности диверсификации в Узбекистане	Особенности диверсификации в зарубежных странах
1	Разработка эксклюзивных туристских продуктов для туристов с высоким уровнем дохода	Разработка бюджетных туристских продуктов
2	Многообразие сезонных туристских продуктов	Многообразие круглогодичных туристских продуктов
3	Ориентированность туристских продуктов на иностранных туристов	Ориентированность туристских продуктов на отечественных туристов
4	Формирование туристских продуктов на основе горизонтальной диверсификации	Формирование туристских продуктов на основе вертикальной диверсификации
5	Ориентация на групповые туристские продукты	Ориентация на уникальные туристские продукты

В республике процессы диверсификации туристского продукта характеризуются ускорением и углублением специализации, концентрацией туристских ресурсов, синергическим эффектом, внедрением цифровых сервисов и использованием инновационных технологий. Стратегия диверсификации туристского продукта предполагает разработку и совершенствование новых туров, учитывающие предпочтения туристов и сглаживающие сезонность. В республике туроператоры вынуждены диверсифицировать туристские продукты с учетом фактора сезонности. Пик туристского спроса в республике наблюдается весной (март-июнь) и осенью (август-октябрь) в силу

благоприятного климата, ограниченными возможностями коммунальных служб и инфраструктуры.

Таблица 3

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ДИВЕРСИФИКАЦИЙ ПОПУЛЯРНЫХ ТУРИСТСКИХ СТРАН (по состоянию на 1.01.2025 г.)

№	Страна	Доля в ВВП,%	Количество туристских прибытий, тыс.чел.	Особенности диверсификации туристского продукта
1	Франция	7,0	100000	Туристские продукты на широкую аудиторию преимущественно вертикально диверсифицированы. В основном романтические, образовательные, экстремальные туры, для туристов старшего поколения «сеньоров», в силу ограниченных физических возможностей предлагаются познавательные, гастрономические, культурные.
2	Испания	15,0	94000	Туристские операторы создают комбинированные туристские продукты совмещая пляжный туризм с культурным и элементами гастрономического особенно в регионах Каталонии и Андалусии.
3	Италия	10,5	458500	Италия применяет практику горизонтальной диверсификации туристского продукта как для обеспеченных, так и бюджетный туристов. Деловая активность предпринимательства обусловило развитие делового туризма, шоппинг туров, конгрессного туризма.
4	Турция	12,0	62000	Наряду с традиционными продуктами как познавательный, культурный, гастрономический, религиозный, событийный на первый план среди наиболее доходных видов выходит медицинский и воздушный туризм.
5	Китай	11,0	132000	Китай активно развивает внутренний туризм, постпандемийный период показал стремительный рост въездного туризма, обусловленное экономическим и технологическим прогрессом в стране. Территория Тайваня предоставляет иностранным туристам рекреационный, курортный и событийный туристские продукты
6	ОАЭ	11,7	18720	ОАЭ зарекомендовали себя как центр MICE - туризма, контролирующий 50% доли общего рынка. Туристские продукты разрабатываются на основе новых возможностей для прорывных инноваций, которые помогут отрасли создать высокооцифрованную, индивидуализированную и демократизированную туристическую экосистему.
7	Япония	1,9	36780	Япония традиционно сочетает свои уникальные природные ресурсы, культурное наследие и традиции. Причем туристы всех возрастов могут

				найти интересные туристские продукты. Ностальгический туризм развит среди самих японцев, которые проводят туры в местах, где проходили серьезные военные события, бомбардировки, аварии, что отразилось и на окружающей среде.
8	США	2,97	1400000	Традиционными туристскими продуктами для туристов экологические, медицинские, деловые, спортивные. США обладает огромными национальными парками, позволяющими использовать их в туристских целях. Наличие уникальной флоры и фауны обусловило тенденцию развития приключенческого туризма. Кроме того правительственная поддержка развития туризма, включая приключенческий туризм, способствуют росту рынка.
9	Египет	15,0	15800	Туроператоры активно диверсифицируют туристские продукты, основанные на главных достопримечательностях: пирамиды, храмы, музеи, и многое другое, это позволит развивать круглогодичный туризм. Новым направлением в Египте является медицинский туризм на основе гидротерапевтических и курортных центров, предлагающих различные процедуры, такие как лечение артрита, аллергий
10	Тайланд	10,0	35000	рекреационные туристские продукты представлены SPA и медицинским туризмом**.** Эти продукты разрабатываются на основе отдыха в лоне природы, детокс программы, вегетарианское питание, цифровой детокс, медитации и пр. Эти продукты дополняются турами в природные и исторические локации.

Анализ практики диверсификации наиболее популярных туристских стран показал, что в большинстве из них правительства совместно с бизнесом активно продвигают инициативы, направленные на создание национальных туристских продуктов, учитывающих главные ресурсные преимущества при их сбалансированном использовании, продвижение этих продуктов с помощью диверсификации цифровых ресурсов, сопровождающие потребителя во всех звеньях цепочки создания стоимости туристского продукта. После пандемии коронавируса многие страны нацелены на вертикальную диверсификацию оздоровительного туризма, позволяющая реабилитироваться и предотвратить многие заболевания.

Система махалли в Узбекистане являясь важным социальным институтом, работает непосредственно с населением, поддерживает семьи, молодежь, женщин и пожилых людей на основе национальных обычаев, традиций, ценностей, защищает их права и законные интересы, оказывает финансовую поддержку в реализации предпринимательских инициатив населению, а так же осуществляет деятельность в качестве основного звена по снижению уровня бедности посредством вывода системы махаллинской работы на новый уровень, всесторонней поддержки семей, нуждающихся в социальной защите, обеспечению экономической и социальной стабильности в обществе. Каждый житель в Узбекистане прекрасно понимает значение и сущность «Махалли».

Поскольку махалля – это инструмент самоуправления, отражающий традиции и ценности нашего народа, история которого уходит корнями в глубокую древность.

Термин «Махалля» арабского происхождения и означает «территория, пространство, место». Исторических источники подтверждают его многовековую историю. В частности, имеются сведения, что его корни уходят в бронзовый век. В произведениях Алишера Навои и Махмуда Кошгари слово «махалля» используется для обозначения мест проживания купцов и ремесленников. С тех пор управление махаллями велось на общественных началах, имело свои неписаные внутренние правила и считалось одинаково законным для всех.

С обретением независимости Узбекистаном в развитии махалли начался новый исторический период. Впервые в истории национальной государственности в Конституции Республики Узбекистан в качестве территориальных единиц самоуправления были созданы сходы граждан городов, сел, аулов и махаллей. В соответствие с Указом Президента Республики Узбекистан от 13.08.2019 г. № УП-5781 «О мерах по дальнейшему развитию сферы туризма в Республике Узбекистан» с 1 ноября 2019 года Государственный комитет Республики Узбекистан по развитию туризма начал формировать список сходов граждан (поселков, кишлаков, аулов, а также махаллей городов, поселков, кишлаков и аулов), обладающих наибольшим туристским потенциалом. При создании на территории таких сходов граждан не менее 20 семейных гостевых домов и оказании не менее пяти видов услуг для туристов (за исключением услуг по проживанию и/или питанию) присваивает им статус «Туристская махалля», «Туристский кишлак» или «Туристский аул». При этом с 2020 года сходы граждан, которым присвоен статус «Туристская махалля», «Туристский кишлак» или «Туристский аул», приоритетно включаются в государственные программы. Туристическим махаллям государство возвращает 10% от всех налоговых поступлений от предпринимательства в таких махаллях.

Таблица 4.

Направления туризма в махаллях Самаркандкой области

Название махалли	Направление
Фозил Йулдош, Коратери, Эрганакли, Сойгус, ГИждувон, Конигил, Кулчара-2	Этнотуризм
Кук-ота, Саричашма, Жуйи Аббос, Мавлум, Газира	Агротуризм
Жом, Миронкул, Огалик, Пангат, Кизилбел	Горный туризм, экстремальный туризм
Аманкутан, Коратепа, Юкори терсак, Урта Терсак, Терсак	Экологический туризм

Особое внимание, уделяемое в последние годы сфере туризма, нетрудно понять по масштабам работ, проводимых в Самаркандской области. Только в 2023 году в Самаркандской области появилось более 20 различных новых видов туризма. В качестве примера достаточно перечислить более 40 точек гастрономического туризма, более 20 объектов лечебного туризма, около 30 направлений экологического туризма, а также объекты агротуризма, организованные в различных районах области.

На сегодняшний день в городе Самарканд наиболее популярной среди населения является махалля «Боги Баланд», которой присвоен статус «туристической деревни». На территории туристической махалли расположены 15 зон отдыха, а для туристов установлены указатели, стеллажи и карта парка. Также были посажены различные декоративные и плодовые деревья и саженцы цветов.

Боги Баланд в Самарканде – один из знаменитых сохранившихся садов, созданный Амиром Тимуром. В настоящее время в саду площадью 40 гектаров выращивается более 10000 деревьев желтого и черного инжира. На территории сада местные предприниматели организовали шатры, где устраивают завтраки, выпекают лепешки, продают инжир как

собранный на глазах у гостей, так и сухофрукты, варенье. Все население вовлечено в обслуживании гостей, туристов.

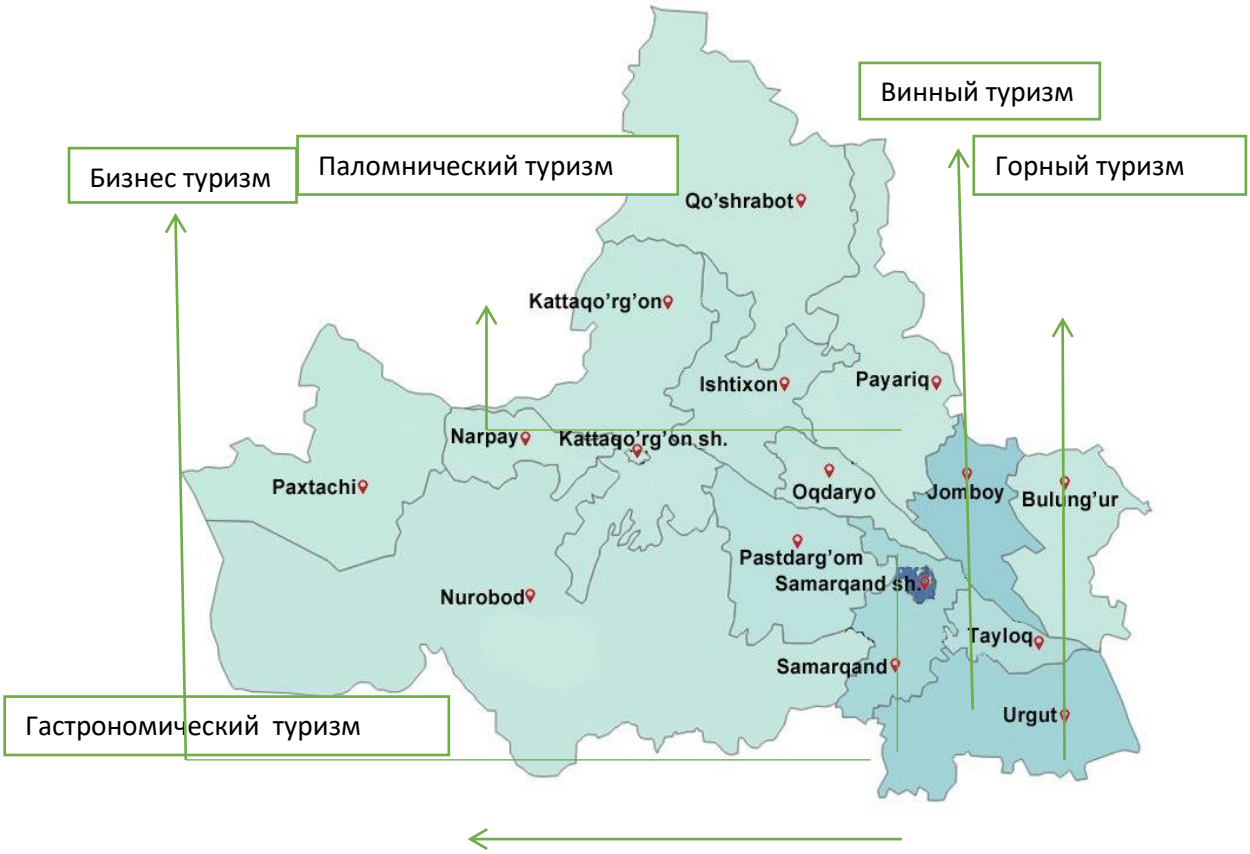


Рис.3. Направления диверсификации туристского продукта Самарканда

Махалля Конигел вошла в топ пятерку самых развитых территорий Самарканда благодаря развитию предпринимательства и самозанятости в сфере туризма. Причем официально зарегистрированных самозанятых, участвующих в обслуживании туристов 349 человек, 42% всех домохозяйств относятся в экономически благополучным семьям, 22% домохозяйств имеют постоянные доходы несмотря на сезонность туризма. Интересен тот факт, что в махалле проводится обучение молодежи ремесленному дела не только ради будущего трудоустройства, но и сохранения секретов ремесел. На территории махалли работают мастерские, обучающие и проводящие мастер классы, реализующие свою уникальную продукцию. Ремесленник Л.Раззоков организовал производство 8 наименований национальной продукции, привлек 62 женщин. В будущем планирует обеспечил занятость 250 женщин и организовать производство 12 видов продукции. Махалли активно привлекают как гранты международных фондов, так и субсидии государства. Благодаря налоговым выплатам махалли получают дополнительные средства в размере 10% от налогов от предпринимательства, за счет проводятся работы по благоустройству, реставрации мечетей, чайхан.

Опыт махаллей Конигил и Богибаланд послужило активизации участия махаллей в развитии туризма, благодаря которому реализуется в первую очередь социальная задача махаллей: обеспечение занятости населения, обучение молодежи, сохранение культурных объектов, традиций, гастрономических рецептов национальных блюд. В каждой махалле есть свои уникальные ресурсы: чайханы, мечети, природные ресурсы, культурные ценности, династии ремесленников, народы разных национальностей, проживающих в махалле. Махалля отражает облик, традиций, быт, культуру общин, благодаря взаимодействию с населением и государственными органами эффективно поддерживает предпринимательство, нуждающихся, решает вопросы экологии и благоустройство

территории. Поэтому государственные органы и местные органы самоуправления при формировании и диверсификации национального туристского продукта должны поддерживать и поощрять инициативы махаллей по развитию туристического предпринимательства. На сегодняшний день туристические махалли могут привлекать туристов экскурсиями и однодневными посещениями в силу отсутствия инфраструктуры и мест размещения с большей пропускной способностью, неразвитость дополнительных услуг по удержанию туристов в махаллях на больший срок. Необходимо продвигать программные меры и дорожные карты по поддержке туристических махаллей, предоставлять кредитные льготы и расширять налоговые льготы. Кроме того, недостаточная представленность туристических махаллей в интернете, отсутствие цифрового облика махалли снижает привлекательность продуктов, создаваемых на основе махаллей. Разрозненный и обрывистый, зачастую носящий информационный характер контент в новостных лентах главных каналов приводит к огромным потерям потенциальной аудитории как внутри страны, так и за ее пределами. Это обусловлено отсутствием отдельных платформ, сайтов махаллей, интегрированием их в агрегаторы, отсутствием средств и специалистов на продвижение махаллей в онлайн пространстве. На сегодняшний день туристические ресурсы, продукты махаллей необходимо диверсифицировать посредством цифровых ресурсов, что будет подробно изучено в следующем параграфе.

Выводы и предложения. По результатам проведенного исследования направлений диверсификации национального продукта Узбекистан были сделаны следующие выводы и разработаны рекомендации:

1. В республике процессы диверсификации туристского продукта характеризуются ускорением и углублением специализации, концентрацией туристских ресурсов, синергическим эффектом, внедрением цифровых сервисов и использованием инновационных технологий. Стратегия диверсификации туристского продукта предполагает разработку и совершенствование новых туров, учитывающие предпочтения туристов и сглаживающие сезонность. В республике туроператоры вынуждены диверсифицировать туристские продукты с учетом фактора сезонности.

2. Анализ практики диверсификации туристских продуктов наиболее популярных туристских стран показал, что в большинстве из них правительства совместно с бизнесом активно продвигают инициативы, направленные на создание национальных туристских продуктов, учитывающих главные ресурсные преимущества при их сбалансированном использовании, продвижение этих продуктов с помощью диверсификации цифровых ресурсов, сопровождающие потребителя во всех звеньях цепочки создания стоимости туристского продукта. После пандемии коронавируса многие страны нацелены на вертикальную диверсификацию оздоровительного туризма, позволяющая реабилитироваться и предотвратить многие заболевания.

3. Вертикальная диверсификация региональных туристских продуктов требует разработки его новых модификаций. Для Самаркандской области наиболее приемлимыми и перспективными являются экотуры, которые можно сочетать с другими традиционными видами. Причем в последние годы экологические туристские продукты получили развитие в виде СВТ (Community Based Tourism), основанные на использовании усилий местных сообществ в сочетании с оптимальной загрузкой туристского центра, не нарушающего существующей гармонии. В условиях Узбекистана участие махаллей в формирование туристских продуктов повысит эффективность вертикальной диверсификации.

4. Опыт махаллей Конигил и Богибаланд послужило активизации участия махаллей в развитии туризма, благодаря которому реализуется в первую очередь социальная задача махаллей: обеспечение занятости населения, обучение молодежи, сохранение культурных объектов, традиций, гастрономических рецептов национальных блюд. В каждой махалле есть свои уникальные ресурсы: чайханы, мечети, природные ресурсы, культурные ценности, династии ремесленников, народы разных

национальностей, проживающих в махалле. Махалля отражает облик, традиций, быт, культуру общин, благодаря взаимодействию с населением и государственными органами эффективно поддерживает предпринимательство, нуждающихся, решает вопросы экологии и благоустройство территории.

Список использованной литературы :

1. О туризме от 18 июля 2019 года: Закон Республики Узбекистан от 18 июля 2019 года №ЗРУ-549 // Национальный правовой информационный центр «Адолат» https://www.lex.uz -. https://www.lex.uz/docs/18.07.2019.

2. Статистический Бюллетень социально-экономического положения Республики Узбекистан в 2024 году. /Т: Агентства статистики при Президенте Республике Узбекистан, 2024.-124.

3. Ансофф, И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с анг. / Научн. ред. и автор предисл. Л.И.Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.

4. Хусаинов У.Ф. Механизм развития конкурентных преимуществ национального туристского продукта в Узбекистане. //Узбекистонда халкаро туризмни ривожлантириш муаммолари: Тез.докл. респ. науч. Конф. 21-25 мая 2001. – Самарканд, 2001. – С.67-70.

5. Kobilov , A.E.; Kurbonov, O.A.; Amirov, A.M.; Usmanova , DK The impact of investment on the economic development of Uzbekistan. Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems 2020 | Journal article DOI: 10.5373/JARDCS/V12SP7/20202317 EID: 2-s2.0-85088789723 Part of ISSN: 1943023X

6. Artificial Intelligence Powered Strategies to Enhance the Competitiveness of Healthcare Institutions in Uzbekistan. 2024 Ninth International Conference on Science Technology Engineering and Mathematics (ICONSTEM)https://ieeexplore.ieee.org/xpl/conhome/10568576/proceeding

D.Usmanova

Ijtimoiy sheriklik - O‘zbekiston milliy turistik mahsulotni diversifikatsiyalashning asosi

Annotatsiya. Ushbu maqolda makro muhit-da noaniqlik va yangi muammolar paydo bo‘lishi sharoitida, ko‘plab mamlakatlar energiya resurslari narxlarining o‘sishi, belgilangan qiymat zanjirlarining buzilishi, logistika va transport xarajatlarining o‘sishi fonida moliyaviy-iqtisodiy qiyinchiliklarni boshdan kechirayotgan bir paytda O‘zbe-kiston milliy turistik maxsulotining ijtimoiy sherikchilik asosida diversifikatsiyalashning asosiy yo‘nalishlari ochib berilgan Bunday sharoitda turistik faoliyatda mijozlarga yo‘naltirilgan yondashuvga ustuvor e'tibor berilishi kerak, bunda asosiy e'tibor ehtiyojlar, istiqbolli turistik mahsulot, strategik imkoniyatlar va uzoq muddatli raqobatdosh ustunliklarga qaratiladi.

Kalit so‘zlar. Turistik mahsulotning vertikal va gorizontal diversifikatsiyasi, ijtimoiy sheriklik, mahallalar, CBT turizmi, nostaljik turizm, ekoturizm, turistik mahsulotni ilgari surish, raqamli xizmatlar

D.Usmanova

Social partnership as a basis for diversification of the national tourism product of Uzbekistan

Abstract. In this article in the conditions of uncertainty and the emergence of new challenges in the macro environment, when many countries are experiencing financial and economic difficulties against the backdrop of rising prices for energy resources, the breakdown of existing value chains, and the growth in the cost of logistics and transport, traditional concepts of forming a tourist product in Uzbekistan. This approach is expressed in the concept of forming a tourist product, which allows us to understand the most dynamic changes in the tourism industry, diversify them, and use modeling of various market situations to select promising goals for tourism organizations and the main ways to achieve them.

Key terms. Vertical and horizontal diversification of a tourist product, social partnership, mahallas, CBT tourism, nostalgic tourism, ecotourism, promotion of a tourist product, digital services

Farida Abduxalimovna Axmedjanova – SamISI, Servis kafedrasining dosenti, t.f.n.,
Sadoqat Murodjonava Vahobova – Samarqand iqtisodiѐt va servis instituti talabasi

O‘ZBEKISTON TURIZM XAVFSIZLIGINI TA’MINLASHDAGI HUQUQIY VA AMALIY CHORA-TADBIRLAR TAHLILI

Annotatsiya. Maqolada O‘zbekistonda turizm xavfsizligini ta’minlash bo‘yicha qonuniy asoslar, amaliy chora-tadbirlar va standartlar tahlil qilingan. Mavjud muammolar sifatida infratuzilma, kadrlar tayyorgarligi va texnik ta’minot yetishmasligi ko‘rsatilgan. Muallif turizm xavfsizligini yaxshilash uchun yagona milliy standart ishlab chiqish va uni joriy etish zarurligini ta’kidlaydi.
Kalit so‘zlar: Turizm xavfsizligi, standartlar, O‘zbekiston Respublikasi milliy standarti, ISO, xavf-xatarlarni boshqarish, sanitariya-gigiyena, xavfsizlik tizimi.

Kirish. Hozirgi davrda turizm sohasi global miqyosda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning muhim omillaridan biri sifatida e’tirof etilmoqda. Xususan, u mamlakatlar uchun yangi ish o‘rinlari yaratish, tashqi savdo balansini yaxshilash, infratuzilmani modernizatsiya qilish va xalqaro imijni mustahkamlashda katta ahamiyat kasb etadi. O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biriga aylangan bo‘lib, bu borada qator strategik dasturlar qabul qilinib, izchil islohotlar amalga oshirilmoqda. Mazkur sohaning barqaror va xavfsiz faoliyat yuritishi uchun esa turistlar xavfsizligini ta’minlash alohida e’tiborni talab etadi. Sayyohlarning hayoti, sog‘lig‘i va mol-mulkining himoyasi, shuningdek, tabiiy va texnogen xavflarga tayyorgarlik darajasi turizm infratuzilmasining ajralmas komponenti sanaladi. Shu nuqtai nazardan, turistik faoliyatda xavfsizlik masalalarini ilmiy jihatdan tahlil qilish, mavjud qonunchilik asoslarini o‘rganish, amaliyotdagi muammolar va ularning yechimlarini aniqlash, xavfsizlik standartlarini joriy etish va ularni amalda qo‘llash bugungi kunning dolzarb vazifalaridan biri hisoblanadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. O‘zbekiston olimlari tomonidan turizm xavfsizligi borasida ko‘plab muhim ilmiy izlanishlar olib borilgan. Jumladan, Sh. T. Toshboev, A. A. Azizov, N. A. Yo‘ldoshev va boshqalar O‘zbekistonda turizm sohasidagi xavfsizlikni huquqiy tartibga solish masalalarini o‘rganishgan. Ularning tadqiqotlarida quyidagilar alohida ta’kidlangan: olimlar “Turizm to‘g‘risida” va “Terrorizmga qarshi kurash to‘g‘risida”gi qonunlarning amaliy qo‘llanilishi, ayniqsa, xorijiy turistlar xavfsizligini ta’minlashdagi ahamiyatini qayd etganlar.

D. M. Ergashev va X. M. Jumaniyozov kabi tadqiqotchilar O‘zbekistonda turizm xavfsizligi bilan shug‘ullanuvchi idora va tuzilmalar faoliyatini o‘rganishgan. Ularning tahlillarida quyidagilar ko‘rsatilgan: O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi xavfsiz turizmni rivojlantirish bo‘yicha maxsus dasturlar ishlab chiqqan. Ichki ishlar vazirligi, Milliy gvardiya, Davlat xavfsizlik xizmati hamda Favqulodda vaziyatlar vazirligi turizm xavfsizligi tizimida muhim rol o‘ynaydi. “Turistik politsiya” konsepsiyasining joriy etilishi esa turistlar bilan ishlashda ijobiy natijalar bergani qayd etilgan.

Z. S. Karimova, B. Sh. Abdullayeva va boshqa mutaxassislar turizm xavfsizligini amaliy jihatdan ta’minlash masalasiga urg‘u berganlar: turistik obyektlarda videokuzatuv tizimlarining o‘rnatilishi, xavfsizlik xodimlarining ingliz tilida so‘zlasha olishini ta’minlash bo‘yicha treninglar, favqulodda holatlarda evakuatsiya va yordam ko‘rsatish bo‘yicha yo‘riqnomalar ishlab chiqilgan.

M. I. To‘xtasinova va L. K. Ortiqovaning tadqiqotlarida xalqaro tajriba – ayniqsa, Turkiya, BAA, Tailand kabi davlatlarning turizm xavfsizligidagi yondashuvlari O‘zbekiston tajribasi bilan solishtirilgan. Ular O‘zbekistonda xavfsizlik masalasida “Smart tourism” texnologiyalarining joriy etilishi zarurligini ta’kidlaydilar. Mehmonxonalar, aeroport va temiryo‘l stansiyalarida xavfsizlik choralari joriy etilgan bo‘lsa-da, ularni axborot texnologiyalari bilan kuchaytirish tavsiya etiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur maqolada O‘zbekiston Respublikasida turistlar xavfsizligini ta’minlash tizimi, huquqiy-me’yoriy baza, amaliy choralar, mavjud muammolar va ularning yechimlari kompleks tahlil qilingan.

Tahlil va natijalar. O‘zbekiston Respublikasida turizm xavfsizligini ta’minlashga doir huquqiy-me’yoriy baza izchil shakllantirilgan. Xususan, “Turizm to‘g‘risida”gi Qonunning 35- va 37-moddalarida sayyohlarning hayoti, sog‘lig‘i va mulkini himoya qilishga qaratilgan qator huquqiy kafolatlar belgilangan. Ushbu normalar asosida davlat va mahalliy boshqaruv organlari, Ichki ishlar hamda Favqulodda vaziyatlar vazirliklari, shuningdek boshqa tegishli idoralar tomonidan turizm xavfsizligini ta’minlashga qaratilgan tizimli ishlar olib borilmoqda. Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019 yil 13 avgustdagi 669-son qaroriga muvofiq xorijiy sayyohlarni kuzatib borish va ularning xavfsizligini nazorat qilish tartibi belgilangan. Bu hujjat turistlarning harakatlanish yo‘nalishlarini aniqlash, zarurat tug‘ilganda ularning joylashuvi haqida tezkor ma’lumot olish va xavf yuzaga kelganda tezkor javob berish imkonini yaratadi.

Amaliy mexanizmlar qatorida, yirik turistik zonalarda va diqqatga sazovor ob’ektlarda xavfsizlik xodimlari doimiy navbatchilik olib boradi. Tog‘li hududlar, cho‘l zonalari va boshqa xavfli tabiiy sharoitlarda sayohat qilishda litsenziyalangan gid va yo‘l ko‘rsatuvchilardan foydalanish majburiy hisoblanadi.

Ekstremal va sarguzasht turizm yo‘nalishlarida faoliyat yurituvchi kompaniyalar qutqaruv xizmatlari bilan oldindan tuzilgan shartnomalar asosida hamkorlik qiladi. Shu tarzda alpinistlar, speleologlar yoki rafting ishtirokchilari uchun xavfsizlik kafolatlari kuchaytiriladi.

O‘zbekistonda turizm xavfsizligini ta’minlash bo‘yicha bir qator milliy standartlar ishlab chiqilgan va joriy etilgan. Jumladan:

- **O‘z DSt 3220:2023** – “Turizm xizmatlari. Joylashtirish vositalari. Umumiy talablar”. Ushbu standart mehmonxona inshootlarining yong‘in xavfsizligi, sanitariya me’yorlari, favqulodda chiqish yo‘llarining mavjudligi kabi talablarni o‘z ichiga oladi.
- **O‘z DSt ISO 21101:2022** – “Sarguzasht turizmi. Xavfsizlikni boshqarish tizimlari. Talablar”. Ushbu xalqaro standartga asoslangan hujjat ekstremal turizm faoliyatlarida xavfsizlikni tizimli boshqarish zaruratini belgilaydi.

Biroq, standartlarning amaliyotda to‘liq joriy etilishi quyidagi omillar sababli murakkab kechmoqda:

- Hududlar o‘rtasidagi infratuzilmaviy tafovutlar (shahar va qishloq hududlari o‘rtasida);
- Texnik vositalarning yetishmasligi (monitoring, yong‘inga qarshi tizimlar);
- Xodimlarning malaka darajasining pastligi;
- Kiberxavfsizlik tizimlarining turizm subyektlarida keng joriy etilmaganligi.

Xulosa va takliflar. Bugungi kunda O‘zbekistonda turizm xavfsizligiga oid yagona milliy standart mavjud emas. Sayyohlik kompaniyalari, gidlar, mehmonxonalar va boshqa xizmat ko‘rsatuvchilar xavfsizlik choralarini o‘z qarashlariga ko‘ra tashkil qilmoqda. Bu esa xavfsizlik yondashuvlarining notekis bo‘lishiga olib kelmoqda.

Tahlil natijalaridan kelib chiqib, turizm xavfsizligi bo‘yicha milliy standartlarni ishlab chiqish va joriy etish muhim hisoblanadi. Ushbu standartlar turistik marshrutlar, transport, joylashtirish vositalari, ekskursiyalar, favqulodda vaziyatlarga tayyorgarlik kabi barcha bosqichlarni qamrab olishi zarur.

Turizm xavfsizligini standartlar asosida yanada samarali boshqarish uchun quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish dolzarbdir:

1) Raqamli nazorat tizimlarini joriy etish orqali audit va sertifikatlashni elektron platforma orqali yuritish;
2) Xodimlarni doimiy o‘qitish tizimini yaratish orqali xalqaro tajribaga asoslangan malaka oshirish kurslarini tashkil etish;
3) Normativ-huquqiy bazani takomillashtirish orqali standartlarga rioya qilmagan subyektlar uchun qat’iy javobgarlik choralarini belgilash;
4) Investitsiyalarni jalb qilish orqali xavfsizlik infratuzilmasiga mahalliy va xorijiy sarmoyalarni jalb etish orqali innovatsiyalarni kengaytirish;
5) Standartlarga rioya qilinishini davlat tomonidan monitoring qilish orqali xalqaro tajriba asosida ishlab chiqilgan standartlarni milliy sharoitga moslashtirib, hududlar kesimida

bosqichma-bosqich joriy etish orqali xavfsiz turizm muhitini yaratish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022–2026 yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risidagi PF-60-son farmoni (28.01.2022 y)
2. O‘zbekiston Respublikasining “Standartlashtirish to‘g‘risida”gi qonuni (03.11.2022 y)
3. O‘zbekiston Respublikasining “Texnik jihatdan tartibga solish to‘g‘risida”gi qonuni (27.02.2023 y)
4. O‘z DSt 3220:2023 – “Turizm xizmatlari. Joylashtirish vositalari. Umumiy talablar”
5. O‘z DSt ISO 21101:2022 – “Sarguzasht turizmi. Xavfsizlikni boshqarish tizimlari. Talablar”

Ф. Ахмеджанова, С. Вахобова

Анализ правовых и практических мер по обеспечению безопасности туризма в Узбекистане

Аннотация. В статье проанализированы правовые основы, практические меры и стандарты, направленные на обеспечение безопасности туризма в Узбекистане. В качестве основных проблем отмечены недостатки инфраструктуры, подготовки кадров и технического обеспечения. Автор подчёркивает необходимость разработки и внедрения единого национального стандарта по обеспечению безопасности в туризме.

Ключевые слова: безопасность туризма, стандарты, Национальный стандарт Республики Узбекистан, ISO, управление рисками, санитарно-гигиенические нормы, система безопасности.

F. Axmedjanova, S. Vahobova

Analysis of legal and practical measures to ensuring tourism safety in Uzbekistan

Abstract. The article analyzes the legal framework, practical measures, and standards related to ensuring tourism safety in Uzbekistan. Key challenges identified include underdeveloped infrastructure, insufficient personnel training, and lack of technical support. The author emphasizes the need to develop and implement a unified national standard to improve tourism safety.

Keywords: tourism safety, standards, National Standard of the Republic of Uzbekistan, ISO, risk management, sanitation and hygiene, safety system.

Темурбек Бобурмирзо ўғли Саломов – СамИСИ таянч докторанти

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ТИЗИМИДА ЗИЁРАТ ТУРИЗМИНИ ЎРНИ ВА ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация. Ушбу мақолада зиёрат туризмини аҳамияти ва ўрни ҳақида ва ундан ташқари керакли хулоса ва таклифлар келтириб ўтилган. Албатта, бу ўринда хизматлар соҳасини ўрни беқиёс. Ушбу мақолада хизмат кўрсатишни зиёрат туризмидаги ўрни ва унинг моҳияти, ҳозирги кунда қай даражада аҳамият касб этиши ҳақида тўхталиб ўтамиз ва таклифлар бериб ўтилади.

Калит сўзлар: зиёрат туризми, хизматлар соҳаси, рухият, маданият масжид черков, зиёратгоҳ, турист.

Кириш. Зиёрат минг йиллар олдин пайдо бўлган биринчи сайёҳлик ҳаракати эди (Тимоти ва Олсен, 2006) . Зиёрат туризми тадқиқот тушунчаси сифатида бозорнинг бошқа сегментидан фарқли ўлароқ, илгари деярли мавжуд бўлмаган ва фақат 1990-йилларга келиб илмий чуқур изланишлар олиб борилди. Бироқ, унинг илдизлари, асосан, социологлар ва антропологлар томонидан ишлаб чиқилган тушунчалар ва назарияларга бориб тақалади - бу фикрлар 1970-йиллардаги туризм адабиётида таҳлил қилинган .Маълумки, зиёрат туризми йилдан йилга ўсиб бораётган туризм соҳаси ҳисобланади. Бунга яққол далил ўлароқ йилига ўртача 330млн саёҳатчилар зиёрат туризми мақсадида саёҳат қилади. Зиёрат туризми бу рухият,маданият ва саёҳат жамаланган туризмнинг сегменти ҳисобланади. Юқоридагилар бутун бир саёҳатни ўз ичига олиб, эътиқодли одамлар ўз динлари билан муносабатларини мустаҳкамлаш учун борадиганмасканларда бошқа турдаги хизматлардан ҳам фаол тарзда фойдаланмоқдалар.Зиёрат туризми ташриф буюриш мумкин бўлган шаҳар ёки маълум ҳудуддаги масжидлар ва черковларга ёки бошқа диний диққатга сазовор жойларга ташриф буюришни ўз ичига олиши мумкин Зиёрат туризми туристларни диний муносабат ва урф-одатларга эришиш учун тўлиқ ёки кучли туртки

берадиган туризм туридир.

Ҳозирга келиб эса, Туризм энг жадал ривожланаётган соҳалардан биридир ва у даромадлилиги бўйича нефт ва автомабилсозлик соҳаларидан кейин учинчи ўринда туради.Замонавий туризм индустрияси турли хил йўналишларни ўз ичига олади. Улар орасида зиёрат туризми алоҳида ўрин тутади. Бу турдаги саёҳатлар диний ва маънавий эҳтиёжларни қондириш, муқаддас жойларга ташриф буюриш ва маърифий тажриба орттириш мақсадида амалга оширилади. Зиёрат туризми нафақат диний аҳамиятга эга, балки хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий ривожланиш ва маданий алоқаларни мустаҳкамлашда муҳим рол ўйнайди. Ҳозирги кунда зиёрат туризми долзарблиги янада ошмоқда ва бунга асосий сабаб қилиб, ижтимоий ҳаётни мураккаблашуви дейилмоқда . Бу халқаро тренд Ўзбекистонда ҳам кенг ёйилмоқда ва шу сабабли Президентимиз ташаббуслари ва тегишли қарорлари билан туризм ва хусусан зиёрат туризмига катта эътибор берилмоқда. Яққол мисол сифатида Ўзбекистон Республикасида туризм инфратузилмасини яхшилаш ва хорижий туристлар оқимини янада оширишга қаратилган қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида Президент фармони олишимиз мумкин . Унга кўра, Наврўз умумхалқ байрами, Мустақиллик куни, Янги йил байрами ва Рамазон ҳайити (Ийд ал-Фитр) ҳамда Қурбон ҳайити (Ийд ал-Адҳа) диний байрамларини нишонлаш даврида республика ҳудудларини боғловчи қўшимча авиа, темир йўл ва автобус қатновларини йўлга қўйилиши ва зиёрат туризмига кўпроқ инсонлари жалб этиш мақсад қилинган.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Бугунги кунда туризм соҳаси энг йирик хизмат кўрсатиш соҳаларидан бирига айланиб бормоқда. Ҳар қандай мамлакатнинг иқтисодий ривожланиш даражасидан қатъий назар туризмни ривожлантириш мумкин. Шу боис, сўнгги бир неча ўн йилда жаҳон туризми юқори тенденцияда ривожланиши кутилмоқда. Бу жабҳада зиёрат туризми асосий йўналишлардан бири булади. Бу борада кўплаб илмий-тадқиқотлар олиб боришган. Эдвард Шилс зиёратлар ва муқаддас жойларга зиёратни ўрганган. Доналд Луис Ҳиндистондаги зиёрат туризмини ўрганган. У ўз тадқиқотларида қадириятлар ва ижтимоий ҳаёт туризмга қандай таъсир қилганлигни ўрганган. Майкл Р. Халл зиёрат туризмининг психологик, ижтимоий, ва иқтисодий таъсирларини ўрганган.

Ўзбекистонлик олимлар ҳам бу соҳага қизиқиш билдириб, турли тадқиқотлар олиб боришган. Уларнинг асосий ишлари диний ва маданий туризм, унинг иқтисодий, ижтимоий ва таъсирлар ҳақида бўлган. Жумладан, М.Қ. Пардаев, Н. Тухлиев, И.С. Тухлиев, Р. Ҳайитбоев ва бошқаларнинг илмий тадқиқотларида кенг ёритилган.

Тадқиқот методологияси. Ушбу мақолада зиёрат туризми стратегик ривожланиш ва таҳлил қилиш борасида кузатиш, мантиқий таҳлил назарий таҳлил тизимли таҳлил синтез абстракция индукция ва дедукция усулларидан самарали фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Туризм қўмитаси билан биргаликда маҳаллий ва хорижий фуқароларни транспорт ва туризм соҳасида амалга оширилаётган ислоҳотлардан хабардор қилиш мақсадида амалга оширилаётган тадбирлар, жумладан, янги Ислом цивилизация маркази ва Имом Бухорий мажмуаси ҳақида кенг жамоатчиликка етказиш мақсад қилинган. Шу маънода таъкидлаш жоизки, Зиёрат туризмининг ўзига хос хусусиятлари мавжуд ва шу жиҳатлар уни жозибадор ва индивидуал қилиб кўрсатади ва улар қуйидагилар:

Диний ва маънавий аҳамият – Бу турдаги саёҳатларнинг асосий мақсади инсонларнинг диний ва маънавий эҳтиёжларини қондиришдан иборат. Мусулмонлар учун Макка ва Мадинага ҳаж ва умра, христианлар учун Ватикан ёки Қуддусга ташриф, буддистлар учун Лумбини каби муқаддас жойлар алоҳида аҳамиятга эга.

Тарихий ва маданий бойлик – Зиёрат туризми фақат диний эмас, балки тарихий аҳамиятга эга жойларга ташрифни ҳам ўз ичига олади. Бундай жойлар маданий мероснинг ажралмас қисми ҳисобланади.

Иқтисодий таъсир – Зиёрат туризми кўплаб хизмат кўрсатиш тармоқларини ривожлантиради. У меҳмонхона, транспорт, озиқ-овқат ва сувенир маҳсулотлари савдосига ижобий таъсир кўрсатади.

Мавсумийлик ва йирик тадбирлар – Зиёрат туризми муайян вақтларда кескин ўсиш-

га эга бўлади. Масалан, мусулмонлар учун Рамазон ойида ва Ҳаж мавсумида зиёратчилар сони ошади.

Транспорт ва инфратузилмага талаб – Зиёратчилар оқимини қабул қилиш учун махсус инфратузилма ва транспорт тизимини яхшилаш талаб қилинади.Юқоридаги таъкидланган жиҳатлар ҳизматлар соҳасига бирикса янада долзарблиги ва мураккаблиги ошади.Энг асосийларидан қилиб қуйидагиларни мисол қилишимиз мумкин:

Меҳмонхона ва ётоқхоналар тармоғи ривожи – Зиёратчилар учун меҳмонхоналар ва зиёратчилар уйлари қурилади.

Овқатланиш хизматлари – Ҳалол таомлар ва миллий таомлар таклиф қилинади.

Гид ва экскурсия хизматлари – Зиёратчилар учун махсус йўналишлар ва гидлар фаолият кўрсатади.

Транспорт ва логистика – Автобуслар, махсус такси ва қатнов тизими ривожланади.

Бу саналган барча жиҳатлар тор ва бевосита таъсир этувчи омиллар бўлиб,зиёрат туризми деярли барча соҳаларга билвосита алоқадор ҳисобланади. Диний саёҳатларни қизиқувчилар кўлами кенг, шунингдек, ушбу секторда бизнес қилиш имкониятлари мавжуд ва ҳали ҳам очиқ. Диний саёҳатларга эргашишнинг турли сабаблари ва афзалликлари, шунингдек, таклифлар диний туризм йўналишлари раҳбарлари учун такомиллаштириш, шунингдек, ҳукумат учун маслаҳатлар келтиришга ҳаракат қилинган. Шундай қилиб, ушбу тадқиқот натижалари мамлакат зиёрат туризми салоҳиятига назарий ва амалий ҳисса қўшиши кутилмоқда.Ундан ташқари зиёрат туризмида хизматлар соҳасини ролини ошириш ва амалий ҳисса қўшилиши кутилмоқда.

Хулоса ва таклифлар. Зиёрат туризми нафақат диний эҳтиёжларни қондириш, балки иқтисодий, ижтимоий ва маданий ривожланиш учун ҳам муҳим ҳисобланади. У хизмат кўрсатиш соҳасининг бир нечта тармоқларини қўллаб-қувватлайди ва маҳаллий иқтисодиётга ижобий таъсир кўрсатади. Шунинг учун зиёрат туризмини янада ривожлантириш, инфратузилмани яхшилаш ва янги хизмат турларини йўлга қўйиш муҳим аҳамият касб этади.Диний туризм 21-асрдаги кўплаб ижтимоий ва маданий ўзгаришлар туфайли туризм бозорининг ўсиб бораётган секторидир. Диний туризмни ўрганишга бўлган қизиқиш одамларнинг бугунги кунда жамиятлардаги кўплаб ўзгаришлар натижасида тез барқарор ҳаёт кечириши ва шу тариқа осойишталик ва маънавий юксалишга интилишидан келиб чиқади. Дунё бўйлаб зиёрат марказлари диний, мерос ва маданий туризм учун зарур ҳисобланади. Зиёрат марказларининг машҳурлиги ва глобал аҳамияти ортиб бораётганига қарамай,унинг бошқа соҳалар билан боғлиқлиги чуқур ўрганилмаган,хусусан хизматлар соҳаси билан.Санаб ўтилган зиёрат туризмидаги етишмовчиликларни ҳисобга оладиган бўлсак қуйидаги таклифлани беришимиз мумкин:

1.Янги туристик хизматларни ишлаб чиқиш, сегментлани кўпайтириш, рақамли хизматлар, мажмуавий ёки маҳсулот ва хизматлар интеграциясини зиёрат туризмига боғлаш.

2.Хизмат кўрсатиш жараёнини оптималлаштириш, глобул бозорга чиқиш ва ниҳоят гибрид хизматларни амалиётга татбиқ этиш.

3.Зиёрат туризмига оид халқаро ва хорижий илмий адабиётлар таҳлили, шунингдек, уларни Ўзбекистон республикаси қонунчилигига киритиш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. https://www.greenpilgrimageeurope.net/green-pilgrimage.html
2.https://www.researchgate.net/publication/318675008_Spiritual_tourism_as_a_quest
3. Тимоти, Д.Ж. ва Олсен, Д.Ҳ. (Эдс) (2006), Туризм, Дин ва маънавий саёҳатлар, Роутледж, Лондон ва Нью-Йорк, НЙ.
4. Коҳен, Э. (1992а), "Ҳаж марказлари: концентрик ва эксцентрик", Туризм тадқиқотлари йилномалари, жилд. 19 № 1, 33-50-бетлар.
5. Коҳен, Э. (1992б), "Зиёрат ва туризм: конвергенция ва дивергенция", Моринисда, А. (Эд.), Муқаддас.
6. Саёҳатлар: Ҳаж антропологияси, Гренвуд Пресс, Нью-Йорк, НЙ, 47-61-бетлар.

7. https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_68_vol_8_3__2019.pdf
8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони, 18.07.2024 йилдаги ПФ-102-сон

Т.Саломов	**T.Salomov**
Роль и особенности системы обслуживания в паломническом туризме	**The role and specific features of pilgrimage tourism in the service sphere**
Аннотация. В данной статье рассматривается значимость паломнического туризма и его место в системе предоставления услуг. Особое внимание уделяется анализу роли сферы услуг в обеспечении потребностей паломников, а также степени её влияния на развитие этого направления в туристической отрасли. В ста-тье представлены выводы и практические ре-комендации, направленные на повышение качества обслуживания в паломническом туризме.	**Abstract.** This article presents the importance and role of pilgrimage tourism, as well as the necessary conclusions and proposals. Of course, the role of the service sector in this regard is invaluable. In this article, we will discuss the role of service in pilgrimage tourism and its essence, the extent to which it is relevant today, and make proposals.
Ключевые слова: паломнический туризм, сфера услуг, духовность, культура, мечеть, церковь, святыни, турист.	**Key words:** pilgrimage tourism,global tourism industry, spiritual journeys, wellness tourism, and cultural exploration, mausoleum, church.

Rayhona Sadriddinovna Amriddinova – SamISI, Turizm kafedrasi dotsenti, i.f.n.
Marjona Otabekovna Asliddinova – SamISI, MTF-123 guruh magistranti

NAVOIY VILOYATIDA QISHLOQ TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARINI QO‘LLASH

Annotatsiya. Mazkur maqolada Navoiy viloyatida qishloq turizmini rivojlantirishda marketing strategiyalarining o‘rni va samaradorligi, qishloq turizmida maqsadli auditoriyani aniqlash, raqamli va ijtimoiy media marketingi, hududiy brending va storytelling kabi zamonaviy yondashuvlar asosida samarali reklama strategiyalarini ishlab chiqish, Yevropa va Markaziy Osiyo davlatlari xalqaro tajribasi solishtirma tahlillar keltirilib, O‘zbekistondagi imkoniyatlar asosida xulosa va takliflar ishlab chiqilgan. Navoiy viloyatining qishloq turizmi salohiyati, xususan, Sentob va Sarmishsoy kabi istiqbolli destinasiya-larda innovatsion marketing yondashuvlari orqali turistlar oqimini oshirish yo‘llari ilmiy asoslangan.
Kalit so‘zlar. qishloq turizmi, marketing strategiyalari, raqamli marketing, ijtimoiy media, hududiy brending, storytelling, maqsadli auditoriya, ekoturizm, turistik destinatsiya, xalqaro tajriba.

Kirish. Marketing strategiyalari turizm mahsulotining bozorda o‘z o‘rnini topishi va maqsadli auditoriyaga yetib borishini ta’minlaydi. Ayniqsa raqobat kuchaygan hozirgi davrda to‘g‘ri marketing yondashuvi hududga, qishloq joylariga ko‘proq turistlarni jalb etish, ularning qolish muddatini uzaytirish va qoniqish darajasini oshirishga xizmat qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Marketing strategiyalarining qishloq turizmidagi amaliy o‘rnini baholash uchun nazariy g‘oyalarga asoslangan tahlillar, solishtirma tahlil, case-study, kontent tahlili, ilmiy kuzatuv va umumlashtirish kabi metodlardan foydalanildi.

Mavzu bo‘yicha adabiyotlar tahlili. Qishloq turizmining nazariy asoslarini mamlakatimiz olimlaridan I.S.Tuxliyev, R.Hayitboyev chuqur tahlil qilishgan. Marketing strategiyalari, maqsadli segmentlash, faol ijtimoiy tarmoqlardagi targ‘ibot, brending haqida olimlardan M.Q.Pardayev, D.Xolmamatov, K.Ibodovlarning ishlarini sanab o‘tish mumkin.

Tahlil va natijalar. Qishloq turizmi marketingida quyidagi asosiy strategik yo‘nalishlar muhim sanaladi:

Maqsadli auditoriyani aniqlash. Har qanday marketing faoliyati avvalo qaysi auditoriyaga mo‘ljallanishini aniq belgilashdan boshlanadi. Qishloq turizmida bu borada asosan tabiat ishqibozlari, ekoturistlar, mahalliy madaniyat va tarixga qiziquvchilar, sokin dam olishni istovchilar kabi segmentlar ajratiladi. Maqsadli guruhlarni aniqlash marketing xabarini to‘g‘ri shakllantirish va mos kanallar orqali yetkazish imkonini beradi. Misol uchun, sarguzasht izlovchi yosh turistlarga tog‘li hududlarda piyoda sayr yoki velosayr marshrutlarini qiziqarli tarzda taklif etish maqsadga muvofiq bo‘lsa, oilaviy dam oluvchilarga qishloq xo‘jaligi fermasidagi dam olish

(agroturizm), bolalar uchun qiziqarli-o‘yinli mashg‘ulotlar bilan boyitilgan dasturlar ma’qul bo‘lishi mumkin. Navoiy viloyatida ham turizm mahsulotlarini shu kabi segmentlarga moslashtirish maqsadga muvofiq. Masalan, Nurota tog‘laridagi Sentob va boshqa qishloqlar **ekoturizm va etnoturizm** uchun ideal bo‘lsa, Aydarko‘l atrofidagi sahro va ko‘l manzaralari **sarguzasht turizmi** (cho‘l safari, qum tepaliklarida sport) hamda **foto-turizm** (kuzatuv va suratga olish) uchun jozibador segmentlarga mo‘ljallanishi mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlar va onlayn marketing. Bugungi kunda raqamli marketing ayniqsa qishloq turizmi yo‘nalishlarini reklama qilishda katta rol o‘ynamoqda. Instagram, Facebook, Telegram kabi ijtimoiy platformalar yordamida olis bir qishloqning betakror tabiati, urf-odatlari, mahalliy taomlari haqida butun dunyoga xabar tarqatish mumkin. Ko‘plab qishloq joylari aynan ijtimoiy tarmoqlardagi chiroyli foto va videolar orqali “kashf” etilib, mashhurlikka erishmoqda. Masalan, Qozog‘istonning Saty qishlog‘i so‘nggi yillarda Instagram tarmog‘i orqali ko‘llarning go‘zal suratlari tarqalishi natijasida turistlar oqimini sezilarli oshirdi; hozirda u yerda 90 ta mehmon uyi va 30 ta mehmonxona faoliyat ko‘rsatmoqda[1].

Ijtimoiy tarmoqlar orqali samarali marketing olib borish uchun Navoiy viloyati turizm boshqarmasi va mahalliy tadbirkorlar hamkorlikda maxsus kontent (foto, blogpost, vlog) yaratuvchi blogerlar va ta’sirchan insonlar (influencer) bilan ishlashi zarur. Bunda halol tavsiyalar va haqiqiy tashriflardan olingan taassurotlar muhim – chunki tadqiqotlarga ko‘ra, turistlarning 84% qaror qabul qilishda boshqa foydalanuvchilarning internetdagi fikrlari va sharhlaridan sezilarli darajada ta’sirlanadi[2]. Shuningdek, **foydalanuvchi yaratgan kontent** (UCG – user-generated content), ya’ni turistlarning o‘zlari qoldirgan foto, videolar va izohlar qishloq yo‘nalishlarining ijobiy imijini shakllantirishga katta hissa qo‘shadi. Shu bois mehmon uylari egalarini mehmonlardan onlayn platformalarda fikr bildirishga undash, eng yaxshi sharhlarni o‘z sahifalarida ulash kabi usullarni qo‘llash tavsiya etiladi.

Ijtimoiy media marketingining yana bir afzalligi – **targeting**, ya’ni reklamani faqat maqsadli auditoriyaga yo‘naltirish imkoniyati. Masalan, faqatgina tog‘da sayr qilishga qiziqadigan xorijiy guruhlarni nishonga olib Facebook reklamalari joylashtirish orqali byudjetni tejagan holda samaraga erishish mumkin. Bugungi raqamlashtirish davrida **onlayn ishtirok** (online presence) qishloq turizmi obyektlari uchun shunchalik muhimki, u an’anaviy reklama usullaridan ancha samarali va tejamli natija berishi isbotlangan.

Brending va hikoya (storytelling) yaratish. Raqobat muhitida har bir turizm destinasiyasi o‘z brendiga ega bo‘lishi kerak – ya’ni turistlar ongida o‘sha joyning o‘ziga xos qiyofasi va u va’da qiladigan tajriba mujassam bo‘lmog‘i lozim. Brending ko‘p jihatdan hudud tarixiy-madaniy merosi va tabiiy jihatlarini ta’kidlovchi **hikoya (story)** shakllantirish orqali amalga oshadi. Masalan, Shotlandiya tog‘li hududlarida qishloq turizmini rivojlantirish uchun u yerdagi afsonaviy rivoyatlar asosida qiziqarli hikoyalar yaratilib, marketing materiallarida foydalanilmoqda, natijada turistlarda hududga nisbatan romantik qiziqish paydo bo‘ladi. Xuddi shunday, Navoiy viloyatidagi Sarmishsoy yoki Sentob singari qishloqlarning **brend hikoyalari** yaratilishi mumkin: Sarmishsoy darasini “Toshdagi tarix muzeyi” kabi kontseptsiyalar bilan, Sentobni “Tog‘lar bag‘ridagi unutilgan sivilizatsiya” tarzi noyob tarixiy va etnografik qishloq sifatida brendlash mumkin. Bunda mahalliy afsonalar, qiziqarli faktlar, mashhur mehmonlarning taassurotlari kabi elementlarni qo‘shish kerak bo‘ladi.

Brend yaratish shuningdek logotip va shior (slogan) ishlab chiqishni ham o‘z ichiga oladi, masalan, “Navoiy – Desert Adventures” yoki “Navoiy – Sahro qo‘ynidagi sarguzasht” kabi xalqaro targ‘ibotga mos, esda qoluvchi shiorlar hududni pozitsiyalashga xizmat qiladi. Yaxshi shakllangan brend va hikoya marketing kommunikatsiyalarining hammasida yagona ohang va uslubni ta’minlab, auditoriyada ishonch va qiziqish uyg‘otadi. Shu bilan birga, brend atrofida **hamjamiyat tuyg‘usini** shakllantirish, ya’ni turistlarning o‘zlari brend elchilariga aylanishiga erishish muhim (masalan, #VisitNavoiy kabi xeshteg yaratib, mehmonlar uni ishlatishiga erishish).

Xulosa qilib aytganda, marketing strategiyalarining to‘g‘ri kombinatsiyasi – maqsadli segmentlash, faol ijtimoiy tarmoqlardagi targ‘ibot va kuchli brending – qishloq turizmining uzoq

[1] https://economist.kg
[2] https://www.condorferries.co.uk/millennials-travel-statistics-trends

muddatli muvaffaqiyatini ta’minlaydi. Bunday yondashuv nafaqat turistlar oqimini oshiradi, balki ularning hududda sarflaydigan vaqti va mablag‘ini ham ko‘paytirib, qishloq iqtisodiyotiga ko‘proq foyda keltiradi. Qishloq turizmini rivojlantirish borasida dunyoning turli davlatlari qiziqarli va o‘rnak olsa arzigulik tajribalarni to‘plagan. Quyida xalqaro amaliyotdan ba’zi misollar hamda O‘zbekiston ko‘rsatkichlari solishtirma tahlil qilinadi.

Global qishloq turizmi bozori hajmining 2024 va 2028-yillardagi prognoz shuni ko‘rsatmoqdaki, jahon bo‘yicha qishloq turizmiga bo‘lgan talab barqaror o‘sish tendentsiyasiga ega – 2024-yilda 97,84 mlrd. dollar bo‘lgan bozor hajmi 2028-yilga kelib 131,47 mlrd. dollarga yetishi kutilmoqda. Bu jarayonda **sog‘lomlashtirish** va **wellness-turizm,** ekologik toza sayohatlar, ziyorat (piligrim) yo‘nalishlari va agroturizmning ahamiyati ortib borayotgani alohida qayd etiladi[1]. Demak, qishloq turizmi jahon turizm industriyasining eng istiqbolli segmentlaridan biriga aylangan.

Xalqaro tajribada Yevropa mamlakatlari qishloq turizmi bo‘yicha yetakchilar qatoriga kiradi. Masalan, **Italiya** agroturizm sohasini agrar siyosat bilan uyg‘un rivojlantirish orqali katta yutuqlarga erishgan. Mamlakatda 2014-yilda 21 744 ta fermer xo‘jaligi agroturizm faoliyati bilan shug‘ullangan bo‘lsa, bu ko‘rsatkich har yili o‘sib, 2016-yilda 22 mingdan oshgan[2]. Italiya qishloq hududlariga yiliga bir necha million turist tashrif buyuradi. Xususan, 2023-yilda faqatgina Italiyaning Trentino-Alto Adije viloyati agroturizm maskanlariga 1,3 million mehmon kelgani qayd etilgan. Bunday raqamlar zamirida yillar davomida yo‘lga qo‘yilgan puxta marketing yondashuvlari – mahalliy oziq-ovqat va vino festivallari, oilaviy mehmon uylari tarmog‘i, turizm ofislari tomonidan xalqaro ko‘rgazmalarda promoushen kabi kompleks chora-tadbirlar yotadi.

Ispaniya qishloq mehmon uylari soni bo‘yicha Yevropada yetakchi o‘rinda bo‘lib, u yerda minglab “casa rural”lar mavjud va ular birlashgan onlayn portal orqali xizmat ko‘rsatadi.

Fransiya esa qishloq gastronomik turlarini (masalan, Provence provinsiyasida vino va pishloq turlari) brendlash orqali chekka hududlarini mashhur qildi. Bu davlatlar tajribasida ayniqsa raqamli marketing va onlayn xizmatlar katta rol o‘ynaydi – masalan, Yevropada agroturizm va rural B&B lar uchun maxsus sayyohlik aggregator saytlari yaratilgan, virtual turlar keng qo‘llanadi, sayyohlik axborot markazlari to‘liq raqamlashtirilgan.

Markaziy Osiyo davlatlari ham so‘nggi paytlarda qishloq turizmini rivojlantirishga e’tibor qaratmoqda. **Qozog‘iston**da YuNESKOning “Eng yaxshi turistik qishloqlar” ro‘yxatiga kirgan Saty qishlog‘i misolida ko‘rish mumkinki, davlat qo‘llovi va faol marketing orqali qisqa vaqt ichida qishloqda 100 ga yaqin mehmon uyi va bir necha mehmonxonalar qurilib, minglab mahalliy aholi bandligi ta’minlandi[3].

Xulosa va takliflar. O‘zbekistonning o‘ziga xos ustunligi – boy tarixiy madaniy meros va osoyishta qishloq hayoti uyg‘unlashgan holda mavjudligidir. Hozirga qadar turistlar oqimi asosan Samarqand, Buxoro, Xiva singari shaharlarga yo‘nalgani bois, qishloq turizmi salohiyati to‘liq ishga solinmagan. Biroq so‘nggi yillarda davlat qishloq turizmini rag‘batlantirishga kirishdi: 2019-yilda 30 ta qishloq turizm maskanlarini rivojlantirish bo‘yicha hukumat qarori qabul qilindi, 2021–2022-yillarda “Har bir viloyatdan – bitta turistik qishloq” tamoyili asosida namunaviy qishloqlar tanlandi.

“Fuqarolar yig‘inlari hududlarida 20 tadan kam bo‘lmagan oilaviy mehmon uylari yaratilgan taqdirda va turistlar uchun kamida besh xil xizmat turi (yashash va/yoki ovqatlantirish xizmatlaridan tashqari) ko‘rsatilgan taqdirda, ularga “Turizm mahallasi”, “Turizm qishlog‘i” yoki “Turizm ovuli” maqomi beriladi.

2020-yildan boshlab “Turizm mahallasi”, “Turizm qishlog‘i” yoki “Turizm ovuli” maqomining berilgan fuqarolar yig‘ini “Obod qishloq” va “Obod mahalla” davlat dasturlariga kiritiladi.”[4]

Natijada 2023-yilda yuqorida ta’kidlanganidek, Navoiy viloyatidagi Sentob qishlog‘i jahon e’tirofiga sazovor bo‘ldi. Endilikda vazifa ushbu tajribani ko‘paytirish, ya’ni har bir hududda kamida bitta xalqaro darajadagi qishloq turizm brendini shakllantirishdan iborat.

Solishtirma tahlillar shuni ko‘rsatmoqdaki, qishloq turizmini muvaffaqiyatli rivojlantirgan

[1] Rural Tourism Industry Report 2024-2028 and 2033: Health,
[2] agritourism – Istat
[3] https://orda.kz/v-kazahstane-nazvali-luchshie-sela-dlja-turistov
[4] https://daryo.uz/2019/08/13/o%ca%bbzbekistonda-turistik-mahallalar-qishloqlar-va-ovullar-paydo-bo%ca%bbladi/

davlatlar raqamli innovatsiyalar va kreativ marketingni keng qo‘llagan. Jahon bo‘yicha tendensiya shundan iboratki, **aqlli texnologiyalar integratsiyasi** (masalan, turistlarga mo‘ljallangan mobil ilovalar, raqamli axborot platformalari) va **ijtimoiy media targ‘iboti** qishloq turizmi o‘sishining asosiy drayveriga aylangan. Shu bilan birga, barqarorlik va mahalliy jamoalarning rivojlanishi ham e’tibordan chetda qolmaydi.

Jahon Turizm Tashkiloti tashabbuslari doirasida qishloq hududlarida turizm orqali barqaror iqtisodiy o‘sishga erishish va mahalliy madaniy-tabiiy merosni saqlash ustuvor yo‘nalish qilib belgilangan. O‘zbekiston qishloq turizmini rivojlantirish jarayonida dunyo tajribasidan o‘rganishi va o‘ziga mos innovatsion usullarni qo‘llashi maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Tuxliyev I.S., Abduhamidov S.A. “Turizm: nazariya va amaliyot”. Darslik. T.: “Fan va texnologiya”, 2024 y.
2. Hayitboyev R. “Egologik turizm”. O‘quv qo‘llanma.
3. Ibodov K.M. “Turizmda marketing”. O‘quv qo‘llanma.T. “Fan va texnologiya”. 2019 y.

Р.Амриддинова, М. Аслиддинова Отабековна

применение маркетинговых стратегий в развитии сельского туризма в Навоийской области

Аннотация. В данной статье рассматриваются роль и эффективность маркетинговых стратегий в развитии сельского туризма в Навоийской области, определение целевой аудитории в сельском туризме, разработка эффективных рекламных стратегий на основе современных подходов, таких как цифровой и социальный медиа-маркетинг, региональный брендинг и сторителлинг. Представлен сравнительный анализ международного опыта стран Европы и Центральной Азии, а также разработаны выводы и предложения на основе возможностей Узбекистана. Научно обоснован потенциал сельского туризма Навоийской области, в частности, пути увеличения туристического потока за счет инновационных маркетинговых подходов в таких перспективных дестинациях, как Сентоб и Сармишсай.

Ключевые слова: сельский туризм, маркетинговые стратегии, цифровой маркетинг, социальные медиа, региональный брендинг, сторителлинг, целевая аудитория, экотуризм, туристическая дестинация, международный опыт.

R.Amriddinova, M. Asliddinova

The application of marketing strategies in the development of rural tourism in the Navoi region

Abstract. This article examines the role and effectiveness of marketing strategies in developing rural tourism in the Navoi region. It focuses on identifying target audiences for rural tourism, developing effective advertising strategies based on modern approaches such as digital and social media marketing, regional branding, and storytelling. The study provides comparative analyses of international experiences from European and Central Asian countries and develops conclusions and proposals based on opportunities in Uzbekistan. The potential of rural tourism in the Navoi region, particularly in promising destinations like Sentob and Sarmishsoy, is scientifically substantiated, exploring ways to increase tourist flow through innovative marketing approaches.

Keywords: rural tourism, marketing strategies, digital marketing, social media, regional branding, storytelling, target audience, ecotourism, tourist destination, international experience.

Зумрад Исламовна Усманова – доцент кафедры Маркетинг СамИЭС

РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ И ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ В УЗБЕКИСТАНЕ: ТЕНДЕНЦИИ, ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация: В статье проанализирована динамика развития сферы услуг в Узбекистане, ее вклад в экономику страны, в том числе в туристическую отрасль и другие перспективные направления. Представлены стратегические инициативы, направленные на улучшение туристической инфраструктуры и повышение конкурентоспособности. Также была подчеркнута важная роль цифровых технологий и стратегического управления в продвижении туристического потенциала страны.

Ключевые слова: сфера услуг, туризм, экономическое развитие, инфраструктура, конкурентоспособность, цифровые технологии, туристическая индустрия.

Введение. В последние годы сфера услуг, а в особенности туристическая индустрия, занимает всё более значимое место в социально-экономическом развитии Узбекистана. В

условиях глобализации и цифровизации экономики туризм становится одним из ключевых драйверов роста, способствуя не только созданию новых рабочих мест, но и стимулированию малого и среднего бизнеса, укреплению культурного обмена и международного имиджа страны. Узбекистан, обладая богатым историко-культурным наследием, благоприятным географическим положением и уникальной природой, демонстрирует устойчивую динамику роста туристического потока, а также активную политику государственной поддержки отрасли. Тем не менее, несмотря на позитивные сдвиги, развитие туристической индустрии сталкивается с рядом вызовов, включая инфраструктурные ограничения, кадровый дефицит, недостаточный уровень цифровизации и необходимость усиления маркетинга на международной арене.

Литературный обзор. Развитие сферы услуг и туристической индустрии в Узбекистане активно исследуется как отечественными, так и зарубежными авторами. В научной литературе прослеживается устойчивый интерес к вопросам модернизации туристической инфраструктуры, повышения качества услуг, привлечения иностранных туристов и роли туризма в формировании позитивного международного имиджа страны.

В работах ведущих зарубежных авторов, такие как Richards G.[1] и Cooper C[2]., делается акцент на необходимости устойчивого развития туризма, включающего экологический и социально-ориентированный подход. Эти идеи находят отражение и в Национальной стратегии развития туризма Узбекистана, ориентированной на достижение Целей устойчивого развития ООН.

В работах отечественных ученых Курбанова Ш.Х. подчеркивается стратегическое значение туризма как приоритетного сектора экономики, способного стимулировать инвестиционную активность и межотраслевое взаимодействие[3]. Автор акцентирует внимание на важности формирования благоприятной деловой среды и совершенствования нормативно-правовой базы в сфере туризма.

В исследованиях Саидовой Н.Р. особое внимание уделяется культурно-историческому потенциалу Узбекистана. Она отмечает, что такие города, как Самарканд, Бухара и Хива, обладают высокой туристической привлекательностью, однако для устойчивого роста необходимо развивать современные сервисные услуги, соответствующие международным стандартам[4].

Также в литературе поднимаются вызовы, с которыми сталкивается отрасль. Среди них – сезонность туристического потока, слабая подготовка кадров, недостаточная интеграция в глобальные туристические сети. Эти проблемы находят отражение в аналитических обзорах Министерства туризма и культурного наследия Узбекистана, а также в докладах Всемирной туристской организации (UNWTO).

Таким образом, обзор научной и аналитической литературы позволяет выявить как положительные тенденции в развитии сферы услуг и туризма в Узбекистане, так и системные проблемы, требующие комплексного решения. Это подтверждает актуальность дальнейших исследований, направленных на формирование устойчивых и инновационно ориентированных моделей развития отрасли.

Настоящее исследование направлено на анализ текущих тенденций в развитии сферы услуг и туризма в Узбекистане, выявление существующих проблем и определение перспективных направлений роста с учетом глобального контекста и национальных приоритетов устойчивого развития.

Методология исследования. В процессе исследования, научной абстракции, системного подхода, широко используются методы логического анализа.

---

[1]https://www.researchgate.net/publication/326247209_Cultural_Tourism_A_review_of_recent_research_and_trends

[2] https://www.researchgate.net/publication/348063059_Sustainable_Tourism_Principles_Contexts_and_Practices

[3] Курбанов Ш.Х., Юнусова Л.З. Оценка и перспективы развития современного туристического рынка Узбекистана // Молодой ученый. — 2021. — №24 (378). — С. 450–453. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-i-perspektivy-razvitiya-sovremennogo-turisticheskogo-rynka-uzbekistana

[4] Саидова Н.Р. Роль культурного наследия Узбекистана в развитии туризма // Вестник науки и образования. — 2020. — №17(95). — С. 34–37. — URL: https://www.researchgate.net/publication/372371499_Kulturnogo_Nasledia_Uzbekistana_V_Razvitii_Turizma

Анализ и результаты. Сфера услуг занимает важное место в современной экономике, охватывая практически все предприятия и организации, так или иначе связанные с предоставлением услуг. Каждый человек ежедневно взаимодействует с этим сектором — это мобильная связь, интернет, торгово-развлекательные центры, кафе и рестораны, салоны красоты, медицинские и образовательные учреждения, транспортные перевозки. Всё это входит в состав сферы услуг и формирует её разнообразие.

Сфера услуг представляет собой обобщённую экономическую категорию, объединяющую широкий спектр сервисов, предоставляемых компаниями, учреждениями и частными лицами. По сути, это сектор экономики, ориентированный на удовлетворение коммерческих, профессиональных и бытовых потребностей общества.

За последние пять лет сфера услуг в Узбекистане демонстрировала устойчивый рост, исключением стал 2020 год, когда из-за пандемии наблюдалось снижение показателя до 99,2%. В последующие годы темпы роста восстанавливались: в 2021 году – 110,9%, в 2022 году – 109,1%, в 2023 году – 107,1%, в 2024 году – 107,7%.

По итогам 2024 года валовая добавленная стоимость сферы услуг в Узбекистане составила 657,3 трлн сумов ($50,57 млрд), что на 7,7% больше по сравнению с 2023 годом. Об этом сообщило Агентство статистики при Президенте Республики Узбекистан[1].

Одним из перспективных направлений данной сферы является предоставление туристических услуг.

В настоящее время туристическая индустрия является стратегически важным направлением развития. Политическая обстановка, эпидемия вируса, другие неблагоприятные факторы внешней среды привели к необходимости полного пересмотра стратегии развитии данного направления. Многие внешние направления перестали развиваться, произошла переориентация на внутренний туризм. Встали вопросы наличия необходимой инфраструктуры, качественной сферы обслуживания увеличивающихся туристических потоков. В данном аспекте существует ещё большое количество нерешённых проблем, конкурентоспособность отечественных средств размещения во многих случаях ниже, чем западных отелей и гостиниц. Уровень сервиса, индустрия развлечения отстают в своём развитии по сравнению с лучшим мировым опытом. Для решения указанных проблем можно использовать современный метод стратегического управления. Формирование и реализация стратегии развития поможет туристической индустрии повысить свою конкурентоспособность в мировом туризме

В принятой в нашей стране Стратегии 2030 намечено увеличение числа туристов путем создания широких условий для развития внешнего и внутреннего туризма в Узбекистане, а именно доведение числа зарубежных туристов до 15 миллионов, внутренних туристов — до 25 миллионов, туристов, приезжающих по паломническому туризму, — до 3 миллионов.

Кроме того, намечено создание в республике 30 крупных туристских кластеров, увеличение не менее чем в 2 раза количества гостевых мест, строительство 25 канатных дорог в горной местности, доведение количества туристских махаллей до 175. Доведение экспорта туристских услуг до 5 миллиардов долларов, медицинского и образовательного туризма — до 1,5 миллиарда долларов в год. Разработка национальной программы «Жемчужины древней истории» и реставрация в ее рамках объектов культурного наследия, создание на территории памятников «музеев под открытым небом».

Генеральный секретарь ООН Антонио Гутерриш заявил, что туризм как один из крупнейших секторов глобальной экономики обладает огромным потенциалом для сближения культур, создания новых возможностей и содействия устойчивому развитию.

Несмотря на то, что индустрия туризма более всего пострадала от пандемии коронавируса, этот сектор восстанавливается очень быстро. По данным ЮНВТО, оборот индустрии международного туризма к концу 2023 года достиг 88% от допандемийного уровня.

[1] https://daryo.uz/ru/2025/02/05/dohody-sfery-uslug-v-uzbekistane-vyrosli-na-77%25-v-2024-godu

В последние годы наблюдается значительное расширение туристической инфраструктуры региона, включая рост числа гостиниц, транспортных услуг и сервисных предприятий. В 2024 году Самарканд посетили 2 миллиона 523 тысячи иностранных и 4 миллиона 715 тысяч местных туристов. Средняя продолжительность их пребывания составила 2,7 дня, а экспорт туристических услуг достиг 537 миллионов долларов США. В настоящее время в регионе функционируют 642 средства размещения общей вместимостью 18 тысяч мест.

Таким образом, развитие сферы услуг и туристической индустрии является важным направлением экономического роста Узбекистана. За последние годы страна демонстрирует уверенный прогресс в этом секторе, однако дальнейшее развитие требует комплексного подхода. Стратегия 2030 определяет ключевые приоритеты, направленные на повышение конкурентоспособности, улучшение инфраструктуры и привлечение иностранных и внутренних туристов.

Выводы и предложения. Туристическая индустрия признана стратегически важной, особенно в контексте развития внутреннего, паломнического и культурного туризма.

Несмотря на рост туристического потока, отрасль сталкивается с рядом вызовов, включая недостаточную развитость инфраструктуры, низкое качество сервиса, кадровый дефицит и слабое продвижение на международных платформах.

Внедрение цифровых технологий и создание национального туристического бренда остаются ключевыми факторами повышения конкурентоспособности Узбекистана на глобальном рынке.

Государственная стратегия развития туризма до 2030 года предусматривает амбициозные цели, включая увеличение количества туристов, создание туристических кластеров и развитие туристической инфраструктуры.

Поэтому для достижения целей необходимо принятие следующих мер:

1. Консолидация усилий государства, частного сектора и образовательных учреждений, а также системное стратегическое управление отраслью.
2. Более широкое использование цифровых технологий может помочь реализации цели улучшения имиджа территорий и продвижению туристических продуктов. Необходима более активная программа SMM продвижения туризма Узбекистана.
3. Повысить уровень подготовки специалистов в сфере туризма за счёт модернизации образовательных программ, привлечения международных экспертов и развития практико-ориентированных курсов.
4. Разработать и продвигать единый национальный бренд Узбекистана как туристической дестинации, ориентированный на международную аудиторию с использованием профессионального SMM и digital-маркетинга.
5. Интенсифицировать цифровизацию туристических услуг, внедряя электронные платформы бронирования, мобильные приложения, интерактивные карты, системы обратной связи и автоматизированную аналитику туризма.
6. Развивать инфраструктуру внутреннего туризма, включая строительство доступных отелей, транспортных узлов, развлекательных объектов и информационных центров.
7. Создать эффективную систему государственного стимулирования для привлечения частных инвестиций в туристические проекты и малый бизнес в сфере услуг.
8. Внедрить стандарты качества обслуживания, гармонизированные с международными, особенно в сфере гостеприимства, питания и гида-переводческих услуг.

Для успешной реализации стратегии необходима тесная координация между государством, бизнесом и образовательными учреждениями. Современные технологии, эффективное управление ресурсами и усиление международного сотрудничества помогут Узбекистану занять достойное место на мировом туристическом рынке.

Z.Usmanova
O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish sohasi va turizm industriyasining rivojlanishi: tendentsiyalari, muammolari va istiqbollari
Annotatsiya: Maqolada O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish sohasining rivojlanish dinamikasi, uning mamlakat iqtisodiyotiga qo‘shgan hissasi hamda turizm industriyasi va boshqa istiqbolli yo‘nalishlarni qamrab olgan holda tahlil etilgan. Turizm infratuzilmasini yaxshilash va raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgan strategik tashabbuslar keltirilgan. Shuningdek, mamlakatning turistik salohiyatini ilgari surishda raqamli texnologiyalar va strategik boshqaruvning muhim roli alohida ta’kidlangan.
Kalit so‘zlar: xizmat ko‘rsatish sohasi, turizm, iqtisodiy rivojlanish, infratuzilma, raqobatbardoshlik, raqamli texnologiyalar, turizm sanoati.

Z.Usmanova
Development of the service sector and tourism industry in Uzbekistan: trends, challenges and prospects
Abstract: The article analyzes the dynamics of development of the service sector in Uzbekistan, its contribution to the country's economy, including the tourism industry and other promising areas. Strategic initiatives aimed at improving tourism infrastructure and increasing competitiveness are presented. The important role of digital technologies and strategic management in promoting the country's tourism potential was also emphasized.
Keywords: services, tourism, economic development, infrastructure, competitiveness, digital technologies, tourism industry.

Матлуба Абдиманабовна Куймуратова – Наманган муҳандислик-технология институти доценти, PhD

ТУРИЗМНИНГ ТУРЛАРИ ВА УЛАР ТАРКИБИДА ЭКОЛОГИК ТУРИЗМНИНГ ЎРНИ ВА АҲАМИЯТИ

Аннотация. Мақолада туризмнинг турлари ва улар таркибида экологик туризмнинг ўрни ва аҳамияти ёритилган. Бунда туризмнинг дунё миқёсида ривожланаётган айрим турлари, хусусан, индивидуал (шахсий) туризм ҳалқаро маданий мерос туризми, соғломлаштириш туризми, спорт туризми, экологик туризм кабиларга қисқача изоҳ берилган. Бунда маданий ва экологик билимлар ошириш лозимлиги тўғрисида илмий тавсиялар ҳам берилган.
Калит сўзлар. Туризм, туризм турлари, хавфсиз туризм, тўсиқсиз туризм, экологик туризм, меҳнат туризми, соғломлаштириш туризми, спорт туризми, демократик туризм, шахсий туризм.

Кириш. Ҳозирги пайтда туризм дунёнинг аксарият мамлакатларида иқтисодиётнинг драйвери сифатида кескин ривожланмоқда. Ҳозирги кунда Президентимиз таъкидлаганидек, “жаҳон ялпи маҳсулотининг тахминан 10 фоизи, экспортининг эса 7 фоизи сайёҳлик секторига тўғри келган”лигини[1] қайд этди. Шу билан бирга унинг турлари ҳам кўпайиб бормоқда. Чунки мазкур соҳага мамлакатимизда ҳам катта эътибор қаратилмоқда. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги «Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги, ПФ-5611-сонли фармони, 2020 йил 28 майдаги «Коронавирус пандемиясининг салбий таъсирини камайтириш учун туризм соҳасини қўллаб-қувватлашга доир кечиктириб бўлмайдиган чора-тадбирлар тўғрисида»ги ПФ-6002-сонли фармони, 2021 йил 9 февралдаги Ўзбекистон Республикасида ички ва зиёрат туризмини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6165-сон Фармони, 2023 йил 11 сентябрдаги, «Ўзбекистон — 2030» стратегияси тўғрисида”ги ПФ-158-сонли фармони. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 30 сентябрдаги «Самарқанд вилоятининг туризм салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва уни ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги 828-сонли Қарори ҳамда мазкур соҳага тегишли бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилинди.

Шу билан бирга туризм соҳаси бўйича Ўзбекистонлик олимлардан Н.Т.Тухлиев, Б.Н.Навруз-Зода, И.С.Тухлиев, Н.С.Ибрагимов, М.К.Пардаев, М.М.Мухаммедов, Б.Х.Тўраев, Д.Х.Асланова, О.Х.Хамидов, М.Т.Алимова, Б.Ш.Сафаров, З.О.Рахимов, Г.А.Алимо-

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Бутунжаҳон туризм ташкилоти Бош Ассамблеяси 25-сессиясидаги нутқи 16.10.2023 https://president.uz/uz/lists/view/6763.

ва, З.И.Усманова кабилар[1] шуғулланиб келмоқдалар. Кўриниб турибдики, мазкур соҳани тадқиқ қилиш ўта долзарб масалалардан бири сифатида кун тартибида турибди.

Тадқиқот методологияси. Туризмнинг турларини тадқиқ қилишга бағишланган мақолани тайёрлаш жараёнида турли методологик ёндошувлардан, хусусан, макон ва замон, индукция ва дедукция, таҳлил ва синтез, мантиқий таҳлил каби методологик асослардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Ҳозирги пайтда туризмнинг турларидан бири ҳукумат ва давлат идоралари томонидан ташкил этилган турли халқаро анжуманлар, симфозиумлар, шу билан бирга турли миллий ва маданий анъаналарни ўрганишга йўналтирилган халқаро миқёсдаги тадбирлар ўтказилмоқда. Шунингдек, давлат музейлари, миллий байрамларга ҳам турли давлатлар вакиллари иштирок этмоқда. Ушбу туризмнинг туриниайрим адабиётларда **демократик туризм,** деб атамоқда.

Туризмнинг яна бир тури **индивидуал (шахсий) туризм** бўлиб, ушбу туризм турида сайёҳлар кичик гуруҳлар томонидан амалга оширилади, улар ўз хоҳишларига кўра йўналишни ўзлари танлайди. Туризмнинг бу тури халқаро ёки ички бўлиши мумкин. Муҳими, буни ҳар бир шахс ўзининг имконияти ва вақтидан келиб чиқиб ўзлари танлайдилар.

Ҳозирги пайтда жаҳон миқёсида маданий меросни ўрганиш, музейлар, театрлар, тарихий обидаларга ҳам қишиқиш ортиб бормоқда. Ушбу туризмни **ҳалқаро маданий мерос туризм**и сифатида эътироф этиш мумкин. Ушбу туризм йўналишида ҳар бир ҳудуд ва миллатнинг қадимги тарихи, маданияти тарихий обидалари орқали ўрганилади. Бу туризмнинг аҳамиятли жиҳати шундаки, шу йўл билан халқларнинг асл қадриятлари ҳам ўрганилади.

Туризмнинг яна бир дунё миқёсида ривожланаётган турларидан бири **соғломлаштириш туризми** ҳисобланади. Ушбу туризмда шифокорлар назоратида хавфсиз ва соғлом турмуш тарзини сақлаш учун ташриф буюрилади. Бунда турли даволанишлар блан бирга санаторияларда дам олиш тадбирлари ҳам амалга оширилади. Ушбу туризм туридан мамлакатимиз аҳолиси ҳам кенг фойдаланиб келмоқда.

Яна бир муҳим йўналишлардан бири спорт машғулотлари, тоғ томошаси, сузиш ва бошқа спортнинг бир қанча турларига йўналтирилган **спорт туризми** ҳисобланади. Бу кўпинча спорт мусобақаларини ўтказиш билан боғлиқдир. Бизнинг командамиз хорижий мамлакатларда ўйнайдиган бўлса, ихлосмандлар уларни қўллаб-қувватлаш учун ўша мамлакатларга бориб томоша қилади. Шу туфайли спорт туризми ҳам ўзига хос бўлиб, барқарор ривожланиш тенденциясига эга.

Ишлаш ёки иш орқали машғул бўлиш, мисол учун кўп сонли иш ўринлари бўлган шахарлар ёки давлатларда фаолият кўрсатиб, юрадиган кишилар **меҳнат туризмига** дахилдордир. Буларнинг меҳнат туризми деб аталишига сабаб улар саёҳат қилиш ёки дав

[1] Навруз-зода Б.Н., Ибрагимов Н.С., Навруз-зода З.Б., Навруз-зода Ш.Б. Туристик ҳудуд рақобатбардошлиги Монография. Бухоро: “Садриддин Салим Бухорий” Дурдона нашриёти, 2017 – 156 б.; Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. -Т.: Гос.науч.изд-во «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2006. – 424 с.; Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Х., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. -Т.: “Iqtisod-Moliya” нашриёти, 2010. – 238 б.; Мухаммедов М.М. ва бошқалар. Хизмат кўрсатиш соҳаси ва туризмни ривожлантиришнинг назарий асослари. //Монография. “Зарафшон” нашриёти. 2017. – 300 б.; Асланова Д.Х. Региональный туристский кластер: сущность и проблемы его эффективного функционирования. Монография. / Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова. – Самарканд: Zarafshon, 2017. – 225 с.; Тураев Б.Х. Организационно-экономические механизмы регионального туризма. -Т.:«Фан», 2009. – 154 с.; Хамидов О.Х. Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана: дисс…канд. экономических наук. -С.:СамИСИ, 2006. -155 с.; Boltabayev M.P, Tuxliyev I.S. Turizm: nazariya va amaliyot. –T.: «Fan va texnologiya», 2018, - 400 b.; Алимова М.Т. Ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида).: иқтисодиёт фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. -С.: СамИСИ, 2017. - 265 б.; Сафаров Б.Ш. Миллий туризм хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик асослари // Монография. - Тошкент: «Фан ва технология» нашриёти, 2016. - 184 б.; Рахимов З.О. Туризм дестинацияларида стратегик режалаштиришнинг ташкилий механизмини такомиллаштириш (Самарқанд шаҳри мисолида): и.ф.н..... диссертация. -С.: СамИСИ, 2012.; Алимова Г.А. Рекреацион-туристик салоҳиятдан самарали фойдаланиш асосида минтақани ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш (Тошкент вилояти мисолида).: и.ф.б. Фалсафа доктори PhD .... диссертация. -Т.: ЎзМУ, 2019.; Усманова З.И. Ўзбекистонда туристик-рекреацион хизматларни ривожлантириш хусусиятлари ва тенденциялари: и.ф.б. Фалсафа доктори PhD .... диссертация. -С.: СамИСИ, 2018.

олиш учун эмас, балки меҳнат қилиш учун ташриф буюрадилар. Туризмнинг бу тури ҳам анча кўпайиб кетган ва ҳамон ошиб бормоқда.

Барча туристлар меҳмонхоналарда узоқ ёки қисқа муддат келиб яшаб, меҳмонхона хизматларидан фойдаланиш. Шу туфайли туризмда меҳмонхона хизматлари асосий ўринни эгаллайди. Туризмининг қайси турига қараманг, ҳаммасида яшаши учун асосан меҳмонхона хизматларидан фойдаланади. Шу туфайли туризмнинг ажралмас қисми бўлган меҳмонхоналарнинг сон ва сифати жиҳатидан ривожланишига катта аҳамият берилиб келинмоқда.

Экологик муҳофаза ва экологик тарбияга қаратилган, табиат ва муҳитга зиён етказмай ҳаракат қилишга қаратилган туризмнинг илғор турларидан бири **экологик туризм** ҳисобланади. Бунда жонли ва жонли бўлмаган табиат объектларига ташриф буюриш, хусусан, миллий паркларга, вулқонлар, ландшафтлар, тўғри ва шовқинли табиат билан танишиш тадбирлари амалга оширилади. Буни айрим адабиётларда табиат туризми, деб ҳам атайдилар.

Кўриниб турибдики, туризмнинг турлари турли йўналишларда амалга оширилиши мумкин экан. Шулардан эътироф этиш жоизки, туризмнинг муҳим йўналишларидан бири **экологик туризмдир**. Мазкур туризм табиатни муҳофаза қилиш ва экологик маданиятни қўллаб-қувватлаш мақсадида ташкил этилган туризм тури ҳисобланади. У табиатни ҳурмат қилган ҳолда сайр қилиш орқали завқланиб, унинг табиий мақонларига, биохилма хилликка зиён етказмаслик, экологик хавфсизликни таъминлаш ва туризм орқали аҳамиятли экологик муаммоларни кўтаришга қаратилган. Экологик туризмнинг ўзига хос асосий хусусиятлари мавжуд. Бу хусусиятлар бир қанча. Булар:

Биринчидан, **табиятни муҳофаза қилиш**га қаратилган. Бунда асосан табиат қўйнидага манзаралар, миллий парклар, зоологик боғлар кабилардан фойдаланишда уни ҳимоя қилишга алоҳида эътибор қаратиладиган тадбирларга аҳамият қаратилади. Бунинг асосий йўналишларидан бири, табий муҳитни ҳурмат қилиш бўлиб, бунда туристлар белгиланган маршрутлардан ташқари чиқмай, табиатга зиён етказмаслик чоралари кўрилади.

Иккинчидан, **маданий ва экологик билимлар ошириш** ҳам муҳим йўналиш ҳисобланади. Бунда туристларга табиатни асраш, ифлослантирмаслик, экологик вазиятлар, табиат муҳофазаси ва иқлим ўзгариши ҳақида маълумотлар бериб борилади. Ушбу йўналишда маҳаллий аҳоли билан ҳамкорлик қилиш ва уларнинг ривожланишига кўмаклашиш орқали туризмнинг манфаатдорлиги ҳам таъминланади.

Учинчидан, туристлар ва маҳаллий аҳолини **экологик онгини** ошириш ва унга масъул бўлишга тарғиб қилиш ҳам соҳанинг ривожланиши учун муҳим аҳамиятга эга. Шу орқали отроф-муҳитни муҳофаза қилиш ва ундан самарали фойдаланишда жамият иштироки таъминланади ва аҳолида сезгирлик ва экологик таълим орқали савияси ҳам ошиб боради.

Кўриниб турибдики, экологик туризмни ривожлантириш табиатни муҳофаза қилиш, маҳаллий жамиятнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши ҳамда туризм салоҳиятини оширишда муҳим аҳамиятга эга экан.

Булардан ҳам кўриниб турибдики, инсоннинг табиатга эътибори экологик туризмни ривожлантиришни ҳам тақозо қилар экан. Бунда ўрмонлар, қирлар, даралар, дарахтзорлар ва бошқа табиатга хос сўлим жойлар, кўркам, турли неъматларга бой ҳудудлардан инсонларнинг завқланиши учун фойдаланиш имконияти яртилади. Табиат оралиғида ташкил этилган саёҳат йўллари, экологик йўналишларни қамраб оладиган экотуризм объектлари билан шахсий ёки гуруҳ ҳисобида саёҳат қилиш учун турли туристик маршрутлар ташкил қилинади.

Табиатдаги тарихий ёдгорликлар, миллий парклар ва зоологик боғлар табиатга боғлиқ маданий мерос объектлари бўлиши ҳам мумкин. Табиатда яшаш, ташқи муҳитга мослашиш, экологик маълумотга эга бўлиш табиатга оид тажриба ва билимларни ошириш ҳам экологик туризм орқали амалга оширилади. Шу орқали инсонларда экологик саводхонлик, табиатни муҳофаза қилишга қаратилган тадбирлар ва маънавий-ахлоқий руҳият ҳам шаклланади.

Хулоса ва таклифлар. Хулоса қилиб айтганда, табиат билан боғлиқ экологик туризм одатда табиатни муҳофаза қилиш, турмуш тарзига диққат қилиш ҳамда экологик онгни ошириш мақсадида ташкил этилади. Шу туфайли мазкур туризмнинг инсон камолотида ўзига хос ўринга эга.

Тадқиқот жараёнида бир қанча илмий ва амалий тавсиялар ҳам ишлаб чиқилди. Булар қуйидагилардан иборат:

Биринчидан, қадимдан мавжуд бўлган туризмнинг турларидан бири индивидуал (шахсий) туризмнинг статистикасини йўлга қўйиш мақсадга мувофиқ. Чунки ушбу маълумотлар мамлакат ва ҳудудлар кесимида ҳам етарли даражада олиб борилмайди.

Иккинчидан, меҳнат туризмини ҳам иккита йўналишда (кирувчи ва чиқувчи) ҳисоб-китобини олиб бориш мақсадга мувофиқ. Меҳнат туризмининг самарадорлигини ошириш мақсадида хорижга юқори малакали мутахассисликка эга бўлган инсон ресурсларини сафарбар қилиш лозим. Чунки булар оладиган иш ҳақи юқори бўлади ва шу орқали мамлакатимиз иқтисодий-ижтимоий ҳаётига муносиб ҳисса қўшади.

Учинчидан, аҳоли ўртасида экологик онгни юксалтириш борасида тегишли ишларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ. Чунки шу йўл билан табиатли, экологик муҳитни асраб-авайлаш ва такомиллаштириш кўникмаси ҳам шаклланиб боради.

Пировардида шуни таъкидлаш жоизки, оламда, табиат, жамият ва инсон тафаккурида содир бўлаётган жараёнлар бир-бири билан ўзвий алоқа ва боғлиқликда бўлгани каби, инсонлар томонидан ўрганадиган турли фанлар ўртасида ҳам мустаҳкам боғлиқлик ва алоқалар мавжуд экан. Хусусан, экологик туризмнинг барча йўналишлари инсон ва уни ўраб турган олам билан чамбарчас боғлиқ. Демак, ҳамма нарса дунёда бир-бири билан диолектик боғлиқликда, деб қаралса мақсадга мувофиқ бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Бутунжаҳон туризм ташкилоти Бош Ассамблеяси 25-сессиясидаги нутқи 16.10.2023 https://president.uz/uz/lists/view/6763.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги «Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги, ПФ-5611-сонли фармони,
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 9 февралдаги Ўзбекистон Республикасида ички ва зиёрат туризмини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6165-сон Фармони,
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 11 сентябрдаги, «Ўзбекистон — 2030» стратегияси тўғрисида”ги ПФ-158-сонли фармони.
5. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. -Т.: Гос.науч.изд-во «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2006. – 424 с.;
6. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Х., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. -Т.: “Iqtisod-Moliya” нашриёти, 2010. – 238 б.;
7. Мухаммедов М.М. ва бошқалар. Хизмат кўрсатиш соҳаси ва туризмни ривожланти-ришнинг назарий асослари. //Монография. “Зарафшон” нашриёти. 2017. – 300 б.;
8. Асланова Д.Х. Региональный туристский кластер: сущность и проблемы его эффективного функционирования. Монография. / Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова. – Самарканд: Zarafshon, 2017. – 225 с.;
9. Тураев Б.Х. Организационно-экономические механизмы регионального туризма. - Т.:«Фан», 2009. – 154 с.;
10. Boltabayev M.P, Tuxliyev I.S. Turizm: nazariya va amaliyot. –T.: «Fan va texnologiya», 2018, - 400 b.;
11. Алимова М.Т. Ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида).: иқтисодиёт фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. -Самарқанд: СамИСИ, 2017. - 265 б.;
12. Сафаров Б.Ш. Миллий туризм хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методо-логик асослари // Монография. - Тошкент: «Фан ва технология» нашриёти, 2016. - 184 б.;

13. Алимова Г.А. Рекреацион-туристик салоҳиятдан самарали фойдаланиш асосида минтақани ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш (Тошкент вилояти мисолида).: и.ф.б. Фалсафа доктори PhD .... диссертация. -Т.: ЎзМУ, 2019.;

М.Куймуратова **Виды туризма и место и значение экологического туризма в них**	**M.Kuimuratova** **Types of tourism and the place and significance of eco-tourism in them**
Аннотация. В статье рассматриваются виды туризма, роль и значение экологического туризма в них. Кратко описываются некоторые виды туризма, которые развиваются в мировом масштабе, в частности, индивидуальный (личный) туризм, международный туризм по культурному наследию, оздоровительный туризм, спортивный туризм, экологический туризм и т. д. Даны также научные рекомендации о необходимости расширения культурных и экологических знаний.	**Abstract**. The article examines the types of tourism, the role and significance of eco-tourism in them. It briefly describes some types of tourism that are developing on a global scale, in particular, individual (personal) tourism, international cultural heritage tourism, health tourism, sports tourism, eco-tourism, etc. It also provides scientific recommendations on the need to expand cultural and environmental knowledge.
Ключевые слова: туризм, виды туризма, безопасный туризм, безбарьерный туризм, экологический туризм, трудовой туризм, оздоровительный туризм, спортивный туризм, демократический туризм, индивидуальный туризм.	**Keywords.** Tourism, types of tourism, safe tourism, barrier-free tourism, eco-tourism, labor tourism, health tourism, sports tourism, democratic tourism, individual tourism.

Хасан Абдусаидович Рахимов – СамИСИ “Иқтисодий таҳлил ва статистика” кафедраси доценти, PhD

ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА ҚАБУЛ ҚИЛИНАДИГАН БОШҚАРУВ ҚАРОРЛАРИНИНГ ТАСНИФИ

Аннотация: маколада туризм ва меҳмонхона соҳаси самарадорлигини оширишда қабул қилинадиган бошқарув қарорларининг алоҳида белгилари бўйича таснифи батафсил ёритиб берилган.

Калит сўзлар: туризм, меҳмонхона, туризм соҳасида бошқарув қарори, меҳмонхона хўжалигида бошқарув қарори.

Кириш. Барча соҳалар сингари туризм ва унинг таркибий қисми бўлган меҳмонхона соҳасида ҳам кадрлар менежментини такомиллаштириш бугунги кунда объектив заруратга айланди. Чунки, иқтисодий-ижтимоий жараёнлар шиддат билан ўзгариб, такомиллашиб бораётган бир паллада, уни бошқарадиган барча иқтисодий механизмларни ва унинг таркибий қисми бўлган менежмент ҳам такомиллашишни талаб қилади. Шу туфайли мазкур масаланинг асосий йўналишларини қараб чиқиш, уларнинг соҳа самарадорлигини оширишга таъсирини ўрганиш ўта долзарб масалалар сирасига киради.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Буни муаммонинг ўрганилганлик даражасидан ҳам яққол билиш мумкин. Хизмат кўрсатиш ватуризм соҳаси тадқиқотлари билан бир қанча МДҲ мамлакатлари олимлари шуғулланиб келмоқдалар. Булар жумласига Ю.Ф.Волков[1], Л.П.Шматко[2] кабиларини киритиш мумкин. Республикамиз олимларидан М.Қ.Пардаев[3], И.С.Тухлиев[4], Н.Тухлиев[5] кабиларнинг асарларида ҳам туризм ва меҳмонхона бизнесини ривожлантиришнинг у ёки бу жиҳатлари, айрим ҳолларда уларда

[1]Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса. Изд. 2-е.- Ростов н/Д.: Феникс, 2005. – 380 с.

[2] Шматько Л.П.и др. Туризм и гостиничное хозяйство. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д.: ИЦ МарТ, 2003.

[3]Пардаев М.Қ. Атабаев Р. Туризм асослари. Самарқанд, СамИСИ. 2006 – 74 б., Пардаев М.Қ. ва бошқалар. Хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳаларини ривожлантириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари. Т.: “Иқтисод ва молия”. 2008. -259 б.

[4]Тухлиев И.С ва бошқалар. Туризм асослари. Ўқув қўлланма. - Самарқанд, СамИСИ, 2010. -247 б.

[5]Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. –Т.: Гос. Науч. Изд-во “O’zbekiston milliy ensiklopediyasi”, 2006. – 386 б., Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущност, тенденции и стратегия развития. –Т.: Гос. Науч. Изд-во “O’zbekiston milliy ensiklopediyasi”, 2006. –

самарадорликни ошириш масалалари тадқиқ этилган.

Бироқ, мазкур олимларнинг асарларида туризм ва меҳмонхоналарда сервис сифатини яхшилаш ва улар самарадорлигини ошириш масалалари яхлит ҳолда бир-бири билан боғлиқ равишда чуқур тадқиқ этилмаган. Туризм ва меҳмонхона хўжаликларида кўрсатиладиган хизматлар самарадорлигини ўрганишнинг объектив зарурлиги ушбу мавзуда чуқур тадқиқот олиб бориш лозимлигини тақозо қилади.

Тадқиқот методологияси. Тадқиқот давомида анализ ва синтез, индукция ва дедукция, сабаб ва оқибат, макон ва замон, тизимли ёндошув каби услублардан, натижа билан омиллар ўртасидаги боғлиқлик функционал бўлганда молиявий-иқтисодий таҳлилнинг анъанавий усулларидан ҳам фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар. Одатда қарорларни қабул қилиш ва уларни амалга оширишнинг андозасини белгилаб бериш бир гуруҳ ходимларнинг (асосан раҳбар ва менежерларнинг) ижодий фаолияти бўлиб ҳисобланади. Албатта булар жамоа мажлисларида муҳокама қилиниб, тегишли ўзгартириш ва қўшимчалар киритилади. Қарорларнинг ишлаб чиқилишидан тортиб бажарилишигача бўлган вақтда ҳамма тадбирлар мазкур соҳада самарадорликни оширишга қаратилган бўлади. Бу бир қанча босқичларни ўзида қамраб олади. Булар қуйидаги расмда ўз ифодасини топган.

Тадқиқотларимиз кўрсатдики, туризм ва меҳмонхона соҳасида ҳам бошқарув қарорлари бир қанча белгилари бўйича таснифланади. Нашр қилинган адабиётларни ва амалиётни тадқиқ қилиш натижасида бошқарув қарорларини қуйидаги 7 та белгиси бўйича таснифлаш мумкин, деган хулосага келдик. Буларни мазкур жадвалда кўриш мумкин (1-жадвал).

1-жадвал

Туризм ва меҳмонхона соҳаси самарадорлигини оширишда қабул қилинадиган бошқарув қарорларининг алоҳида белгилари бўйича таснифи[1]

Т/р	Таснифлаш белгилари	Таснифи
1.	Бажариш муддати бўйича	- узоқ муддатли (4 йилдан ортиқ муддатга); - қисқа муддатли (бир йилгача); - ўрта муддатли (1 йилдан 3 йилгача).
2.	Қамраб олиш даражаси бўйича	- умумий (ҳаммага тегишли қарор); - қисман (айрим мутахассисларга, бўлимларга тегишли қарор).
3.	Мураккаблиги бўйича	- мураккаб ечимга эга қарор; - оддий ечимга эга қарор.
4.	Димийлиги бўйича	- такрорланадиган қарор; - бир марталик қарор.
5.	Мазмуни бўйича	- иқтисодий ҳаётга оид; - ижтимоий ҳаётга оид; -ҳуқуқий масалаларга оид; - сиёсий ҳаётга оид; - маънавий ва маърифий йўналишга оид қарорлар.
6.	Имкониятларни инобатга олиниши бўйича	- ички имкониятларга таянадиган; - ташқи имкониятлардан фойдаланиши кўзда туилган (банк кредити, ташқи инвесторлар, ҳомийлар каби).
7.	Янгилиги бўйича	- анъанавий мазмундаги қарорлар; - инновацион мазмундаги қарорлар.

Туризм ва меҳмонхона хўжаликларида бошқарув қарорлари ҳам бажариш муддати бўйича турли даврларга ўз ичига олади. Кўп қарорлар, одатда жорий даврга мўлжалланган

416 с., Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризме. –Т.: Гос. Науч. Изд-во “O’zbekiston milliy ensiklopediyasi”, 2006. – 386 с.

[1]Жадвал нашр қилинган адабиётларни тадқиқ қилиш натижасида ва туризм соҳасининг амалиётини ўрганиш асосида муаллиф томонидан тузилди.

бўлади. Булар қисқа муддатли, яъни бир йилгача бўлган даврда бажарилиши таъминланиши лозим бўлган қарорларни ташкил қилади. Кўпгина адабиётларда бир йилдан ортиқ вақтга мўлжалланган қарорларни узоқ муддатда бажариладиган қарорлар, деб юритилади. Бундай қарорларни бир йилдан уч йилгача даврни қамраб олишига қараб ўрта муддатли қарорлар, деб аталишига қўшиламиз. Узоқ муддатли қарорлар тўрт ва ундан ортиқ муддатга мўлжалланган бўлади. Булар меҳмонхона ёки туризм соҳасининг строгегиясини белгиловчи самарадорлигини оширишга қаратилган қарорлар бўлиб ҳисобланади. Шу жиҳатдан барча қарорларнинг турларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Бошқарув қарорларининг навбатдаги йўналиши қамраб олиш даражаси бўйича таснифланади. Бунда қарорлар, юқорида таъкидланганидек,умумий, яъни мазкур субъектда фаолият кўрсатадиган ҳамма ходимларга тегишли қарор бўлиб ҳисобланади. Масалан, туризмва меҳмонхона хўжаликларида иш самарадорлигини ва сифатини оширишга қаратилган қарор. Бу ҳамма ходимларга тегишлидир. Бироқ, ушбу соҳада ҳам айрим мутахассисларга, бўлимларга тегишли қарорлар ҳам бўлиши мумкин. Масалан, ўз вақтида иш ҳақини беришга эришиш, бу асосан бухгалтерия ходимларига тегишли. Ёки кадрлар малакасини ошириш графигини ишлаб чиқиш ва тасдиқлаш. Бу бевосита кадрлар бўлими ходимларига тегишлидир ва ҳ.к. Бундай мазмундаги қарорлар қисман аҳамиятга эга бўлган қарор бўлиши мумкин.

Бошқарув қарорларини мураккаблиги бўйича ҳам таснифлаш мумкин. Бу ҳолда мураккаб ечимга эга бўлган қарорларни инобатга олиш лозим. Бундай қарорларни бажаришда раҳбарлар, менежерлар, мутахассисларнинг ҳамкорликдаги ҳаракатлари лозим бўлади. Акс ҳолда ушбу қарорни бажариш имконияти бўлмайди. Масалан, ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатишни модернизация қилиш жараёни. Бунинг учун мазкур қарорнинг бажарилишига оддий механикдан тортиб раҳбаргача, бухгалтердан тортиб, молиявий менежергача ҳамма ходимларнинг жалб қилинишини талаб қилади. Шу билан бирга туризм ва меҳмонхона хўжаликларида оддий ечимга эга бўлган қарорлар ҳам бор. Ушбу қарорларнинг ечими оддий. Масалан, булар жумласига ходимларнинг навбатчилигини белгилаш ва уни таъминлашга қаратилган қарор ёки ходимларнинг сменасига ўзгартиришлар киритиш бўйича қабул қилинадиган қарорлар кабиларни келтириш мумкин. Буларнинг барчаси мазкур субъектларда самарадорликни оширишга қаратилган бўлиши лозим.

Бошқарув қарорларининг навбатдаги йўналиши, уларнинг доимийлиги бўйича таснифланишидир.Бунинг бир йўналиши такрорланадиган қарорлар бўлиб ҳисобланади. Бундай қарорлар вақти-вақти билан такрорланиб туради. Масалан, ҳар йили мазкур субъект фаолиятида самарадорликни оширишга қаратилган режани тузиш ва тасдиқлаш бўйича қабул қилинадиган қарор. Ёки йил (чорак) якулари бўйича ҳисоботни тақдим этишга қаратилган қарорнинг қабул қилиниши кабиларни таъкидлаш жоиз. Мазкур гуруҳ таркибида бир марталик қарорларнинг борлигини ҳам инобатга олиш лозимдир. Булар бир марта қабул қилинади ва бажарилади. Унга кейинчалик умуман қайтмаслиги мумкин. Масалан, туризм соҳасига оид дунё миқиёсида ташкил қилинган конференция делегацияларини кутиб олиш, уларни жойлаштириш ва жўнатиш билан боғлиқ тадбирларни қамраб оладиган қарорларни келтириш мумкин.

Бошқарув қарорларининг навбатдаги йўналиши қарорларнинг мазмуни бўйича тавсифланишидир.Иқтисодиёт соҳасида бошқарув қарорлари биринчи галда иқтисодий ҳаётга оид бўлишини инобатга олиш лозим бўлади. Самарадорликни ошириш учун энг аввало иқтисодий омилларин инобатга олиш лозим. Мазкур соҳадаги яна бир йўналиш ҳуқуқий масалаларга оид қарорлардир. Бу ҳам ўзига хос масалаларни қамраб олади. Чунки меҳнат жамоасидаги ижтимоий адолатга қонун устуворлигини таъминлаган ҳолдагина эришиш мумкин. Ижтимоий адолат бор жойда ривожланиш, самарали меҳнат жараёни мавжуд. Бошқарув қарорларининг мазмуни бўйича тавсифланишида муҳим йўналишлардан бири сиёсий ҳаётга оид қарорлардир. Ушбу қарорлар ҳам хўжалик юритувчи субъектлар, хусусан, меҳмонхона хўжаликлари ва туризм соҳаси учун муҳимдир. Чунки ушбу соҳанинг самарадорлиги туристлар оқимига боғлиқ. Булар эса мамлакатдаги сиёсий вазиятга боғлиқ. Бир-бирига чамбарчас боғлиқликни

самарадорликни оширишга қаратилган қарорларни қабул қилишда инобатга олмаслик мумкин эмас. Бевосита соҳа персоналларини бошқаришга қаратилган қарорлардан бири, маънавий ва маърифий йўналишга оид қарорлардир. Инсонларнинг маънавияти барча масалаларни ҳал қилади. Агар уларда ўз корхонасига ишига садоқат руҳи кучли бўлса, самарали фаолият кўрсатмасликнинг ўзи мумкин эмас. Шу туфайли ходимлар маънавияти юксак бўлишини таъминлайдиган қарорларни қабул қилиш лозим.

Бошқарув қарорларининг навбатдаги йўналиши, уларнинг янгилиги бўйича таснифланишидир.Субъектлар самарадорлигини оширишда асосан анъанавий усуллардан фойдаланиб келинган. Шу мазмундаги қарорлар синалган ва тажрибаларга таянган бўлади. Шулар билан бирга ҳар қандай самарадорликни оширишда янгиликларни жорий қилиш мақсадга мувофиқ. Чунки, ҳозирги тез ўзгаришлар даврида инновацион мазмундаги қарорларни қабул қилишни тақозо қилади. Ҳозирги пайтда технологик жараёнлар тез ўзгараётган паллада ҳар бир хўжалик юритувчи субъект ўзининг рақобатбардошлигини таъминлаши лозим. Бунга эришиш учун асосий йўл инновацияларни ишлаб чиқаришга, хизмат кўрсатишга ва иш бажаришга жорий қилишдан иборатдир.

Хулоса ва таклифлар. Бу соҳа бошқарув қарорларини қабул қилишда имкониятларни инобатга олиниши бўйича ҳам таснифлаш мумкин. Чунки, хўжалик юритувчи субъектларда, унинг таркибий қисми бўлган туризм ва меҳмонхона хўжаликларида самарадорликни ошириш учун асосан ички имкониятларга таянилади. Чунки, ички имкониятлар мазкур субъектнинг сай ҳаракатларига бевосита боғлиқдир. Ҳар бир субъектда ички имкониятлар билан бирга ташқи имкониятлардан ҳам кенг фойдаланиши мумкин. Бошқарувда бундай имкониятларга банк кредити, ташқи инвесторлар, ҳомийлар кабиларни киритиш мумкин. Уларнинг маблағларидан ҳам самарали фойдаланиш бўйича қарорлар қабул қилишга эришиш мақсадга мувофиқ.

Кўриниб турибдики, туризм ва меҳмонхона соҳаси самарадорлигини оширишда қабул қилинадиган бошқарув қарорларининг алоҳида белгилари бўйича таснифи, унга эришишнинг ҳамма жиҳатларини қамраб олади. Агар улар бевосита амалиётга жорий қилинса, самарадорликка эришишнинг асосий янги-янги йўналишлари очилади.

Х.Рахимов	**Kh.Rakhimov**
Классификация управленческих решений, принимаемых для повышения эффективности туристско-гостиничного бизнеса	**Classification of management decisions to be adopted in increasing the efficiency of the tourism and hotel industry**
Аннотация: В статье подробно рассмотрена классификация управленческих решений, принимаемых в целях повышения эффективности деятельности предприятий туристической и гостиничной отрасли, по их видовым признака.	**Abstract.** the article describes in detail the classification of management decisions to be made in order to improve the efficiency of the tourism and hotel industry according to specific characteristics.
Ключевые слова туризм, гостиница, управленческое решение в сфере туризма, управленческое решение в гостиничном хозяйстве.	**Keywords:** tourism, hotel, management decision in the field of tourism, management decision in the hotel industry.

Askar Axrorovich Siddikov – Samarqand Iqtisodiyot va Servis instituti dotsenti v.b.
Shukurullo Nusratullo o‘g‘li Haqqulov – SamISI, TM-124-guruh talabasi

TURIZM VA MEHMONXONA SANOATINING IQTISODIY AHAMIYATI

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizm va mehmonxona sanoatining zamonaviy iqtisodiyotdagi o‘rni hamda iqtisodiy o‘sish va bandlikka qo‘shayotgan hissasi tahlil qilinadi. Chet el valyutasi oqimi, yangi ish o‘rinlari yaratilishi va xizmatlar sektorining rivojlanishi kabilar asosiy yo‘nalishlar sifatida ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, infratuzilmaga investitsiyalar jalb etilishi, transport va logistika sohalari bilan integratsiya jarayonlari yoritiladi. Maqolada O‘zbekistondagi mehmonxona biznesi rivoji, xalqaro tarmoq kompaniyalarining bozordagi o‘rni va mavsumiy narx strategiyalari ham tahlil qilinadi.
Kalit so‘zlar: turizm iqtisodiyoti, mehmonxona sohasi, ish o‘rinlari, investitsiyalar, infratuzilma, xorijiy valyuta oqimi, narx siyosati..

Kirish. Bugungi kunda turizm va mehmonxona sanoati nafaqat dam olish yoki sayohat qilish vositasi, balki dunyo iqtisodiyotining eng muhim tarmoqlaridan biriga aylangan. Dunyodagi eng daromadli sohalar ichida 3-o‘rinda turadi. Bu soha mamlakatlarning iqtisodiy o‘sishida, yangi ish o‘rinlarini yaratishda va milliy daromadni oshirishda muhim rol o‘ynaydi. Ayniqsa, tabiiy va madaniy merosga boy davlatlar turizmni strategik rivojlantirish orqali xalqaro bozorda o‘z o‘rnini mustahkamlashga intilmoqda.

Turizmning rivojlanishi yo‘llar, aeroportlar, mehmonxonalar va boshqa infratuzilmalarga sarmoya kiritishga undaydi. Hududiy rivojlanishni ta’minlab, sayyohlik yo‘nalishlaridagi shaharlar va qishloqlarning iqtisodiyotini jonlantiradi. Mehmonxona biznesi esa turizmning ajralmas qismi bo‘lib, sayyohlarning qulay yashash sharoitlarini ta’minlash orqali xizmatlar sifatini oshiradi. Rivojlangan davlatlarda turizm infratuzilmasiga kiritilgan investitsiyalar iqtisodiy rivojlanishni ta’minlashning muhim omilidir. Shu sababli, bu sohaga e’tibor qaratish nafaqat daromad manbai, balki mamlakatning jahon miqyosidagi nufuzini oshirish uchun ham katta ahamiyatga ega. Ushbu maqolada turizm va mehmonxona sanoatining iqtisodiy ahamiyati, uning mamlakat iqtisodiyotiga ta’siri va iqtisodiy rivojlanishi tahlil qilinadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Turizm va mehmonxona sanoatining iqtisodiy ahamiyati bo‘yicha bir qancha olimlarning ishalari tahlil qilindi. Masalan J. Tribe, Dwyer. L, Stabler. M, hamda Sadikov. T. B. kabi olimlarning asarlarida bu sanoatning iqtisodiy ahamiyati yoritilgan. Ushbu tadqiqotchilar turizmning milliy va xalqaro iqtisodiyotdagi o‘rni, uning investitsiyalar va bandlik darajasiga ta’siri, turistik faoliyatni samarali boshqarish usullari hamda turizmda iqtisodiy rivojlanish strategiyalari haqida fikr yuritganlar.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda turizm va mehmonxona sanoatining iqtisodiyotdagi o‘rnini aniqlash maqsadida ilmiy manbalar, mavzuga oid adabiyotlar va statistik ma’lumotlar tahlil qilinadi.

Tadqiqotda ilmiy manbalar asosida turizm va mehmonxona sanoatining iqtisodiyotdagi o‘rni o‘rganildi. Mahalliy va xalqaro tajribalar solishtirilib, iqtisodiy samaradorlik ko‘rsatkichlari baholandi. Statistik ma’lumotlarga tayangan holda soha rivojining dinamikasi tahlil qilindi.

Tahlil va natijalar. Turizm va mehmonxona sanoati dunyo iqtisodiyotining eng muhim tarmoqlaridan biri bo‘lib, u iqtisodiy o‘sishni tezlashtirish, ish o‘rinlarini yaratish va infratuzilmani rivojlantirishda katta rol o‘ynaydi. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, turizm mamlakat daromadlarini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Sayyohlar tomonidan sarflanadigan mablag‘ mehmonxonalar, restoranlar, transport va savdo sektori orqali iqtisodiyotga qayta kirib keladi. Shu bilan birga, turizm mahalliy biznes va tadbirkorlikning rivojlanishiga ham turtki beradi. Ayniqsa, mehmonxona sanoati, aviachiptalar savdosi, gidlik xizmatlari va suvenir bozorlari sayyohlarning sarf-xarajatlaridan bevosita foyda ko‘radi. Bu esa xizmatlar sektorining kengayishiga va yangi ish o‘rinlari yaratilishiga olib keladi.Bundan tashqari, turizm boshqa tarmoqlarga ham sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Mehmonxona sanoatining rivojlanishi natijasida yangi mehmonxonalar quriladi, bu esa qurilish, mebel ishlab chiqarish, muhandislik va boshqa xizmatlarning talabini oshiradi. Transport sohasi ham turizm bilan bog‘liq ravishda rivojlanib, aeroportlar, temiryo‘l va avtobus yo‘nalishlari kengaytiriladi. Shu bilan birga, qishloq xo‘jaligi va oziq-ovqat sanoati ham mehmonxona va restoranlar orqali sayyohlarga xizmat ko‘rsatish uchun yangi imkoniyatlar yaratadi.

Turizm sohasi nafaqat valyuta tushumlarini oshirish, balki yangi ish o‘rinlarini yaratish, xizmat ko‘rsatish sektorini rivojlantirish va infratuzilmani yaxshilash orqali ham iqtisodiy taraqqiyotga hissa qo‘shadi. Sayyohlar oqimining ko‘payishi mahalliy tadbirkorlik, transport va mehmonxona sanoati rivojlanishiga turtki bo‘lib, hududiy iqtisodiy faollikni oshiradi. Shuningdek, turizmning barqaror o‘sishi xorijiy investitsiyalar jalb qilinishiga va xalqaro hamkorlikning kengayishiga xizmat qiladi. Shu sababli, mamlakatda turizmni rivojlantirish iqtisodiy o‘sishning muhim omillaridan biri hisoblanadi.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, innovatsiyalar va raqamli texnologiyalar turizm sanoatining samaradorligini oshirishga xizmat qilmoqda. Onlayn bron qilish tizimlari, raqamli marketing strategiyalari va sun’iy intellekt asosida ishlaydigan xizmatlar sayyohlarga qulaylik yaratib, biznes egalari uchun xarajatlarni kamaytirishga yordam bermoqda. Raqamli transformatsiya orqali mehmonxonalar o‘z xizmatlarini avtomatlashtirib, mijozlar bilan bevosita

muloqot qilish imkoniyatiga ega bo‘lmoqda.

1-jadval

2018-2023-yillardagi sayyohlar tashrifi va turizm sohasidan tushgan daromad

Yil	Sayyohlar tashrifi (mln)	Turizm daromadi (mlrd $)
2018	5.3	1.2
2019	6.4	1.6
2020	1.5	0.5
2021	2.9	0.9
2022	5.2	1.5
2023	7.1	2.0



1-rasm. 2018-2023-yillarda turizm sohasida yaratilgan ish o‘rinlari

Ekologik barqaror turizm masalasi ham dolzarb hisoblanadi. Sayyohlik hududlarining ortib borayotgan ekspluatatsiyasi tabiatga bosimni kuchaytiradi, shu sababli ko‘plab mamlakatlar turizmni rivojlantirishda ekologik omillarga e’tibor qaratmoqda. Atrof-muhitga zarar yetkazmaslik, yashil energiyadan foydalanish, chiqindilarni kamaytirish va mahalliy madaniy merosni asrash turizmning uzoq muddatli samaradorligini ta’minlashga xizmat qiladi. Tadqiqotda ko‘rsatilganidek, ekologik toza turizm nafaqat atrof-muhitga foyda keltiradi, balki iqtisodiy jihatdan ham barqaror natijalar beradi. Zamonaviy texnologiyalar va ekologik barqaror yondashuvlarni qo‘llash orqali turizm sohasining yanada samarali bo‘lishiga erishish mumkin. Shu bois, kelajakda turizm sanoatini diversifikatsiya qilish, innovatsion yondashuvlarni joriy etish va mahalliy iqtisodiyotni qo‘llab-quvvatlash strategiyalariga alohida e’tibor qaratish lozim.

Xulosa va Takliflar. Turizm va mehmonxona sanoati bugungi global iqtisodiyotning ajralmas qismi bo‘lib, u iqtisodiy o‘sish, yangi ish o‘rinlarini yaratish va mahalliy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash orqali jamiyat farovonligiga katta hissa qo‘shadi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, ushbu soha nafaqat bevosita daromad manbai sifatida, balki boshqa tarmoqlar bilan uzviy bog‘langan holda, keng iqtisodiy ta’sir doirasiga ega. Mehmonxona va sayyohlik infratuzilmasining rivojlanishi natijasida transport, savdo, oziq-ovqat sanoati, madaniyat va qurilish tarmoqlari ham o‘sishga erishadi.

Zamonaviy texnologiyalarning joriy etilishi turizm sanoatini yanada samarali va raqobat-bardosh qilish imkonini bermoqda. Onlayn bron qilish tizimlari, sun’iy intellekt yordami bilan

boshqariladigan xizmatlar va raqamli marketing strategiyalari turizm biznesining yangi bosqichga chiqishiga yordam bermoqda. Shu bilan birga, ekologik barqarorlik masalasi ham muhim bo‘lib, uzoq muddatli rivojlanish uchun yashil texnologiyalar va ekologik muhofaza choralariga katta e’tibor qaratish lozim. Mahalliy va xalqaro sayyohlarni jalb qilish strategiyalarini takomillashtirish, innovatsion loyihalarni qo‘llab-quvvatlash va infratuzilmani zamonaviylashtirish orqali turizm iqtisodiy samaradorligini yanada oshirish mumkin.

1. Mehnat bozorini rivojlantirish: Turizm sohasida malakali kadrlarni tayyorlash, mehmonxona va xizmat ko‘rsatish yo‘nalishida maxsus o‘quv dasturlarini joriy etish.

2. Barqaror turizmni rivojlantirish: Ekologik toza va iqlimga mos keluvchi turizm loyihalarini qo‘llab-quvvatlash, mahalliy aholini turizmga jalb qilish

3. Raqamli texnologiyalarni joriy etish: Sun’iy intellekt va onlayn xizmatlar orqali turizm sohasida mijozlarga qulaylik yaratish, virtual turizm imkoniyatlarini kengaytirish.

4. Investitsiyalarni jalb qilish: Xususiy sektor va xorijiy sarmoyalarni jalb qilish orqali yangi mehmonxonalar, rekreatsion zonalar va sayyohlik obyektlarini barpo etish.

5. Reklama va marketingni kuchaytirish: O‘zbekistonning turistik salohiyatini jahon bozorida faol targ‘ib qilish, xalqaro turizm yarmarkalarida ishtirok etish va raqamli marketing strategiyalaridan samarali foydalanish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Tribe, J. (2011). The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Elsevier.
2. Stabler, M., Papatheodorou, A., & Sinclair, M. T. (2010). The Economics of Tourism. Routledge.
3. Dwyer, L., Forsyth, P., & Dwyer, W. (2020). Tourism Economics and Policy. Channel View Publications.
4. UNWTO (2022). Tourism and Economic Development: Trends and Policies. United Nations World Tourism Organization
5. Sadikov, T. B., & Nurfayziyeva, M. Z. (2019). Turizm va mehmondo‘stlik. Iqtisodiyot.

А.,Сиддиков, Ш.Хаккулов

Экономическое значение туризма и гостиничного бизнеса

Аннотация: В данной статье анализируется экономическая значимость туристической и гостиничной индустрии. В туристическом секторе хорошо известно, что иностранные туристы привозят свою национальную валюту в посещаемые страны, что способствует экономическому росту государства. Гостиничная индустрия, в свою очередь, создает рабочие места и повышает уровень занятости. Кроме того, инвестиции в инфраструктуру туризма и гостиничного бизнеса стимулируют региональное развитие, способствуя прогрессу в сфере транспорта, строительства и обслуживания. В статье также рассматриваются особенности развития туризма и гостиничного бизнеса в Узбекистане, олигополистические структуры международных гостиничных сетей, сезонный спрос и ценовая политика.

Ключевые слова: экономика туризма, гостиничная индустрия, валовой внутренний продукт, создание рабочих мест, инвестиции, развитие инфраструктуры, приток иностранной валюты, туристическая политика, культурное наследие, цифровые технологии.

A.Siddikov, SH.Haqqulov

The Economic Importance of Tourism and Hospitality Industry

Abstract: This article analyzes the economic significance of the tourism and hospitality industry. In the tourism sector, it is well known that foreign tourists bring their national currency to the destinations they visit, contributing to the economic growth of the country. The hospitality industry, in turn, creates job opportunities and increases employment rates. Additionally, investments in tourism and hospitality infrastructure stimulate regional development, fostering progress in transport, construction, and service industries. The article also examines the characteristics of tourism and hotel business development in Uzbekistan, the oligopolistic structures of international hotel chains, seasonal demand, and pricing policies.

Keywords: tourism economy, hospitality industry, gross domestic product, job creation, investments, infrastructure development, foreign currency inflow, tourism policy, cultural heritage, digital technologies.

Akbarjan Sabirjanovich Madaxanov – Andijon davlat tibbiyot instituti katta o‘qituvchisi, t.f.n.
Zaynab Sattarovna Naimova – Samarqand davlat tibbiyot universiteti katta o‘qituvchisi
Akmal Akbarjanovich Madaxanov – O‘zbekiston kasaba uyushmalari Federatsiyasi, «Xonobod» sanatoriyasi, shifokor-nevropatolog

EKOLOGIK VA REKREATSION TURIZM DESTINATSIYALARINI YARATISH VA ULARDAN FOYDALANISHDA INSON OMILI MASALALARIGA DOIR MULOHAZALAR

Annotatsiya. Maqolada O‘zbekiston Respublikasida ichki va tashqi turizm jadal rivojlanib borayotgan sharoitda, ekologik va rekreatsion turistik destinatsiyalarni yaratish va foydalanishda inson omilining roli va o‘rni masalalari qaralgan. Andijon viloyatining Xonobod shahrida ekologik va rekreatsion turistik destinatsiyalarni yaratish va foydalanish tarixi va tajribasiga doir qimmatli materiallardan iborat ma’lumotlar keltirilgan.
Kalit so‘zlar: ekologik turizm, rekreatsion turizm, turistik destinatsiyalar, inson omili, inson omili, sayyohlar.

Kirish. XXI asrning birinchi choragi ham, dunyo miqyosida, turizm jadal sur`atlar bilan nafaqat iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlaridan biriga aylanib borishida, balki insonlar hayotining demografik holati, ijtimoiy sharoitlari va ayniqsa ruhiy muhitining shakllanishiga sezilarli ta’sir qilishining davom e’tayotganligi bilan yakunlanmoqda. Shu bois, turistik resurslarga boy O‘zbekiston Respublikasida ichki va tashqi turizmni yanada jadal rivojlantirish masalasi davlat ahamiyatiga molik maqsad va vazifalar qatoridan o`rin olmoqda [1,4,8]. Mamlakatda turizmning barcha turlarini, jumladan ekologik, tibbiy va sog‘lomlashtirish turizmni rivojlantirishga alohida e’tbor berilmoqda [5,7]. Turizmning ushbu turlari o‘z navbatida mavjud turistik destinatsiyalarni saqlash-avaylash, yangilarini yaratish va ulardan sayyohlar ehtiyojini qondira oladigan darajada foydalanishni tashkil etish masalalariga e’tibor yanada kuchaytirilishini taqozo qilishi tabiiy[10]. Ma’lumki, ko‘p yillar davomida Andijon viloyatining Xonobod shahri va uning yaqin atrof hududlarida, ekologik va rekreatsion turistik destinatsiyalarni nafaqat yaratish, balki sonini va turlarini ko‘paytirish, hajmini kengaytira borish, va eng muhimi ularni asrash-avaylash borasida, e’tiborga sazovor ishlar izchillik bilan amalga oshirilib kelinmoqda. Ushbu maskanda to‘plangan boy tajribalarni chuqur va atroflicha o`rganish va tahlil qilish asosida shakllangan ma’lumotlar, mamlakatimizda dolzarb bo‘lib turgan – yashil iqtisodiyotga o‘tish[3], respublikada yashillik darajasini yanada oshirish orqali ekologik barqarorlikni ta’minlash[6], “Yashil” turizm salohiyatini rivojlantirish[10] kabi vazifalarni bajarishga doir amaliy tavsiyalar majmuasini yaratishda muhim manbaa sifatida hizmat qiladi, deb umid qilish mumkin.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Jaohon miqyosida, mamlakatlar o‘rtasida siyosiy munosabatlarning yanada yahshilanishi, iqtisodiy aloqalarning mustahkamlana borishi o‘z novbatida ichki va tashqi sayyohlar oqimining jadal sur’atlar bilan kengayishiga ijobiy ta’sir etmoqda. Ushbu qonuniyatli voqelik XXI asr turizmining nazariy va amaliy masalalarini atroflicha o‘rganishni taqozo etmoqda. Tuxliyev I.S. hammualliflikda yaratgan darslik ushbu yonalishdagi mukammal ilmiy-amaliy ishlaymalar qatoridan o‘rin olgan[17]. Ekologik turizm masalalari, shuningdek Xayitboev T. tomonidan hammualliflikda tuzilgan uslubiy qollanmada ham yoritilgan[19]. Ekologik va rekreatsion turizmning rivojlanishining bugungi holati, sohaning mavjud muammolari, ularni bartaraf etishga oid tavsiyalar majmuasini ishlab chiqish, istiqbollarini ta’minlash masalalariga qator mualliflarning ilmiy tadqiqotlari bagishlangan[11,12,13]. Turaev B.X. hammualliflikda [16], hamda Sodiqova T.[15] va Shamsiddin Ismonlarning asarlarida[18] chevar tabiat, ezgulikka intilib yashayotgan insonlarning mehri va mehnati bilan bunyod etilgan, ekologik va rekreatsion resurslarga boy – Xonobod shahri haqida bayon qilingan. Tabiiyki, bunday shaharlar va u yerlardagi turistik destinatsiyalarni shakllantirish va rivojlantirish muammo va mashaqqatlarsiz kechmagan. M.Q.Pardaevning “Insonning ruhiyati va kechinmalari haqida savol-javoblar” nomli ibratli bitiklarida ana shunday muammo va mashaqqatlarni yechishga yondashuvlarga doir tavsiyalar keltirilgan[14]. Ayni paytda, O‘zbekiston Respublikasida ichki va tashqi turizm jadal rivojlanib borayotgan sharoitda

ekologik va rekreatsion turizmning moddiy-texnik va ma’naviy asosi – turistik destinatsiyalarni yaratish, asrab-avaylash va ulardan foydalanishda inson omilining ro‘li va o‘rnini ko‘rsatib berishga bag‘ishlangan tadqiqotlar kamligi etiborni tortadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda tizimli yondashuv va tizimli tahlil printsiplariga asoslangan bevosita kuzatish va sotsiologik usullar qo‘llanildi. Natijada Andijon viloyatining Xonobod shahri va uning yaqin atrof hududlarida, ko‘p yillar davomida amalga oshirilayotgan ishlar haqida quyidagi muhim ma’lumotlarni yig`ish va tahlil qilish imkoni tug‘ildi.

Tahlil va natijalar. Hozirgi Xonobod shahar Hidirsha hududining tog‘-yonbag‘rida arxeologlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarning natijalari shuni ko‘rsatdiki, Qadim Farg`ona (Davan) markazlashgan davlatchilik davrida vodiyning sharqida yangi bo‘z yerlarni o‘zlashtirish uchun ko‘plab suv inshootlarini bunyod e’tilishiga, ortidan esa, mintaqadagi urbanizatsion jarayonlarni kuchaytirib borgan. Hududdagi mavjud iqlim sharoiti, serunum yerlar hamda suv manbasini barqarorligi bilan bog‘liq ravishda masalan, Andijonsoy bo‘yida o‘nlab, Shahrihonsoy bo‘yida esa 40 dan ortiq obod manzilgohlar qad ko‘targan[9].

Ushbu shahar tarixiy rivojlanishinning keyingi davrlarida ham inson omilining roli va o`rnini beqiyos bolganligini ko`rish mumkin. Masalan, XIII asrlarda “Buyuk ipak yo‘li“ning karvonlar uchun qulay tabiiy-iqlim sharoitlari, sog‘lomlashtiruvchi va dam olish imkoniyatlarining boyligi bilan uzoq-yaqindan sayyohlarni jalb eta olishda, e’zgulikka intilib yashagan ulamo Sayyid Fozilmon Dehlaviy umrining bu yerda o‘tgan davri bilan bog`lash mumkin. U salomatligining tiklanishida xizmat va mehrlarini darig‘ tutmagan ushbu qishloq ahliga, hamda dardiga shifo baxsh etgan buloqqa umrining oxirigacha bog‘lanib qoladi. Buloq atrofini obodonlashtirishga bel bog‘laydi. Uning g‘ayrati va shijoati boshqalarni ham ruhlantiradi. Qishloq tez orada karvonlar e’tiborini tortadigan darajada qiyofasini o‘zgartiradi va ular uchun qulay tunash joyiga aylana boshlaydi. [16].

Aholi yashagan ushbu hudud rivollanishining keyingi davrlarida ekologik va rekreatsion hususiyatlariga ko‘ra sayyohlar e’tiborini torta olish darajasidagi “Beshkapa“ va “Xontaxt“ nomlari bilan ham mashhur bo‘lgan. Farg‘ona vodiysining eng sharqida joylashgan Xonobodning bugungi jamolini ko‘rishdan bahramand bo‘lish nasib etganlarning xayollari beihtiyor ushbu shaharning yaratilish davrlariga va uning jonkuyar qahramonlariga ketar ekan, ular kim, qanday insonlar edi, degan savollarning tug‘ilishi tabiiy. Ushbu savollarga javob qidirishni maqsad qilib qo‘ygan tadqiqotimizda, shaharning shakllanishi, bu yerda yashagan insonlarning hayoti, intilishlariga oid, chop etilgan maqolalar[12,13,17,19] va mo‘jazgina kitobchalarda[16,18] keltirilgan ma’lumotlarga, ayniqsa o‘sha davrlarda turli lavozimlarda ishlab kelgan, bugungi kunda ham faol hayot kechirishda davom etayotgan insonlar bilan bo‘lgan suhbatlarimizning natijalariga tayanishni maqsadga muvofiq hisobladik. To‘plangan dastlabki ma’lumotlarni tahlil qilar ekanmiz, bu yerda, azaldan shu Zaminning tuprog‘yu-havosini qadrlaydigan va uning kelajagi porloq bo‘lishini ta’minlashga bel bog‘lagan ko‘plab yoshu-qarilar yashab kelayotganligiga iqror bo‘ldik. Ular – asli ajdodlari shu yerlik yoki turli yurtlardan kelib qolgan bo‘lishlariga qaramasdan, shu Zaminga qattiq bog‘lanib qolganliklarini va umrlarining oxirigacha unga bor mehrlarini berib, uning obodonchiligi va keng manodagi istiqbollari poydevorini yaratishga intilib yashaganliklari haqidagi ma’lumotlarni oldik. Bugungi kunda honobodliklar oldida shaharni turistik maskan sifatida jozibadorligini yanada oshirib borishdek ulug`vor maqsad turibdi. Bunda, Xonobod shahri va unda yashil turizmning barcha turlarini, jumladan ekologik va rekreatsion turizmni rivojlantirishning moddiy va ma`naviy asosi – turistik destinatsiyalarni yaratish va ulardan foydalanishda inson omilining o‘rni va ro‘lini yanada oshirishga oid olib borilishini taqozo etayotgan ishlar bilan bog‘liq qator muammolarni yechish dolzarb masalalardan biri bo‘lib qolmoqda. Muhtaram Prezidentimiz Sh. M. Mirziyoyev rahbarligida yangi O‘zbekistonni yaratish va yanada taraqqiy e’ttirish ezgu niyatlari va beqiyos harakatlari bilan yashayotgan nafaqat yurtdoshlarimiz, balki qo‘shni davlatlarning keng jamoatchilik uchun ham 2024 yil, unitilmas sana bo‘lib qolishi tabiiy. Zero, aynan 2024 yil, ona yurti ravnaqining fidoyisi, zabardast rahbar, umrining har daqiqasini ezgulikka intilish bilan o‘tkaza olgan inson – Solijon Mehmonov tavalludining 100 yillik yubileyi nishonlandi.

Ma’lumki, o‘tgan XX asrning ikkinchi yarmi davomida, bugungi kunda turistik maskan sifatida jozibadorligi tobora oshib borayotgan Xonobod shahri va unda yashil turizmning yashil poydevoriga asos solingan edi. Ushbu qonuniyatli holning asosida muqaddas ona yurtining ajralmas bo‘lagi – Honobod ravnaqining fidoyisi, 1972 yil 3-maydan boshlab, Xonobod shahar ijroiy komitetining birinchi raisi lavozimida ishlagan Solijon Mehmonovning nomi bilan bog‘liqdir[16,18,19]. Ushbu zabardast rahbarning yuqori darajadagi tashabbuskorligi, tashkilotchiligi va eng muhimi xonobodlik katta-yu, kichikning Vataniga, uning beqiyos bo‘lagi – ona shahriga bo‘lgan mehrining quvvatini bu yerda kelajakda jozibador turistik hudud bo‘lishini ta’minlaydigan mustahkam RUHIY MUHIT YARATISHGA safarbar eta olganligi bilan bog‘liq voqyeliklar yotadi. Solijon Mehmonov Xonobod shahrida ekologik, rekreatsion va turizmning boshqa, barcha turlari shakllanishi va rivojlanishining yashil poydevorini yaratgan jismonan va ruhan kuchli, ma’naviy boy inson bo‘lgan. Bu qutlug‘ sanani keng jamoatchilik bilan bir qatorda, Solijon Mehmonovning yuqori tashkilotchiligi va bevosita ishtirokida Xonobodda yaratilgan yilning 12 oyida uzluksiz yam-yashil bo‘lib turadigan sarvqomat qayinzorlar, archazorlar, kashtanzorlar va boshqa bog‘ majmualari, dov-daraxt va gullar taratayotgan xushbo‘ylikka burkangan istirohat bog‘i, butun borlig‘i bilan uning ruhini shod etishayotgan bo‘lsalar, ajab emas. Fikrimizcha, Solijon Mehmonov umrining yashash sharoiti, turmush tarzi, siyosiy-ijtimoiy va ruhiy qirralarini chuqur va atroflicha, tizimli tahlil hamda tizimli yondashuv tamoyillariga tayangan holda o‘rganish, Yangi O‘zbekiston taraqqiyotini ta’minlashga bel bog‘lagan bunyodkor xalqimiz uchun beqiyos hayot maktabi bo‘lib xizmat qiladi, deb umid bildirish mumkin. Darhaqiqat, Yangi O‘zbekiston taraqqiyotini ta’minlashda 2019 yil 4 oktyabrdagi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 – 2030 yillar davrida O‘zbekiston Respublikasining “Yashil” iqtisodiyotga o‘tish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PQ-4477-sonli qarori[3], O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 23 noyabrdagi “Respublikada yashillik darajasini yanada oshirish orqali ekologik barqarorlikni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-199-sonli Farmoni [6] ijrosini ta’minlashga oid ishlar shahar va uning yaqin atrofida keng miqyosda zamon talablariga javob beradigan bunyodkorlik amaliyoti jadal sur’atlar bilan olib borilmoqda. Jumladan, Xonobodda ham “Yashil taraqqiyot”ga o‘tish uchun “Yashil iqtisodiyotga” o‘tish va uni rivojlantirishga oid ishlar amalga oshirilmoqda. Ma’lumki, 2023 yil, 11 oktyabrda O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev raisligida turizm va madaniyat maskanlari imkoniyatini to‘liq ishga solish, “Yashil makon” umummilliy loyihasining kuzgi mavsumini tashkil etish masalalari yuzasidan videoselektor yig‘ilishi o‘tkazildi. Yurtimizda bu harakat 2021 yil boshlangan edi. 2023 yil holatiga 1 ming 200 gektardan ortiq yashil bog‘ va jamoat parklari, 1 milliondan ziyod yashil hudud va qoplamalar barpo etildi. Umuman, jamiyatda, daraxtlarga nisbatan munosabat o‘zgardi. Endi, har yili 25-oktyabrdan 1-dekabrgacha “Kuzgi daraxt ekish mavsumi” e’lon qilindi. Xonobodda ham bu borada qir-adirliklar ustida sayyohlarni maftun etadigan bog‘lar, xiyobonlar yaratish ishlari izchillik bilan davom etmoqda. Shaharda “Yashil makon” umummilliy loyihasini izchil amalga oshirish orqali ekologik barqarorlikni ta’minlashga oid chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.Bugungi kunda, shaharning qir-adirliklari bag‘rida 600 dan ortiq dalaxovlilar – “Xondacha”lar ,“Oilaviy mehmonxona”lar, gulzorlar va turli- tuman archazorlar bunyod etildi.

Xonobodda aholi sog‘lig‘ini saqlash va mustahkamlashda kun sayin tanilib borayotgan maskan “Archa shifo orolchasi”sihatgohidir. Ushbu maskan o‘ta tashlandiq holga kelib qolgan mehmonxona binosini, fikru-amali yaratuvchilik ruhi bilan sug‘orilgan, shifokor Yunusova Gulbahorning shijoati tufayli olib borilgan ta`mirlash va qo‘shimcha binolar qurish va atrofini obodonlashtirish hisobiga sihatgohga aylantirildi.

Xonobodlik Siddiqov Gapar aka yoshi 70 ga yaqinlashib qolganiga qaramasdan, aholini tabiiy shifobaxsh vositalar bilan davolash ishini rivojlantirishga o‘zining baholi qudrat hissasini qo‘shib kelmoqda. U oila a`zolari bilan birgalikda 2015 yildan buyon Xonobodning Xidirsha xududida, “QO‘RG‘ON- OY BOG‘I” fermer ho‘jalik qoshida, qimiz va saamal bilan sog‘lomlashtirish maskanini yaratdi.

O‘zbekiston Respublikasi xududida ham so‘ngi yillarda, suv havzalari va ularning

bo‘ylari va yaqin atroflarida ko‘plab rekreatsion destinasiyalar tashkil etishga e’tibor ortib bormoqda. Bu borada, Andijon viloyatining faqatgina Xonobod shahri va uning yaqin atrof xududlarida qator rekreatsion destinasiyalar yaratilayotgaligini qayd etish mumkin. Jumladan Qoradaryo qirg‘og‘ida, 2016 yili, “Afsona-1” va 2021 yili, “Afsona-2” oilaviy dam olish maskanlari ishga tushirildi. 62 yoshli tadbirkor Ro‘zimatov Abdusalom xojining tashabbusi va bevosita tashkilotchiligi bilan yaratilgan ushbu maskanlar 50 o‘rinli oilaviy mehmonxona va bir vaqtning o‘zida 800 sayyohga yuqori darajadagi sifatli hizmat ko‘rsatish imkoniga ega zamonaviy kompleksdan iborat. Xonobod shahri hududining ichidan oqib o‘tadigan Andijonsoy, Shaxrixonsoylari har birining bo‘ylarida qurilgan 3-8 tagacha mahsus milliy so‘ri (chorpoya)lar va sayyohlarga hizmat qiladigan rekreatsion maskanlarga xos shart-sharoitlar majmualari jadal sur’atlarda yaratilganligini ko‘rsatib o‘tish mumkin. 2024 yilning o‘zida, Andijon soy va Shaxrixon soy daryolarining oralig‘ida qator yangi turistik destinasiyalar faoliyatlarini boshladi. Ular sayyohlarning milliy va zamonaviy xohishlariga mos keladigan ehtiyoj va talablariga javob beradigan qilib qurilganliklari bilan e’tiborga molikdir.

Tadbirkor Azizbek Nurmuxammadovich Matisoqovning tashabbusi, loyixa va moliyaviy sarf-harajatlari evaziga bunyod etilgan “Delfin ko‘li**”** dam olish uyining sog‘lomlashtiruvchi turizmni rivojlantirishdagi ro`lini alohida takidlash o‘rinlidir. Xonobodning “Xontaxt” tepaligidagi sayyohlarga manzur oromgohlardan biri – “O‘zbek-Qirg‘iz Do‘stlik Maskani” yaratilishida, shahar xalq deputatlari Kengashining deputati, tadbirkor Abjamilova Erkinoyning hizmatlari katta bo‘ldi.

“Jannatbuloq” dam olish maskani. Ushbu maskan Andijondan Xonobodga yaqinlashayotganda, aholi o‘rtasida “Saylgoh”deb ataluvchi tabiati go‘zal, yozning issiq kunlarida ham salqinligi bilan ajralib turadigan xududda joylashgan. Ismatullayev Dilmurod Ismatullayevich tomonidan, rossiyalik investor bilan hamkorlikda tashkil qilindi.

Xonobod nomini olamga taralishida alohida rol o‘ynagan maskan – bu shahrning istirohat bog‘idir. Bu yerda ekologik va rekreatsion turizmni tashkil qilish imkoni yaratilgan. Istirohat bog‘ining o‘ziga hos tomonlaridan biri shuki, bu yerda nafaqat O‘zbekistonning boshqa hududlaridan, balki xorijiy davlatlarning turli turistik shahar va tog‘li xudlaridan keltirilgan nabotot na’munalari o‘stirilayotganligidadir. 2023 va 2024 yillari bu yerda “Dunyo sadolari” xalqaro festivallari bo‘lib o‘tdi.

Xulosa va takliflar.

Xulosalar. 1.Tadqiqotning natijalari ekologik va rekreatsion turizmning mazmun va mohiyatan moddiy va manaviy asosi – turistik destinatsiyalarning yaratilishini, mo‘jizakor va chevar tabiat bilan aql-zakovat sohibi insonlarning fidoyilarcha qilgan maqsadli mehnatlari uyg`unlashuvining mahsuli ekanligini yana bir bor ta’kidlash imkonini berdi.

2.Andijon viloyatining Xonobod shahrida turistik destinatsiyalar bunyodkorlari umrining yashash sharoiti, turmush tarzi, siyosiy-ijtimoiy va ruhiy qirralarini tizimli tahlil va tizimli yondashuv prinsiplariga tayangan holda o‘rganish, Yangi O‘zbekistonni yaratish va yanada taraqqiy etdirishga bel bog‘lagan xalqimizning kattayu-kichik vakillari uchun beqiyos hayot maktabi bo‘lib hizmat qilishi mumkin.

Tavsiyalar. Mahalla fuqarolari yig‘inlari, shahar, tuman va viloyat hokimliklari faoliyatlarida ekologik va rekreatsion turistik destinatsiyalarni yaratishda mehr va mehnatlarini ayamagan, olamni tark etganlaridan keyin ham yillar, asrlar o‘tsada, nomlari elning qalbidan o‘chmagan insonlarni hotiralashga oid chora-tadbirlarni amalga oshirishdan charchamaslikni odatga aylantirishlari maqsadga muvofiq deb, hisoblaymiz.

Bugungi kunda ham, turistik shahar va qishloqlarni, ayniqsa ekologik va rekreatsion turizmning tabiiy va ijtimoiy-iqtisodiy asoslarini yaratishda o‘zlarining munosib hissalarini qo‘shgan va qo‘shishda davom etayotgan insonlarning yashash sharoiti va turmush tarzini, ayniqsa ruhiyatining o‘ziga hos qirralarini ochib berishga oid ilmiy-tadqiqotlar olib borish, ularga asoslangan holda hujjatli va badiiy filmlar, asarlar yaratish, kitoblar chop etish dolzarb vazifalar qatorida qaralsa ulug` ish bo‘lar edi. Bu borada televideniya va internet imkoniyatlarini keng qo‘llash, maktab va boshqa o‘smirlar va yoshlar muassasalarida yurtimiz bunyodkorlariga

bag‘ishlangan kechalar tashkil etish foydadan holi emas. Zero, yuqorida taklif etilayotgan tadbirlar, odamlar qalbida, o‘zi yashab turgan maskanini yanada obodonlashtirish, uning turistik salohiyatini oshirishda faollik ko‘rsatganlarning nomlari, vaqtlar o‘tib ham unutilmasligi, aksincha ulug‘lanishi haqida real tushunchalar shakllanishida muhim omil bo‘lib hizmat qiladi. Bunday tadbirlarning yana bir ahamiyatli tomoni shundaki, ular nafaqat respublikamiz, balki bu yerga tashrif buyurayotgan xorijiy davlat kishilarida ham O‘zbekistonda INSON, uning EZGULIK YO‘LIDA QILGAN MEHNATI YUQORI QADRLANISHI haqida chuqur taassurot qoldirishi va muhabbat uyg‘otishida muhim rol o‘ynaydi, deb hisoblaymiz.

Foydalanilgan adabiyotlar royxati:

1.Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 11 сентябрдаги ПФ-158-сон «Ўзбекистон – 2030» стратегияси тўғрисида»ги Фармони.
2.Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 28.07.2017 йилдаги «2017-2019 йилларда Андижон вилоятининг Хонобод шаҳрини комплекс ривожлантириш» тўғрисида»ги № 557 -сонли Фармойиш.
3.Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 – 2030 yillar davrida Ўзбекистон Республикасининг “Яшил иқтисодиётга ўтиш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги 2019 йил 4 – октябрь, ПҚ-4477-сонли Қарори.
4.Ўзбекистон Республикаси Президентининг 05.01.2019 йилдаги “Ўзбекистонда туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора тадбирлар тўғрисида”ги ПФ 5611 сонли Фармонига 1-илова “2019 –2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм сохасини ривожлантириш Концепцияси”.
5.Ўзбекистон Республикаси Президентининг 12.01.2024 йилдаги ПҚ-21-сон “Ўзбекистон Республикасида экологик туризмни жадал ривожлантириш тўғрисида” ги Қарори.
6.Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Республикада яшиллик даражасини янада ошириш орқали экологик барқарорликни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2023 йил 23 ноябрдаги ПФ-199-сонли Фармони.
7.Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида тиббий ва соғломлаштириш туризмини янада ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 2024 йил 23-сентябрда қабул қилинган ПҚ-335-сонли Қарори.
8.Mirziyoev Sh. Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi.To`ldirigan ikkinchi nashri:.-Toshkent: O‘zbekiston nashriyoti,2022.416 bet.
9.Абдуллаев Б.М. Хонобод комплекс экспедициясида дастлабки археологик тадқимот моҳияти ва долзарблиги.// Хонобод – туризм гавҳари. Хонобод комплекс экспедицияси тадқиқот натижаларига бағишланган илмий-тадқиқот анжумани материаллари. Хонобод ш. 2021й. 29-ноябрь.
10. Akhmedkhodjaev R.Yangi O‘zbekistonda “Yashil” turizm salohiyatini rivojlantirish./ Jild 1№ 8 (2023): Iqtisodiy taraqqiyot vatahlil https://e-itt.uz>eitt>article>view
11.Махмудова А.П. Туризм бозорида экотуризмга бўлган талабни таъминлаш истиқболлари./Сервис.СамИСИ, Илмий-амалий журнал. 2022, махсус сон. 93-96 б.
12.Raximov Z.O., Norkulova D.Z. Turistik destinatsiyalarni loyihalashtirish. O‘quv qo‘llanma. - Samarqand: SamlSI, 2020,188 bet.
13.Рекреационный туризм https://spborbita.ru/guide/rekreacionnyj-turizm/
14.Пардаев М.Қ. Инсоннинг руҳияти ва кечинмалари ҳақида савол-жавоблар.Интернет материаллари асосида/Сервис.СамИСИ,Илмий-амалий журнал. 2022,махсус сон. 208 б.
15.Содиқова Т. “Андижоннинг Солижони/– Тошкент.: «DAVR PRESS», 2008. – 80 б.
16.Тураев Б.Х., Мадаханов А.С., Тухтабоев И.И., Чевар табиат, эзгуликка интилиб яшаётган инсонларнинг меҳри ва меҳнати билан яралган шаҳар. // Буюк Ипак йўли чорраҳаларида зиёрат туризми Ренессанси. Халқаро илмий амалий анжуман маърўзаларининг тўплами. Самарқанд давлат университети.24-25 май 2019 йил., 70-75 бетлар.
17.Tuxliyev I.S., Abduhamidov S.A. Turizm: nazariya va amaliyot. Darslik.-T.: “Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi”, 2021. -354b.
18.Шамсиддин Исмон.” Она замин фидойилари” (Хотиралар). Андижон. “Хаёт” нашриёти, 2007 йил. 36 б.
19.Хайитбоев Р., Матяқубов У. «Экологик туризм» Услубий қўлланма. СамИСИ. Самарқанд.2010. с.60

А.Мадаханов, З.Наимова, А.Мадаханов **К вопросу о роли и месте человеческого фактора в создании и использовании экологических и рекреационных туристических дестинаций.**	**A.Madakhanov, Z. Naimova, A.Madakhanov** **On the role and place of the human factor in the creation and use of ecological and recreational tourist destinations.**
Аннотация. В статье рассматриваются актуальные вопросы о роли и месте человеческого фактора в создании и использовании экологических и рек-реационных туристических дестинаций, в условиях усиленного развития внутреннего и въездного ту-ризма в Республике Узбекистан. Приводятся дан-ные об опыте создания и использования экологи-ческих и рекреационных туристических дести-наций в городе Ханабад Андижанской области. **Ключевые слова:** экологический туризм, рекреа-ционный туризм, туристические дестинации, чело-веческий фактор, человеческий фактор, туристы.	**Abstract.** The article considers the role and place of the human factor in the creation and use of ecological and recreational tourist destinations in the conditions of rapid development of domestic and foreign tourism in the Republic of Uzbekistan. Valuable material information on the history and experience of creating and using ecological and recreational tourist destinations in the city of Khanabad, Andijan region is presented. **Keywords:** ecological tourism, recreational tourism, tourist destinations, human factor, human factor, tourists.

Nozima Miraxmad qizi Toirova – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, doktoranti

TURISTIK XIZMATLAR BOZORINING RIVOJLANISH TENDENTSIYALARI: INNOVATSION YONDOSHUVLAR VA ISHLAB CHIQARISH SAMARADORLIGI

Annotatsiya. Ushbu maqolada zamonaviy turizm xizmatlari bozoridagi rivojlanish tendensiyalari chuqur tahlil qilinib, texnologik innovatsiyalar va operatsion samaradorlikka alohida e’tibor qaratildi. Tadqiqotda “aqlli turizm” ekotizimlari, barqarorlik amaliyotlari va pandemiyadan keyingi strategik siljishlar asosida xizmat sifati va mijoz ehtiyojlariga moslashuvchanlik qanday oshayotganiga urg‘u berildi. Ikkilamchi ma’lumotlar tahliliga asoslangan holda, maqola innovatsion yondashuvlarning xizmatlarni shaxsiylashtirish, xarajatlarni qisqartirish va raqobatbardoshlikni ta’minlashdagi rolini yoritildi.
Kalit so‘zlar: turizm xizmatlari bozori, innovatsion texnologiyalar, sun’iy intellekt, raqamlashtirish, virtual reallik, katta ma’lumotlar, blokcheyn, operatsion samaradorlik, aqlli turizm, barqaror rivojlanish, raqamli infratuzilma, mijoz tajribasi, xizmatlarni shaxsiylashtirish.

Kirish. Turizm sanoati uzoq vaqtdan beri jahon iqtisodiy rivojlanishi, madaniy almashinuv va ish o‘rinlari yaratishning asosiy omili bo‘lib, kelgan. Biroq, so‘nggi yillarda sektor jadal texnologik taraqqiyot, iste’molchilarning umidlarini o‘zgartirish va yanada barqaror va barqaror biznes modellariga bo‘lgan zudlik bilan ehtiyoj tufayli sezilarli o‘zgarishlarni boshdan kechirdi. Ushbu o‘zgarishlar turizm xizmatlarini yaratish, yetkazib berish va iste’mol qilish usullarini o‘zgartiradigan yangi rivojlanish tendentsiyalarini keltirib chiqardi.

Sayohatchilar shaxsiylashtirilgan, immersiv va raqamli takomillashtirilgan tajribalarni tobora ko‘proq izlayotgani sayin, turizm provayderlari dinamik global bozorda raqobatbardosh qolish uchun innovatsiyalarni o‘zlashtirmoqda. Shu bilan birga, operatsiyalarni optimallashtirish va ishlab chiqarish samaradorligini oshirish bosimi, ayniqsa, COVID-19 pandemiyasi kabi uzilishlar ortidan har qachongidan ham muhimroq bo‘ldi.

Ushbu maqola turizm xizmatlari bozoriga ta’sir etayotgan eng muhim tendentsiyalarni o‘rganadi, ayniqsa innovatsion yondashuvlarga va operatsion samaradorlikka intilishga qaratilgan. Rivojlanayotgan texnologiyalarni, rivojlanayotgan mijozlar xatti-harakatlarini va strategik soha javoblarini tahlil qilish orqali maqola turizm sektori uzoq muddatli o‘sish va barqarorlikni ta’minlash bilan birga zamonaviy sayohatchilarning talablariga javob berishga qanday moslashayotgani haqida keng qamrovli ma’lumot berishga qaratilgan.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. So‘nggi adabiyotlarda tez raqamlashtirish, mijozlarning kutgan o‘zgarishi va barqaror amaliyotlar uchun bosim kuchayishi tufayli turizm xizmatlari bozorining jadal evolyutsiyasi ta’kidlangan. Bugungi kunda tadqiqotchilar innovatsiyalar va operatsion samaradorlik qanday qilib turizm sanoatida raqobat ustunligining asosiga aylanayotganini ta’kidlab kelishdi.

Sigalat [1] mijozlar tajribasi va xizmat ko‘rsatish samaradorligini oshirishda sun’iy intellekt, blokcheyn va IoT kabi buzuvchi texnologiyalarning o‘zgaruvchan rolini o‘rganadi. Ushbu texnologiyalar yanada oqilona qarorlar qabul qilish, real vaqt rejimida ma’lumotlarni tahlil qilish va mijozlarga xizmat ko‘rsatish jarayonlarini avtomatlashtirish imkonini beradi. Bu orqali sodda va kengaytiriladigan biznes modellarini yaratishga yordam beradi.

Gretzel [2] bu dalilni “aqlli turizm ekotizimlari” kontseptsiyasini muhokama qilish orqali kengaytiradi, bu yerda o‘zaro bog‘langan texnologiyalar, manfaatdor tomonlar va xizmatlar birgalikda sayyohlar qoniqishini va operatsion samaradorlikni oshirish uchun ishlaydi. Ularning ta’kidlashicha, aqlli infratuzilma va raqamli integratsiya xizmat ko‘rsatishdagi ishqalanishni kamaytirish bilan birga uzluksiz sayohat tajribasini yaratish uchun juda muhimdir.

Samaradorlik barqarorlik nuqtai nazaridan ham o‘rganildi. Gössling va Xoll [3] iqtisodiy samaradorlik bilan ekologik mas’uliyat bilan muvozanatli bo‘lishi kerakligini ta’kidlab, ekologik samarali turizm modellari zarurligini ta’kidlaydi. Ularning ishi yashil energiya, past ta’sirli logistika va chiqindilarni kamaytirish tizimlari kabi innovatsiyalar iste’molchilar talablari va tartibga solish talablariga javob berish uchun turizm xizmatlariga qanday integratsiya qilinayotganini ta’kidlaydi.

Bundan tashqari, Li va boshqalar. [4]ma’lumotlar tahlili va raqamli qayta aloqa tizimlari bilan ta’minlangan mijozlarga yo‘naltirilgan dizayn qanday qilib yuqori xizmat sifati va operatsion samaradorlikka olib kelishini tahlil qiladi. Ularning xulosalari shuni ko‘rsatadiki, shaxsiylashtirish nafaqat mijozlar qoniqishini oshiradi, balki ichki resurslarni taqsimlashni optimallashtiradi.

Astanakulov O.T. va Soxibova M.[5] o‘z tadqiqotida turizm xizmatlari bozoridagi zamonaviy rivojlanish tendensiyalarini chuqur tahlil qilib, bu sohada innovatsion yondashuvlarning muhimligini asoslab berishgan. Ular pandemiyadan keyingi davrda turizm sohasining qayta tiklanish jarayonida raqamlashtirish, onlayn xizmatlar va integratsiyalashgan platformalar asosiy omil bo‘lib qolayotganini ko‘rsatadi.

Birgalikda, ushbu tadqiqotlar turizm sanoatida barqarorlik va raqamli shaxsiylashtirishga qo‘shimcha urg‘u berilgan holda texnologik innovatsiyalar va ish faoliyatini optimallashtirishning uyg‘unligiga aniq siljishini ko‘rsatadi.Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu tadqiqotda innovatsion yondashuvlar va ishlab chiqarish samaradorligiga e’tibor qaratgan holda turizm xizmatlari bozorining hozirgi rivojlanish tendentsiyalarini tahlil qilishga qaratilgan sifatli va tavsifli tadqiqot loyihasi qo‘llaniladi. Metodologiya ikkilamchi ma’lumotlarni tahlil qilish tizimi atrofida tuzilgan bo‘lib, u mavjud adabiyotlarni, sanoat hisobotlarini va tadqiqot maqsadlariga mos keladigan amaliy tadqiqotlarni o‘rganish imkonini beradi.

Tahlil va natijalar. Olib borilgan tadqiqotlar va mavjud ilmiy adabiyotlar tahlili asosida, bugungi kunda turizm xizmatlari bozorining rivojlanishida bir nechta muhim tendensiyalar aniqlanmoqda. Ular asosan quyidagi yo‘nalishlarda jamlangan: texnologik innovatsiyalar, operatsion samaradorlik, barqaror rivojlanish, va pandemiyadan keyingi strategik o‘zgarishlar.

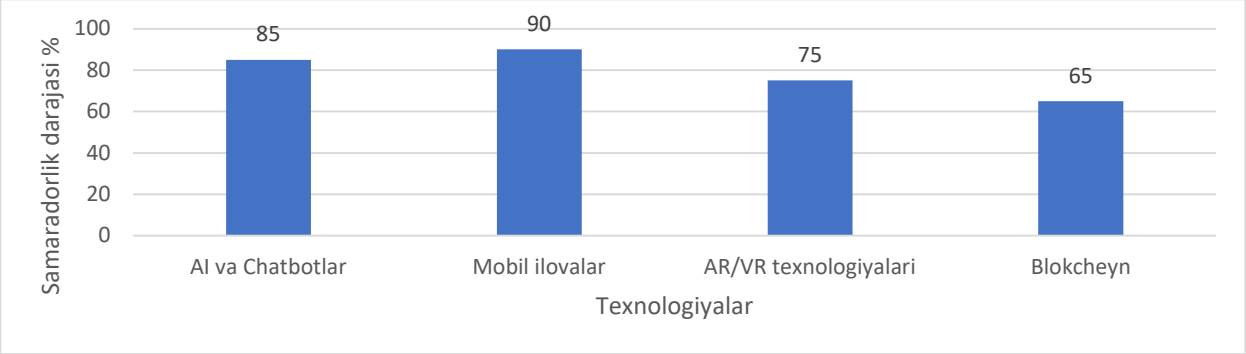
Texnologik innovatsiyalar transformatsiya katalizatori sifatida. Tahlilning asosiy natijasi - turizm sektorida o‘zgarishlarni amalga oshirishda texnologik taraqqiyotning hal qiluvchi roli. 2019-yildan beri sayyohlik korxonalari tashrif buyuruvchilarni yaxshilash uchun sun’iy intellekt asosidagi mijozlarga xizmat ko‘rsatish, mobil bron qilish platformalari va kengaytirilgan reallik (AR) ilovalari kabi raqamli vositalarni tobora ko‘proq qabul qilmoqda. Ushbu innovatsiyalar xizmatlarni shaxsiylashtirishda ham, operatsion kengayishda ham o‘lchovli yaxshilanishlarga olib keldi.

1-jadval

Texnologik innovatsiyalar va ularning turizm xizmatlariga ta’siri

Innovatsion texnologiya	Qo‘llanish sohasi	Erishilayotgan natijalar
Sun’iy intellekt (AI)	Chatbotlar, mijozga tavsiyalar, dinamik narx belgilash	24/7 xizmat, xizmatlar shaxsiylashadi, foydalanuvchi qoniqishi oshadi
Mobil texnologiyalar	Bron qilish, yo‘nalishlar, onlayn to‘lov, QR kirish	Qulaylik, tezkorlik, geografik qamrov kengayadi
AR/VR texnologiyalari	Virtual ekskursiyalar, mehmonxona turlari, tarixiy obidalar	Oldindan ko‘rish imkoniyati, turist ishtiyoqi oshadi, tanlov aniq bo‘ladi
Blokcheyn	Onlayn to‘lovlar, rezervatsiya xavfsizligi	Shaffoflik, ishonchlilik, xavfsiz to‘lov tizimi
Big Data	Mijoz xatti-harakatlarini tahlil qilish, xizmatlarni moslashtirish	Strategik qarorlar tezlashadi, ehtiyojlar oldindan aniqlanadi, marketing samaradorligi ortadi

Masalan, chatbotlar va sun’iy intellektga asoslangan tavsiya tizimlarining integratsiyasi javob berish vaqtini 60% gacha qisqartirdi va foydalanuvchi qoniqish darajasini oshirdi, ayniqsa ming yillik va Z avlod sayohatchilari. Bundan tashqari, hozirda mobil birinchi strategiyalar ustunlik qilmoqda, rivojlangan bozorlarda buyurtmalarning 70% dan ortig‘i mobil ilovalar orqali amalga oshiriladi(1-rasm)



1-rasm Texnologik innovatsiyalar turizm xizmatlariga ta’siri (foizda)

1-rasmda sun’iy intellekt, mobil ilovalar, kengaytirilgan va virtual haqiqat texnologiyalari, blokcheyn hamda Big Data texnologiyalarining turizm xizmatlariga bo‘lgan ta’siri ko‘rsatilgan. Mobil ilovalar va AI texnologiyalari eng yuqori samaradorlikka ega bo‘lgan texnologiyalar sifatida ajralib turadi.

*Aqlli turizm ekotizimlarining paydo bo‘lishi.*Yana bir muhim tendentsiya - bu sayyohlik tajribasini va destinatsiyalarni boshqarishni yaxshilash uchun o‘zaro bog‘langan raqamli infratuzilmaga tayanadigan aqlli turizm ekotizimlarining rivojlanishi. Gretzel va Xiang tomonidan muhokama qilinganidek, Amsterdam, Seul va Vena kabi shaharlarda sayyohlik oqimini kuzatish, tavsiyalarni shaxsiylashtirish va resurslar taqsimotini optimallashtirish uchun sensorli tarmoqlar, katta ma’lumotlar tahlili va integratsiyalashgan davlat-xususiy platformalar joriy qilingan.



2-rasm. Smart turiz ekotizmlarining samaradorlik darajasi

Miqdoriy ko‘rsatkichlar shuni ko‘rsatadiki, aqlli tizimlarni qabul qiluvchi yo‘nalishlar kuzatilgan:

- Mehmonlarning qoniqish ko‘rsatkichlarida 15-20% yaxshilanish.
- Tirbandlik va xizmat ko‘rsatish muammolarining 10-30% ga qisqarishi.
- Inqirozga javob berish imkoniyatlari yaxshilandi (masalan, real vaqtda COVID-19 yangilanishlari va xavfsizlik ogohlantirishlari).

*Barqarorlik amaliyotlarining integratsiyasi. S*amaradorlik va barqarorlik o‘rtasida o‘sib borayotgan uyg‘unlikning kuchli dalillari mavjud. Gössling va Hall ma’lumotlariga ko‘ra, turizm korxonalari energiya tejaydigan infratuzilma, eko-sertifikatlar va uglerodsiz operatsiyalarga tobora ko‘proq sarmoya kiritmoqda. Ushbu amaliyotlar nafaqat ekologik jihatdan foydali, balki uzoq muddatli xarajatlarni tejash va brend obro‘siga ham hissa qo‘shadi.

Ish misollari shuni ko‘rsatadiki:

- aqlli energiya boshqaruv tizimlaridan foydalanadigan mehmonxonalar kommunal xarajatlarni 25 foizgacha qisqartirdi.
- kam ta’sirli va jamiyatga asoslangan tajribalarni taklif qiluvchi turoperatorlar yuqori qiymatli, takroriy mijozlarni jalb qilmoqda.

Pandemiyadan keyingi strategik siljishlar. COVID-19 pandemiyasi tez innovatsiyalar uchun katalizator bo‘lib xizmat qildi. Kontaktsiz texnologiya, mijozlarga masofaviy xizmat ko‘rsatish va moslashuvchan bronlash tizimlariga yo‘naltirilgan kompaniyalar tezroq tiklandi va mijozlarni ushlab qolish kuchliroq bo‘lganini xabar qildi. Gibrid (raqamli + shaxsan) turizm takliflariga o‘tish, masalan, virtual muzey ekskursiyalari yoki sayohatdan oldingi AR-ni ko‘rish, turizmni qanday iste’mol qilishda uzoq muddatli tarkibiy o‘zgarishlarni ifodalaydi.

Xulosa va takliflar. Bugungi globallashuv jarayonida turizm sohasida raqobatbardoshlikni ta’minlash uchun innovatsion yondashuvlar va texnologik echimlar muhim ahamiyat kasb etmoqda. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, quyidagilar aniqlangandi:

- Texnologik innovatsiyalar, xususan sun’iy intellekt, mobil ilovalar, AR/VR, Big Data va blokcheyn texnologiyalari xizmat ko‘rsatish sifati, mijoz ehtiyojlariga moslashuvchanlik va ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga ijobiy ta’sir ko‘rsatmoqda.
- Smart turizm ekotizimi konsepsiyasi asosida raqamli infratuzilma, aqlli transport, IoT, real vaqt monitoringi va shaxsiylashtirilgan xizmatlar samarali ekotizimni shakllantirishda asosiy omillar bo‘lib xizmat qiladi.
- Innovatsiyalarni qo‘llash natijasida xizmatlar avtomatlashtiriladi, vaqt va xarajatlar tejaladi, bu esa xizmat ko‘rsatish sifati va turistlar qoniqishini oshiradi.

Xulosalar asosida quyidagi takliflar beramiz:

1. Raqamli infratuzilmani kengaytirish: Turistik zonalar va mehmonxonalarda yuqori tezlikdagi internet, aqlli axborot panolari va IoT qurilmalarini joriy etish kerak.

2. Texnologik hamkorliklarni rivojlantirish: Turizm subyektlari IT-kompaniyalar bilan hamkorlikda sun’iy intellekt, chatbotlar va AR/VR asosidagi xizmatlarni ishlab chiqishlari lozim.

3. Malakali kadrlar tayyorlash: Smart turizmni rivojlantirish uchun raqamli texnologiyalarni tushunadigan mutaxassislarni tayyorlashga alohida e’tibor qaratish zarur.

4. Turistlar uchun mobil xizmatlarni kengaytirish: Mobil ilovalar orqali bron qilish, xarita, marshrut rejalashtirish, fikr qoldirish imkoniyatlari soddalashtirilishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

[1] E. Sigalat-Signes, R. Calvo-Palomares, B. Roig-Merino, and I. García-Adán, “Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing?,” *Journal of Innovation and Knowledge*, vol. 5, no. 2, pp. 96–104, Apr. 2020, doi: 10.1016/J.JIK.2019.06.002.

[2] U. Gretzel, M. Sigala, Z. Xiang, and C. Koo, “Smart tourism: foundations and developments,” *Electronic Markets*, vol. 25, pp. 179–188, 2015.

[3] S. Gössling, D. Scott, and C. M. Hall, “Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19,” *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 29, no. 1, pp. 1–20, 2020.

[4] C. Lee and R. Hallak, “Investigating the effects of offline and online social capital on tourism SME performance: A mixed-methods study of New Zealand entrepreneurs,” *Tour Manag*, vol. 80, Oct. 2020, doi: 10.1016/j.tourman.2020.104128.

[5] Astanakulov O.T. and Soxibova M., “Xalqaro turistik xizmatlar rivojlanishining dinamikasi va tendensiyalari. Iqtisodiyot va ta’lim muammolari,” *IQTISOD, MENEJMENT VA PUL ilmiy jurnali*, vol. 6, no. 69, pp. 81–87, 2023.

Н.Тоирова

Тенденции развития рынка туристических услуг: инновационные подходы и производственная эффективность

Аннотация: В данной статье проводится всесторонний анализ современных тенденций разви-тия рынка туристических услуг, с особым акцентом на технологические инновации и операционную эффективность. Исследование рассматривает, как экосистемы «умного туризма», практики устойчивого развития и стратегические сдвиги в постпандемийный период способствуют повышению качества обслуживания и адаптивности к потребностям клиентов. На основе анализа вторичных данных в статье раскрывается роль инновационных подходов в персонализации услуг, сокращении затрат и обеспечении конкурентоспособности в туристической отрасли.

Ключевые слова: рынок туристических услуг, инновационные технологии, искусственный интеллект, цифровизация, виртуальная реальность, большие данные, блокчейн, операционная эффективность, умный туризм, устойчивое развитие, цифровая инфраструктура, клиентский опыт, персонализация услуг.

N.Toirova

Development trends in the tourism services market: innovative approaches AND operational efficiency

Abstract: This article provides an in-depth analysis of current development trends in the tourism services market, with a special focus on technological innovations and operational efficiency. The study explores how “smart tourism” ecosystems, sustainable practices, and post-pandemic strategic shifts enhance service quality and responsiveness to customer needs. Based on secondary data analysis, the article highlights the role of innovative approaches in service personalization, cost reduction, and maintaining competitiveness in the tourism industry.

Keywords: tourism services market, innovative technologies, artificial intelligence , digitalization, virtual reality, Big Data, blockchain, operational efficiency, smart tourism, sustainable development, digital infrastructure, customer experience, service personalization.

Farida Abduxalimovna Axmedjanova – SamISI, Servis kafedrasining dosenti.
Bekjon Nizom o‘g‘li Ismatullayev – SamISI, TM-524 guruh talabasi

TURIZM VA MEHMONDO‘STLIK INDUSTRIYASIDA STANDARTLASHTIRISH VA MUVOFIQLIKNI BAHOLASH XIZMATLARINING TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI

Annotasiya: Mazkur maqola turizm va mexmondo‘stlik industriyasida standartlashtirish va sertifikatlashtirish xizmatlarining taxliliga bag‘ishlangan bo‘lib, O‘zbekistonda turizm xizmatlarini standartlashtirish va muvofiqlikni baholashning eski tizimi o‘zini oqlamaganligi va ularni oldini olish uchun yangi milliy tizim yaratganligi, yangi tizim yangi milliy standartlarni qabul qilganligining taxlili keltirilgan. Turizm va mexmondo‘stlik industriyasida mavjud bo‘lgan barcha standartlashtirish va muvofiqlikni baholash muammolarini bartaraf etish uchun tavsiyalar berilgan
Kalit so‘zlar: turizm va mehmondo‘stlik sanoati, standartlashtirish va sertifikatlashtirish xizmatlari, milliy standartlar, turizm xizmatlar, mehmonxona va turistlarni joylashtirish vositalarining boshqa turlari.

Kirish. Turizm sohasi xozirgi kunda jahondagi eng serdaromat sohalardan biri bo‘lib, uning iqtisodiyotdagi ulushi tobora ortib bormoqda. Shuning uchun ko‘pgina mamlakatlar turizm sohasini rivojlantirmoqdalar. Jumladan mamlakatimizda ham bu sohani rivojlantirishga alohida e’tibor berilmoqda. O‘zbekistonda so‘nggi yillarda turizm tarmoqlariga qaratilayotgan yuqori e’tibor natijasida yurtimizga tashrif buyurayotgan mahalliy va xorijiy mehmonlar hamda sohada faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlariga qulay sharoitlar, turizm infratuzilmasini yanada rivojlantirishga yo‘naltirilgan keng ko‘lamli ishlar amalga oshirilyapti. Hozirgi vaqtda iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlarda sifatli xizmat kursatish, foyda olishning asosiy manbai hisoblanadi. Shu narsani alohida ta’kidlash joizki, xizmatlar sifatiga qo‘yiladigan talablar standartlar orqali belgilanadi. Standartda fan, texnika va xalqaro tajribaning ilg‘or yutuqlari shakllanadi, chunki standartlarni tuzishda mahsulot va xizmatlar sifatiga inson hayoti, mol – mulki va atrof muhit uchun xavfsizlik talablari belgilanadi. Hozirgi kunda amaldagi me’yoriy hujjatlar talablariga mos keladigan turli xil xizmatlar sifatini yanada yaxshilash bo‘yicha samarali ishlar olib borilmoqda. Jumladan, turizm tarmoqlari hamda joylashtirish vositalarida xizmat turlarining yaqqol ortishi va yuqori servis salohiyatining yo‘lga qo‘yilganini kuzatish mumkin. Bu borada Vazirlar Mahkamasining 2020 yil 10 iyuldagi 433-son qarori bilan «Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish va turistik industriya obyektlarini tasniflash tartibi to‘g‘risida»gi Nizom qabul qilingan. Ushbu Nizom talablariga binoan sertifikatlashtirish ishlarini amalga oshirish o‘zining samarali natijasini bermoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Turizm sohasini rirojlantirish va tartibga solish mexanizmlariga bag‘ishlangan ko‘plab tadqiqotlar amalga oshirilgan bo‘lib, ularda turizmni rivojlantirish bo‘yicha davlat siyosatini amalga oshirish bo‘yicha turli xil qarashlar va yondashuvlar ishlab chiqilgan. Olimlardan S.G.Surkov va V.I.Krivoruchkolarning “ Международный туризм в России: проблемы развития и управления” nomli ilmiy ishlarida xalqaro turizm rivojlanishining omillari, globallashuv jarayonlarining turistik faoliyatga ta’siriga alohida e’tibor qaratganlar. M.M.Ramadonova va M.A.Makarchenkolarning “Государственное регулирование туристической деятельности” nomli ilmiy ishlarida turistik faoliyatni tartibga solish usullari, vositalari va shakllari yoritib berilgan. I.S.Tuxliyev, R.Hayitboyev, B.Sh.Safarov, G.R.Tursunovalarning tadqiqotlarida mamlakatimizda turizm sohasini va industriyasini rivojlantirish, turistik-rekrasion xizmatlarni kengaytirishga qaratilgan bo‘lib, unda turizmda rekrasion xizmatlarning shakllanishi masalalariga atroflicha e’tibor qaratilgan. Biroq yuqorida ta’kidlab o‘tgan ishlarda turistik industriyasida faoliyatni tartibga solishda standartlashtirish va muvofiqlikni baholashning roli va ahamiyatiga e’tibor qaratilmagan.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot jarayonida malumotlar tahlili, analiz, baholash, induksiya va deduksiya usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Turizm xizmatlarini sertifikatlashtirishning eski tizimi o‘zini oqlamagan, ko‘p yillar davomida turizm xizmatlari sifat va xavfsizlik borasidagi standartlarga

javob bermasdi. Turizm xizmatlari uzoq davrlardan qolgan va dolzarbligini yo‘qotgan, xalqaro talablarga javob bermaydigan standartlar asosida sertifikatlashtirilar edi.

Bugungi kunda O‘zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi huzuridagi STQ 4 “Turizm va madaniy meros” standartlashtirish bo‘yicha texnik qo‘mita tashkil etilgan. Hozirgi kungacha ushbu texnik qo‘mita tomonidan xalqaro talablar bilan uyg‘unlashtirilgan 14 ta davlat standarti ishlab chiqilgan bo‘lib, so‘nggi yillarda ular asosida muvofiqlashtirilgan turizm xizmatlarning xavfsizligi va sifatini ta’minlash sezilarli darajada oshdi. Shu jumladan STQ 4 “Turizm va madaniy meros” standartlashtirish bo‘yicha texnik qo‘mita tomonidan O‘z DSt 3296:2023 “Turizm xizmatlari. Joylashtirish vositalari. Balli tasniflash tizimi” davlat standarti ishlab chiqildi va O‘zbekiston Respublikasi Investisiyalar va tashqi savdo vazirligi huzuridagi O‘zbekiston texnik jihatdan tartibga solish agentligining 2023 yil 7 iyuldagi 05-1560-sonli qarori bilan tasdiqlab joriy etildi.

O‘z DSt 3296:2023 “Turizm xizmatlari. Joylashtirish vositalari. Balli tasniflash tizimi” O‘zbekiston respublikasining davlat standarti, O‘z DSt 3296:2018 “Turizm xizmatlari. Mehmonxonalar va o‘xshash joylashtirish vositalari. Tasniflash tizimi” o‘rniga kiritildi. Yangi davlat standartiga kiritilgan talablar "Hilton", "Hampton by Hilton", "Hyatt Regency Tashkent", "Wyndham Hotels & Resorts" mehmonxonalari biznes vakillari va boshqa mehmonxona vakillari bilan kelishilgan xolda kiritildi.

Standart talabiga ko‘ra mexmonxonalarga toifalar “*” (yulduz) belgisi bilan belgilanadi va beshta toifa bo‘yicha tasniflanadi. Joylashtirish vositalari uchun – eng yuqori toifa “*****” (besh yulduz) va eng past “*” (bitta yulduz) belgilanishi hisoblanadi. Joylashtirish vositalari mazkur davlat standartining ilovasiga muvofiq tasniflanadi. Bunda «m» bajarilishi majburiy bo‘lgan talablarni belgilaydi. Majburiy bo‘lmagan talablar bajarilganda esa qo‘shimcha ball beriladi. Ballar yig‘indisiga ko‘ra tegishli yulduz («*», «**», «***», «****», «*****») toifasi beriladi. Joylashtirish vositalarini toifalar bo‘yicha tasniflash quyidagi talablar majmuiga asoslangan: binolar va unga tutash hudud; texnik jihozlar va asbob-uskunalar; nomer fondi; sanitar obyektlar; jamoat joylari; xizmatlarni taqdim qilish.

Mexmonxona xizmatlari o‘ziga xos ko‘rinishga ega bo‘lishi bilan birga, bu xizmat turlari iste’molchilarning talablariga qarab kun-sayin o‘zgarib boradi va to‘xtovsiz rivojlanadi. Shu sababdan mexmonxona xizmatlarni standartlashtirish va muvofiqlikni baholash murakkab masalalardan biri hisoblanadi. Rivojlangan xorijiy mamlakatlarning tajribasi shuni ko‘rsatadiki, mexmonxona xizmatlarini standartlashtirish va muvofiqlikni baholash ko‘p hollarda majburiy bo‘lmagan, ya’ni ixtiyoriy shaklda olib borilgan, chunki bozor va unda mavjud bo‘lgan jiddiy raqobat ushbu sohada turistlarga kursatayetgan xizmatlarni o‘z-o‘zidan bir qolipga solib qo‘yadi.

Raqobat kuchli bo‘lganligi sababli ushbu soxada standartlarni ishlab chiqish va ularni tadbiq etishga bo‘lgan talablar ham kun-sayin o‘sib bormoqda. Ishlab chiqilgan standartlarning asosiy buyurtmachilari - soha tadbirkorlari - turoperatorlar, agentlar, mehmonxona rahbarlari, xususiy sektor va iste’molchilardir. Bu me’yoriy hujjatlarni iste’molchilarning xavfsizligiga dahldor bo‘lgan ko‘rsatkichlari majburiy va sifat ko‘rsatkichlariga mansub bo‘lgan talablari ixtiyoriydir. Shuning uchun, ko‘p chet el turoperatorlari ikki xil sertifikat, ya’ni majburiy, me’yoriy hujjat talablariga mos kelishini tasdiqlovchi muvofiqlik sertifikatiga hamda tashkil etilgan sifat tizimining xalqaro ISO 9000 seriyali standart talablariga muvofiqligini tasdiqlovchi sertifikatga egadirlar. Bozor iqtisodi rivojlanib borayotgan davlatlarda esa, aksincha holatni kuzatish mumkin: hukumat o‘z zimmasiga javobgarlikni olib, huquqiy va me’yoriy hujjatlarga asoslangan holda turistik va mexmonxona xizmatlarni tartibga solib boshqarib turadi. Bunda standartlashtirish va muvofiqlikni baholash majburiy tarzda olib boriladi. Yuqoridagi fikrning dalili sifatida O‘zbekiston Respublikasining "Turizm to‘g‘risidagi" Qonunini ko‘rsatib o‘tish mumkin.

Xulosa va takliflar. Turizm sohasidagi mavjud bo‘lgan barcha standartlashtirish va muvofiqlikni baholash muammolarini bartaraf etish, respublikadagi turizm potensialidan unumli foydalanish va turistlarga sifatli xizmat kursatish uchun O‘zbekiston Respublikasi Texnik jihatdan tartibga solish agentligi mutaxassislari, turizm soha mutasaddi tashkilotlari va soha

ishtirokchilari bilan birgalikda quydagi ishlarni amalga oshirishlarni tavsiya etamiz:

1. Turizm xizmatlari sifatini boshqarish jarayonlarini qabul qilingan xalqaro sifat standartlari asosida tashkil etish va ularga moslashtirish.

2. Mehmonxona xodimlarining yuqori darajadagi kasbiy mahoratlari va vakolatlarini shakllantirish va rivojlantirish, shu asosda yuqori darajadagi mehmondo‘stlik muhitini yaratish;

3. Muvofiqlikni baholash borasida turfirmalar va mexmonxonalar oldida muammo bo‘lgan bir masala normativ hujjatlar talablarini o‘zlarining ishlarida tadbiq qilish.

4. Normativ xujjat talablarini amalga tadbik etish, akkreditasiya va muvofiqlikni baholash ishlarini amalga oshirish uchun turopertorlarga va mehmonxona rahbarlariga O‘zbekiston Respublikasi Texnik jihatdan tartibga solish agentligi xodimlari tomonlaridan maslahatlar berish va semenar mashg‘ulotlar o‘tkazib turish.

5. Zaruriyati tug‘ilgan yangi milliy standartlarni ishlab chiqish va joriy etish:

-"Turizm xizmatlari. Umumiy talablar"

-"Turistik va ekskursiya xizmatlari. Turistlar va ekskursiyachilar xavfsizligini ta'minlashga qo‘yiladigan talablar"

- “Inklyuziv turizm xizmatlari”

- "Nogironligi bo‘lgan sayyohlar uchun imkoniyatlari. Umumiy talablar".

- “Ziyorat turizmi. Umumiy talablar” va boshqalar.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1.O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 — 2026 yillarga mo`ljallangan yangi O`zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to`g‘risida. PF-60-son farmoni (28.01.2022 y)

2. O`zbekiston Respublikasining «Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish va turistik industriya obyektlarini tasniflash tartibi to‘g‘risida»gi Nizomi 2020 yil.

3.O`zbekiston Respublikasining «Standartlashtirish to`g‘risida»gi qonuni (03.11.2022 y)

4.O`zbekiston Respublikasining «Texnik jihatdan tartibga solish to‘g‘risida »gi qonuni (27.02.2023-yil 27-fevral)

5. Axmedjanova F.A. Logistik xizmatlarning sifati va xavfsizligini ta’minlashda standartlashtirish va sertifikatlashtirishning ahamiyati .

Ф.Ахмеджанова, Б.Исматуллаев

Пути совершенствования услуг стандартизации и оценки соответствия в индустрии туризма и гостеприимства

Аннотация: Данная статья посвящена анализу услуг по стандартизации и сертификации в сфере туризма и гостеприимства. Старая система стандартизации и сертификации туристических услуг в Узбекистане не оправдала себя и для их предотвращения была создана новая национальная система, которая разработала и внедрила новые национальные стандарты в сфере туризма и гостеприимства. По итогам проведенных анализов даны рекомендации по преодолению существующих проблем стандартизации и сертификации в сфере туризма и гостеприимства.

Ключевые слова: сфера туризма и гостеприимства, услуги стандартизации и сертификации, национальные стандарты, туристские услуги, гостиницы и другие виды средств размещения туристов.

F.Akhmedzhanova, B.Ismatullaev

Ways to improve standardization and conformity assessment services in the tourism and hospitality industry

Abstract: This article is devoted to the analysis of standardization and certification services in the field of tourism and hospitality. The old system of standardization and certification of tourism services in Uzbekistan did not justify itself and to prevent them, a new national system was created, which developed and implemented new national standards in the field of tourism and hospitality. Based on the results of the analyses, recommendations were given to overcome existing problems of standardization and certification in the field of tourism and hospitality.

Key words: tourism and hospitality, standardization and certification services, national standards, tourism services, hotels and other types of tourism accommodation.

Rayhona Sadriddinovna Amriddinova – SamISI, Turizm kafedrasi dotsenti, i.f.n.

NAVOIY VILOYATIDA QISHLOQ TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH

Annotatsiya. Ushbu maqolada Navoiy viloyatida qishloq turizmini rivojlantirishda raqamli texnologiyalar xususan AR/VR texnologiyalari, onlayn bronlash tizimlari, mobil ilovalar va ijtimoiy tarmoqlar orqali targ‘ibot kabi vositalar yordamida qishloq turizm obyektlarini raqamli turizm iqtisodiyotiga integratsiyalash bo‘yicha xalqaro va milliy tendensiyalar tahlil qilingan.
Kalit so‘zlar. Navoiy viloyati, qishloq turizmi, raqamli transformatsiya, AR/VR texnologiyalari, onlayn bronlash platformalari, raqamli infratuzilma, barqaror turizm rivoji.

Kirish. Qishloq turizmi – bu turistlarga shahar shovqinidan uzoqlashib, qishloq hayoti, tabiiy manzaralar va mahalliy an’analarni boshdan kechirish imkonini beruvchi turizm yo‘nalishi bo‘lib, jahonda ushbu yo‘nalishga qiziqish ortib bormoqda. Pandemiya davridan so‘ng turistlar orasida ochiq tabiiy muhitda dam olish, ekoturizm va madaniy merosga asoslangan sayohatlarga talab oshdi. Dunyo bo‘yicha qishloq turizmi bozori hajmi 2023-yilda 91,09 milliard AQSh dollarini tashkil etgan bo‘lsa, 2024-yilda 97,84 mlrd. dollarga yetdi va 2028-yilga borib 131,47 mlrd. dollarga yetishi prognoz qilinmoqda.[1] Bu esa 7–7,7% atrofida yillik o‘sish sur’atini anglatadi. Ko‘rilayotgan omillar qatorida raqamli texnologiyalarning joriy etilishi hamda raqamli marketing va ijtimoiy tarmoqlarda targ‘ibotning kuchayishi muhim o‘rin tutayotgani ta’kidlanmoqda.

O‘zbekiston Respublikasi ham turizm sohasida katta salohiyatga ega mamlakat sifatida ushbu global jarayondan chetda qolmayapti. So‘nggi yillarda davlat miqyosida turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish, xususan raqamli transformatsiyani jadallashtirish bo‘yicha qator loyihalar amalga oshirildi. 2019–2025-yillarga mo‘ljallangan Turizmni rivojlantirish konsepsiyasida vizasiz tartibni joriy etish, mehmonxonalar qurilishini rag‘batlantirish, mehmon uylari (guest-house) faoliyatini litsenziyalashni soddalashtirish kabi choralar natijasida mamlakat bo‘yicha ko‘plab yangi mehmon uylari va xostellar tashkil etildi. Natijada eng chekka qishloq hududlarda ham turistlarni qabul qilish uchun joylashtirish imkoniyatlari kengaydi.

Mavzu bo‘yicha adabiyotlar tahlili. Qishloq turizmining nazariy asoslarini mamlakatimiz olimlaridan I.S.Tuxliyev, R.Hayitboyev, raqamli texnologiyalarni turizm sohasida qo‘llash imkoniyatlari N.Zaynalov, S.Abduxamidov, S,Haydarovlarning ilmiy tadqiqot ishlarida chuqur tahlil qilishgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Qishloq turizmini rivojlantirishda raqamli texnologiyalarning ahamiyatini baholash uchun nazariy g‘oyalarga asoslangan tahlillar, solishtirma tahlil, kontent tahlili, ilmiy kuzatuv va umumlashtirish kabi metodlardan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Navoiy viloyati – respublikaning markaziy qismida joylashgan hudud bo‘lib, boy tabiiy va madaniy merosga ega. Viloyatning Nurota tizmasidagi tog‘li qishloqlari, jumladan Sentob qishlog‘i, Qizilqum sahrosi bag‘ridagi Aydarko‘l kabi tabiiy maskanlar, Sarmishsoy darasidagi qoya tosh suratlari (petrogliflar) kabi noyob obyektlar qishloq turizmi uchun katta salohiyat yaratadi. Hozirgi vaqtda Sentob qishlog‘i nafaqat mamlakatimizda, balki xalqaro maydonda ham e’tirof etilmoqda. BMT Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) tomonidan “Eng yaxshi turistik qishloq” nomini olgan 54 ta qishloq qatoridan Sentob ham joy oldi.

Sentob ancha olis tog‘li hududda joylashgan bo‘lsa-da, Angliya, Frantsiya, Avstriya, Germaniya va Italiya kabi davlatlardan xorijiy turistlar u yerga muntazam tashrif buyurmoqda. Ushbu misol Navoiy viloyatida qishloq turizmi rivojlanishi uchun katta imkoniyatlar borligini, biroq bu salohiyatni ro‘yobga chiqarish uchun zamonaviy yondashuvlar, raqamli texnologiyalar muhim ahamiyat kasb etishini tasdiqlaydi.

Buning uchun xalqaro va O‘zbekiston tajribasiga oid tahliliy ma’lumotlar keltirilib, AR/VR, onlayn bronlash tizimlari, QR-kodli yo‘nalishlar, Google Maps va mobil ilovalar kabi raqamli yechimlarning roli yoritiladi. O‘zbekiston va xorijiy mamlakatlar tajribasi solishtirma tahlil qilinib, amaldagi muammolar tahlil etiladi hamda ularni bartaraf etish bo‘yicha ilmiy asoslangan takliflar ilgari suriladi.

[1] Rural Tourism Industry Report 2024-2028 and 2033: Health,

Zamonaviy raqamli texnologiyalar turizm industriyasining ajralmas qismiga aylandi. Raqamli yechimlar turistlar uchun safarni rejalashtirishdan tortib, manzildagi tajribalarni boyitishgacha bo‘lgan jarayonlarda yordam bermoqda. Xususan, qishloq turizmi uchun raqamli texnologiyalar olis hududlarni keng auditoriyaga tanitish, turistlarning yetib borishini osonlashtirish va u yerdagi ko‘ngilochar-ma’rifiy tadbirlarni jonlantirishga xizmat qiladi. Quyida qishloq turizmi rivojiga ta’sir qiluvchi asosiy raqamli texnologiyalarтш ko‘rib chiqamiz.

Onlayn bronlash tizimlari va raqamli platformalar. Internetning keng joriy etilishi qishloq joylarda joylashgan mehmon uylari, dam olish maskanlari va uy mehmonxonalarini global turizm bozoriga ulamoqda. Maxsus onlayn bronlash platformalari (Booking.com, Airbnb va h.k.) orqali turistlar hatto eng chekka qishloqdagi turar joyni ham osongina topib, band qilishi mumkin. Bu esa avvallari faqat mahalliy yoki og‘zaki tavsiyalarga tayanib ish ko‘rgan qishloq turizm obyektlariga xalqaro auditoriya e’tiborini jalb qilishga imkon berdi.

Axborot texnologiyalari va AR/VR yechimlari. So‘nggi yillarda qishloq turizmi tajribasini yanada jozibador qilish maqsadida kengaytirilgan va virtual reallik (AR/VR) texnologiyalaridan foydalanish ko‘lami kengaymoqda. Xalqaro tajribada masalan mobil AR ilovalari orqali qishloq hududlaridagi diqqatga sazovor joylarning virtual turlarini taklif etish yo‘lga qo‘yilgan bo‘lib, bu potentsial mehmonlarga u yerda kutayotgan tajribadan “bir bo‘lagi”ni oldindan his etish imkonini beradi. Bunday immersiv raqamli kontent turistlarning qiziqishini kuchaytirib, ularni real tashrifga undaydi. AR texnologiyasi qishloq hududlarda ayniqsa madaniy meros obyektlari yoki ochiq osmon ostidagi tarixiy joylarda qo‘l keladi.Masalan, qoya suratlari bilan mashhur Sarmishsoy darasida AR ilovasi orqali toshga o‘yilgan qadimiy suratlarning animatsion talqinini yoki tarixiy sahnalar rekonstruksiyasini tomosha qilish mumkin bo‘lsa, bu turistlar uchun o‘zgacha taassurot bo‘lardi. VR texnologiyasi esa masofaviy targ‘ibot va marketing vositasi sifatida ahamiyatli, turfirmalar olis qishloq maskanlarining 360° virtual sayohatlarini internetga joylab, xorijiy auditoriyada qiziqish uyg‘otmoqda.

Jahon bo‘yicha raqamli turizm (jumladan VR va AR) bozori yildan yilga kengayib, 2025-yilga kelib qiymati 10 milliard AQSh dollariga yetishi kutilayotgani ham bu sohada ulkan imkoniyatlar mavjudligidan dalolat beradi.

Raqamli texnologiyalar va internet qamrovi muammosi. Yuqorida ta’kidlanganidek, ayrim olis hududlarda mobil internet sifati past yoki qamrov yo‘q. Sentob qishlog‘ida cheklangan joylargina aloqa zonasiga kiradi, sahro hududlarida esa mutlaqo aloqasiz zonalar uchraydi. Bu turistlar uchun noqulaylik tug‘dirishi mumkin (masalan, navigatsiya yoki onlayn xaritalardan foydalana olmaslik). Muammoni hal etish uchun texnologik infratuzilma investitsiyalari talab etiladi.

Xulosa va takliflar. O‘zbekistonda so‘nggi yillarda qishloq joylarda kichik mehmon uylari soni keskin oshdi. Bunga davlat tomonidan 2020–2023-yillarda qishloq va tog‘li hududlarda mehmon uyi ochgan tadbirkorlarga xarajatlarning 30%igacha subsidiya berilgani turtki bo‘ldi. Shuningdek, mehmon uylari faoliyatini yengillashtirish maqsadida ularni ro‘yxatga olish bo‘yicha elektron tizim joriy etilib, litsenziya talablarining soddalashuvi “yashirin” sektorni qisqartirdi. Natijada qishloqlarda yuzlab yangi turizm obyektlari ochilib, rekord darajadagi turistlarni qabul qilishga tayyor holatga keldi.

Kelgusida ushbu obyektlarni Google Maps va turli sayyohlik mobil ilovalari xaritalariga kiritish, ularga onlayn sharh va reyting tizimlarini tatbiq etish orqali ularning ko‘rinuvchanligini oshirish zarur. Chunki bugungi kunda turistlarning aksariyati sayohat oldidan internet orqali manzil haqidagi ma’lumotlarni o‘rganadi va band qiladi. Masalan, millenial avlod vakillarining 74% o‘z safarini rejalashtirish uchun smartfondan foydalansa, 66% turistik xizmatlarini to‘g‘ridan-to‘g‘ri smartfon orqali bron qiladi[1]. Shunday ekan, qishloq turizmi obyektlari raqamli platformalarda qanchalik faol bo‘lsa, ularga jalb etiladigan turistlar oqimi shuncha ortadi.

O‘zbekistonda hozircha AR/VR texnologiyalari asosan yirik shaharlar va muzey-ekskur-siyalarda tajribadan o‘tkazilmoqda (masalan, Samarqand va Buxoroda ayrim obidalarning virtual gidlarini yaratish loyihalari). Biroq qishloq turizmida ham bunday innovatsion yondashuvlarni joriy etish istiqbollidir. 2030-yilgacha O‘zbekistonni raqamli iqtisodiyotga transformatsiya qilish strategiyasida turizmni raqamlashtirish alohida ustuvor yo‘nalish sifatida belgilangan bo‘lib,

[1] https://www.condorferries.co.uk/millennials-travel-statistics-trends

“aqlli turizm” konsepsiyasi doirasida raqamli qo‘llanmalar, onlayn chiptalar va interaktiv xaritalar yaratish ishlari boshlangan. Hozirgi kunda bunday yechimlar asosan Samarqand, Buxoro kabi tarixiy shaharlarda bo‘lsa-da, kelgusida ular respublikaning barcha hududlariga, jumladan Navoiy viloyatining qishloq turizm maskanlariga tatbiq etilishi kutiladi. Biroq raqamli texnologiyalarni qishloqlarda keng qo‘llash borasida internet infratuzilmasi va raqamli savodxonlik darajasi muammo bo‘lib qolmoqda.

Keng polosali internet qamrovi cheklangan, ba’zi tog‘li qishloqlarda mobil aloqa sifati past. Shu bois raqamli yechimlarning joriy qilinishi uchun avvalo qishloq hududlarda telekommunikatsiya infratuzilmasini yaxshilash zarur ekani ekspertlar tomonidan qayd etiladi. Umuman olganda, raqamli texnologiyalar qishloq turizmi xizmatlarining jozibadorligini oshirish, samarador marketingini ta’minlash va turistlarga shaxsiylashtirilgan, interaktiv tajriba taqdim etishda beqiyos imkoniyat yaratadi. Kelgusida Navoiy viloyatidagi turizm maskanlarida ham QR-kodli axborot stendlari, audio gid va mobil ilovalar, virtual ko‘rgazmalar singari zamonaviy uslublarni joriy etish orqali turistlar oqimini ko‘paytirish mumkin.

Aloqa kompaniyalari bilan hamkorlikda tog‘li va sahro hududlarida qo‘shimcha uyali aloqa minoralarini o‘rnatish yoki sun’iy yo‘ldoshli internet (masalan, Starlink kabi) xizmatlarini joriy qilish imkoniyatlarini ko‘rib chiqish lozim. Shuningdek, mavjud mehmon uylari va dam olish maskanlarini barqaror elektr ta’minoti va Wi-Fi hotspot nuqtalari bilan jihozlash kerak bo‘ladi. Bu chora-tadbirlar turistlarga olis hududda ham “aloqada qolish” imkonini berib, ularning xotirjamligini ta’minlaydi.

Raqamli texnologiyalar joriy etilishidagi yana bir to‘siq – **kadrlar va ko‘nikmalar masalasi.** Ko‘plab qishloq mehmon uylari egalarining internetdan foydalanish, onlayn reklama yoki xorijiy tillar bo‘yicha bilim va ko‘nikmalari cheklangan. Shu bois viloyatda turizm ko‘nikmalari bo‘yicha treninglar tashkil etish lozim. Xususan, mehmon uylarini boshqarish, onlayn platformalarda ro‘yxatdan o‘tish va xizmatlar ko‘rsatish, ingliz tilida muloqot olib borish kabi mavzularda mahalliy aholini o‘qitish zarur. Bunda Turizm boshqarmasi va ta’lim muassasalari hamkorligida qisqa muddatli kurslar, ustoz-shogird dasturlarini yo‘lga qo‘yish mumkin. Natijada mahalliy tadbirkorlar raqamli imkoniyatlardan foydalana olsalar, global sayyohlik tarmog‘iga integratsiya oshadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Tuxliyev I.S., Abduhamidov S.A. “Turizm: nazariya va amaliyot”. Darslik. T.: “Fan va texnologiya”, 2024 y.
2. Tuxliyev I.S. “Turizmda geoaxborot tizimlari”. O‘quv qo‘llanma. 2023 y.
3. Rayhona Amriddinova. Natural tourist resources of Khatirchi district of Navoi region. European Journal of Learning on History and Social Sciences. Issue 4 | 2024. https://journal.silkroad-science.com/index.php/ejheaa.
4. Sunnatova Yodgora, Amriddinova Rayhona Sadriddinovna. Development directions of ecological tourism in specially protected areas of Navoi region - Gospodarka i Innowacje., 2024
5. Kholmirzaeva Shakhrizoda, Amriddinova Rayhona Sadriddinovna. Tourism Potential of Lake Tudakul in Navoi Region. Excellencia: International Multi-disciplinary Journal of Education (2994-9521).

Р.Амриддинова

Использование цифровых технологий в развитии сельского туризма в Навоийской области

Аннотация. В статье анализируются международные и национальные тенденции развития сельского туризма в Навоийской области Узбекистана, в том числе интеграция объектов сельского туризма в цифровую экономику туризма с использованием цифровых технологий, в частности технологий AR/VR, систем онлайн-бронирования, мобильных приложений, продвижения через социальные сети.

Ключевые слова. Навоийская область, сельский туризм, цифровая трансформация, технологии AR/VR, платформы онлайн-бронирования, цифровая инфраструктура, устойчивое развитие туризма.

R.Amriddinova

Use of digital technologies in developing rural tourism in Navai region

Abstract. This article analyzes international and national trends in the development of rural tourism in the Navoi region of Uzbekistan, including the use of digital technologies, especially AR/VR technologies, online booking systems, mobile applications, and promotion through social networks, in the integration of rural tourism facilities into the digital tourism economy.

Keywords. Navoi region, rural tourism, digital transformation, AR/VR technologies, online booking platforms, digital infrastructure, sustainable tourism development.

Shaxnoza Toshpulatova – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti magistranti

TARIXIY ARXITEKTURA YODGORLIKLARINING TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDAGI AHAMIYATI VA HUDUDLAR IJTIMOIY-IQTISODIY RIVOJLANISHIGA TA’SIRI

Annotatsiya Mazkur maqolada tarixiy arxitektura yodgorliklarining yurtimiz turizm sohasini rivojlantirishdagi o‘rni hamda ularning hududlar ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotiga ta’siri tahlil qilinadi.. Maqolada turizmni rivojlantirish orqali yangi ish o‘rinlari yaratish, kichik biznes va xizmat ko‘rsatish sohalarini qo‘llab-quvvatlash, xorijiy va mahalliy investitsiyalarni jalb qilish imkoniyatlari o‘rganilgan.
Kalit so‘zlar: tarixiy arxitektura, turizm, madaniy meros, iqtisodiy rivojlanish, investitsiyalar, hududiy taraqqiyot**,** bandlikni oshirish, aholi daromadining oshishi, madaniy identifikatsiya, xususiy tadbirkorlik.

Kirish. Turizm sanoati bugungi kunda bir qator mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanishiga, shuningdek, ijtimoiy barqarorlikni ta'minlashga keng imkoniyatlar yaratmoqda. Ayniqsa, tarixiy arxitektura yodgorliklari bu jarayonda muhim rol o‘ynaydi. Tarixiy yodgorliklar nafaqat madaniy va tarixiy merosni saqlab qolish, balki hududlarni iqtisodiy va ijtimoiy rivojlantirish uchun xizmat qiladi.

“O‘zbekiston o‘zining boy madaniy merosi, tarixiy obidalari va go‘zal tabiati bilan, turizmni rivojlantirishga katta e'tibor qaratadigan davlatlar qatoriga kiradi. “O‘zbekiston – 2030» strategiyasida O‘zbekistonda tashqi va ichki turizmni rivojlantirish uchun keng sharoitlar yaratish orqali sayyohlar sonini oshirish vazifasini qo‘ygan.

Xorijiy turistlar tashrifi bo‘yicha O‘zbekiston pandemiyadan oldingi darajaning 98 foizini tashkil etdi. Jumladan, 2019 yilda O‘zbekistonga 6 mln. 748 ming nafar xorijiy turistlar tashrif buyurgan bo‘lsa, 2023 yilga kelib 6 mln. 626 ming nafarga yetdi. Bu esa mamlakatimizda turizm sohasining tez sur'atlar bilan tiklanayotganini ko‘rsatadi. O‘zbekistonga xorijiy turistlarni yanada ko‘proq jalb qilish maqsadida viza rejimini soddalashtirish chora-tadbirlari, yangi yo‘nalishlarni ishlab chiqish, soha bilan bog‘liq loyihalarga investitsiya kiritish, yirik tadbirlarni o‘tkazish kabi amaliy ishlar olib borilmoqda.”[1]

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Mavzuga doir ko‘plab ilmiy ishlar qilingan. Xususan, xorijlik olimlar, jumladan: “A.Yu.Aleksandrova, N.A.Goncharova, M.A.Jukova, I.V.Zorin, Ye.N.Pavlova, W.Althof, D.Buhalis”[2]va boshqalar tomonidan tadqiq qilingan. Ushbu muammolarni o‘rganishga O‘zbekistonlik olimlardan M.Q.Pardayev, I.S.Tuxliyev, B.N.Navroz-zoda, D.X.Aslanova, A.A.Eshtayev, B.Sh.Safarov, M.T.Alimova, M.T.Aliyeva, A.N.Norchayev, S.A. Abduhamidov va boshqalarning ilmiy tadqiqot ishlarida o‘rganilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Maqolani tayyorlashda mantiqiy tahlil, ilmiy mushohada, statistik guruhlash, innovatsion usullardan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Tarixiy yodgorliklarni asrab - avaylash hamda ularni kelgusi avlodga bus-butunligicha yetkazish, ulardan turizm sohasida foydalanishda aholining ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy hayotini barqarorlashtirishdagi ahamiyatini oshirish uchun xizmat qiladi.

Darhaqiqat, “O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining **2024 yil 4 martdagi PQ–109-son** qarori bilan tasdiqlangan **2024-yilda strategik yo‘nalishlardagi islohotlarni amalga oshirish chora-tadbirlar rejasining 68-69-bandlari** ijrosini ta’minlash maqsadida **Strategik islohotlar agentligi** va **Turizm qo‘mitasi** tomonidan O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “**Turizm sohasida axborot taqdim etish tizimini takomillashtirish hamda yangi imkoni-**

[1] https://www.uzbekistan.org.ua/uz/yangiliklar/7108-o-zbekistonda-turizm-sohasining-rivojlanishi-xalq-farovonligining-yuksalishiga-xizmat-qiladi.html

[2] Александрова А. Ю. Международный туризм. Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2001.– 464 с.; Гончарова Н.А. Управление жизненным циклом дестинации // Известия Томского политехнического университета. Т.318, №6,2011 с.53-55; Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе. Учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2006. -160 с.; Зорин И.В. Дестинация. М.: ВЛАЦ. 2009. 28 с.; Павлова Е.Н. Развитие регионального профессионального туристского образования на основе туристской дестинации (на примере Карелии). Петрозаводск: КарНЦРАН. 2009. 105 с.; Althof W. IncomingTourismus. Munchen. Wien: Oldenbourg Verlag. 2001. 356 p.; Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future//Tourism Management 2000.№21(1). P.97-116.

yatlarni yaratishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori loyihasi ishlab chiqildi”[1]. Unga ko‘ra turizmning yani turlarini ishlab chiqish muhim vazifa sifatida belgilandi.

Tarixiy yodgorliklar ko‘p yillardan buyon o‘zining noyob va o‘ziga xos uslubi bilan turistlarni o‘ziga jalb etib kelmoqda. Bu obyektlar, ko‘plab tarixiy voqealarning obyekti hisoblanib, O`zbekistonning madaniy boyligini o`zida ifoda etadi. Ularning saqlanishi va taqdim etilishi turizmning asosiy istiqbolini shakllantiradi. Yodgorliklar, odatda, tarixiy voqealar, madaniy an’analar va milliy merosni o‘zida namoyon etib, sayyohlar uchun mamlakatni o‘rganish va kashf qilish imkoniyatlarini yaratadi. Natijada, turizmga oid yangi turlar va faoliyatlar rivojlanib, hududlar iqtisodiyotni yanada jonlantiradi.

O‘zbekistondagi Toshkent, Samarqand, Buxoro, Xiva hamda Navoiy shaharlaridagi tarixiy yodgorliklar nafaqat mahalliy, balki xalqaro miqyosda ham mashhurlikka erishgan. Bu hududlar har yili minglab sayyohlarni o‘ziga jalb qilib, turizmning yanada rivojlantirishga katta hissa qo‘shmoqda.

Shuningdek, turizm rivojlanishi natijasida avvalo hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi hamda aholi uchun yangi ish o‘rinlari yaratish imkoniyati paydo bo‘ladi. Tarixiy yodgorliklar va ularni saqlash, ta'mirlash va boshqarish jarayonlari yangi ish o‘rinlari yaratadi. Turizmga bog‘liq xizmatlar, jumladan, mehmonxonalar, restoranlar, ekskursiya, sayohat xizmatlari, gidlar va hunarmandchilik kabi sohalarda bandlikni oshishi uchun imkoniyat yaratadi. Shu bilan birga, bu sohalar mahalliy aholining daromadlarini oshirishga hamda ularning iqtisodiy farovonligini yaxshilashga yordam beradi. Shuningdek, mahalliy iqtisodiyotning rivojlanishi aholining xarid qobiliyatini oshishida muhim ahamiyat kasb etadi.

Tarixiy yodgorliklar turizmining rivojlanishi mahalliy iqtisodiyotga to‘g‘ridan-to‘g‘ri ta'sir ko‘rsatib, turistlar hududga kelganda, ular nafaqat arxitektura obyektlarini, balki mahalliy san'at, qo‘l mehnati va boshqa xizmatlarni ham iste'mol qiladilar. Bu o‘z navbatida mahalliy bizneslar, kafe va restoranlar, savdo do‘konlari va boshqa kichik tadbirkorlik faoliyatlarini rag‘batlantiradi. Turizmdan olinadigan daromadlar esa davlat byudjetiga to‘plangan soliq va boshqa majburiyatlar orqali hududni rivojlantirish uchun xizmat qiladi.

Turizmning yuksalishi va hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining yanada mustahkamlanishi uchun tarixiy yodgorliklarni saqlash va xizmat ko‘rsatish darajasini oshirish muhim yo‘nalishlardan biridir.

Bugungi kunda yurtimizda mavjud tarixiy arxitektura yodgorliklaridan turizm sohasida foydalanishdagi ijtimoiy-iqtisodiy istiqbollari sifatida quyidagilarni keltirib o‘tishimiz mumkin:

1. Tarixiy yodgorliklarning xizmatlar multiplikativligini ta`minlashga qaratilgan investitsiyalarni ko`paytirishga doir ishlarni kuchaytirish;
2. Ajratilayotgan byudjet mablag‘laridan tashqari qo`shimcha daromad manbalarini ko`paytirishga qaratilgan ishlarni kuchaytirish;
3. Daromad olish mexanizmlarini takomillashtirish zarurligi. Masalan: faqat kirish chiptalari va ekskursiya xizmatlari emas, balki qo`shimcha xizmatlardan foydalanib, samaradorlikni oshirish;
4. Ish o‘rinlarining cheklanganligi – tarixiy yodgorliklar atrofidagi hududlarda mahalliy aholi uchun barqaror daromad manbalari kam.
5. Tarixiy obidalarida faoliyat olib boruvchilarning kasbiy malakasini oshirish;
6. Mahalliy tadbirkorlikning rivojlanmaganligi – hunarmandchilik, mahalliy ishlab chiqarilgan mahsulotlar savdosi va sayyohlarga xizmat ko‘rsatish imkoniyatlari cheklanganligi.

Bugungi kunda rivojlangan mamlakatlar turizm sohasidan foyda olishni kengaytirish maqsadida o‘zlarining bir qaror strategiyalarini qo‘llamoqda. Xususan, Kanada turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha quyidagi yondashuvlardan foydalanmoqda:

- Xususiy sektor ishtirokini rag‘batlantirish – soliq imtiyozlari va investitsiya fond-lari orqali turizmga sarmoya jalb qilish;
- Ekoturizm va barqaror turizmni rivojlantirish – yodgorliklardan ekologik va iqtisodiy jihatdan samarali foydalanish tizimini yo‘lga qo‘yish;

[1] https://asr.gov.uz/news/12198

- Raqamli marketing va innovatsiyalar – onlayn xizmatlar, sun’iy intellekt va virtual turlar orqali sayyohlarni jalb qilish;
- Mahalliy aholining turizmda ishtirokini oshirish – kasb-hunar kurslari va grantlar orqali mahalliy tadbirkorlarni qo‘llab-quvvatlash.
- Tarixiy obyektlarni tijorat maqsadlarida samarali boshqarish – davlat-xususiy sheriklik orqali tarixiy obyektlarni iqtisodiy jihatdan samarali ishlatish;

Xulosa va takliflar. Yuqorida keltirib o‘tilgan masalalarning ilmiy yechimi sifatida mualliflar tomonidan quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. Mahalliy aholining tadbirkorlik salohiyatini oshirish maqsadida ular uchun kasb-hunar kurslari tashkil etish, xususan, gidlar, mehmonxona xodimlari, hunarmandlar va tadbirkorlar uchun bepul yoki imtiyozli ta’lim dasturlarini yo‘lga qo‘yish;
2. Hunarmandchilik va mahalliy mahsulotlar savdosini qo‘llab-quvvatlash orqali xususiy biznes vakillari uchun turistik yarmarkalar tashkil etish, mahalliy brendlarni yaratish va milliy hunarmandchilik mahsulotlarini eksport qilishni rag‘batlantirish.
3. Mehmon uylarini (Guest House) tizimini rivojlantirish, ularga imtiyozlar yaratish;
4. Turistik soliqlarni optimallashtirish, mehmonxonalar va restoranlar uchun soliqlarni kamaytirish orqali xizmatlar narxini pasaytirish;
5. Xizmatlar sifatini xalqaro standartlarga asosan moslashtirish – Sayyohlar uchun arzon va sifatli xizmatlar taqdim etish maqsadida hududlarda xalqaro mehmonxona tarmoqlari va restoranlar salmog‘ini yanada ko‘paytirish;
6. Infratuzilmani yaxshilash va transport tizimini rivojlantirish hamda tarixiy yodgorliklarga olib boruvchi yo‘llarni ta’mirlash va modernizatsiya qilish.

Yuqorida keltirib o‘tilgan takliflar natijasida hududlarda turizm sohasi yanada rivojlanishi ta`minlanib, mahalliy aholining hayot tarzi barqarorlashuvi uchun xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Sh.M. Mirziyoev. O‘zbekiston - 2030strategiyasi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 11.09.2023 yildagi PF-158-son.
2. O‘zbekiston Respulikasi Prezidenti huzuridagi strategik islohatlar agentligi ma’lumotlari
3. M.Q.Pardayev, A.N.Xoliqulov, T.I.Yahyoyev. Iqtisodiy tahlil. Darslik., SamISI, ―Fan bulog_i‖ nashriyoti, Samarqand.: 2024, 25,0 б.т.
4. X.M. Mamatqulov ―Turizm infratuzilmasi‖ o‘quv qo‘llanma, Toshkent, 2011.
5. I.S. Tuxliyev, S.A. Abduhamidov ―Turizm nazariya va amaliyot‖, darslik. 2021.

Ф. Зохидов, Ш.Тошпулатова

Значение историко-архитектурных памятников в развитии туристической отрасли и их влияние на социально-экономическое развитие регионов

Аннотация. В статье анализируется роль историко-архитектурных памятников в развитии туристической сферы нашей страны и их влияние на социально-экономическое развитие регионов. В статье рассматриваются возможности создания новых рабочих мест, поддержки малого бизнеса и сферы услуг, привлечения иностранных и местных инвестиций за счет развития туризма.

Ключевые слова: историческая архитектура, туризм, культурное наследие, экономическое развитие, инвестиции, региональное развитие, рост занятости, рост доходов, культурная идентичность, частное предпринимательство.

F. Zokhidov Sh.Toshpulatova

The significance of historical and architectural monuments and the development of touristic regions and social and economic development of regions

Abstract.This article analyzes the role of historical architectural monuments in the development of the tourism sector of our country and their impact on the socio-economic development of regions. The article examines the possibilities of creating new jobs, supporting small businesses and the service sector, and attracting foreign and local investments through the development of tourism.

Keywords: historical architecture, tourism, cultural heritage, economic development, investments, regional development, employment growth, population income growth, cultural identity, private entrepreneurship.

Sitora Otabekovna Xamroyeva – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti magistranti
Rayxona Sadriddinovna Amriddinova – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti dotsenti

INNOVATSION TURIZM SOHASIDA ZAMONAVIY MARKETING REKLAMALARINING O‘RNI

Annotatsiya: Ushbu maqolada marketing sohasida reklamani shakillantirish, innovatsion turizmda zamonaviy reklamaning o‘rni, turizm kommunikatsiyalari majmuasida va turizm bozorida turistik maxsulotlarni sotishda reklamaning turlari hamda o‘rni haqida batafsil fikr va mulohazalar keltirilgan.

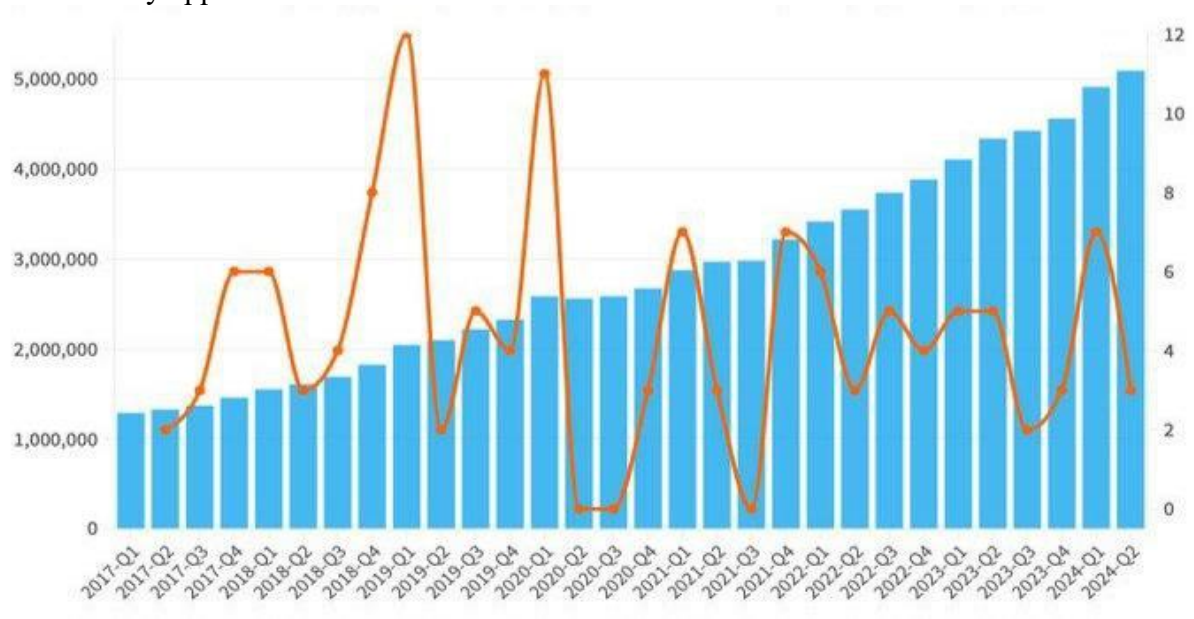
Kalit so‘zlar: Reklama, ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama, innovatsion turizm, marketing strategyasi, raqamli marketing, an’anaviy reklama, Aviasales.

Kirish. Bugungi kunda turizm sohasi jadallik bilan rivojlanib kelayotgan glabal miqqiyosda raqobatbardosh bozor hisoblanadi. Ushbu bozorning asosiy strategyasi bu marketingdir.

Marketing bu- nafaqat falsafa, fikrlash darsi va iqtisodiy tafakkur yo‘nalishi, balki ayrim firma, kompaniya, tarmoq va butun iqtisodiyot bo‘yicha amaliyot faoliyati hamdir.[1] Shunday ekan turizm sohasini marketingsiz tasavvur qilib bo‘lmaydi. XXI asr glaballashuv davrida atrofimizni turli axborot texnologiyalari qamrab olayotgani sir emas. Aynan marketing sohasida ham yangi axborot texnologiyalari orqali turli yangiliklarga erishilmoqda. Turizm sohasida marketing amliyotlari o‘rni alohida ekanini hisobga olsak innovatsion turizmni rivojlantirishda aynan zamonaviy marketingning ahamiyati yuqorilab bormoqda.

“Statista” kompaniyasining so‘nggi ma‘lumotlariga ko‘ra[2], 2023-yilda global turizm daromadi taxminan 1,3 trillion dollarga yetdi va bu asosan brendlarni butun dunyo bo‘ylab sayohatchilar bilan bog‘laydigan raqamli marketing kanallarining o‘sib borayotgan ta‘siri bilan bog‘liq. Bundan tashqari, sayohatchilarning 81 foizi 2023-yilda sayohatlarini rejalashtirish uchun raqamli manbalardan, jumladan, ijtimoiy media, sharh saytlari va onlayn reklamalardan foydalanganliklari haqida xabar berishdi. Ushbu statistika raqamli marketing xizmatlari butun dunyo bo‘ylab potentsial sayohatchilarni jalb qilishda muhim rol o‘ynaydi. [3]

Quyidagi diagramma orqali so‘ngi yillarda turizm sohasining O‘zbekistondagi o‘sish sur’atlarini yaqqol ko‘rishimiz mumkin.



1-rasm[4]so‘ngi yillarda O‘zbekistonda turizm sohasining o‘sish tendansiyasi.

Turizmning sohsidagi ushbu o‘sish ko‘rsatkichlariga aynan raqamli marketing tizimlari ham o‘zining samarali tasirini ko‘rsatgan desak adashmaymiz chunki, so‘ngi yillarda turizm sohasidagi foydalalanilayotgan turli mobil ilovalar yurtimizga tashrif buyirayotgan turistlar va turizm sohasi vakillari tomonidan keng qo‘llanilmoqda.

Adabiyotlar taxlili va metodologiyasi. O‘zbekistonda turizm sohasi va ushbu sohasida marketing amalyotlari va srtotegyalari to‘g‘risida respublikamiz olimlaridan I.S.To‘xliyev, Ye.V.Golisheva, K.X.Abduraxmonov, M.R.Boltaboyev, M.Q.Pardayev, M.T.Alimova, D.X.Aslanova, M.T.Aliyeva, B.Sh.Safarov, A.A.Bektemirov asarlarida o‘rganilgan. Bundan tashqari R.S.Amriddinova va A.P.Maxmudova kabi yurtimiz tadqiqodchilari tomonidan bu mavzu yuzasidan ko‘plab ilmiy ishlar olib borilgan.

Tadqiqot metodi. Tadqiqot mavzusini yoritishda, quyidagi usullardan foydalanildi: tizimli yondashuv, adabiy manbalar tahlili, qiyosiy tahlil, kontent tahlil.

Taxlil va natijalar. Ilgari reklamalar faqatgina qog‘oz (bukletlar, tarqatma materiallar, gazeta, jurnallar) ko‘rinishida mavjud bo‘lgan bo‘lsa hozirda reklamaning ko‘plab turlari mavjud. Ayniqsa bugungi texnologiyalarning jadal rivoji davrida intrnet orqali barcha saytlarda reklamalar e’lon qilinmoqda.

Bugungi kunda internet tarmoqlaridan foydalanmaydigan insonlarni uchratish amrimahol. Shunday ekan Facebook, Instagram, whatsapp, Twetter kabi ijtimoiy tarmoqlardan samarali foydalangan holda reklama dasturlarini aynan ushbu ijtimoiy tarmoqlarda amalga oshirish orqali bugungu kunda ham arzon ham katta auditoriyani qamrab olish mumkin bo‘lgan reklamalarni havola qilish mumkin.

Internet- biznes faoliyat, aloqa o‘rnatish, sayohat va eng tez va ishonchli aloqa -e-mail pochtasi uchun ham keng imkoniyatlarni yaratadi. Biroq internet bu faqatgina pochta yuborish yoki qabul qilish emas, balki katta miqdordagi ma’lumotlar bazi hamdir. Ma’lumot tashuvchi rolini tizimdagi veb-serverlar bajaradi. Odatda veb-serverni xususiy shaxs yoki firma ma’lumot joylashtirish yoki tarqatish maqsadida tashkil qiladi.

Internet tarmog‘i turfirmalarga yangi texnologiyalarni qo‘llashni, mijozlar bilan ishlashning yangi shakllarini, biznes hamkorlar bilan doimiy aloqada bo‘lishni va turli ma’lumotlar olishga to‘g‘ridan to‘g‘ri chiqishni ta’minlaydi. Reklama katta xarajatlar talab qiladi, shuning uchun reklama faoliyatining samaradorligini baholash zarur. Bu quyidagi imkoniyatlarni yaratadi:

- Reklamaning maqsadga muvofiqligi haqida ma’lumot olish;
- Alohida reklama tarqatish usullarining samaradorligini aniqlash;
- Potensial iste’molchilarga ta’sir qiluvchi reklamaning optimal sharoitlarini aniqlash. [5]

Bugungi kundagi zamonaviy reklamalarni bevosita raqamli marketing turiga kiritish mumkin. Raqamli marketing tushunchasi 1980-yilda «Channel» (oldinlari «Soft Ad Group») kompaniyasi tomonidan o‘ylab topilgan. Ular reklamalarni raqamli tarzda ommalashtirganlar. [6] Raqamli marketing va an’anaviy marketing bir biridan tubdan farq qiladi. Quyida ularning asosiylari keltirib o‘tilgan:

- Raqamli marketingda raqamli platformalar va texnologiyalardan, jumladan ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar, messenjerlar, elektron pochta web-saytlar orqali onlayn reklamani amalga oshiradi.
- An’anaviy reklamada esa jarayon oddiy yo‘llar orqali gazeta, jurnallar, bukletlar, televidinya, radio orqali amalga oshiriladi.
- Raqamli marketingda haridor real vaqt davomida tovar yoki xizmat sotuvchisi bilan a’loqada bo‘lishi mumkin yani, bu jarayonda ikki tomonlama aloqa yo‘lga qo‘yilgan bo‘ladi.
- An’anaviy reklamada esa aloqa bir tomonlama bo‘lgani sababli haridor va sotuvchi o‘rtasida komunikativlik o‘rnatib bo‘lmaydi.

Turizm sohasida zamonaviy marketingning turlari juda ko‘p: Airbnb, Booking.com, Aviasales va h.k. Turizm sohasida raqamli marketingning o‘rni qay darajada yuqori ekanini quyida Aviasales kompanyasi faoliyati misolida ko‘rib chiqamiz.

Aviasales asoschisi Konstantin Kalinov asli Sankt-Peterburglik bo‘lib u ichki ishlar vazirligi Akademiyasida advokat sifatida o‘qigan, ammo mutaxassisligi bo‘yicha uzoq vaqt ishlamagan. 1990-yillarning oxirida Kalinov internetda biznes bilan shug‘ullanadi: avval kattalar uchun saytlar trafigidan pul topadi; keyin blogni ishga tushiradi, u erda turoperatorlar va aviakompaniyalarning eng yaxshi aktsiyalarini to‘playdi. 2010-yildagi blog Aviasales loyihasiga aylandi, u aviachiptalarni online sotadi, mehmonxona xonalarini va mashina online ravishda bron

qiladi va ijaraga olishga yordam beradi. Natijada mijozlar va sotuvchilardan ortiqcha vaqt va ovvoragarchiliklar talab qilinmaydi.

2016-yil fevral oyida Rossiyaning Forbes kompaniyasi Aviasalesni 150 million dollarga baholadi. Sayt Rassiya ijtimoiy tarmoqlarining eng qimmat yigirmata kompaniyasi orasida 16-o‘rinni egallaydi. Aviasales-Rossiyadagi eng yirik aviachiptalarni qidirish mexanizmi. 2010-yildan boshlab kompaniyaning shtab-kvartiralari Tailandning Pxuket orolida joylashgan, bu erda 150 ga yaqin Aviasales xodimlari ishlaydi; uning asoschisi ham shu yerda doimiy istiqomad qiladi. [7]

Xulosa va takliflar. Turizm sohasi bugungi kunda raqobatdosh bozorga aylanganini hisobga olsak ushbu sohada raqobatchilardan ortda qolib ketmaslik uchun raqamli marketing strategyasi alohida muhim o‘rin qasb etadi desak adashmagan bo‘lamiz. Faqatgina turizm sohasida emas balki barcha sohalarda muvofaqiyatli biznes olib borish uchun avvalambor sifatli raqamli marketingni yo‘lga qo‘yish bugungi kun talabi hisoblanadi. To‘g‘ri tanlangan raqamli marketing sohalarni rivojlantirishi, ortiqcha pul va vaqtni tejab qolishi mumkin. Ayniqsa turizm sohasida raqamli marketingdan samarali foydalangan holda turli web-sahifalardan orqali sfatli reklamani yo‘lga qo‘yib qisqa muddat ichida yuqori natijaga erishish mumkin. Undan tashqari turli ijtimoiy tarmoqlarda turitlarning sayohat to‘g‘risida qoldirgan ijobiy sharxlari ma’lum mexmonhoma va restoran uchun reklama vazifasini o‘tashi mumkin.

Yurtimizda ham turizm sohasini innovatsion jarayonlar orqali rivojlantirish yo‘lida raqamli marketing strategyalarini qo‘llash maqsadga muvofiqdir. Barcha mexmonhonalar va boshqa turistik obiyektlar uchun mobil ilovalarini yaratib mijozlar bilan doimiy aloqani o‘rnatishlari va bu orqali relamani ham ma’lum darajada yo‘lga qo‘yishlari mumkin bo‘ladi. Maxsusu chat-botlar orqali istemolchi va sotuvchi o‘rtasida doimiy aloqani yo‘lga qo‘ygan xolda xizmat ko‘rsatish jarayonidagi turli kamchiliklarni o‘rganib va ularni bartaraf etish orqali xizmat ko‘rsatish sfatini yaxshilash mumkindir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. M.Amonboyev, A.N.Samadov, Sh.S.Sayfutdinov, F.N.Xalimova “Turizm Marketingi” O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi tomonidan darslik sifatida tavsiya etilgan Toshkent–2021.
2. Travelport global survey highlights different digital traveler habits - Travel Daily News International.
3. Travelport global survey highlights different digital traveler habits. (https://ih.advfn.com/stock-market/NYSE/travelport-worldwide-ltd-TVPT/stocknews/76045434/travelport-global-survey-highlights-different-digi)
4. Turizm statistika – 2024.
5. M.Amonboyev, A.N.Samadov, Sh.S.Sayfutdinov, F.N.Xalimova “ Turizm marketingi” O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi tomonidan darslik sifatida tavsiya etilgan Toshkent–2021.
6. Ashlin Dsouza & Niyaz Panakaje (2023). A Study on the Evolution of Digital Marketing. International Journal of Case Studies in Business, IT, and Education (IJCSBE), 7(1), ISSN: 2581-6942. 95-106.
7. https://meduza.io/feature/2016/09/27/poshutit-v-druguyu-storonu.

С.Хамроева, Р.Амриддинова

Роль современной маркетинговой рекламы в сфере инновационного туризма

Аннотация: В данной статье представлены подробные размышления и размышления о формировании рекламы в сфере маркетинга, о роли современной рекламы в инновационном туризме, о видах и роли рекламы в комплексе туристских коммуникаций и реализации туристского продукта на туристском рынке.

Ключевые слова: Реклама, инновационный туризм, маркетинговая стратегия, цифровой маркетинг, традиционная реклама, авиасалоны.

S. Khamroyeva R. Amriddinova

The role of modern marketing advertising in the field of innovative tourism

Abstract: This article provides detailed feedback and feedback on the types and role of advertising in the marketing industry, the role of modern advertising in innovative tourism, the sale of tourist products in the complex of tourism communications and in the tourism market.

Key words: Advertising, innovative tourism, marketing strategy, digital marketing, traditional advertising, Aviasales.

МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ

Jahongir Bakhodirovich Ergashev – SamISI, “Marketing” kafedrasi tayanch doktoranti

KORXONALARDA XARID FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH XUSUSIYATLARI

Annotasiya. Ushbu maqolada tovarlarni ulgurji sotib olishning samarali rejalashtirilishi va prognozlashning ahamiyati ko‘rib chiqilgan. Iste'mol talabini o‘rganish va prognoz qilish, tovarlarni xarid qilishda oqilona qarorlar qabul qilish uchun zarurdir. Xarid qilish jarayonida bozor tahlili, yetkazib beruvchilarni tanlash, shartnomalar tuzish va ularni nazorat qilish kabi muhim bosqichlar keltirilgan.
Kalit so‘zlar: korxona, xarid, xarid qilish, yetkazib berish, logistika, iste’molchi, bozor, ehtiyoj, xom ashyo, ishlab chiqaruvish, tovar, xarajat, xizmat, moddiy resurs, ta'minot, transport, shartnoma.

Kirish. Korxonaning sotib olish faoliyati har qanday ishlab chiqarish tizimining muhim tarkibiy qismidir va uning samarali tashkil etilishi kompaniyaning umumiy muvaffaqiyatiga bevosita ta'sir qiladi. Sotib olish faoliyati, asosan, korxona uchun zarur bo‘lgan xom ashyo, materiallar, jihozlar va xizmatlarni eng maqbul narxlarda va sifatda ta'minlashni o‘z ichiga oladi. Bu jarayonning to‘g‘ri boshqarilishi, kompaniyani raqobatbardosh bo‘lishiga va ishlab chiqarish jarayonlarining uzluksiz davom etishiga yordam beradi. Sotib olish faoliyati nafaqat o‘z ichiga tovarlarni tanlash va yetkazib beruvchilar bilan shartnomalar tuzishni, balki bozor talabini o‘rganish, yetkazib beruvchilarni tanlash va ular bilan uzoq muddatli aloqalarni o‘rnatish kabi masalalarni ham o‘z ichiga oladi. Bunda, kompaniya o‘z xarajatlarini samarali boshqarish, sifatni oshirish, resurslarni optimal darajada taqsimlash va logistika jarayonlarini yaxshilashni maqsad qilishi zarur.

Shu ma'noda, ushbu maqolada korxonalarning sotib olish faoliyatining mohiyati, uning tahlili, asosiy jarayonlari, hamda sotib olish logistikasi bo‘yicha amaliy tavsiyalar ko‘rib chiqiladi. Bunday faoliyatni muvaffaqiyatli boshqarish va samarali rejalashtirish uchun nazariy asoslar va amaliy yondashuvlar bilan tanishish zarur. Maqolaning asosiy maqsadi sotib olish faoliyatining ahamiyatini va uning korxona samaradorligiga ta'sirini o‘rganishdir. Iste'mol talabini o‘rganish va prognoz qilish tovarlarni ulgurji sotib olish bo‘yicha oqilona qarorlar qabul qilish uchun zarurdir.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Tadqiqot natijasida korxonalarda xarid faoliyatini tashkil etish va boshqarish bo‘yicha xorijiy va mahalliy olimlarning ilmiy izlanishlari o‘rganildi.

MDH olimalaridan biri Баскакова О.В. o‘zining izlanishlarida xarid faoliyatini tashkil etishda talab iste'molchilar tomonidan ko‘rsatilgan bozor ehtiyojining bir shakli hisoblanadi. Iste'molchilarning ma'lum tovarlarga bo‘lgan talabi ishlab chiqarish faoliyatini rivojlantirish jarayonida doimiy ravishda o‘zgarib turadigan ko‘plab iqtisodiy, ijtimoiy, demografik, tabiiy iqlim va boshqa omillar asosida shakllanadi. Shuning uchun, faqat marketingni o‘rganish orqali ishchilar tovarlar, iste'molchi tovarlarni sotib oladigan narxlar, ayrim mintaqalardagi bozor hajmi va boshqalar haqida kerakli ma'lumotlarni olishlari mumkin [3].

Yana bir olimning korxonalarda xarid faoliyatini tashkil etishda qaror qabul qilish muhim omil sifatida o‘z qarashlarini ilgari suradi. Борисова В.В. o‘zining ilmiy ishida “korxona uchun sotib olish faoliyati – bu oqilona qaror qabul qilish jarayoni bo‘lib, uning yordamida rasmiy tashkilot sotib olingan tovarlar va xizmatlarga ehtiyoj borligini aniqlaydi, shuningdek bozorda mavjud bo‘lgan tovarlar va aniq yetkazib beruvchilarni topadi, qadrlaydi va tanlaydi. Xarid qilish faoliyati har qanday ishlab chiqaruvchi korxona faoliyatining ajralmas qismi va asosidir. Uning asosiy vazifasi oxirgi iste'molchining talabini qondirish uchun ovarlarni eng maqbul narxda sotib olishdir” [4].

Bundan tashqari, Бочкарев А.А. o‘zining “ta’minot zanjirini rejalashtirish va modellashtirish” o‘quv qo‘llanmasida korxonalarda xarid faoliyatini tashkil etish va boshqarish bo‘yicha quydagicha yoritib bergan “Tijorat faoliyatini muvaffaqiyatli amalga oshirish ko‘p

jihatdan tomonlarning yetkazib berish shartnomasi shartlarini o‘z vaqtida bajarishiga bog‘liq. Shu sababli, korxonaning xarid qilish faoliyatidagi muhim jihat shartnomalarning bajarilishi va tovarlarni yetkazib berish jarayoni ustidan kundalik nazoratni tashkil etishdir” [5].

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotni amalga oshirish va ilmiy natijalarga erishishda ilmiy izlanishlar olib borilib, adabiyotlar tahlili, statistik tahlillar, dinamik qatorlar imkoniyatlari, korxonalarning sotib olish faoliyatini chuqur o‘rganish va uning samaradorligini tahlil qilishga qaratilgan. Tadqiqotda turli metodlar va yondashuvlar qo‘llaniladi, ularning har biri maqsadga erishish uchun zarur bo‘lgan ma'lumotlarni yig‘ish foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Korxonaning sotib olish faoliyatidagi muhim element zarur xom ashyo va tovarlarni yetkazib beruvchilarning manbalarini aniqlash va o‘rganishdir. Optimal xaridlarni tashkil qilish uchun ulgurji xaridorlar ishlab chiqarilgan tovarlarning assortimentini, o‘z mintaqalarining ishlab chiqarish imkoniyatlarini, mintaqalarining iqtisodiy holatini yaxshi bilishlari kerak. Bunday ma'lumotlar kompaniyaga tovarlarni qabul qilish uchun eng foydali manbani tanlashga imkon beradi. Xaridlarning keyingi bosqichi yetkazib beruvchilar bilan iqtisodiy aloqalarni aniqlashni o‘z ichiga oladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida fuqarolik qonunchiligining huquqiy normalari asosida ushbu turdagi munosabatlarni mustaqil ravishda o‘rnatish va tartibga solishga e'tibor qaratiladi.

Xarid qilish faoliyatini rejalashtirish quyidagi bosqichlardan iborat.

1. Ishonchli manbalardan ma'lumot to‘plash.
2. Yetkazib beruvchi va oxirgi iste'molchining ehtiyojlari va imkoniyatlarini tahlil qilish.
3. Xarid qilish strategiyasini tanlash.
4. Xarid qilish usulini aniqlash.
5. Tovarlarni ilgari surish bilan bevosita bog‘liq bo‘lgan tezkor qarorlarni qabul qilish.
6. Shartnoma shartlarining bajarilishini nazorat qilish.
7. Xarid qilish rejasining bajarilishini tahlil qilish.
8. Xarid qilish rejasining bajarilishini sozlash.

Bunga muvofiq xarid faoliyatining quyidagi funksiyalari ajratiladi (1-jadval).

1- jadval

Xarid qilish faoliyatini funksiyalari

№	Funksiyalari	Mazmuni va mohiyati
1.	Korxonaning to‘liq ishlashi uchun zarur bo‘lgan xom ashyo, butlovchi qismlarni yetkazib berish va xizmatlarning uzluksiz oqimini ta'minlash zarurati.	Xom ashyo va butlovchi qismlarning yetishmasligi odatda ishlab chiqarish faoliyatini to‘xtatishga olib keladi va shunga mos ravishda kutilmagan xarajatlarni, doimiy xarajatlar va mijozlarning mahsulotlarni yetkazib berish muddatlariga bo‘lgan talablarini qondirishdagi qiyinchiliklar tufayli foydalanish xarajatlarining oshishiga olib keladi.
2.	U yoki bu tarzda zaxiralar bilan bog‘liq xarajatlarni minimal darajaga yetkazish.	Moddiy resurslar va tayyor mahsulotlarning uzluksiz oqimini ta'minlash usullaridan biri bu resurslar va mahsulotlarning katta zaxiralarini saqlashni tashkil etishdir. Zaxiralar boshqa joyga sarmoya kiritib bo‘lmaydigan kapitalni sarflashni o‘z ichiga oladi. Har yili joriy aksiyalarning qiymati aktivlarning umumiy qiymatining 20-50% oralig‘ida o‘zgarishi mumkin
3.	Sifatni saqlab qolish yoki uni oshirish.	Mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko‘rsatish qabul qilingan talablarga javob berishi kerak, bu esa ishlab chiqarish xarajatlarining sezilarli darajada oshishiga olib keladi
4.	Eng malakali va ishonchli yetkazib beruvchilarni topish.	Xarid qilish faoliyati funksiyasining muvaffaqiyati yetkazib beruvchilarni topish va ular bilan munosabatlarni doimiy ravishda rivojlantirish, ularning imkoniyatlarini tahlil qilish, tegishli yetkazib beruvchini diqqat bilan tanlash va keyin u bilan ishlash, qo‘shma faoliyatni doimiy ravishda takomillashtirish qobiliyatiga bog‘liq

5.	Xarid qilish faoliyati to‘g‘ri tashkil etish	xarid qilish faoliyati odatda aylanma mablag‘larning katta hajmidan foydalanishni o‘z ichiga oladi, shuning uchun umumiy qiymati minimal bo‘lgan tovarlar yoki xizmatlarni ishlab chiqarish kerak va sifat, miqdor, qulay yetkazib berish shartlari va malakali xizmat ko‘rsatishning tegishli darajasini saqlab qolishga harakat qiling
6.	Raqobatbardoshlikni oshirish.	Agar u foyda keltirmaydigan faoliyatni yoki qo‘shimcha vaqtni talab qiladigan faoliyatni va hokazolarni oldini olish uchun xaridlar bilan bog‘liq barcha xarajatlarni va vaqt parametrlarini doimiy ravishda nazorat qilib tursa, kompaniya eng raqobatbardosh bo‘ladi, buning uchun xarajatlar miqdorini optimallashtirish, tarqatish dasturiga o‘zgartirishlar kiritish, texnologik taraqqiyot yutuqlarini amalga oshirish va hk.
7.	Kompaniyaning boshqa funktsional bo‘linmalari bilan uyg‘un munosa-batlarga, samarali hamkorlikka erishish.	Xaridlar kompaniyaning boshqa bo‘limlari va xodimlari bilan hamkorlik qilmasdan samarali bo‘lishi mumkin emas: texnik nazorat bo‘limi (TNB), ishlab chiqarish bo‘limi, buxgalteriya bo‘limi, marketing, dizayn, muhandislik va boshqalar.ushbu bo‘limlarning o‘zaro bog‘liqligi va yaqin hamkorligi eng oqilona yechim va samarali yetkazib berish faoliyati va umuman korxona faoliyati
8.	Ma'muriy xarajatlarni kamaytirish.	Agar sotib olish faoliyati mantiqsiz bo‘lsa, unda sotib olish bo‘limining ma'muriy qismi uchun xarajatlar juda katta bo‘ladi. Xarid qilish logistikasi maqsadlarining tarkibi korxonaning yo‘nalishi va aniq nima bilan shug‘ullanishiga, shuningdek ishlab chiqarishning rivojlanish darajasi va murakkabligi, kompaniya faoliyat ko‘rsatadigan iqtisodiy sohaga va korxonaning raqobatbardoshligiga bog‘liq

Korxonaning sotib olish faoliyati uning muvaffaqiyatli ishlashi uchun asosiy omil bo‘lib, bu jarayon to‘g‘ri rejalashtirilgan va oqilona boshqarilgan bo‘lishi kerak. Xarid qilish faoliyatining asosiy maqsadi, bozor talablarini to‘g‘ri tahlil qilib, eng maqbul narxda zarur tovarlar va xom ashyolarni ta'minlashdir. Ushbu faoliyat, nafaqat tovarlarni sotib olishni, balki ularga xizmat ko‘rsatish, yetkazib beruvchilar bilan o‘zaro aloqalarni rivojlantirish, sifatni nazorat qilish va xarajatlarni kamaytirishni o‘z ichiga oladi.

Xarid qilish jarayonida korxona tovarlar va xizmatlarning sifatini oshirish, yetkazib beruvchilar bilan samarali munosabatlarni rivojlantirish, va narxlarni optimallashtirishga intiladi. Boshqa bo‘limlar bilan o‘zaro hamkorlikni yo‘lga qo‘yish va barcha jarayonlarni sinxronlashtirish kompaniyaning muvaffaqiyatli ishlashiga yordam beradi. Xarid qilish logistikasi, shuningdek, samarali yetkazib berish va mahsulotni saqlashni ta'minlash, transport, sug‘urta va boshqa iqtisodiy masalalarni optimallashtirishni o‘z ichiga oladi.

Xulosa va takliflar. Tadqiqot davomida olib borilgan izlanishlar natijasida. korxonalarda xarid faoliyatini tashkil etish va boshqarish uchun quydagi takliflar va tavsiyalarn ishlab chiqildi.

1.Kompaniya sotib olish jarayonlarini avtomatlashtirishga e'tibor qaratishi kerak. Bu, so‘nggi texnologiyalarni joriy qilish orqali xarid qilish faoliyatini tezlashtiradi va inson omilining xatoliklarini kamaytiradi.

2.Yangi yetkazib beruvchilarni doimiy ravishda tanlash va tahlil qilishdan ko‘ra, mavjud ishonchli yetkazib beruvchilar bilan uzoq muddatli hamkorlikni rivojlantirishga intilish kerak.

3.Iste'molchilarning ehtiyojlarini prognoz qilishda ilg‘or marketing tahlil usullarini qo‘llash zarur.

4.Xarid qilish faoliyatida sifat nazorati muhim o‘rin tutadi. Mahsulotlar va xizmatlar sifatining doimiy ravishda tekshirilishi va yaxshilanishi kerak, chunki sifat, mijozlarning qoniqishi va kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi.

5.Xarid qilish faoliyatidagi xarajatlarni doimiy ravishda nazorat qilish va optimallashtirish kompaniyaning moliyaviy holatini yaxshilashga yordam beradi.

Xulosa qilib aytganda, sotib olish faoliyatining muvaffaqiyati korxonaning bozorni anglash va talablarni to‘g‘ri prognoz qilishiga, yetkazib beruvchilar bilan samarali ishlashga, shuningdek, barcha xarajatlarni optimal darajada saqlashga bog‘liq.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1.Айнабек К.С. Теория общественного хозяйствования (Альтернатива экономической теории и экономика) / К.С. Айнабек. – М.: КЭУК, 2014. 608с.

2.Аникин Б.А. Логистика / Б.А. Аникин. – М.: Проспект, 2013. 406 с

3.Баскакова О.В. Экономика предприятия (организации) / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М: Дашков и К, 2013. 372 с.

4.Борисова В.В. Конфигурирование логистических потоков (Стратегии развития инструментов коммерции) / В.В. Борисова. – СПб.: Издво СПбГЭУФ, 2012. С. 34-56.

5.Бочкарев А.А. Планирование и моделирование цепи поставок/ А.А. Бочкарев. -М.: Альфа-Пресс, 2013г. 192с.

6.Холинов А. Выбор программного обеспечения для складского комплекса // Логистика сегодня. – 2013. - № 6.

Ж.Эргашев **Особенности организации и управления закупочной деятельностью на предприятиях** **Аннотация.** В данной статье рассматривается важность эффективного планирования и прогнозирования оптовых закупок товаров. Изучение и прогнозирование потребительского спроса необходимо для принятия рациональных решений при покупке товаров. В процессе закупок перечислены такие важные этапы, как анализ рынка, выбор поставщиков, заключение контрактов и контроль. **Ключевые слова:** предприятие, закупка, закупка, доставка, логистика, потребитель, рынок, потребность, сырье, производство, товар, стоимость, Услуга, материальный ресурс, поставка, транспорт, контракт.	**J.Ergashev** **Features of organization and management of procurement activities in enterprises** **Abstract.** This article examines the importance of effective planning and forecasting of the wholesale purchase of goods. The study and forecasting of consumer demand is necessary in order to make reasonable decisions when purchasing goods. In the procurement process, important stages are presented, such as market analysis, supplier selection, contracting and control. **Keywords:** enterprise, procurement, procurement, delivery, logistics, consumer, market, need, raw materials, production, goods, cost, service, material resource, supply, transport, contract.

Fotimaxon Ibragimovna Ergasheva – Namangan davlat texnika universiteti “Iqtisodiyot” kafedrasi dotsenti, PhD

JAMOATCHILIK BILAN ALOQALARNI BOSHQARISH FUNKTSIYALARI VA TAMOYILLARI

Annotatsiya: Ushbu maqolada jamoatchilik bilan aloqalar va uni boshqarishga bo‘lgan turli yondashuvlar, ularning mazmuni hamda guruhlanishi yoritilgan. Jamoatchilik bilan aloqalarni boshqarishdagi asosiy funktsiyalar va tamoyillar bayon etilib, ulardan samarali foydalanishda uchraydigan to‘siq bo‘luvchi ayrim muammolar ko‘rsatib o‘tilgan. Soha doirasida umumiy xulosa shakllantirilib, faoliyatni samarali olib borish uchun tegishli tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: jamoatchilik bilan aloqalar, jamoatchilik bilan aloqalar texnologiyalari, tashqi jamoatchilik, ichki jamoatchilik, jamoatchilik fikri, boshqaruv funktsiyasi, jamoatchilik bilan aloqalar-mutaxassislari, tamoyillar

Kirish. Jahon bozorning yaratilishi, axborot rolining kuchayishi va bozor aloqalarining ahamiyati mahsulotlarni bozorlarda ilgari surish amaliyotining o‘zgarishiga olib keldi. Xo‘jalik yuritishning sanoat turi davrida reklama ishlab chiqarilgan mahsulotlarni sotishda potentsial iste’molchilarni xabardor qilishning asosiy vositasi bo‘lib xizmat qildi. Bugungi kunda biznes iste’molchilarni mahsulot va xizmatlar to‘g‘risida xabardor qilishning muqobil vositalarini

izlashga majbur. Jamoatchilik bilan aloqalar ushbu faoliyat turlarining samaradorligini oshirishga qaratilgan biznesda mustaqil boshqaruv funktsiyasidir.

Dunyoning globallashuvi sharoitida PR-texnologiyalarning rivojlanishi muhim omil bo‘lib, u iqtisodiy jihatdan davlatlararo aloqalarning mustahkamlanishiga olib keldi va aloqa vositalari bilan bir qatorda yagona o‘zaro bog‘liq moliyaviy tizim hamda xalqaro savdo tizimini shakllantirishga imkon berdi. Ayniqsa, PR-texnologiyalarning rivojlanishi siyosat sohasida katta yutuqqa ega bo‘lib, bugungi kunda deyarli barcha siyosiy harakatlar hamda saylov kampaniyalarida yetakchi o‘rinni egallamoqda. Biznesning ushbu jihatdagi faoliyatini tahlil qilish shuni ko‘rsatadiki, samarali boshqaruv mexanizmlarini shakllantirish jarayonida ichki va tashqi bozorlarda mahalliy tadbirkorlik tuzilmalarining raqobatbardoshligini oshirish vositasi sifatida jamoatchilik aloqalaridan yetarli darajada foydalanilmayapti. Mazkur muammoning yechimlarini topishda jamoatchilik bilan aloqalarni boshqarish funktsiyalai va tamoyillaridan samarali foydalanish dolzarb masala hisoblanadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. PR fan va texnologiya sifatida XX-asrning o‘rtalaridan boshlab rivojlangan bo‘lib, u yangi texnologik vositalar, ommaviy kommunikatsiyalar: televizor, internet va boshqalarning rivojlanishi bilan bog‘liq bo‘lgan. PR nazariyasi haqida savol tug‘ilganda, bu sohada umume’tirof etilgan taniqli nazariya yo‘q, lekin bugungi kunda PRga berilgan 1000 dan ortiq ta’riflar mavjud. PR nazariyasi keng ko‘lamda rivojlanmaganligi sababli, bu sohada barqaror ilmiy maktablar shakllanmagan. Faqat marketing, reklama bilan aloqada bo‘lgan, siyosiy targ‘ibot va inson ongi hamda hissiyotlariga psixologik ta’sir ko‘rsatadigan ma’lum sohalar, tadqiqotlar mavjudligini ko‘rish mumkin[1].

Rossiyaga Amerika an’analari va ushbu faoliyatning mohiyatini aniqlashga bo‘lgan yondashuvlar kuchli ta’sir ko‘rsatadi. Barcha rus o‘quv adabiyotlari frantsuz va nemis mualliflari bo‘lishiga qaramay bu ingliz mualliflariga qarashli bo‘lgan adabiyotlarning tarjimalaridir. Bu PR mustaqil o‘quv intizomi sifatida birinchi marta AQShda o‘rganila boshlanganligidan dalolat berib, u bir qancha asosiy omillar bilan izohlanadi.

T.Lebedevaning ta’kidlashicha,“Petit Robert” nomli frantsuz lug‘atida “Pablik rileyshnz – bu guruhlar, ularning faoliyatini qo‘llab-quvvatlash va rivojlanishiga hissa qo‘shish maqsadida xodimlar hamda jamoatchilik o‘rtasida ishonch muhitini yaratish uchun guruhlar (kompaniya, sindikat, partiya, davlat) va maxsus guruhlar tomonidan qo‘llaniladigan usullar va uslublar yig‘indisi” sifatida ko‘rib chiqiladigan tushuncha sifatida kiritilgan.

1944-yilda AQShda nashr etilgan “Sotsiologiya lug‘ati”da PRga “subyektning jamoatchilik bilan munosabatlarini tartibga solish uchun qo‘llaniladigan nazariyalar va usullar” deb ta’rif berilgan. Lug‘at mualliflari o‘z fikrlarini quyidagicha talqin qiladilar: “Ushbu nazariyalar va usullar mazkur faoliyat sohasidagi aniq muammolarni hal qilish uchun sotsiologiya, ijtimoiy psixologiya, iqtisodiyot, siyosiy fanlar, shuningdek jurnalist, rassom, tashkilotchi, reklama mutaxassisi va boshqalarning maxsus ko‘nikmalaridan foydalanishni o‘z ichiga oladi”. Pablik rileyshnz – unga berilgan ta’riflarga nisbatan juda boy tushunchadir. 1975-yilda Amerikaning (Foundation for Public Relations Research and Education) jamg‘armalaridan biri ushbu mavzuni chuqur o‘rganishni boshlaganida, PRning 472 ta ta’rifi aniqlangan.

M.Mencherning Amerika jurnalistika darsligida PRni quyidagicha talqin etiladi: “Pablik rileyshnz – bu boshqaruv funktsiyasi bo‘lib, u jamoatchilik bilan munosabatlarni baholaydi, shaxs yoki tashkilotning siyosati va harakatlarini jamiyat manfaatlari bilan belgilab beradi hamda jamoatchilikni tushunishga va idrok etishga qaratilgan harakatlar dasturini amalga oshiradi”. Amerikaning eng mashhur zamonaviy PR – olimlaridan T.Xant va J.Grunig shunday yozadilar: “Pablik rileyshnzga berilgan ko‘pgina ta’riflarning aksariyati murakkab bo‘lgan ikkita - kommunikatsiya va boshqaruv elementnlarini o‘z ichiga oladi. Biz pablik rileyshnzni tashkilot va jamoatchilik o‘rtasidagi kommunikatsiyalarni boshqarish deb ta’riflaymiz”.

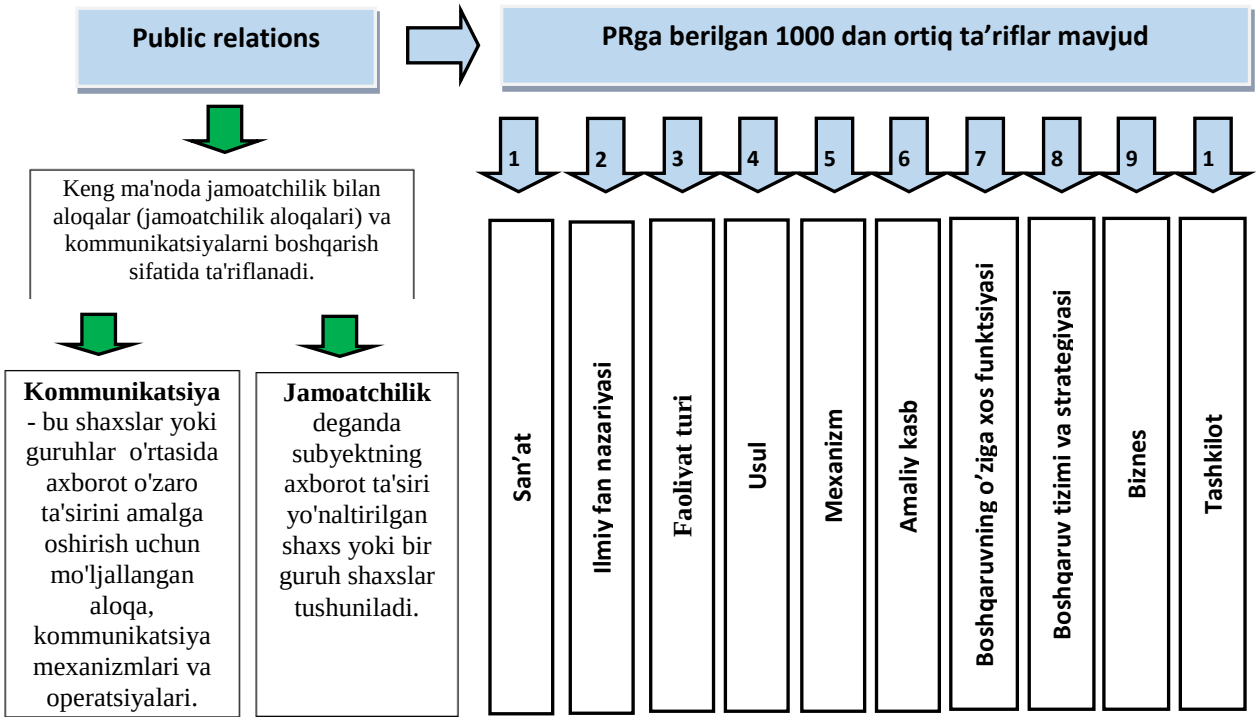
Fikrimizcha, PR (Pablik rileyshnz) boshqaruv obyekti va subyekti o‘rtasidagi o‘zaro manfaatli tushunishni, xayrixohlikni o‘rnatish, shuningdek ularning faoliyatini samarali

[1] Dedajanov B.N., Ergasheva F.I. “PR-menejment”. Darslik. –Namangan.: «Usmon Nosir media» nashriyoti, 2023. 6- b.

ta’minlashga qaratilgan jarayon.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot jarayonida olimlarning PR (Pablik rileyshnz) tushunchasiga bo‘lgan ilmiy yondashuvlar o‘rganildi. PR-faoliyatini boshqarish tizimida foydalaniladigan funktsiyalar va tamoyillar yoritildi. O‘rganilgan ma’lumotlar asosida nazariy tadqiqot va mantiqiy yondashuv usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Olib borilgan tadqiqotlarga asoslanib shularni takidlashimiz mumkinki, yuqoridagi pablik rileyshnzni tushunchasiga berilgan ko‘plab ta’riflar bilan bir qatorda, qarama-qarshi tasavvurni beradigan qator izohlar ham mavjud bo‘lib, quyida ulardan ayrim zamonaviy ta’riflarni keltirib o‘tishimiz mumkin.



1-rasm. “PR” tushunchasi ta’riflarining yondashuvlari.

- “PR – bu firma tovarlarni sotuvchilar emas, balki xaridorlar manfaati uchun ishlab chiqaradi va sotadi degan g‘oyalarni shakllantirish orqali, firmaga nisbatan bo‘lgan qulay jamoatchilik munosabatlarini shakllantirish san’atidir”.
- “PR – dinamik boshqaruv tizimi bo‘lib, unda boshqaruv bo‘g‘ini PR-subyekti, jamoatchilik esa boshqaruvchi vazifasini bajaradi. Jarayonning o‘zi axborot aylanishi yordamida amalga oshiriladi”.
- “PR – bu sizning kompaniyangiz faoliyati, uning reklamalari va xayriya tadbirlari natijasida shakllangan mustaqil jamoatchilik fikri”.
- “PR – bu tashkilot va uning jamoatchiligi o‘rtasida aloqalarni o‘rnatish va qo‘llab-quvvatlash uchun mustaqil boshqaruv funktsiyasidir”.
- “PR – bu haqqoniy ma’lumotlarga asoslangan firma manfaatlari va uning ijtimoiy muhiti uyg‘unligiga erishish uchun olib boriladigan boshqaruv faoliyati”.

Boshqaruv tizimida PR faoliyatini umumiy shaklda ikki yo‘nalishga ajratish mumkin: tashqi jamoatchilik, jumladan, mijozlar, hamkorlar, raqobatchilar, davlat idoralari va boshqalar bilan ishlash hamda ichki jamoatchilik (korxonaning o‘z xodimlari) bilan ishlash.Shuning uchun, PR-xizmati tomonidan xodimlarni kompaniya faoliyatiga jalb qilish bo‘yicha ishlab chiqilayotgan va amalga oshirilayotgan dasturlar korxonadagi psixologik muhitni yaxshilash, ma’lumot yetishmasligi yoki tushunmovchilik tufayli yuzaga keladigan ziddiyatli vaziyatlarni minimallashtirish va boshqa ko‘plab muammolarni hal qilish imkonini beradi[1].

[1] Dedajanov B.N., Ergasheva F.I. “PR-menejment”. Darslik. –Namangan.: «Usmon Nosir media» nashriyoti, 2023. 5- b.

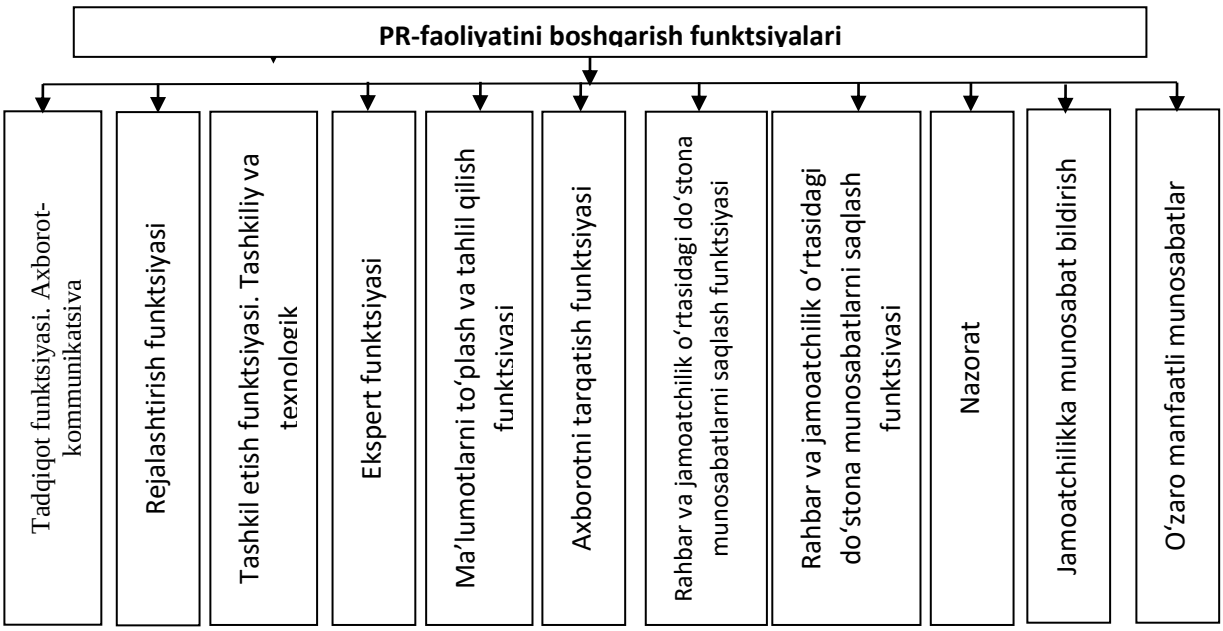
Ruscha talqin, G‘arb g‘oyalarini chuqurlashtiradi, tavsiflaydi va kengaytiradi. Talqinlar zamonaviy PR boshqa ijtimoiy fanlar, birinchi navbatda, marketing, psixologiya va biznesni rejalashtirish yutuqlaridan foydalanishi kerakligiga alohida e’tibor qaratadi. Maqsadli auditoriyaga axborot ta’sirining samarali mexanizmlarini ishlab chiqish uchun o‘z maqsadlari yo‘lida ushbu texnologiyalardan foydalanadi yoki uni takomillashtiradi[1].

Bugungi kunda PRning eng keng tarqalgan ta’rifi bu Frantsiyada paydo bo‘lgan neytral ta’rif bo‘lib, unga ko‘ra jamoatchilik bilan aloqalar ilmiy bilim va san’at chorrahasida insonning maxsus faoliyati bo‘lib, u o‘zaro barqarorlikni shakllantirish va saqlashga qaratilgan kommunikativ faoliyatdir. Bunda boshqaruv subyekti va uning jamoatchilik o‘rtasidagi munosabatlar faqat foydali ma’lumotlarga asoslandi[2].

Olib brogan tadqiqotlarga tayangan holda, PR faoliyatiga bo‘lgan yondashuvlarni quyidagicha ifodalashimiz mumkin:

Shunday qilib, PR (Pablik rileyshnz) - bu tashkilot va jamoatchilik o‘rtasida o‘zaro manfaatli, uyg‘un munosabatlarni o‘rnatishga qaratilgan boshqaruv faoliyati bo‘lib, ushbu tashkilotning muvaffaqiyati unga bog‘liq. 2000-yil boshlariga kelib, ko‘plab tashkilotlarning rahbariyati (top menejmenti) boshqaruv funktsiyasi sifatida PRning strategik ahamiyatini asta-sekin tushuna boshladilar. Bugungi kelib, PR to‘satdan zarba va shoklarga reaktsiya bo‘lishni to‘xtatib, tashkilotlarning aniq rejalashtirilgan va ilmiy asoslangan faoliyatiga aylandi.

PR – bu kompaniyaning qulay tashqi va ichki muhitini saqlashga qaratilgan tashkilot boshqaruvining quyi tizimi hisoblanadi. Funktsional boshqaruvning boshqa sohalari singari, jamoatchilik bilan aloqalar faoliyati ham kompaniya maqsadlari va strategiyasini amalga oshirish natijasi bo‘lib, taktik qarorlarda amalga oshiriladi, o‘z byudjeti, resurslarni taqsimlash jadvaliga ega bo‘ladi.



2-rasm. PR-faoliyatini boshqarish funktsiyalari.

Bugungi kunda PR – bu PR-mutaxassislariga butun korxona faoliyatini boshqarishning muayyan masalalarini hal qilish imkonini beradigan tashkilotning aniq rejalashtirilgan faoliyatidir[3]. Agar biz ichki PR haqida gapiradigan bo‘lsak, u ma’lum darajada tashkilotni

[1]Ergasheva F.I. Zamonaviy sharoitda PR (jamoatchilik bilan aloqalar)ning mazmuni va ahamiyati.YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT. 2024-yil, sentyabr. № 9-son.. 356-360-b.

[2] Ergasheva Fotimakhon Ibragimovna . Principles and levels of management of PR activities in crisis situations. THE AMERICAN JOURNAL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS INNOVATIONS (ISSN- 2693-0811) VOLUME 06 ISSUE12 39 https://www.theamericanjournals.com/index.php/tajmei. PUBLISHED DATE: - 11-12-2024 .DOI: - https://doi.org/10.37547/tajmei/Volume06Issue12-04 PAGE NO.: - 39-47.

[3]Блажнов А.А. Паблик рилейшнз - Public Relations: Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных

boshqarish funktsiyasidir. PR-faoliyatini boshqarish tizimi quyidagi funktsiyalarni bajaradi[1].

Tadqiqot funktsiyasi – bu axborotni yig‘ish, qayta ishlash va tahlil qilish bilan bog‘liq bo‘lgan chora-tadbirlarni o‘z ichiga oladi. Axborot-kommunikatsiya: PR-faoliyatining maqsad va vazifalarini amalga oshirish uchun zarur axborotni tarqatish jarayonini ta’minlash bo‘lsa, rejalashtirish funktsiyasi - bu maqsadni aniqlash va shu maqsadga erishish uchun vazifalarni belgilash hamda shunga muvofiq tadbirlar rejalarini ishlab chiqish bilan bog‘liq ishlarni bajarish faoliyatidir.

Tashkil etish funktsiyasi – bu rejalarga muvofiq tadbirlarni amalga oshirishda PR-mutaxassisining ishtirokidan iborat bo‘lib, PR-kampaniyalari bo‘yicha kompleks yondashuvlar, texnologiyalar va tadbirlarni tashkil etiladi va o‘tkaziladi. Ekspert funktsiyasi – bu amalga oshirilgan tadbirlarni baholash, samaradorlik darajasini tahlil qilish va uni oshirish uchun kelajakda nima qilish kerakligi bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqish bilan bog‘liq jarayondir.

PR-subyekti amalga oshirishi kerak bo‘lgan aniq amaliy harakatlar to‘plami orqali amalga oshiriladigan ma’lumotlarni to‘plash va tahlil qilish funktsiyasida ijtimoiy usullardan foydalangan holda jamoatchilik fikrini o‘rganishi, ijtimoiy tadqiqotlar o‘tkazishi, shuningdek, iqtisodiy tadqiqotlar (masalan, marketing tadqiqotlari) o‘tkaziladi, dastlabki ma’lumotlarning natijalarini qayta ishlashi, ikkinchi darajali ma’lumotlarni to‘plashi, maqolalarni, intervyularni, Internet saytlaridagi va statistik ma’lumotlarni tahlil qilish, PR-subyekti hujjatlarni, me’yoriy-huquqiy hujjatlarni va nizomlarni tahlil qilish lozim bo‘ladi.

Axborotni tarqatish funktsiyasida PR-subyekti ushbu barcha organlar va tashkilotlar uchun axborot materiallarini tayyorlashi kerak. Bu esa unga tilni bilish talablarini qo‘yadi, ya’ni u jurnalist, notiqlik va notiqlik san’atiga ega bo‘lishi lozim. Rahbar va jamoatchilik o‘rtasidagi do‘stona munosabatlarni saqlash funktsiyasida PR-subyekti tashkilot rahbariyati va uning xodimlari o‘rtasida doimiy aloqalarni o‘rnatishi, ularni qaror qabul qilish zarurligiga ishontirishi, ma’lumotlarni rahbariyatga yetkazishi, mehnat nizolarini o‘z vaqtida kuzatishi va ularga ta’sir o‘tkazishi kerak. U tashqi muhit (mijozlar) bilan ishonchli munosabatlar o‘rnatishi shart. PR-subyekti yaxshi psixolog bo‘lishi (jamoani shakllantirish jarayonida ishtirok etish) lozim. Nazorat – bu brend yoki shaxsni targ‘ib qilish va ilgari surish strategiyasini shakllantirish uchun maqsadli auditoriyaning ehtiyojlari hamda manfaatlarini o‘rganishni o‘z ichiga oladi.

Jamoatchilikka munosabat bildirish – bu voqealarni tahlil qilish, maqsadli auditoriyalarning xatti-harakatlarini kuzatishdan iborat[2]. Bu korxonaga jamoatchilik bilan aloqalarni o‘rnatish, nizolar va tushunmovchiliklarning oldini olish imkonini beradi. O‘zaro manfaatli munosabatlarga erishish jamoatchilikning barcha guruhlari: potentsial mijozlar, yetkazib beruvchilar, hamkorlar, xodimlar, OAV va boshqalar bilan samarali o‘zaro munosabatlar o‘rnatishga yordam beradi.

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, PR sohasidagi faoliyat mazkur faoliyatning mohiyati bilan chambarchas bog‘liq bo‘lgan bir qator tamoyillarga asoslanadi:

1. PR jamoatchilikka ma’lum xizmatlarni ko‘rsatish bilan bog‘liq bo‘lgan kasb sifatida qaraladi, u alohida ijtimoiy institutlar, tashkilotlar va muassasalar, ham davlat va nodavlat shaklida ushbu xizmatlarning mijozlari sifatida harakat qilishi mumkin.

2. PR-faoliyatining muvaffaqiyati jamoatchilik ishonchini qozonish bo‘lib, asosan u ikki shaklda ko‘rib chiqiladi. Birinchisi – jamoatchilikni mijoz sifatida namoyon bo‘lish shakli bo‘lsa, ikkinchisi – jamoatchilikni PR-subyektining yo‘naltiradigan axboroti ta’sirini vositasi sifatida namoyon bo‘lishidir. Mazkur tamoyilga ko‘ra, ishonch nafaqat PR-faoliyatining asosiy manbai va buyurtmachisi, balki ushbu faoliyatning maqsadga erishishi, muammolarni hal qilishi, uning mohiyatiga mos kelishi uchun muhim zaruriy shartdir.

3. PR-faoliyatini haqiqiy voqelik bilan shug‘ullanishi bilan bog‘liq.

4. Axborot mazmunining mohiyatini tashkil etuvchi barcha asosiy muammolar bo‘yicha doimiy ravishda jamoatchilikdan yordam so‘rash zarurati.

отношений: уч. пособие. -М.: ИМА-пресс, 1994. 11– с.

[1] Блэк Сэм. Паблик рилейшнз. Что это такое? / Сэм Блэк. - М.: Модино пресс, 2014.18–с.

[2]Даг Ньюсом, Джуди Ван, Слайк Терк. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз / Даг Ньюсом, Джуди Ван, Слайк Терк, Дин Крукеберг. - М.: СИНТЕГ, 2015. 77-с.

5. PR-subyekti o‘z maqsadlari va vazifalariga faqat ommaviy axborot vositalari (OAV) orqali erishishi mumkinligi bilan bog‘liq. Shuning uchun PR-subyekti har tomonlama fuqarolarning mutlaq ishonchini saqlashga va axborot kanallarining takrorlanishi (chastotasi) fuqarolarda shubha tug‘diradigan vaziyatni yuzaga keltirmaslikka majburdir.

6. PR sohasidagi mutaxassis muammoning ijtimoiy foydaliligini iloji boricha chuqurroq tushunishi, jarayonning kelib chiqishini tahlil qilishi, zamonaviy fanlarning usullaridan to‘liq foydalanishi kerak, chunki bu faqat jamoatchilik uchun ishonchli axborot mahsulotini shakllantirishga imkon beradi.

Umumiy boshqaruvning quyi tizimi sifatida PR-faoliyatini boshqarishning asosiy va o‘ziga xos tamoyillari mavjud bo‘lib, uning asosiy tamoyillari quyidagilardan iborat: ilmiylik, rejalashtirilganlik, komplekslilik, tezkorlik, uzluksizlik, obyektivlik, qonuniylik, moslashuvchanlik, konstruktivlik, samaradorlik.

Shuningdek, PR faoliyatini boshqarishning o‘ziga xos tamoyillari bo‘lib, u quyidagilardan iborat: halollik va oshkoralik shartlari asosida tuzilgan tashkilot va jamoatchilik uchun o‘zaro manfaatli munosabatlarni o‘rnatish; axborotning mavjudligi va dolzarbligi; shaxslar o‘rtasidagi munosabatlar sohasidagi fakt va hodisalarni idrok etish hamda talqin qilishda subyektivlikni rad etish.

Olib borilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, PR faoliyatini boshqarishda funktsiyalarini to‘g‘ri bajarish hamda tamoyillariga amal qilishda ayrim kamchiliklarga yo‘l qo‘yilmoqdaki, bu sohani rivojlantirishga salbiy ta’sir ko‘rsatadi va bir qator muammolarni kelib chiqishi sabab bo‘lishi mumkin. Jumladan unga quyidagilarni kiritishimiz mumkin: ko‘plab kompaniyalar hali ham PR menejer nima uchun kerakligini tushunmasligi; ayrim PR mutaxassislarida ijtimoiy tarmoqlarni yuritish ko‘nikmasini yo‘qligi; inqirozli kommunikatsiyalarni hal qila olmaslik; bir qator PR mutaxassislarini jamoat va shaxsiy chegalarni noto‘g‘ri farqlashi –u uchun barcha shaxsiy ijtimoiy tarmoqlar ommaviy bo‘lishligini to‘liq xis etmasligi; korxona brendi haqida to‘liq ma'lumotlarni yo‘qligi, axborotlar to‘qnashuvi sharoitida inqirozga qarshi vaziyatga javob bera olmaslik; yopiq fikrlash, vaziyatning ijobiy rivojlanishi uchun bir nechta variantlarni ko‘rishni imkoniyatining yo‘qligi va yakuniy natija haqida tasavvurni shakllanishini qiyinligi; PR mutaxassisi ko‘pincha dunyo o‘zgarganini, vositalar to‘plami o‘zgarganini, ularning ta'sir doirasi o‘zgarganini tushunishni istamasliklari; biznesda ma’lum funktsiyalar nima uchun ishlashini tushunmasligi; bu nimaga aloqadorligi va nima uchun muhimligini to‘la tushunib yetmaslik va boshqa shu kabilar.

Xulosa va takliflar. PR menejment – bu brendni ijtimoiy hayotga, ijtimoiy institutlarga, ularning fikrini, shuningdek, kompaniyaga bo‘lgan munosabatini boshqarishga qaratilgan tadbirlar majmuidir.

PR faoliyatini samarali tashkil etish uchun quyidagilarni tavsiya etamiz:

–PR tashkilotda “chegara” funktsiyasini bajarishi lozim (chunki u tashkilotning tashqi va ichki jamoatchilik bilan o‘zaro munosabatlarida “birinchi o‘rinda” turadi. Boshqacha qilib aytganda, PR-menejerlari “bir oyog‘i” bilan tashkilot ichida, ikkinchisi bilan esa tashkilot tashqarida faoliyat yuritadi);

–tashkilot va jamiyatchilik o‘rtasidagi aloqa, o‘zaro tushunish va hamkorlikni o‘rnatish hamda qo‘llab-quvvatlashga yordam beradigan maxsus boshqaruv funktsiyasi bo‘lishi lozim;

–turli muammolar va vazifalarni hal qilishga hissa qo‘shishi; tashkilot rahbariyatiga jamoatchilik fikridan xabardor bo‘lishi va unga o‘z vaqtida munosabat bildirishda yordam berishi kerak;

–jamiyat rahbariyatining asosiy vazifasi bo‘lishi – jamiyat manfaatlariga xizmat qilishni belgilashi va ta’kidlashi;

–PR texnologiyalar iqtisodiy jihatdan davlatlararo aloqalarning mustahkamlanishiga olib kelishi va aloqa vositalari bilan bir qatorda yagona o‘zaro bog‘liq moliyaviy tizim hamda xalqaro savdo tizimini shakllantirishga imkon berishi lozim;

–xavf haqida “erta ogohlantirish tizimi” sifatida ishlashi kerak;

−tadqiqot va ochiq axloqiy muloqotni asosiy harakat vositasi bo‘lib xizmat qilishi lozim va boshqa shu kabilar.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Dedajanov B.N., Ergasheva F.I. “PR-menejment”. Darslik. –Namangan.: «Usmon Nosir media» nashriyoti, 2023. – 665 b.
2. Ergasheva F.I. Zamonaviy sharoitda PR (jamoatchilik bilan aloqalar)ning mazmuni va ahamiyati.YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT. 2024-yil, sentyabr. № 9-son.. 356-360-b.
3. Ergasheva Fotimakhon Ibragimovna . Principles and levels of management of PR activities in crisis situations. THE AMERICAN JOURNAL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS INNOVATIONS (ISSN- 2693-0811) VOLUME 06 ISSUE12 39 https://www.theamericanjournals.com/index.php/tajmei. PUBLISHED DATE: - 11-12-2024 .DOI: - https://doi.org/10.37547/tajmei/Volume06Issue12-04 PAGE NO.: - 39-47.
4. Блажнов А.А. Паблик рилейшнз - Public Relations: Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений: уч. пособие. -М.: ИМА-пресс, 1994. – 157 с.
5. Блэк Сэм. Паблик рилейшнз. Что это такое? / Сэм Блэк. - М.: Модино пресс, 2014.–240 с.
6. Даг Ньюсом, Джуди Ван, Слайк Терк. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз / Даг Ньюсом, Джуди Ван, Слайк Терк, Дин Крукеберг. - М.: СИНТЕГ, 2015. – 628 с.

Ф.Эргашева

Функции и принципы управления связями с общественностью

Аннотация: В данной статье рассматриваются различные подходы к связям с общественностью и их управлению, их содержание и группировка. Описаны основные функции и принципы управления связями с общественностью, а также обозначены некоторые проблемы, препятствующие их эффективному использованию. В рамках области был сформирован общий вывод и разработаны соответствующие рекомендации для эффективной деятельности.

Ключевые слова: связи с общественностью, технологии связей с общественностью, внешняя общественность, внутренняя общественность, общественное мнение, функция управления, специалисты по связям с общественностью, принципы

F.Ergasheva

Functions and principles of public relations management

Abstract: This article examines various approaches to public relations and their management, their content and grouping. The main functions and principles of public relations management are described, and some problems that hinder their effective use are identified. Within the framework of the area, a general conclusion was formed and appropriate recommendations for effective activity were developed.

Keywords: public relations, public relations technologies, external public, internal public, public opinion, management function, public relations specialists, principles

Xilola Nematovna Ochilova – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Menejment” kafedrasi dosenti v.b., PhD

OLIY TA’LIM TIZIMIDA PEDAGOG-XODIMLARNI BOSHQARISHNING AHAMIYATI

Annotasiya. Maqolada Oliy ta’lim tizimida pedagog-xodimlarni hozirgi kunda boshqarishga ta’sir qiluvchi omillar, Samarqand viloyatidagi oliy ta’lim muassasalarining yillar davomida o‘sish tendensiyalari, Samarqand viloyati OTMda professor-o‘qituvchilar sonining dinamikasi keltirilgan hamda OTM lari boshqaruviga ta’sir qiluvchi omillar tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: ta’lim, oliy ta’lim, menejment, boshqaruv, professor-o‘qituvchilar, talabalar, boshqaruv xususiyatlari, boshqaruv samaradorligi .

Kirish. Oliy ta’lim tizimida pedagog-xodimlarni boshqarishning hozirgi holatiga baho berish uchun kadrlar tayyorlash milliy modelining asosiy tarkibiy qismlari nimalardan iboratligiga ham alohida ahamiyat berishni taqozo qiladi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti:

“Bizga miqdor emas, sifat kerak. Bunga erishish uchun esa xorij tajribasini yaxshilab o‘rganish zarur. Qaysi davlat kadrlar tayyorlashga alohida e’tibor qaratsa, o‘sha yutadi. Ilmiy asoslangan tajriba asosida kadrlar tayyorlash tizimini yo‘lga qo‘yish eng muhim vazifamizdir”[1], deb ta’kidladi. Shuning uchun oliy ta’lim tizimining eng asosiy vazifasi malakali, serqirra, o‘z sohasining yetuk mutaxassisi, bozorbop kadrlar tayyorlashdan iborat.

Sifatli kadrlarni yetishtirish o‘zidan o‘zi amalga oshib qolmaydi. Shaxsni davlat va jamiyat nuqtai nazaridan, unga kerak kadr sifatida takomillashtirish uchun uzluksiz ta’limni yo‘lga qo‘yishni taqozo qilar ekan. Buning uchun birinchi navbatda, malakali pedagoglarni shakllantirishni va ularning mehnatini ta’limning sifati va samaradorligini oshirishga qaratishni taqozo qiladi. Chunki malakali kadrlar tayyorlash uchun oliy ta’limda albatta malakali pedagoglar shakllangan bo‘lishi lozim. Bu esa, o‘z navbatida malakali pedagoglarni tayyorlashni, ularning faoliyatini yaxshi yo‘lga qo‘yishni talab qiladi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Oliy ta’lim tizimi boshqarishni takomillashtirishga oid masalalar bilan mamlakatimiz olimlari tomonidan S.S.G‘ulomov, A.T.Shermuham-medovlar[2], M.A.Ikromov[3], M.Q.Pardayev,[4] Q.X.Abduraxmonov, Sh.R.Xolmo‘minov, N.Q.Zokirova[5] kabilar shug‘ullanib kelmoqdalar. Ushbu mualliflar tomonidan bir qancha adabiyotlar va ilmiy maqolalar nashr qilingan. Unda asosan ta’lim tizimini takomillashtirish, raqamli iqtisodiyot, raqamli ta’limni joriy qilish, personalni boshqarish kabi masalalar yoritilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Maqolada oliy ta’lim tizimida pedagog-xodimlarni boshqarish bo‘yicha makon va zamon, mantiqiy, qiyosiy tahlil kabi usullardan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Ushbu masalani Samarqand viloyati misolida qarab chiqamiz. Bugungi kunda Samarqand viloyatida 20 tadan ortiq davlat va nodavlat universitet va institutlar va filiallari faoliyat ko‘rsatmoqda. Jumladan: Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti, “Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti, Samarqand Davlat arxitektura-qurilish universiteti, Samarqand tibbiyot universiteti, Samarqand davlat veterinariya, chorvachilik va biotexnologiya universiteti, Toshkent kimyo halqaro universiteti Samarqand filiali, Rossiya davlat jismoniy tarbiya, sport, yoshlar va turizm universiteti Samarqand filiali, Samarqand Davlat universiteti Kattaqo‘rg‘on filiali, Samarqand Davlat universiteti Urgut filiali, Toshkent axborot texnologiyalar universiteti Samarqand filiali, Toshkent davlat agrar universiteti Samarqand filiali, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, O‘zbekiston-Finlandiya pedagogika instituti, Samarqand Davlat chet tillar instituti, Samarqand davlat universiteti agrobiotexnologiyalar va oziq-ovqat xavfsizligi instituti, Samarqand davlat universiteti muxandislik fizikasi instituti, Samarqand oliy harbiy avtomobil qo‘mondonlik muhandislik bilim yurti, Samarqand xalqaro texnologiya universiteti, Zarmed universitetlari mavjud. Ammo 2022-2023 o‘quv yili bo‘yicha statistika ma’lumotlariga ko‘ra quyidagicha keltirilgan (1-jadval).

Ushbu jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, shu 5 yil davomida viloyatda oliy o‘quv yurtlari soni qariyb 2 barobarga (187,5 %) oshgan. Mos ravishda professor-o‘qituvchilar soni 121,2 %ga (4029*100/3323), talabalar soni 242,6 %ga (84739*100/34930) oshgan. Ko‘rinib turibdiki, birgina Samarqand viloyati uchun ham pedagoglar soni ancha kerak ekan. Agar talabalarga mos ravishda qaraydigan bo‘lsak, ularning soni 4029 nafar emas, balki 8062 kishi (3323*242,6/100) bo‘lishi kerak edi. Yana qo‘shimcha 4033 kishini (8062 - 4029) talab qiladi.

[1] Uza.uz

[2] . Ғуломов С.С., Шермуҳаммедов А.Т. Развитие цифрового маркетинга в Узбекистане. // “Ўзбекистонда ҳаракатлар стратегияси самарадорлигини оширишда маркетинг концепцияларидан фойдаланиш муаммолари” мавзусида ХИАК материаллари тўплами. – Т.: “Иқтисод-молия” нашриёти. 2019. – 24-29 бетлар.

[3] Икромов М.А., Шермуҳаммедов А.Т. Цифровой товар: стратегии производителей и продовцов. // “Ўзбекистонда ҳаракатлар стратегияси самарадорлигини оширишда маркетинг концепцияларидан фойдаланиш муаммолари” мавзусида ХИАК материаллари тўплами. – Т.: “Иқтисод-молия” нашриёти. 2019. – 100-103 бетлар.,

[4] Пардаев М.Қ. Рақамли иқтисодиётнинг таърифи, мақсади, ижобий ва салбий томонлари. // “Сервис” илмий-амалий журнали. 2019 1-сон. – 5 бет., Пардаева ва бошқалар. Таълим хизматлари ва уларнинг самарадорлигини ошириш масалалари. Монография. – Т.: “инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи”, 2020. – 260 бет.

[5] Абдурахмонов Қ.Х., Холмўминов Ш.Р., Зокирова Н.Қ. Персонални бошқариш. Дарслик. Т., “Ўқитувчи” НМИУ, 2008. – 656-бет.

1-jadval

Samarqand viloyatida oliy ta’lim muassasalarining, professor o‘qituvchilar, talabalar va bitiruvchilar to‘g‘risida 2018-2023 yillardagi o‘zgarish dinamikasi

Yillar	OTMlar soni, birlikda	Professor-o‘qituvchilar soni, kishi	Talabalar soni, kishi	OTMni bitiruvchilar soni, kishi
2018/2019	8	3323	34930	6869
2019/2020	11	3241	41093	6842
2020/2021	12	3341	54827	7165
2021/2022	14	3849	70772	8528
2022/2023	15	4029	84739	8962

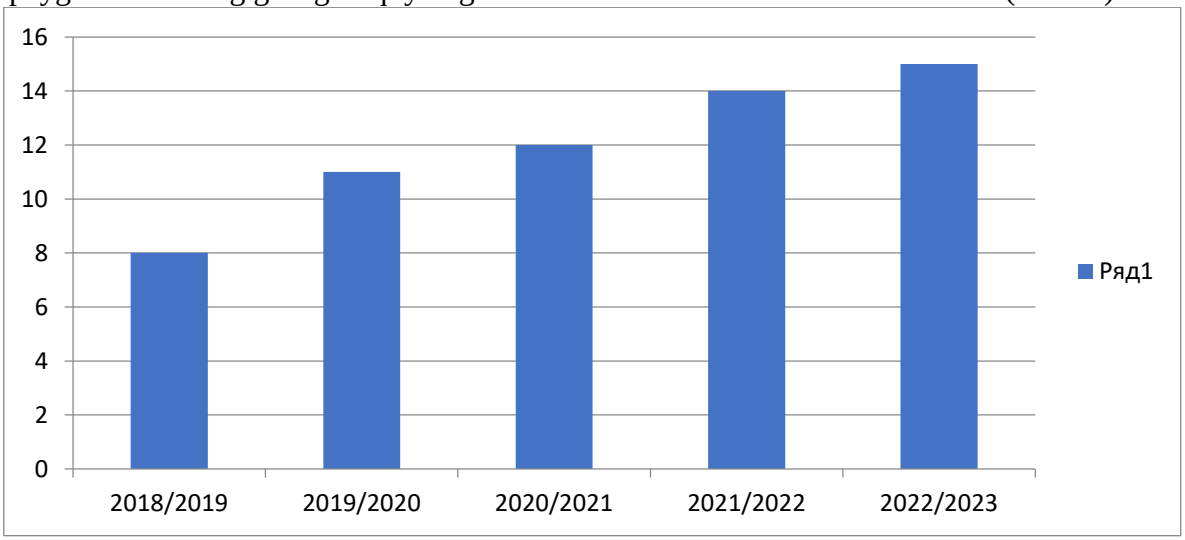
Yuqoridagi jadvaldan ko‘rinib turibdiki, oliy ta’lim muassasalari soni oxirgi yillarda o‘sib bormoqda. Bularni quyidagi jadvalda ham ko‘rishimiz mumkin (2-jadval).

2-jadval

Samarqand viloyatidagi oliy ta’lim muassasalarining yillar davomida o‘sish tendensiyasi

Yillar	OTMlar soni	2018/2019 o‘quv yiliga nisbatan, %	O‘tgan yilga nisbatan o‘sishi, %
2018/2019	8	100,0	100,0
2019/2020	11	137,5	137,5
2020/2021	12	150,0	109,1
2021/2022	14	175,0	116,7
2022/2023	15	187,5	107,1

Bu statistik ma’lumotlardan shuni ko‘rishimiz mumkinki, 2018-2019 o‘quv yiliga qaraganda 2022-2023 o‘quv yilida oliy ta’lim muassasalari soni 187,5 foizga, ya’ni 7 taga ko‘paygan. Bularning grafigini quyidagi chizmadan ham ko‘rinishimiz mumkin (1-rasm).



1-rasm. Samarqand viloyatidagi oliy ta’lim muassasalarining yillar davomida o‘sish tendensiyasi

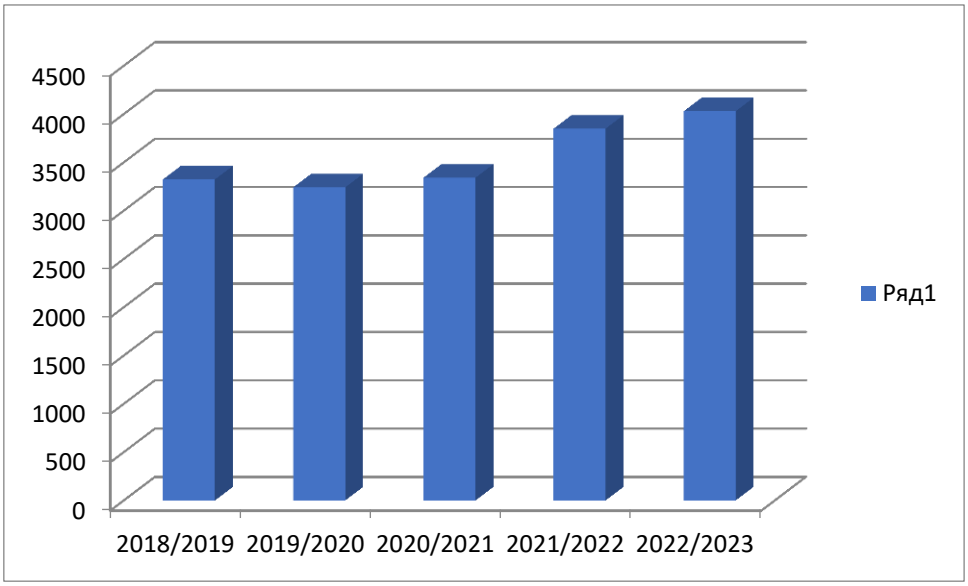
Davlatimiz rahbarining ta’limga katta e’tibor berayotganligi sababli Samarqand viloyatida ham oliy ta’lim muassasalari yildan-yilga o‘sib bormoqda. Shuning evaziga professor-o‘qituvchilar soni ham keying yillarda o‘sib borishi kuzatilmoqda. Buning yana asosiy sabablaridan biri mamlakatimizda o‘qituvchilarga berilayotgan katta e’tibor hamdir (3-jadval).

Bu jadvalimizdan ko‘rinib turibdiki, professor-o‘qituvchilar soni ham yildan-yilga ko‘payib bormoqda. 2018/2019 o‘quv yiliga nisbatan oladigan bo‘lsak, 2019/2020 o‘quv yilida 97,5 foizga kamayib, 2020/2021 o‘quv yilida esa 100,5 foizga, 2021/2022 o‘quv yilida esa 115,8 foizga, 2022/2023 o‘quv yilida esa 121,2 foizga ko‘payib borgan. Buni quyidagi rasmda ham ko‘rishimiz mumkin (2-rasm).

3-jadval

Samarqand viloyati OTMda professor-o‘qituvchilar sonining dinamikasi

Yillar	Professor-o‘qituvchilar soni, kishi	2018/2019 o‘quv yiliga nisbatan, %	O‘tgan yilga nisbatan o‘sishi, %
2018/2019	3323	100,0	100,0
2019/2020	3241	97,5	97,5
2020/2021	3341	100.5	103.1
2021/2022	3849	115,8	115.2
2022/2023	4029	121,2	104.7



2-rasm. Samarqand viloyati OTMda professor-o‘qituvchilar sonining dinamikasi

Mamlakatimizda ta’limga katta e’tibor berilishidan kelib chiqib oliy ta’limda o‘qishga ehtiyoj ham ortib bormoqda. Bunga aholi sonining o‘sishi va OTMda o‘qishga bo‘lgan talabning ortishi talabalar sonining oshishiga sabab bo‘lmoqda (4-jadval).

4-jadval

Samarqand viloyati OTMda talabalar sonining o‘sish tendensiyasi

Yillar	Talabalar soni	2018/2019 o‘quv yiliga nisbatan, %	O‘tgan yilga nisbatan o‘sishi, %
2018/2019	34930	100,0	100,0
2019/2020	41093	117.6	117,6
2020/2021	54827	157,0	133,4
2021/2022	70772	202,6	129,1
2022/2023	84739	242,6	119,7

Bu jadvaldan ko‘rinib turibdiki, talabalar soni ham yildan-yilga ko‘payib bormoqda. 2018/2019 o‘quv yiliga nisbatan oladigan bo‘lsak, 2019/2020 o‘quv yilida 117.6 foizga, 2020/2021 o‘quv yilida esa 157,0 foizga, 2021/2022 o‘quv yilida esa 202,6 foizga, 2022/2023 o‘quv yilida esa 242,6 foizga ortib borgan. Yillar davomida o‘sishi ham ko‘payib bormoqda.

Statistik ma’lumotlarga qaraganda viloyatimizda tahsil olib bitirayotgan kadrlarimizning ham soni yildan-yilga ortib bormoqda. Oliy ta’lim muassasalari bitiruvchilari sonining ortishi iqtisodiyotda band bo‘lganlar sonining oshishiga olib keladi. Buni quyidagi jadvalda ko‘rishimiz mumkin (5-jadval).

Bu jadvalimizdan ko‘rinib turibdiki, viloyatimizda oliy ta’lim muassasalarini bitirayotgan kadrlarimiz soni ham yildan-yilga ko‘payib bormoqda. 2018/2019 o‘quv yiliga nisbatan oladigan bo‘lsak, 2019/2020 o‘quv yilida 99,6 foizga kamayib, 2020/2021 o‘quv yilida esa 104,3 foizga, 2021/2022 o‘quv yilida esa 124,1 foizga, 2022/2023 o‘quv yilida esa 130,5 foizga ortib borgan. Yillar davomida o‘sishi ham ko‘payib bormoqda.

5-jadval

Samarqand viloyatida OTM bitiruvchilar sonining dinamikasi

Yillar	OTMni bitiruvchilar	2018/2019 o‘quv yiliga nisbatan %	O‘tgan yilga nis-batan o‘sishi, %
2018/2019	6869	100,0	100,0
2019/2020	6842	99,6	99.6
2020/2021	7165	104,3	104,7
2021/2022	8528	124,1	119,0
2022/2023	8962	130,5	105,1

Shulardan iqtisodiy yo‘nalishda kadrlar tayyorlab beradigan institutlardan biri bu Samarqand iqtisodiyot va servis instituti hisoblanadi. Bu haqda qisqacha ma’lumot. Mazkur institutning asosi bo‘lgan Samarqand kooperativ instituti 1931 yil tashkil topgan. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2004 yil 26 mart 144-sonli qarori bilan Samarqand iqtisodiyot va servis institutiga aylantirildi. Bu institutning asosiy maqsadi xizmat ko‘rsatish sohasiga malakali va yetuk kadrlar tayyorlashdir.

Shuni alohida qayd etish joizki, ikkinchi mutaxassislik, sirtqi, xorijiy oliy o‘quv yurtlari bilan qo‘shma dasturlar oxirgi yillarda paydo bo‘ldi. Bu ham yoshlarimizga katta imkoniyatlar eshiklarini ochib bermoqdalar. Bu jarayonning bitta nozik tarafi bor. Ushbu talabalarni o‘qitadigan o‘qituvchilarni ham yetishtirish va tayyorlash lozim bo‘ladi. Bu albatta bir-ikki yillik ish emas. Bu ma’lum vaqtni talab qiladi. Shunga mos ravishda magistrlar sonini yanada ko‘paytmoqda, doktorantlar va mustiqil tadqiqotchilarni ham oshirish ko‘zda tutilgan. Bularning hammasi jamiyatimizda ta’limning rivojlanishi uchun tegishli tadbirlarning amaldagi ifodasi hisoblanadi.

Biz yuqorida OTM lari boshqaruviga ta’sir qiluvchi omillarni tahlil qildik. Bulardan asosiy ko‘rsatkichlardan biri bu OTM larida faoliyat yuritayotgan professor-o‘qituvchilardir.

Mamlakatimizda ta’limga katta e’tibor berayotganligi sababli Samarqand iqtisodiyot va servis institutida ham yildan-yilga talabalar soni ham, professor-o‘qituvchilar soni ham ko‘payib bormoqda. Bu natijalarga erishishda ushbu holatni to‘g‘ri boshqarib, tegishli samaradorlik va sifatga erishib kelinmoqda. Bu nafaqat institutning, balki jamiyatimizning ham maqsadi va manfaatiga mos keladi. Odatda funksional vazifasidan kelib chiqqan holda institut faoliyatini rektor boshqaradi. Rektor boshqaruvida topshiriqlarni prorektorlarga, prorektorlar, bo‘lim boshliqlari va dekanlarga, dekanlar kafedra mudirlariga, kafedra mudirlari esa qo‘l ostida faoliyat yuritayotgan professor-o‘qituvchilar va xodimlarga topshiriqlarni yetkazadi. Institutning boshqaruv tuzilmasi chiziqli-funksional struktura bo‘lib, boshqaruv bosqichlari o‘rtasidagi aloqalar vertikal, boshqaruv bo‘g‘inlari o‘rtasidagi aloqa gorizontal bo‘ladi.

Professor-o‘qituvchilarning asosiy vazifasi darslarni sifatli bajarish va ilmiy ish bilan shug‘illanishdan iboratdir. Bunda professor-o‘qituvchilar va xodimlar institutda ishlab chiqilgan funksional vazifalariga amal qiladi. Bunda kafedrada ish yuritish faoliyatini va pedagog-xodimlarni kafedra mudiri boshqarishi kerak. Kafedra mudirining har o‘quv yili boshlanishida o‘zining ish rejasini tuzib oladi. Kafedrada har bir bo‘limlar bilan ishlashga professor-o‘qituvchilarni belgilab taqsimlab olinadi. Kafedra mudiri ham boshqaruvchi, ya’ni menejer shaxs hisoblanadi. Institut miqyosida oladigan bo‘lsak qo‘yi pog‘onadagi menejerlar hisoblanadilar. Menejer avvalo o‘zini boshqarishi, har qanlay holatda ham o‘zini tuta bilishi va odilona ish ko‘rishi kerak. Menejer o‘zi ishlashi kerak emas, avvalo qo‘l ostidagilarni ishlashga o‘rgatishi va ishlata bilish qobiliyatiga ega bo‘lishi kerak. Qo‘l ostidagilarni ham ishlatishda odilonalikka ahamiyat berishi kerak. Kim ko‘p ishlasa va ishlashni bilsa hamma vazifani o‘sha xodimga yuklashi kerak emas, boshqa xodimlarni ham odilona vazifalarni teng taqsimlagan holda ishlata bilishi kerak.

Har bir professor-o‘qituvchi o‘quv yili boshlanishida o‘z shaxsiy ish rejasini tuzib, tasdiqlatib oladi. O‘sha shaxsiy rejada o‘quv ishlari, ilmiy-tadqiqot ishlari, tashkiliy-uslubiy ishlar va ma’naviy-ma’rifiy ishlarga rejalar tuzadi. Professor-o‘qituvchi to‘liq shtatda ishlagan vaqtida institutda bo‘lishi, boshqa o‘qituvchilar bilan fikr almashishi, har xil tadbirlarda ishtirok

etishi, ilmiy seminarlarda ishtirok etishi, institutning va kafedraning tashkiliy ishlarida ham qatnashishi, professor-o‘qituvchilar darslariga o‘zaro qatnashishi, navbatchilik grafigiga amal qilishi zarur bo‘ladi. Bularning hammasini kafedra mudiri boshqarishi va nazorat qilib borishi zarurdir. O‘z qo‘l ostida ishlayotgan har bir professor-o‘qituvchi va xodimga vaqti-vaqti bilan o‘z faoliyatidan kelib chiqib vazifalar yuklab turishi va uni shaxsan o‘zi nazoratga olishi kerak bo‘ladi. Shundagina kafedra faoliyati namunali kafedralar qatoriga chiqadi.

Boshqarishda, aniqrog‘i professor-o‘qituvchilar qanday faoliyat olib borishini nazoratini institut ta’lim sifatini nazorat qilish bo‘limi olib boradi. Bu bo‘lim o‘quv jarayoni bilan birga, ta’lim sifatini ham tekshirishga mas’ul. Shu tufayli professor-o‘qituvchilar faoliyatini tekshirib, nazoratga olib va baholab borish ham ushbu bo‘lim zimmasiga yuklatilgan.

Institutda professor-o‘qituvchilar faoliyatini baholash uchun tegishli mezonlari ishlab chiqilgan. Professor, fan doktorlariga alohida, fan nomzodlari, dotsentlarga alohida, katta o‘qituvchilarga alohida va assistentlarga alohida ko‘rsatkichlar asosida mezonlar ishlab chiqilgan. Har bir professor-o‘qituvchi avvalom bor dars sifatiga alohida ahamiyat berishi uchun har bir darsga katta tayyorgarlik ko‘rishi lozim. Hozirda o‘qituvchilar darslarga har xil me’yoriy hujjatlar va majmualar bilan kirishi talab etiladi. Bu me’yoriy hujjatlar dars davomida foydalanish va talabalarga kerakli ma’lumotlarni yetkazib berish uchun zarur hisoblanadi.

Xulosa va takliflar. Yuqorida aytib o‘tilganidek, boshqaruvga qanchalik to‘g‘ri yondoshilib, to‘g‘ri qaror qabul qilinsa, hamda ushbu qaror va farmoyishlarning bajarilishini nazorat qilib faoliyatni baholab borilsagina boshqaruv samaradorligiga erishiladi. Oliy ta’lim tizimida pedagog-xodimlarni samarali boshqarish bugungi kunda ta’lim sifatini oshirish, ilmiy salohiyatni rivojlantirish va raqobatbardosh kadrlar tayyorlashda hal qiluvchi omillardan biri hisoblanadi.

Pedagoglarning malakasi, motivatsiyasi, samaradorligi va ijodkorligi to‘g‘ri boshqaruv siyosatlari orqali yuksak natijalarga erishish imkonini beradi. Bu esa o‘z navbatida talabalarning ta’lim sifatini oshiradi, tizimga innovatsion yondashuvlarni joriy etishga yo‘l ochadi, oliy ta’lim muassasasining nufuzini oshiradi, ilmiy-tadqiqot faoliyatini faollashtiradi va ta’lim jarayonida zamonaviy pedagogik texnologiyalarni samarali qo‘llashga zamin yaratadi. Shu bois, oliy ta’lim muassasalarida kadrlar salohiyatini baholash, ularni qo‘llab-quvvatlash, doimiy kasbiy rivojlanishga sharoit yaratish va samarali rahbarlik mexanizmlarini joriy etish strategik ahamiyatga egadir.

Ushbu mavzusi bo‘yicha takliflar berishda, asosiy e’tiborni pedagog-xodimlarning samarali faoliyatini ta’minlash, ularning kasbiy rivojlanishi va motivatsiyasini oshirishga qaratish maqsadga muvofiq. Quyida bir nechta aniq va amaliy takliflar berishni maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz:

- samarali kadrlar boshqaruv tizimini joriy etishda har bir pedagog-xodimlarning malakasi, salohiyati va natijadorligi asosida individual rivojlanish rejalarini tuzish;
- pedagog-xodimlarni boshqarishda avtomatlashtirilgan kadrlar boshqaruv platformalarini joriy etish;
- ilmiy va metodik rahbarlikni kuchaytirishda ilmiy darajali mutaxassislarni rahbarlik lavozimlariga jalb qilish;
- ilmiy ishlar va o‘quv ishlari o‘rtasida balansni ta’minlaydigan ichki reglamentlar ishlab chiqish;
- pedagog-xodimlarni moddiy va nomoddiy rag‘batlantirish tizimini takomillashtirish;
- samarali faoliyat ko‘rsatgan pedagoglarni moliyaviy rag‘batlantirish;
- “Yilning eng yaxshi o‘qituvchisi”, “Yilning eng yangi pedagogik usullarni qo‘llagan o‘qituvchisi”, “Yilning eng yaxshi murabbiysi”, “Yilning eng mas’uliyatli o‘qituvchisi”, “Eng samarali o‘qituvchi”, “Eng samarali ustoz”, “Eng serqirra o‘qituvchi” kabi nominatsiyalar asosida e’tirof etish va mukofotlash;
- tizimda faoliyat yuritayotgan pedagog-xodimlarning ijtimoiy sharoitlarini yaxshilash;
- jahon standartlariga mos qayta tayyorlash va malaka oshirish kurslarini tashkil etish;
- xorijiy tajriba almashinuv dasturlarini kengaytirish.

- innovatsion pedagogik texnologiyalarga o‘qitish;
- faoliyat samaradorligini baholashda: ta’lim berish, ilmiy ishlar va tarbiyaviy ishlarni integral baholash mezonlarni ishlab chiqish va joriy etish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentyabrdagi, «O‘zbekiston —2030» strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-158-sonli farmoni. // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi, 12.09.2023 y., 06/23/158/0694-son.
2. O‘zbekiston Respublikasining 2020 yil 23 sentyabrda qabul qilingan “Ta’lim to‘g‘risida”gi O‘RQ-637 qonuni. (Yangidan qabul qilingan)// https://yuz.uz/news/talim-togrisidagi-qonun-imzolandi.
3. Pardayev M.Q., Ochilova X. N. Innovatsion iqtisodiyot sharoitida oliy ta’lim xizmatlari samaradorligini oshirish va boshqarishni takomillashtirish. Monografiya. T., «Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi», 2024. 256 бет.
4. Nematovna O. H., Karshibaevich P. M. Issues of Ensuring the Harmony of Education and Education in Improving Educational Services in Higher Education //American Journal of Economics and Business Management. – 2022. – Т. 5. – №. 8. – S. 33-37.
5. Ochilova H. N. FACTORS AFFECTING THE IMPROVEMENT OF EDUCATIONAL SERVICES IN HIGHER EDUCATION AND WAYS OF THEIR ANALYSIS //Berlin Studies Transnational Journal of Science and Humanities. – 2022. – Т. 2. – №. 1.1 Economical sciences.

Х.Очилова

Важность управления преподавательским составом в системе высшего образования

Аннотация. В статье представлены факторы, влияющие на современное управление преподавательскими кадрами в системе высшего образования, тенденции роста высших учебных заведений Самаркандской области за прошедшие годы, динамика численности профессорско-преподавательского состава высших учебных заведений Самаркандской области, а также проведен анализ факторов, влияющих на управление высшими учебными заведениями.

Ключевые слова: образование, высшее образование, менеджмент, администрация, профессорско-преподавательский состав, студенты, характеристики управления, эффективность управления.

Kh.Ochilova

The importance of teaching staff management in the higher education system

Abstract. The article presents the factors influencing the current management of teaching staff in the higher education system, the growth trends of higher education institutions in the Samarkand region over the years, the dynamics of the number of professors and teachers in higher education institutions of the Samarkand region, and analyzes the factors influencing the management of higher education institutions.

Keywords: education, higher education, management, management, professors and teachers, students, management characteristics, management effectiveness.

Niyozxo‘ja Bahroil o‘g‘li Yahyoxonov – SamISI “Marketing” kafedrasi dotsent v.b., PhD

SAMSUNG KOMPANIYASINING MARKETING FAOLIYATI TAHLILI

Annotatsiya: Ushbu maqolada Samsung kompaniyasining xalqaro marketing faoliyati va raqobat va raqobat muhiti tahlil qilingan. Shuningdek kompaniyaning global marketing strategiyalari, brend pozitsiyalashuvi, 4P modeli o‘rganilgan.

Kalit so‘zlar: Samsung, xalqaro marketing, global bozor, SWOT-tahlil, marketing strategiyasi, brend pozitsiyalashuvi, 4P, global brend.

Kirish. Texnologiyalar tezkor rivojlanayotgan bugungi davrda, kompaniyalar global bozorda muvaffaqiyatga erishish uchun marketing strategiyalarining samaradorligini oshirishga katta e’tibor qaratmoqdalar. Samsung kompaniyasi, texnologik innovatsiyalar sohasidagi yetakchilardan biri sifatida, o‘zining marketing yondashuvlari bilan raqobatbardoshlikni saqlab kelmoqda. 2023-yilda kompaniyaning global savdo hajmi $260 milliarddan oshgani (Kim, 2024) va 2024-yilda 550 dan ortiq turli texnologik mahsulotlarni ishlab chiqargani, shuningdek, 80 davlatda faoliyat olib borgani (Park, 2024) uning dolzarbligini yanada tasdiqlaydi. Kompaniyaning bozorni chuqur o‘rganishga asoslangan strategiyalari va innovatsion mahsulotlari tufayli u global miqyosda barqaror muvaffaqiyatga erishmoqda. Shuning uchun Samsung kompaniya-

sining marketing faoliyatini tahlil qilish mazkur mavzuning dolzarbligini belgilab beradi.

Globalizatsiya jarayoni zamonida kompaniyalar o‘z mahsulotlarini jahon bozorida muvaffaqiyatli taqdim etish uchun samarali xalqaro marketing strategiyalarini ishlab chiqishga majbur. Bunday kompaniyalardan biri — Janubiy Koreyaning yetakchi texnologiya ishlab chiqaruvchisi Samsung. 1938-yilda tashkil etilgan Samsung, dastlab oziq-ovqat savdosi bilan shug‘ullangan bo‘lsa-da, bugungi kunda elektronika va texnologiyalarning turli sohalarida yetakchilik qilmoqda. Samsungning xalqaro marketingi nafaqat uning brendining kuchayishiga, balki global iqtisodiyotda muhim rol o‘ynashiga yordam berdi. Kompaniya o‘zining innovatsion mahsulotlari, sifatli xizmat ko‘rsatish va kuchli reklama kampaniyalari orqali jahonda eng taniqli brendlardan biriga aylandi. Ushbu maqolada Samsung kompaniyasining xalqaro marketing strategiyalarini tahlil qilish, uning muvaffaqiyatga erishishidagi omillarni aniqlash va kelajakda qanday rivojlanishi mumkinligini ko‘rib chiqamiz. Xalqaro bozorda raqobatbardoshligini saqlab qolish uchun Samsung qanday uslublar va yondashuvlarni qo‘llayotganini tushunish, boshqa kompaniyalar uchun ham muhim tajriba bo‘lishi mumkin. Buning natijasida biz jahon miqyosidagi marketing strategiyalarining samaradorligini va ularning biznes muvaffaqiyatiga ta’sirini yanada chuqurroq anglaymiz.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Samsung kompaniyasining xalqaro marketing tahlili o‘rganish jarayonida, ushbu sohada mavjud bo‘lgan adabiyotlar katta ahamiyat kasb etadi. Xalqaro marketing va uning strategiyalari haqida bilimlarni chuqurlashtirishga qaratilgan bir qancha muhim manbalar mavjud. Ushbu sohada olib borilgan tadqiqotlar va ilmiy ishlar, marketingning global kontekstdagi ahamiyatini ochib berishga qaratilgan. Masalan, xalqaro marketingning asosiy tamoyillari va usullarini o‘rganish, shuningdek, marketingning turli xildagi jahon bozoridagi strategiyalari to‘g‘risida muhim ma’lumotlar mavjud. Shuningdek, boshqa mamlakatlarning marketing tadqiqotlari va amaliyotlari orqali Samsung kompaniyasining xalqaro bozordagi muvaffaqiyatlarini tahlil qilish imkoniyatlari paydo bo‘ladi.

Kompaniyaning rasmiy saytlaridan, xususan news.samsung.com va www.samsung.com orqali yuqori sifatli ma’lumotlar taqdim etiladi. Bu manbalarda Samsung ning marketing strategiyalari, mahsulot tavsiflari va yangiliklarining o‘rganilishi, kompaniyaning xalqaro bozorga kirish tajribalari haqida keng qamrovli tushuncha hosil qilinadi. Shuningdek, Daryo.uz kabi yangiliklar portallari orqali Samsung ning mahalliy va xalqaro bozorlaridagi o‘rnini ko‘rish va tahlil qilish imkoniyatlari mavjud. Statistika ma’lumotlarini taqdim etuvchi saytlardan, masalan, www.statista.com orqali Samsung kompaniyasining bozor o‘rni va raqobatchilar bilan solishtirilishi kabi statistik va analitik ma’lumotlar olish mumkin. Ushbu omillar, Samsung kompaniyasining xalqaro marketing strategiyalari va bozoridagi mavqei haqida chuqur va tafsilotli tahlil o‘tkazishda yordam beradi. Bularning barchasi, mavjud resurslar va adabiyotlar yordamida marketing sohasidagi yangi xulosa va tavsiyalarni ishlab chiqishda ko‘maklashadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Maqolani yozishda ilmiy mushohada, abstrakt-mantiqiy fikrlash, tizimli tahlil, integratsiyalashgan yondashuv, statistik, mantiqiy tadqiqot usuli, analiz, qiyosiy va vaziyatli tahlil yordamida amalga oshirildi.

Tahlil va natijalar. Samsung kompaniyasi xalqaro marketing strategiyasida innovatsiyalar, brend qadriyatlari va mijozlar bilan mustahkam aloqalarni rivojlantirishga katta e’tibor qaratadi. U ketma-ket besh yil dunyoning eng yaxshi 5 global brendlari ro‘yxatiga kiritildi. 2024-yilda kompaniya brendining qiymati 100,8 milliard dollarga yetib, yiliga 10 foizga o‘sdi. Bu yutuq sun’iy intellekt (AI) sohasidagi yetakchilik va takomillashgan ulanish tajribasi bilan bog‘liq. Samsung AI texnologiyalarini asosiy mahsulotlariga qo‘llab, qurilmalardagi AI bozorida yetakchilik qilmoqda. Galaxy S24 seriyasining chiqarilishi bilan kompaniya mobil AI sohasida yetakchilikni davom ettirmoqda. Shuningdek, AI protsessorlari va AI miqyosini oshirish bilan jihozlangan AI televizorlari va Bespoke AI qurilmalari taqdim etildi. Samsung Birlashgan Millatlar Tashkilotining Taraqqiyot Dasturi (BMTTD) bilan hamkorlikda global maqsadlarga erishish uchun texnologiyadan foydalanmoqda. Kompaniya yoshlarning salohiyatiga ishonch bildirib, barqaror kelajak sari yetaklashga intilmoqda. Samsung Global Goals ilovasi va Generation17 kabi tashabbuslar orqali global maqsadlar haqida xabardorlikni oshirishda sezilarli yutuqlarga erishildi.

Tadqiqot davomida Samsung kompaniyasi SWOT-tahlili o‘tkazildi. Shuningdek, asosiy raqobatchilari o‘rganilib, qiyosiy tadqiqi amalga oshirildi. Quyida esa kompaniyaning SWOT tahlilini batafsil ko‘rib chiqamiz (1-jadval).

Ushbu SWOT tahlildan shuni ko‘rishimiz mumkinki Samsung kompaniyasi xalqaro bozorda ancha vaqtdan beri bor bo‘lganligi sababli mijozlar sodiqligiga ega lekin hozirda unga boshqa raqobatdosh kompaniyalar paydo bo‘layotganligi uchun kompaniyaga yangi innovatsiyalar 5G, sun’iy intellekt va IoT kabi sohalarda yangi texnologiyalarni rivojlantirishni taklif qilishimiz mumkin.

1-jadval.

Samsung kompaniyasining SWOT-tahlili[1]

1. Kuchli tomonlar (Strengths)	**2. Zaif tomonlar (Weaknesses)**
1. Brendning kuchi. Samsung dunyoda eng taniqli brendlardan biri bo‘lib, yuqori sifatli mahsulotlar bilan tanilgan. 2. Innovatsiya va tadqiqot. Kompaniya texnologik innovatsiyalarni amalga oshirishda yetakchi hisoblanadi, masalan, smartfonlar, televizorlar va boshqa elektron qurilmalarda. 3. Keng mahsulot assortimenti. Samsung turli xil mahsulotlarni taklif etadi: smartfonlar, televizorlar, ma’lumot uzatish qurilmalari, uy jihozlari va boshqalar. 4. Global mavjudlik. Kompaniya butun dunyo bo‘ylab keng tarqalgan taqsimot tarmog‘iga ega.	1. Narx raqobati. Ba’zi mahsulotlarning narxlari raqobatchilar bilan solishtirganda yuqori bo‘lishi mumkin. 2. Sifat muammolari. Ba’zan mahsulotlarda sifat muammolari yuzaga kelishi mumkin (masalan, Galaxy Note 7 hodisasi). 3. Bog‘liqlik. Samsung ko‘plab komponentlarni o‘zining ishlab chiqarishiga qaramay, ba’zi xom ashyo va qismlarni tashqi manbalardan sotib oladi.
3. Imkoniyatlar (Opportunities)	**4. Tahdidlar (Threats)**
1. Yangi texnologiyalarni rivojlantirish. 5G, sun’iy intellekt va IoT kabi sohalarda yangi texnologiyalarni rivojlantirish imkoniyatlari. 2. Raqamli transformatsiya. Raqamli xizmatlarni kengaytirish orqali yangi daromad manbalarini yaratish. 3. Global bozorlarning o‘sishi. Asosiy bozorlarda (Osiyo, Yevropa) o‘sish imkoniyatlari.	1. Raqobatning kuchayishi. Apple, Huawei va boshqa kompaniyalar tomonidan kuchli raqobat. 2. Savdo urushlari va iqtisodiy noaniqlik. Global savdo muammolari kompaniya faoliyatiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin. 3. Tez o‘zgaruvchi texnologiya muhitida moslashuv zarurati. Tez o‘zgaruvchan texnologiyalar va iste’molchilar talablariga tezda javob berish zarurati.

Yuqoridagi SWOT-tahlildan kelib chiqib, bu yerda kompaniyaning marketing strategiyasini **4P modeli** (Product, Price, Place, Promotion) bo‘yicha tahlilini ko‘rib chiqamiz (2-jadval).

2-jadval.

Samsung kompaniyasining 4P modeli[2]

Element	Asosiy jihatlar	Misollar
Product (Mahsulot)	Keng turdagi mahsulotlar: smartfonlar, televizorlar, maishiy texnika, va aksessuarlar. Mahsulotlar innovatsiyalarga asoslangan va turli bozor segmentlariga mo‘ljallangan.	Galaxy S23, QLED TV, Samsung Washing Machines.
Price (Narx)	Premium mahsulotlar uchun yuqori narx siyosati. Raqobatbardosh narxlar o‘rta va arzon segmentlar uchun qo‘llaniladi. Chegirmalar va bonus dasturlari mavjud.	Galaxy Fold yuqori narxi, arzon A seriyali smartfonlar.
Place (Joylashtirish)	Global darajadagi mavjudlik: rasmiy do‘konlar, distribyutorlar va onlayn savdo platformalari orqali keng tarqalgan.	Amazon, Samsung rasmiy do‘konlari, Walmart.

[1] Muallif tomonidan tuzilgan.
[2] Muallif ishlanmasi.

Promotion (Rag‘batlantirish)	Katta reklama kampaniyalari, ijtimoiy tarmoqlarda faol marketing, va mashhur brend ambasadorlari bilan hamkorlik.	Super Bowl reklamalari, Instagramdagi kampaniyalar, BTS bilan hamkorlik.

O‘rganishlarimiz natijasida kompaniyaning xalqaro bozordagi asosiy raqobatchilari bilan qiyosiy tahlilini amalga oshirdik (3-jadval.)

3-jadval.

2024-yil natijalari asosida Samsung kompaniyasining asosiy raqobatchilari bilan umumiy taqqoslama ko‘rsatkichlari[1]

Kompaniya	Brend qiymati (mlrd $)	Yillik daromad (mlrd $)	Asosiy mahsulotlari	Texnologik yetakchilik	Marketing strategiyasi	Raqobatdagi ustunlik
Samsung	100.8	245	Smartfonlar, televizorlar, maishiy texnika	AI texnologiyalari, 8K, Bespoke AI	Innovatsion, ijtimoiy mas’uliyatga e’tibor	Keng mahsulot qatori, global mavjudlik
Apple	482.2	394.3	iPhone, Mac, iPad, aksessuarlar	Ilg‘or ekotizim, kuchli brend	Premium brend imiji, minimalist marketing	Brend sodiqligi, ekotizim integratsiyasi
Huawei	69.0	92.3	5G texnologiyalari, smartfonlar	5G infratuzilmasida yetakchi	Texnik infratuzilmaga yo‘naltirilgan	5G texnologiyasidagi yetakchilik
Sony	13.5	84.5	Elektronika, o‘yin qurilmalari	Sensorlar, PlayStation	Brendning o‘yin sanoatidagi kuchi	PlayStation, yuqori sifatli elektronika
Xiaomi	26.0	67.5	Smartfonlar, aqlli uy texnologiyalari	Tez rivojlanish, arzon narx	Byudjet-segmentga e’tibor, onlayn sotuvlar	Past narxlar, texnologik innovatsiyalar

2024-yilgi raqobatchilar tahlilidan kelib chiqib, texnologiya kompaniyalari o‘zining innovatsion mahsulotlari, marketing strategiyalari va texnologik yetakchiligi orqali bozor raqobatida ustunlikka ega bo‘lishga intilmoqda. Samsung global mavjudligi va keng mahsulot qatori bilan ajralib tursa, Apple premium brend imiji va ekotizim integratsiyasi orqali yetakchilikni saqlab turibdi. Huawei 5G texnologiyasidagi yetakchiligi bilan raqobatni davom ettirayotgan bo‘lsa, Sony yuqori sifatli elektronika va PlayStation bilan brend kuchini namoyish etmoqda. Xiaomi esa arzon narxlar va texnologik innovatsiyalar orqali byudjet segmentida muvaffaqiyat qozonmoqda. Har bir kompaniya o‘zining o‘ziga xos strategiyasi bilan raqobat ustunligini ta’minlashga e’tibor qaratgan.

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib aytganda Samsung kompaniyasining xalqaro marketing strategiyalari innovatsiyalar, brend qadriyatlarini mustahkamlash va global iste’molchilar ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan. Kompaniya turli segmentlar uchun keng mahsulot qatorini taqdim etib, premium bozoridan byudjet segmentigacha qamrab oladi. Samsungning narx siyosati raqobatbardosh bo‘lib, mahsulotlar sifatiga mos ravishda belgilanadi. Global miqyosdagi kuchli distributsiya tarmog‘i va kreativ reklama kampaniyalari orqali Samsung brendi xalqaro bozorda o‘z mavqeini mustahkamlagan. Kompaniyaning mahalliy va global bozorlardagi muvaffaqiyati marketing miksi elementlarini (4P) puxta ishlab chiqilishi bilan bog‘liqdir. Biroq, ayrim segmentlarda raqobatchilarga nisbatan mahsulot differensiatsiyasi va narx strategiyalarida ba’zi zaif jihatlar mavjud.

[1] Muallif ishlanmasi.

Kompaniya marketing faoliyatini yanada samarali tashkil etish uchun quyidagi takliflarni tavsiya etamiz:

1. Mahsulotlar diversifikatsiyasi va lokalizatsiyasiga ustuvorlik berish. Samsung o‘zining global mahsulot strategiyasini mahalliy bozorlarning ehtiyojlari va afzalliklariga moslashtirish orqali marketing samaradorligini oshirishi mumkin. Masalan, har bir mintaqadagi iste’molchilar xatti-harakatlari, afzal ko‘radigan texnik xususiyatlar va dizayn yechimlarini chuqur o‘rganib, aynan shu hudud uchun maxsus modellar yoki funksiyalarni ishlab chiqish tavsiya etiladi. Bu yondashuv orqali kompaniya nafaqat mijoz ehtiyojlarini chuqur qamrab oladi, balki raqobatchilardan ham ajralib turadi.

2. Raqamli marketing va sun’iy intellekt texnologiyalarini keng joriy etish. Samsung o‘zining raqamli marketing strategiyasini sun’iy intellekt va big data tahlillari asosida yanada kuchaytirishi kerak. Bu orqali xaridorlarning onlayn xatti-harakatlarini aniqlash, mahsulotga bo‘lgan ehtiyojni bashorat qilish va shaxsiylashtirilgan reklama kampaniyalarini yo‘lga qo‘yish mumkin. Ayniqsa, AI asosida ishlovchi chatbotlar, interaktiv reklamalar va TikTok, Instagram kabi yangi platformalarda maqsadli kontent yaratish orqali yosh auditoriyani yanada kengroq jalb etish mumkin bo‘ladi.

3. Brend sodiqligini oshirish va mijozlar bilan uzluksiz aloqani yo‘lga qo‘yish. Mijozlarni faqatgina xarid qilgunga qadar emas, balki xariddan keyingi bosqichlarda ham qo‘llab-quvvatlash, ularning fikr-mulohazalarini doimiy ravishda inobatga olish orqali mijozlar bilan mustahkam aloqa o‘rnatish mumkin. Buning uchun sodiqlik dasturlari, eksklyuziv takliflar, onlayn hamjamiyatlar va interaktiv texnik yordam xizmatlarini kuchaytirish lozim. Natijada, mijozlar o‘zini qadrlangan deb his qiladi va bu ularning kompaniyaga bo‘lgan ishonchi va sadoqatini oshiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Yahyoxonov N.B., Po‘latova Sh.A. Xalqaro marketing. O‘quv qo‘llanma. – S.: SamISI, 2024.- 352 b. ISBN: 978-9910-720-30-7
2. D.H.Xolmamatov, B.Sh.Musayev, S.K.Boyjigitov. Global marketing. O‘quv qo‘llanma. "Fan bulog‘i - Samarqand. 2022.
3. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Nazarova F.M., Karimova R.N., Sharipov I.B. Xalqaro marketing. Darslik. – T.: Iqtisodiyot, 2019.
4. Kim, J., & Lee, H. (2022). Digital marketing strategies in the electronics industry: A case study of Samsung. Journal of Marketing Strategies, 15(4), 205-220.
5. Chung, Y., et al. (2021). Innovation in advertising: The case of Samsung Galaxy. Advertising Research Quarterly, 30(3), 112-128.
6. Park, S. (2020). Market segmentation strategies and their impact on customer satisfaction: A study of Samsung Electronics. International Journal of Business Studies, 12(2), 78-95.
7. Lee, K., et al. (2019). Competitive pricing strategies in the tech industry: Samsung‘s approach. Pricing Journal, 25(1), 45-61.
8. Kim, Y. (2023). Challenges in digital marketing: Samsung‘s response to competition. Journal of Digital Business, 18(1), 33-50.
9. www.samsung.com
10. www.statista.com

N.Yakhyokhonov

Analysis of the marketing activities of Samsung

Abstract: this article analyzes the international marketing activities of Samsung and the competitive and competitive environment. Also studied the company’s global marketing strategies, brand positioning, 4p model.

Keywords: Samsung, International marketing, global Market, SWOT-analysis, marketing strategy, brand positioning, 4p, global brand.

Н.Яхёхонов

Анализ маркетинговой деятельности компании Samsung

Аннотация: В этой статье анализируется международная маркетинговая деятельность Samsung, а также конкурентная и конкурентная среда. Также изучены глобальные маркетинговые стратегии компании, позиционирование бренда, модель 4P.

Ключевые слова: Samsung, международный маркетинг, глобальный рынок, SWOT-анализ, маркетинговая стратегия, позиционирование бренда, 4P, глобальный бренд.

Xilola Nematovna Ochilova – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Menejment” kafedrasi dosenti v.b., PhD
Asilbek Po‘lat o‘g‘li Ne’matov – SamDU Kattaqo‘rg‘on filiali, Biznesni boshqarish yo‘nalishi, 21-04 guruh talabasi

OLIY TA’LIM MUASSASALARIDA PEDAGOG-XODIMLARNI BOSHQARISHNING SAMARADORLIGINI BAHOLASH YO‘LLARI

Annotasiya. Maqolada oliy ta’lim muassasalarida pedagog-xodimlarni boshqaruv faoliyati samaradorligini baholash mezonlari, va shu mezonlarni amalga oshirish ko‘rsatkichlari yoritib berilgan hamda oliy ta’lim muasasalarida samaradorliuni baholash bo‘yicha takliflar keltirilgan.
Kalit so‘zlar: ta’lim, oliy ta’lim, menejment, boshqaruv, professor-o‘qituvchilar, talabalar, boshqaruv xususiyatlari, boshqaruv samaradorligi, baholash mezonlari.

Kirish. Bugungi kunda OTMda samaradorlikni baholash bo‘yicha o‘ziga xos farqlar bor. Bu quyidagi jihatlar bilan bog‘liq: rahbariyat oliy ta’lim muassasasi faoliyatida zamonaviy boshqaruvni amalga oshirish zarurligini anglab yetganligi; menejmentning umumiy tarkibida boshqaruv integratsiyasi darajasi; zamonaviy boshqaruv ishini tashkil qilishga qodir malakali mutaxassislarni tanlash; zamonaviy boshqaruv siyosati vositalarini ishlab chiqish va natijada OTMning strategik va taktik maqsadlariga erishish uchun o‘z vazifalarini sifatli bajarish; muvaffaqiyatli faoliyat ko‘rsatish va yakuniy faoliyat ko‘rsatkichlariga erishish hamda raqobatbardoshlikni oshirish uchun zarur bo‘lgan resurslarni qo‘llab-quvvatlash darajasi.

Bizning fikrimizcha, zamonaviy boshqaruvi konsepsiyasining samaradorligi faqat har biri mustaqillik va yaxlitlikka ega bo‘lgan qo‘shimcha tarkibiy qismlar tizimi asosida baholanishi kerak. Ularning tarkibidan zamonaviy boshqaruv faoliyati samaradorligini va boshqaruvi samaradorligini ajratamiz.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Oliy ta’lim tizimi boshqarishni takomillashtirishga oid masalalar bilan mamlakatimiz olimlari tomonidan S.S.G‘ulomov, A.T.Shermuhammedovlar[1], M.A.Ikromov[2], M.Q.Pardayev,[3] M.E.Po‘latov, Q.X.Abduraxmonov, Sh.R.Xolmo‘minov, N.Q.Zokirova[4] kabilar shug‘ullanib kelmoqdalar. Ushbu mualliflar tomonidan bir qancha adabiyotlar va ilmiy maqolalar nashr qilingan. Unda asosan ta’lim tizimini takomillashtirish, raqamli iqtisodiyot, raqamli ta’limni joriy qilish, personalni boshqarish kabi masalalar yoritilgan.

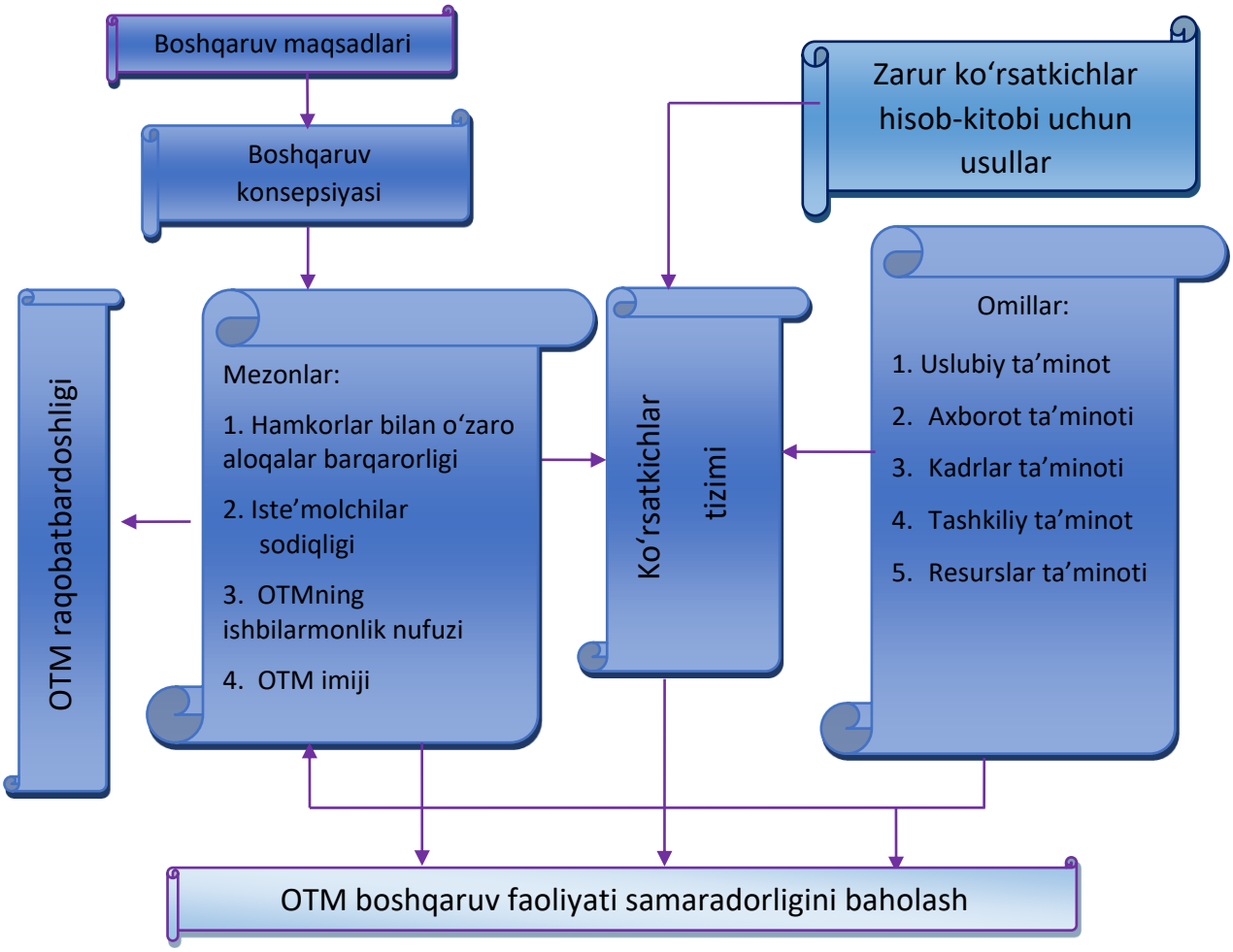
Tadqiqot metodologiyasi. Maqolada oliy ta’lim tizimida pedagog-xodimlarni boshqarish bo‘yicha makon va zamon, mantiqiy, qiyosiy tahlil kabi usullardan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Oliy ta’lim muassasalari zamonaviy boshqaruv faoliyati xususiyatlarini hisobga olgan holda, uning samaradorligini baholashning asosiy bosqichlarini aniqladik. Bu taklif etilayotgan shakllantirish algoritmida aks ettirildi (1-rasm).

Taklif etilayotgan mezonlarga muvofiq sifat va son ko‘rsatkichlari tizimi shakllantirildi (1-jadval).

Bu jadvalda keltirilgan muvozanatli kompleks yaratilishini ta’minladi. Tadqiqot jarayonida OTMda boshqaruv faoliyati samaradorligini uning faoliyati barqarorligini tahlil qilish asosida aniqlash mumkin, degan xulosaga keldik. Shu sababli uni baholash uchun ajratilgan ko‘rsatkichlar bo‘yicha OTM rivojlanish barqarorligi koeffitsiyentidan foydalanishni taklif etamiz:

[1] . G‘ulomov S.S., Shermuhammedov A.T. Razvitiye sifrovogo marketinga v O'zbekistane. // “O‘zbekistonda harakatlar strategiyasi samaradorligini oshirishda marketing konsepsiyalaridan foydalanish muammolari” mavzusida XIAK materiallari to‘plami. – T.: “Iqtisod-moliya” nashriyoti. 2019. – 24-29 betlar.
[2] Ikromov M.A., Shermuhammedov A.T. Sifrovoy tovar: strategii proizvoditeley i prodovsov. // “O‘zbekistonda harakatlar strategiyasi samaradorligini oshirishda marketing konsepsiyalaridan foydalanish muammolari” mavzusida XIAK materiallari to‘plami. – T.: “Iqtisod-moliya” nashriyoti. 2019. – 100-103 betlar.,
[3] Pardayev M.Q. Raqamli iqtisodiyotning ta’rifi, maqsadi, ijobiy va salbiy tomonlari. // “Servis” ilmiy-amaliy jurnali. 2019 1-son. – 5 bet., Pardayeva va boshqalar. Ta’lim xizmatlari va ularning samaradorligini oshirish masalalari. Monografiya. – T.: “innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi”, 2020. – 260 bet.
[4] Abduraxmonov Q.X., Xolmo‘minov Sh.R., Zokirova N.Q. Personalni boshqarish. Darslik. T., “O‘qituvchi” NMIU, 2008. – 656-bet.



1-rasm. Oliy ta’lim muassasalari boshqaruv faoliyati samaradorligini baholash algoritmi[1]

1-jadval

OTM boshqaruv faoliyati samaradorligini baholash ko‘rsatkichlari[2]

Mezonlar	Ko‘rsatkichlar
1.Hamkorlar bilan o‘zaro aloqalar barqarorligi	1.1. Amaldagi o‘zaro aloqalar yo‘nalishlari soni 1.2. Har bir yo‘nalishda amal qiladigan o‘zaro aloqalar zanjirlari soni. 1.3. O‘zaro aloqalar zanjirida amaldagi aloqalar dinamikasi darajasi: tarmoqda yangi munosabatlar o‘rnatish va hamkorlarni almashtirish tezligi. 1.4. Tarmoq ichida hamkorlar o‘rtasida o‘zaro aloqalar smetasini tuzish optimallik darajasi. 1.5. Hamkorlarning bir-biriga moslashuv darajasi: - hamkorga ishonch darajasi; - bir-biriga nisbatan majburiyatlarni bajarish darajasi. 1.6. Hamkorlar manfaatlarini qondirish darajasi: olingan natijalarning kutilgan natijalarga muvofiqlik darajasi. 1.7.Hamkorlik natijasida hamkorlik tarmog‘i yangi sifatlari paydo bo‘lishi bilan tavsiflanadigan o‘zaro aloqalar darajasi. 1.8. O‘zaro aloqalarning axborot ta’minoti darajasi: - ichki va tashqi axborotlarning to‘liqlik va ishonchlilik darajasi, - axborot olish tezkorligi, -Tarmoq ichida axborot almashinish darajasi.

[1] Muallif ishlanmasi
[2] Muallif ishlanmasi

	1.9. Qo‘shma qarorlarning innovatsionlik va sifat darajasi.
2. Iste’molchilarning sodiqligi	2.1. Ta’limning ochiqlik darajasi: - iste’molchi uchun o‘qitish qiymatining ochiqlik darajasi; - pullik asosda o‘qitishda amaldagi imtiyozlar va chegirmalar tizimining rivojlanish darajasi - o‘qitish shakllari va turlarini, amalga oshirish shartlari va muddatini tanlash imkoniyati; - moslashuvchan mashg‘ulotlar jadvali, qulay dars jadvali, fan ustida mustaqil ishlash imkoniyati mavjudligi. 2.2.Olingan ta’limning foydalilik va qimmatlilik darajasi: - olingan ta’limga mehnat bozorida talab darajasi; - olingan ta’limning mehnat bozori asosiy talablariga muvofiqlik darajasi; - olingan ta’limning davlat ta’lim standartlari talablariga muvofiqlik darajasi; - olingan ta’limning bo‘lg‘usi mehnat faoliyati murakkabliklari va o‘ziga xosliklariga muvofiqlik darajasi. 2.3. Bitiruvchilar ehtiyojlarini qondirish darajasi: - olingan vakolatlar to‘plamining bitiruvchilarning kasbga ega bo‘lish, o‘z-o‘zini anglash va shaxsiy kamol topish maqsadlariga muvofiqlik darajasi; - OTMda o‘qishni davom ettirish imkoniyati (magistratura, ikkinchi oliy ma’lumot, malaka oshirish va qayta tayyorlash, aspirantura); - OTMni tamomlagach, tanlangan kasb bo‘yicha ishga joylashish imkoniyati; - OTMning bitiruvchilarni ishga joylashtirishda ishtirok etish darajasi. 2.4. Bitiruvchilarning OTM bilan o‘zaro aloqalar darajasi: - magistratura, ikkinchi oliy ma’lumot, malaka oshirish va qayta tayyorlash, aspirantura uchun oliy ta’lim muassasasiga hujjat topshirgan bitiruvchilarning ulushi; - sobiq bitiruvchilar tomonidan yosh mutaxassislarga murojaatlar ulushi; - bitiruvchilar uyushmasi mavjudligi va uning faoliyat samaradorligi. 2.5. Ish beruchilarning bitiruvchilar kasbiy tayyorgarlik sifatidan qoniqqanlik darajasi.
3. OTMning ishbilarmonlik faolligi	3.1. O‘qitish jarayonining sifat darajasi. 3.2. OTM professor-o‘qituvchilari tarkibining sifat darajasi 3.3. Resurslar ta’minoti sifat darajasi 3.4.Ilmiy-tadqiqotchilik faoliyatining rivojlanish darajasi
4. OTM imidji	4.1. Oliy ta’lim bozorida OTMning muvaffaqiyat darajasi: - mintaqaviy bozorda OTM reytingi. - OTM egallab turgan bozor ulushi. 4.2. OTMning ijtimoiy faollik darajasi. 4.3. OTM faoliyatining jamiyatda tan olinish darajasi.

Boshqaruv faoliyati samaradorligi va uning natijalariga asoslangan qiyosiy dinamik qatorlar har bir ko‘rsatkichning yakuniy natijaga ta’siri va samaradorligi o‘zgarishining asosiy tendensiyalarini aniqlashga, shuningdek, universitetning raqobatli ustunligini ta’minlash va saqlab qolish uchun kelajakdagi maqsadlarga erishishni prognoz qilishga imkon beradi.

Boshqaruv samaradorligining qiyosiy tahlili barqaror o‘sish tendensiyasini ko‘rsatdi. Boshqaruv harajatlari tarkibidagi operatsion harajatlar ulushining umumiy o‘sish sur’ati ushbu ko‘rsatkichning o‘zgarishi bo‘yicha ijobiy tendensiyani ta’minladi.

Olingan natijalar oliy ta’lim muassasalarining boshqaruv faoliyati samaradorligini, uning o‘zini o‘zi ta’minlashi foydaliligini miqdoriy jihatdan asoslashga imkon berdi.

Shuning uchun oliy ta’lim muassasalarida to‘liqlik va komplekslilikka erishish uchun samarali baholashni ikkita tarkibiy qism orqali amalga oshiramiz: zamonaviy boshqaruvini amalga oshirish samaradorligi va uni tashkil etish samaradorligi.

Zamonaviy boshqaruvni amalga oshirish samaradorligini baholash mezonlari uchta daraja

bo‘yicha guruhlangan: 1) faoliyatni boshqarish: bozor bilan kommunikativ aloqalarni rivojlantirishda ochiq tizim sifatida oliy ta’lim muassasalarini boshqarish; 2) funksiyani boshqarish: menejmentning barcha funksiyalari o‘zaro bog‘liqligida «kasbiy faoliyat ehtiyojlaridan bozor ehtiyojlariga» tamoyilini amalga oshirish; 3) talabni boshqarish: barcha toifadagi mijozlar talabini yaratish, muvofiqlashtirish, qondirish va ilg‘or shakllantirish.

Biz shakllantirgan, asosiy mezonlar muvozanatlangan kompleksi o‘z ichiga olgan oliy ta’lim muassasalari boshqaruvini amalga oshirish samaradorligini baholash tizimi keltirilgan.

Oliy ta’limining yuqorida ko‘rib chiqilgan qolgan barcha samaradorlik bo‘yicha namoyon bo‘lishlari yoki muayyan ta’lim muassasasiga nisbatan aniqlanishi mumkin emas, chunki ular butun oliy ta’lim tizimi faoliyatining umumiy natijasi sifatida namoyon bo‘ladi yoki oliy ta’lim muassasalari tayyorgarlik jarayonida va oliy ma’lumotli mutaxassisni kelgusida ishga joylashtirish jarayonida yuzaga keladigan eksternal harakteriga ega bo‘ladi. Samaradorlikning umumlashtirilgan tavsifini, bizningcha, oliy ta’lim muassasalari faoliyatining integral samaradorligi, deb atash mumkin, chunki ko‘rib chiqish uchun taklif etilgan jihatlar ma’lum darajagacha bir-biri bilan bog‘liq bo‘lib, o‘zaro ta’siri bilan tavsiflanadi.

Xulosa va takliflar. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, oliy ta’lim muassasalari faoliyati samaradorligini oshirishning integral samaradorlikni oshirish nuqtai nazaridan biznes bilan O‘zbekiston oliy ta’lim muassasalari hamkorligining eng istiqbolli shakllarini o‘z ichiga oladigan mexanizmlari taklif qilindi. Fikrimizcha, bu kasbiy akademiyalar (amaliy va tarmoq oliy ta’lim muassasalari uchun), universitet bazasidagi o‘quv va ishlab chiqarish majmualari, shu jumladan, kichik sohalar, talabalar ilmiy-tadqiqot laboratoriyalari (sohalar), sheriklik va ushbu shaklning rivojlanishi mahsuli o‘quv va ilmiy-innovatsion komplekslar (tegishli ilmiy bazaga ega yetakchi oliy ta’lim muassasalari uchun) hisoblanadi.

Taklif etilgan o‘zaro aloqa shakllari, bizningcha, quyidagilarni ta’minlashga imkon beradi: oliy ta’lim muassasalari faoliyatining makrosamaradorlikni ta’minlashda ta’lim xizmatlari bozorida halol raqobatni rivojlantirish; biznes bilan ittifoqning tashkiliy-huquqiy shakllari yangi tashkiliy tarkiblarini sinash; oliy kasb ta’limi tizimini isloh qilish bo‘yicha me’yoriy-huquqiy bazani yanada takomillashtirish yuzasidan takliflar ishlab chiqish; ilg‘or tajribalarni ko‘paytirish; ko‘p kanalli moliyalashtirish mexanizmlarini ishlab chiqish; tegishli darajadagi mutaxassislarga, shu jumladan, miqdoriy va sifat ko‘rsatkichlariga bo‘lgan ehtiyojning yetarli darajada aniq uzoq muddatli prognozi; ish beruvchilarni kasb ta’limi muassasalari faoliyatiga jalb etish, bitiruvchilarning malakasini attestatsiyalash va sertifikatlashning korporativ tizim doirasida mutaxassislarni tayyorlash natijalarini monitoring qilish orqali mutaxassislar tayyorlash sifatini ta’minlash; oliy ta’lim muassasalari va ish beruvchilar o‘rtasidagi o‘zaro hamkorlik mexanizmlarini sinovdan o‘tkazish va keng joriy etish.

Х.Очилова

Способы оценки эффективности управления педагогическими кадрами в высших учебных заведениях

Аннотация. В статье описываются критерии оценки эффективности управления педагогическими кадрами в высших учебных заведениях, показатели реализации этих критериев, а также даются предложения по оценке эффективности в высших учебных заведениях.

Ключевые слова: образование, высшее образование, управление, администрация, преподаватели, студенты, характеристики управления, эффективность управления, критерии оценки.

Kh.Ochilova

Ways to assess the effectiveness of teaching staff management in higher education institutions

Abstract. The article describes the criteria for assessing the effectiveness of teaching staff management in higher education institutions, indicators of the implementation of these criteria, and makes proposals for assessing effectiveness in higher education institutions.

Keywords: education, higher education, management, administration, professors, students, management characteristics, management effectiveness, assessment criteria.

ИНВЕСТИЦИЯ

Musurmon Axmadovich A’zamov – Sharof Rashidov nomidagi SamDU Urgut filiali Biznesni boshqarish va aniq fanlar kafedrasi assistenti
Ra’no Sherali qizi Xoliqulova – Sharof Rashidov nomidagi SamDU Urgut filiali Biznesni boshqarish va tabiiy fanlar fakulteti 1-kurs talabasi
Muzaffar Janobiddinovich Suyunov – Sharof Rashidov nomidagi SamDU Urgut filiali Biznesni boshqarish va tabiiy fanlar fakulteti 1-kurs talabasi

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA INVESTITSIYALARNING O‘RNI VA AHAMIYATI

Annotatsiya. Maqolada bozor iqtisodiyoti sharoitida investitsiyalarni o‘rni, ahamiyati, investitsiyalarning nazariy asoslari tadqiq qilingan. Hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi uchun investitsiyalarning ahamiyati, asosiy kapitalga o‘zlashtirilga investitsiyalar, aholi jon boshiga o‘zlashtirilgan investitsiyalar, ishlab chiqarishni rag‘batlantirish investitsiyalarning xususiyatlari yoritilib berilgan.
Kalit so‘zlar: moddiy investitsiyalar, moliyaviy investitsiyalar, aqliy investitsiyalar, ichki va xorijiy investitsiyalar, portfel investitsiyalar.

Kirish. Raqamli iqtisodiyot sharoitida investitsiyalar muhim ahamiyat ega hisoblanadi. Har bir mamlakatning rivojlanish darajasi, ya’ni iqtisodiyotning rivojlanishi va iqtisodiy o‘sishi ko‘p jihatdan mamlakat iqtisodiyotiga jalb qilinayotgan investitsiyalarga bog‘liq. Ayniqsa, bugungi kunda har qanday mamlakatning bozor tamoyillari asosida rivojlanishi investitsiyalarni jalb etish holatiga bog‘liq. Jahon iqtisodiyotining globallashuvi jarayoni va xalqaro kapital harakatining kuchayishi rivojlanayotgan mamlakatlar va mintaqalar uchun xorijiy investitsiyalarni jalb qilish orqali milliy iqtisodiyotni rivojlantirish uchun katta istiqbollarni yaratdi. Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida O‘zbekiston va uning mintaqalariga xorijiy investitsiyalarni jalb qilish muammosi yangi strategik ustuvorliklarni ishlab chiqishni talab qildi. Shuning uchun hozirgi kunda mamlakatimizdagi faol investitsion siyosat olib borishdagi islohotlarning izchilligiga ustuvorlik sifatida asosiy e’tibor qaratish muhimligiga O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyev: “Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki,qaysi davlat faol investitsiya siyosatini yuritgan bo‘lsa, o‘z iqtisodiyotining barqaror o‘sishiga erishgan”[1], – deb e’tirof etib o‘tdi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Investitsiyalarning iqtisodiy mazmun-mohiyati to‘g‘risida iqtisodchi olimlar o‘rtasida xilma-xil fikrlar mavjud. Investitsiyalarga tugallangan bir ta’rif berilmagan. Har bir tadqiqotchi ushbu kategoriyaga nisbatan o‘z yondashuv uslubi va fikriga ega ekanligi bilan ajralib turadi. Investitsiyalarga juda ko‘p ta’rif berilgan. Jumladan, prof. D.G‘. G‘ozibekov investitsiyalarning iqtisodiy mazmun-mohiyatini moliyaviy kategoriya sifatida talqin etib, quyidagicha ta’rif berib o‘tgan: “Investitsiyalarning mazmuni aniq va ishonchli manbalardan mablag‘lar olish, ularni asosli holda safarbar etish, rikslar darajasini hisobga olgan holda kapital qiymatini saqlash va ko‘zlangan samarani olishdan iborat bo‘ladi”[2]. Prof. N.H. Haydarov investitsiyalar mazmun-mohiyatiga quyidagi ta’rifni beradi: „Investitsiya mulk shaklidan qat’i nazar tadbirkorlik asosida faoliyat ko‘rsatayotgan jismoniy va yuridik shaxslar yoki davlatning ijtimoiy va iqtisodiy samara olish maqsadida o‘z boyliklarini qonun doirasida bo‘lgan har qanday tadbirkorlik obyektiga sarflashidir”[3].

Rossiyalik iqtisodchi-olima L. Igonina tomonidan: „Investitsiyalar pulni saqlash, ko‘pay-

[1] Mirziyoyev Sh.M. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisra Murojaatnomasi. 2018-yil 28-dekabr.
[2] G’ozibekov. D. G’ Investitsiyalarni moliyalashtirish masalalari. – T.: “Moliya” nashriyoti, 2003. 26-bet.
[3] Haydarov N.X.Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida korxonalar investitsion faoliyatidagi soliq munosabatlarini takomillashtirish masalasi I.f.n ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya-T.,2003. 29-b

tirish yoki ijobiy miqdordagi daromadni ta’minlashni hisobga olgan holda uni joylashtirish mumkin bo‘lgan har qanday vosita sifatida ifodalanadi”[1] deb ta’riflangan. “Investitsiya” darsligining muallifi, professor A. Neshitoy investitsiyalarning mazmunini quyidagicha tavsiflaydi: ,,Foyda olish yoki boshqa samaralarga erishish maqsadida o‘z yoki o‘zga mamlakatning turli tarmoqlariga tadbirkorlik loyihalari, ijtimoiy-iqtisodiy dasturlar hamda innovatsiya loyihalarini amalga oshirishga yo‘naltirilgan pul mablag‘larini (kapitalni) uzoq muddatga joylashtirishdir”[2]. ,,Investitsiyalar iqtisodiy foyda va ijtimoiy samara olish maqsadida investitsiya sohasi obyektlariga kiritiladigan barcha turdagi mulkiy va intellektual boyliklarni aks ettiradi”[3]. ,,Investitsiyalar deganda, foyda (daromad) olish va investorlarning individual maqsadlari singari ijobiy ijtimoiy samaraga erishish maqsadida iqtisodiyotning turli tarmoqlari va sohalariga, tadbirkorlik va boshqa turdagi faoliyat obyektlariga muayyan muddatga kapitalning maqsadli yo‘naltirilgan qo‘yilmasi shaklida amalga oshiriladigan xarajatlar yig‘indisi tushuniladi”[4]. Xorijlik iqtisodchi-olimlardan U. Sharp, K. Eklund, Kempbell R. Makkonell, Stenli L. Bryu kabilar investitsiyalarning mazmun-mohiyati yuzasidan turlicha ta’riflarni bayon etishgan. Jumladan, Nobel mukofotining iqtisodiyot bo‘yicha laureati (1990-yil) U. Sharp ta’kidlashicha: ,,Investitsiyalar kelgusida (ehtimol, nomuayyan) qiymatlik olish maqsadida hozirgi vaqtda muayyan qiymatlikdan voz kechishdir”[5].“Moliyaviy investitsiyalar daromad olish (xuddi foizlar, dividendlar va ijara haqi singari) va asosiy kapital qiymatini ko‘paytirish maqsadida mohiyat jihatdan qimmatli qog‘ozlarga (aksiya, obligatsiya va boshqa qimmatli qog‘ozlar), ya’ni moliyaviy aktivlarga joylashtirilgan kapital moliyaviy investitsiyalarni anglatadi”[6].

Tadqiqot metodologiyasi. Xalqaro va ichki investitsiyalarni jalb qilish va mavjud tendensiyalar orqali Samarqand viloyatida asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar va aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan investitsiyalarni jalb qilish muayyan darajadagi ilmiy yondashuvlarnini talab etadi.

Tahlil va natijalar. Iqtisodiyoti rivojlangan davlatlarda iqtisodiyotni yanada rivojlantirish uchun investitsiyalarni jalb qilishga alohida e’tibor berilmoqda. Ma’lumki investitsiyalarni ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatishga jalb qilish orqali yangi ish o‘rinlarini yaratish, aholi turmush farovonligini oshirish hamda inson kapitalini rivojlanishida , iqtisodiyotni divesifikatsiyalashda va moderinizatsiyalashda alohida ahamiyatga ega. Shunga ko‘ra, investitsiyalarni jalb qilishda yagona davlat qonunchiligi emas balki, hududlar ijtimoiy-iqtisodiy holatidan kelib chiqib qonuniy ba’zani qaytadan ko‘rib chiqishga e’tibor berilmoqda. Natijada investitsiya oqimi yildan-yilga oshib bormoqda.

1-jadval

Samarqand viloyati bo‘yicha asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar

(joriy narxlarda. mlrd. so‘mda)

Yillar	2011	2015	2019	2023	2024-yil yanvar-dekabr
Samarqand viloyati	1345,6	3237,2	10266,7	25717,1	29652,5
Samarqand Shahar	508,4	1695,7	4113,1	6236,2	9968,8
Kattaqo‘rg‘on shahar	4,4	55,3	159,1	292,4	703,6
Oqdaryo tumani	24,6	95,1	605,9	549,2	629,5
Bulung‘ur tumani	20,2	73,1	333,0	730,4	769,4
Jomboy tumani	23,7	105,5	394,4	893,5	1716,3
Ishtixon tumani	22,0	85,6	458,6	475,8	650,0
Kattaqo‘rg‘on tumani	23,7	116,4	177,2	6501,8	1542,7
Qo‘shrabot tumani	173,1	186,3	533,7	630,6	915,7

[1] Igolina .L.L Инвестиции. Уч. пос-М Экономист. 2005. С. 23

[2] Нешитой А.С. Инвестиции. Учебник. 4-е изд. – М.: Дашков и К0, 2006. С. 13.

[3] Староверова Г.С., Медведов А.Ю., Сорокина И.В. Экономическая оценка инвестиций. Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2006. С. 11.

[4] Подшиваленко и др. Инвестиции. Учеб. пос.3-е изд. – М.: КНОРУС, 2006. С. 7.

[5] Шарп У., Александр Г., Бейли Дж. Инвестиции. Пер. сангл.–М.: Инфра-М, 1997. С. 16, 979 с.

[6] Нешитой А.С. Инвестиции. Учебник. 4-е изд. – М.: Дашков и К0, 2006. С. 14.

Narpay tumani	27,2	78,4	180,0	502,5	674,3
Payariq tumani	37,8	97,3	171,3	619,4	1556,6
Pastdarg‘om tumani	33,4	107,8	577,7	1952,8	1869,9
Paxtachi tumani	17,6	68,6	268,8	426,0	689,4
Samarqand tumani	33,4	162,6	640,4	2843,8	2356,6
Nurobor tumani	23,7	76,2	373,2	1062,0	3416,6
Urgut tumani	84,4	144,6	767,0	1192,4	1180,2
Toyloq tumani	25,5	88,7	484,9	808,3	1012,8

Manba: muallif ishlanmasi stat. uz malumotlari asosida

Viloyatining asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalarni tahliliga e’tibor qilsak, viloyatda asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar hajmi 2011-yilda 124.2%ga o‘sgan bo‘lsa, ushbu ko‘rsatkich 2015-yilda o‘tgan yilga nisbatan 127.4% ga o‘sgan. 2019-yilda esa o‘tgan yilga nisbatan 145,4%ga o‘sgan. 2023-yilda esa o‘tgan yilga nisbatan 136%ga o‘sgan. 2024-yil esa oxirgi o‘n yillikga nisbatan 1167.2%ga o‘sgan. Samarqand shahrida esa asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar tahlil qilinganda 2011-yilda o‘tgan yilga nisbatan 132.8%ga o‘sgan bo‘lsa, 2015-yilga kelib bu ko‘rsatkich o‘tgan yilga nisbatan 132.7%ga o‘sganini ko‘rish mumkin. 2019- yilga kelib ea bu ko‘rsatkich 162.4%ga o‘sgan. 2023-yilda esa o‘tgan yilga nisbatan 116.8%ga o‘sgan. 2024-yilga kelib esa oxirgi o‘n yillikga nisbatan 780.3 % ga o‘sgan. Kattaqo‘rg‘on shahrida esa asosiy kapitalgan o‘zlashtirilgan investitsiyalar esa 2011-yilda o‘tgan yilga nisbatan 220.5%ga o‘sgan bo‘lsa 2024 yil oxiriga kelib oxirgi o‘n yillikga nisbatan bu ko‘rsatkich 2353.2%ga o‘sgan. Tumanlar kesimida esa Oqdaryoda oxirgi o‘n yillikda asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar esa 8506.8% ga o‘sgan. Bulung‘ur tumanida esa asosiy kapitalga o‘zlashtirilga investitsiyalar esa 2011-yilga kelib o‘tgan yilga nisbatan 114.4%ga o‘sgan bo‘sa 2024-yil oxiriga kelib esa bu ko‘rsatkich oxirgi o‘n yillikga nisbtan 1229.1%ga o‘sgan. Jomboy tumanida esa 2011- yilda asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar esa o‘tgan yilga nisbatan 123.2%a o‘sgan bo‘lsa, bu ko‘rsatkich oxirgi o‘n yillikga kelib 2715.7%ga o‘sgan. Qolgan barcha tumanlarda ham asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar o‘sganini ko‘rish mumkin. 1-jadval

2-jadval

Samarqand viloyati bo‘yicha asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar

(joriy narxlarda. mlrd. so‘mda)

Yillar	2011	2015	2019	2023	2024-yil yanvar-dekabr
Samarqand viloyati	407,9	912	2674,9	6177	6972,1
Samarqand Shahar	890,2	2559,3	7584,5	10770	16881,9
Kattaqo‘rg‘on shahar	121,4	659,1	1795,7	3105,7	7374,9
Oqdaryo tumani	197,6	655	3856,8	3209,2	3593,2
Bulung‘ur tumani	147,9	430	1804,9	3657	3764,2
Jomboy tumani	207,4	686,4	2324,1	4773,6	8948,4
Ishtixon tumani	138,8	372,3	1830,7	1742,8	2329,1
Kattaqo‘rg‘on tumani	144,2	467,1	657,3	22353,9	5197,9
Qo‘shrabot tumani	1920,7	1562,9	4114,9	4488,6	6399
Narpay tumani	166,6	400,2	855,1	2229,3	2938
Payariq tumani	145,3	474,1	693,8	2293,1	5627,8
Pastdarg‘om tumani	91,3	213,1	1652,5	5150,7	4823
Paxtachi tumani	362,4	1220,7	1885	2818,6	4494,2
Samarqand tumani	264	331	2572,9	10529,9	8547,7
Nurobor tumani	312,4	709,2	2513,2	6595,6	20807,8
Urgut tumani	129,5	32,1	1531,2	2158,2	2085,5
Toyloq tumani	166,7	487,6	2446,5	3700,8	4527,6

Manba: muallif ishlanmasi stat.uz ma’lumotlari asosida tuzilgan.

Viloyat aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan investitsiyalar tahlil qilinganda 2011-yilda o‘tgan yilga nisbatan 118,6%ga o‘sgan bo‘lsa, 2015-yilda o‘tgan yilga nisbatan 124,9%ga o‘sgan. 2019-yilga kelib o‘tgan yilga nisbatan 142,4%ga o‘sgan. 2023-yilda esa aholi jonboshiga to‘g‘ri keladigan investitsiyalar o‘tgan yilga nisbatan 133,1%ga o‘sgan. 2024-yil dekabr oyiga kelib esa oxirgi o‘n yillikga nisbatan aholi jon boshiga o‘zlashtirilgan investitsiyalar 955,1%ga o‘sgan. Samarqand shahrida esa aholi jon boshiga o‘zlashtirilgan investitsiyalar 2011-yilda o‘tgan yilga nisbatan 118,1%ga o‘sgan bo‘lsa 2015-yilga kelib bu ko‘rsatkich o‘tgan yilga nisbatan 141,8%ga o‘sgan.2019-yilda bu ko‘rsatkich o‘tgan yilga nisbatan 159,9%ga o‘sgan. 2024-yil dekabr oyiga kelib esa bu ko‘rsatkich oxirgi o‘n yillikga nisbatan 935,5%ga o‘sganligini ko‘rish mumkin. Kattaqo‘rg‘on shahrida esa aholi jon boshiga o‘zlashtirilgan investitsiyalar 2011-yilda o‘tgan yilga nisbatan 216,8%ga o‘sgan bo‘lsa 2015-yilga kelib bu ko‘rsatkich o‘tgan yilga nisbatan 182,1%ga o‘sgan.2019-yilda bu ko‘rsatkich o‘tgan yilga nisbatan 130,5%ga o‘sgan. 2024-yil dekabr oyiga kelib esa bu ko‘rsatkich oxirgi o‘n yillikga nisbatan 2037,3%ga o‘sganligini ko‘rish mumkin. Oqdaryo tumanida esa aholi jon boshiga o‘zlashtirilgan investitsiyalar 2011-yilda o‘tgan yilga nisbatan 101%ga o‘sgan bo‘lsa 2015-yilga kelib bu ko‘rsatkich o‘tgan yilga nisbatan 125,7%ga o‘sgan.2019-yilda bu ko‘rsatkich o‘tgan yilga nisbatan 179,2%ga o‘sgan. 2024-yil dekabr oyiga kelib esa bu ko‘rsatkich oxirgi o‘n yillikga nisbatan 689,5%ga o‘sganligini ko‘rish mumkin. Bulung‘ur tumanida esa aholi jon boshiga o‘zlashtirilgan investitsiyalar 2011-yilda o‘tgan yilga nisbatan 111,6%ga o‘sgan bo‘lsa 2015-yilga kelib bu ko‘rsatkich o‘tgan yilga nisbatan 114,1%ga o‘sgan.2019-yilda bu ko‘rsatkich o‘tgan yilga nisbatan 139%ga o‘sgan. 2024-yil dekabr oyiga kelib esa bu ko‘rsatkich oxirgi o‘n yillikga nisbatan 998,7%ga o‘sganligini ko‘rish mumkin. (2-jadval)

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib aytganda ,,Investitsiyalar yangi ish o‘rinlarini yaratish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, innovatsiyalarni rivojlantirish va xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlikni ta’minlash uchun, aholini daromadlarini oshirish uchun muhim ahamiyatga ega hisoblanadi”[1].

Investitsiyalarni bozor iqtisodiyotidagi o‘rni va ahamiyati uchun quyidagi takliflarni berish mumkin:

- Investitsion muhitni yaxshilash-ya’ni huquqiy kafolatlarni mustahkamlash, korrupsiyani kamaytirish va investorlar uchun qulay sharoit yaratish zarur;
- Mahalliy va xorijiy investorlar uchun imtiyozlar berish-ya’ni sooliq yukini kamaytirish, kredit resurslari va subsidiyalar orqali investitsiyalar hajmini oshirish mumkin;
- Innovatsion va yuqorri texnologiyali loyihalarni qo‘llab-quvvatlash;
- Kichik va o‘rta biznesni qo‘llab-quvvatlash;
- Infratuzilmani rivojlantirish;
- Kapital bozorini rivojlantirish;
- Hududiy investitsiyalarni rag‘batlantirish va boshqalar.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Mirziyoyev Sh.M. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisга Murojaatnomasi. 2018-yil 28-dekabr.
2. G‘ozibekov. D. G‘ Investitsiyalarni moliyalashtirish masalalari. – T.: “Moliya” nashriyoti, 2003. 26-bet.
3. Haydarov N.X.Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida korxonalar investitsion faoliyatidagi soliq munosabatlarini takomillashtirish masalasi I.f.n ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya-T.,2003. 29-b
4. Igolina .L.L Инвестиции. Уч. пос-М Экономист. 2005. С. 23
5. Нешитой А.С. Инвестиции. Учебник. 4-е изд. – М.: Дашков и К0, 2006. С. 13.
6. Староверова Г.С., Медведов А.Ю., Сорокина И.В. Экономическая оценка инвестиций. Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2006. С. 11.

[1] A.U. Burxanov, Sh.X. Muminov, X.X. Xudoyqulov ,,Investitsiyalar va innovatsiyalar” darslik

7. Подшиваленко и др. Инвестиции. Учеб. пос.3-е изд. – М.: КНОРУС, 2006. С. 7.
8. Шарп У., Александр Г., Бейли Дж. Инвестиции. Пер. сангл.–М.: Инфра-М, 1997. С. 16, 979 с.
9. Нешитой А.С. Инвестиции. Учебник. 4-е изд. – М.: Дашков и К0, 2006. С. 14.
10. A.U. Burxanov, Sh.X. Muminov, X.X. Xudoyqulov „Investitsiyalar va innovatsiyalar” darslik

М.Аьзамов, Р.Холикулова, М.Суюнов
Роль и значение инвестиций в риночной экономике

Аннотатция. В данной статье рассматриваются роль и значение инвестиций в риночной экономике, а также теоритические основы инвестиций. Освешение значение инвестиций для социально-экономического развития населенного пункта, особенности инвестиций на душу населения, комплексные меры стимулирование производства.

Ключевые слова: материальные вложения, финансовые вложения, интеллектуальные вложения, отечественные и зарубежные инвестиции, портфельные инвестиции.

M. A’zamov, R.Xoliqulova, M.Suyunov
The role and importance of investments in a market economy

Abstract. This article examines the role and significance of investments in a market economy, as well as the theoretical foundations of investments in the Samarkand region. The importance of investments for the socio-economic development of the region, investments allocated to fixed capital, per capita investments, and the features of comprehensive measures to stimulate production are highlighted.

Keywords: material investments, financial investments, intellectual investments, domestic and foreign investments, portfolio invesments.

UDK: 339.168

Ozodbek Shuhrat o‘g‘li Jumaqulov – SamISI, “Investitsiyalar va innovatsiyalar” kafedrasi doktoranti

INVESTITSION JOZIBADORLIKNI OSHIRISHNI IQTISODIY RIVOJLANISHGA TA’SIRI

Annotasiya Mazkur maqolada Yangi O‘zbekiston taraqqiyotida investitsion jozibadorlikni oshirishning mamlakat iqtisodiyotiga ijobiy ta’siri bilan bir qatorda, respublikada yaratilayotgan investitsion muhitning o‘ziga xos xususiyatlariga alohida e’tibor qaratilgan. Sir emaski, globallashuv jarayonlari shiddat bilan kechayotgan bugungi kunda jahon bozorida o‘z o‘rnini egallash va kuchli raqobatga bardosh bera oladigan yangi mahsulot va xizmat turlarini yaratish hamda mavjud ishlab chiqarish va xizmatlarni innovatsiyalar asosida takomillashtirishni taqozo etmoqda. Ushbu maqolada investitsiyalarning iqtisodiyotimizdagi o‘rni va o‘ziga xos xususiyatlari o‘rganilib, tegishli taklif va xulosalar berilgan.

Kalit so‘zlar: investitsiya, iqtisodiyot, iqtisodiy islohotlar, investitsiya muhiti, baho, hajm, miqdor ko‘rsatkichlari, sifat ko‘rsatkichlari, “Maqbul investitsiya muhiti”, investitsiya siyosati.

Kirish. Bugungi kunda mamlakat iqtisodiyotining taraqqiyoti bevosita investitsiyalar oqimining qay darajada rivojlanayotganligiga bog‘liq. Harakatlar strategiyasida ilgari surilgan g‘oyalarni hayotga joriy etish, ushbu g‘oyalar asosida mamlakat iqtisodiyotini tarkibiy jihatdan o‘zgartirish, tarmoqlar va sohalarni modernizatsiya qilish, tizimni texnik hamda texnologik yangilashga doir masalalarni ilgari surishda yangidan-yangi investitsiya oqimlarni jalb qilish dolzarb masalalardan biridir.

Mamlakatimiz Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning “... qaysi davlat faol investitsiya siyosatini yuritgan bo‘lsa, o‘z iqtisodiyotining barqaror o‘sishiga erishgan bo‘ladi, shu sababli ham investitsiya – bu iqtisodiyotnig drayveri, - o‘zbekcha aytganda, iqtisodiyotning yuragi desak, mubolag‘a bo‘lmaydi [1].

«O‘zbekiston – 2030» strategiyasining 5 ta asosiy g‘oyasidan biri bo‘lgan ushbu maqsadga erishish bo‘yicha davlatimiz rahbari boshchiligida tizimli islohotlar olib borilmoqda.

Tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlashga ustuvor ahamiyat qaratilmoqda. Soha va tarmoqlarni transformatsiya qilish jarayonlari faol amalga oshirilmoqda. Hududlarning o‘ziga xos

xususiyatlari, ishga solinmagan imkoniyatlaridan kelib chiqib, katta-katta investitsiyalar jalb etilmoqda. Misol uchun, joriy yilda Toshkent viloyatida 5 milliard Namanganda 4 milliard, Qashqadaryoda 3,5 milliard, Andijonda 3 milliard dollardan ziyod investitsiyalarni jalb etish bo‘yicha aniq rejalar belgilab olingan.

Ahamiyatli jihati shundaki, mazkur investitsiyalar daromadli ish o‘rinlari sifatida aholining turmush farovonligiga xizmat qiladi. Mamlakatimiz iqtisodiyotini yuksaltirish, ijtimoiy kafolatlarni ta’minlashda investitsiyalarning ahamiyati juda katta. O‘tgan yilda xorijiy investitsiya 1,6 barobar o‘sib, qariyb 35 milliard dollarni tashkil qilgani aytildi. Tog‘-kon, neft-gaz, kimyo, qishloq xo‘jaligi sohalarida investitsiya 2 karra oshgan. 50 ta tumanga 100 million dollardan ko‘p sarmoya kirib kelgan [14].

Mamlakatimizda olib borilayotgan ochiqlik, kuchli investitsiya siyosati natijasida iqtisodiyot barqaror o‘sishni namoyon etmoqda. Xususan, 2024 yilda yalpi ichki mahsulot 6,5 foizga oshib, 115 milliard dollarga yetdi. Xorijiy investitsiya 1,6 barobar o‘sib, qariyib 35 milliard dollarlik 242 ta yirik va o‘rta loyihalar ishga tushdi. Eksport ilk bor 27 milliard dollarga yetdi.

Mamlakatimiz ijtimoiy – iqtisodiy salohiyatini oshirishda, mamlakat aholisini doimiy ish o‘rinlari bilan ta’minlash, ular uchun munosib turmush sharoitlarini yaratish dolzarb masalalardan biridir. Ushbu muammolarni bartaraf etish uchun mamlakat iqtisodiyotini doimiy modernizasiya qilib borish kutilgan natijaga erishishga sabab bo‘ladi deb hisoblaymiz. Bugungi kunda globallashuv jarayonlarini jadallashib borayotganligi dunyo bozorida o‘z o‘rniga va mavqiyega ega bo‘lish bilan birga, kuchli raqobat muhitiga bardosh bera oladigan mahsulotlarni ishlab chiqish bilan birgalikda ushbu xizmatlarni ko‘rsatishni innovasiyalar asosida takomillashtirishni talab etsa, ushbu talablarni bajarilishi mablag‘ga borib taqaladi va bu o‘z-o‘zidan investitsiyaga muhtojlik darajasini qay pag‘onada ekanligini bildirib quyadi.

E’tiborli jihatlardan biri shundaki, bugungi kunda nafaqat mamlakatimiz balki, dunyo iqtisodiyotining taraqqiyoti mana shu investitsiya oqimlariga bog‘liqdir. Uylaymizki, mamlakatimiz iqtisodiyoti rivoji uchun xorijiy investitsiyalar oqimini ko‘paytirish, ularni jozibadorligini oshirish hamda olib borilayotgan iqtisodiy islohatlarning ijrosini samarali va sifatli ta’minlash muhim vazifalarimizdan biri ekanligini tushinib olish muammo emas. Mamlakatimiz moliyaviy iqtisodiyotini kutilgan natijalarga erishishi uchun investitsiya oqimlarini ko‘paytirish, investitsiyalarni jalb etish mumkin bo‘lgan sohalarda qulay shart-sharoitlarni yaratish, investorlarni huquqiy himoya qilishning amaliy mexanizmlarini joriy etish va investitsion muhitni yanada yaxshilash moliyaviy rivojlanishda eng muhim vazifalardan biridir.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Investisiya muhiti jozibadorligini ta’minlashning moliyaviy mexanizmlarini takomillashtirish masalalarida ko‘plab xorijiy olimlar ilmiy tadqiqotlarini olib borishmoqda va bu boradagi ilmiy qarashlarini bildirishmoqda.

A.P.Ivanovning ta’kidlashicha, “... ustuvor investorlar bu ishlab chiqarish jarayonlarida yangi texnologiyalardan foydalanish hamda mahsulot qaytimi yuqori bo‘lgan jarayonlarni tashkil etish, milliy iqtisodiyotning sanoat tarmoqlaridagi korxonalarni yetakchi korxonalarga aylantirish imkonini beruvchi yirik trasmilliy korporasiyalardir” [4].

Romash M.V., Shevchuk V.I. larning fikriga ko‘ra, “... investitsiyalar, iqtisodiy tushunchalarining turli talqinlari investitsiyalarning asosiy vazifalarini shakllantirish uchun asos bo‘ladi. [5]

Mamlakatimiz olimlarini ham bu boradagi ilmiy qarashlariga e’tibor qaratadigan bo‘lsak. Ular investitsiyaga iqtisodiy kategoriya sifatida yondashib, turlicha ta’riflar berishgan.

A.O‘lmasov., N.To‘xliyevlarning ta’kidlashlaricha, «Investisiya iqtisodiyotning barcha soha, bo‘g‘inlarida kengaytirilgan takror ishlab chiqarish va iqtisodiy o‘sishni ta’minlash maqsadida moddiy va nomoddiy, inson kapitalini iqtisodiyotga kiritish yo‘li bilan amalga oshirilgan kapital jamg‘arish jarayonidir» [2].

D. G‘ozibekov investitsiyalar turli xil kutilmagan risklar va kutilayotgan daromadlar bilan bog‘liq ekanligini yodda tutish zarur degan fikrni olg‘a surgan. Olimning bayon etishiga ko‘ra, pulning daromad keltirish layoqati pul keladigan manbalarga va uning nima maqsadlarda sarf-lanishiga, ya’ni pulning qayerdan kelishi va nima maqsadlarda sarflanishiga urg‘u berilgan [1].

N.Haydarov investitsiyalarga o‘zining munosabatlarini bildirib, “Investisiyalar - bu mulk shaklidan qatiy nazar, tadbirkorlik asosida faoliyat yuritayotgan jismoniy va yuridik shaxslar yoki davlatning iqtisodi va intellektual boyliklarini qonun doirasida bo‘lgan har qanday tadbirkorlik obyektiga sarflanishidir” [7] degan g‘oyani ilgari surgan.

Yuqorida keltirib o‘tilgan iqtisodchi olimlarning ilmiy izlanishlari mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlantirishda investitsiyalarni jalb etishning ilmiy-nazariy jihatlari yoritib berilgan bo‘lsada, biroq mamlakatimiz iqtisodiyotining investitsiya muhitini jozibadorligini ta’minlashning moliyaviy mexanizmlarini takomillashtirish masalalari chuqur o‘rganilmagan.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur maqola Yangi O‘zbekiston taraqqiyotida investitsion jozibadorlikni oshirishning mamlakat iqtisodiyotiga ijobiy ta’sirini rivojlantirish jarayonlarini takomillashtirishga qaratilgan. Ishda investitsion jozibadorlikni oshirishni rivojlantirishga oid jarayonlarni qiyosiy rivojlantirishga oid turli xil yondashuvlar umumlashtirilgan holda o‘rganilgan, hamda xulosalash asosida amaliyotda yaxlit qo‘llash bo‘yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Tahlil va natijalar. Dunyo mamlakatlari iqtisodiyotida investitsion jozibadorlikka baho berishda investitsiyalarning nafaqat hajmi yoki miqdor ko‘rsatkichlariga shu bilan birgalikda ularning sifat ko‘rsatkichlariga ya’ni, shakli, turi, ijtimoiy-iqtisodiy samarasi hamda boshqa jihatlarga ham alohida e’tibor qaratiladi. Iqtisodiy islohotlarning dastlabki bosqichlaridan mamlakatimizga jalb qilingan va o‘zlashtirilgan investitsiyalarning aksariyati bevosita davlat ishtirokidagi investitsiyalarni tashkil etgan bo‘lsa, bugungi kunda bilvosita, ya’ni to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalarning ulushi tobora ortib bormoqda. Tahlillar natijasida quyidagi ma’lumotlarga ega bo‘lindi, birgina 2020 yil yakunlari bo‘yicha moliyaviy hisobning manfiy saldosi 4,0 mlrd. dollarni tashkil etgan bo‘lsa, 2019 yilga nisbatan pasayish 1,0 mlrd. dollarni tashkil etdi. Moliyaviy hisob defisitining saqlanib qolishiga asosiy sabab kreditlar va qarzlar bo‘yicha norezidentlar oldidagi majburiyatlarni 7,1 mlrd. dollarga (shundan 3,3 mlrd. dollar davlat sektoriga to‘g‘ri kelmoqda), to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalarning 1,7 mlrd. dollarga ortishi hamda davlat va bank sektorlari tomonidan chiqarilgan qimmatli qog‘ozlar evaziga portfel investitsiyalarning 1,4 mlrd. dollarga o‘sishiga sabab bo‘ldi.

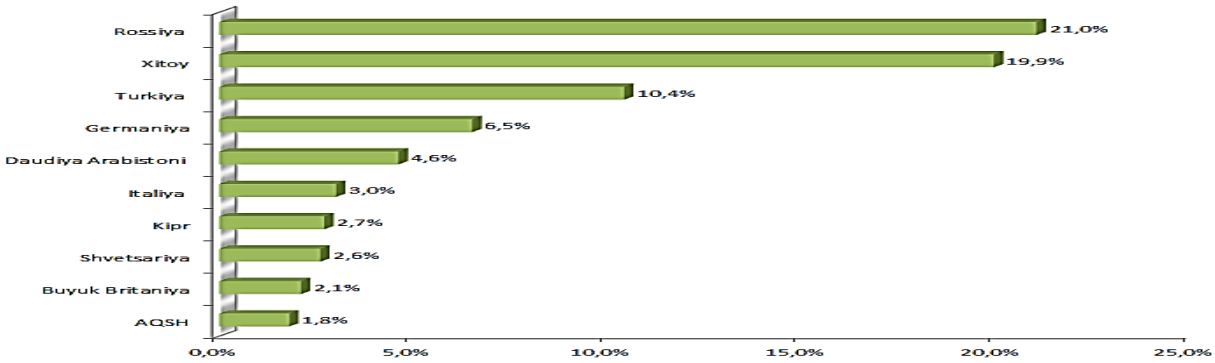
To‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalarning 22,1 foizi tabiiy gaz ishlab chiqarish sohasidagi loyihalarni amalga oshirishga, 22,5 foizi boshqa metall bo‘lmagan mineral mahsulotlarni ishlab chiqarish, 9,3 foizi qurilish ishlariga yo‘naltirilgan[1]. Bugungi kunda investitsiya muhitini yaxshilash sohasidagi eng asosiy qadamlardan biri xususiy va to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalarni jalb qilish bo‘yicha shart-sharoitlarni yaratishdir. Bu borada prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyev, -“Investisiyalarni himoya qilishning qo‘shimcha kafolatlari va choralari O‘zbekiston Respublikasi Hukumati tomonidan kafolatlar berishni, investitsiya loyihalarini moliyalashtirishga ko‘maklashishni, maxsus soliq va to‘lov rejimini yaratishni, investitsiya loyihalari amalga oshirilishi yuzasidan davlat monitoringi o‘tkazilishini hamda O‘zbekiston Respublikasi Hukumati bilan tuzilgan investitsiya shartnomalariga asosan boshqa choralarni o‘z ichiga olishi mumkinligini”, - Investisiyalar va investitsiya to‘g‘risidagi Qonun bilan himoyalab kuyganligi fikrimizning aniq isbotidir.

O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, 2022 yilning yanvar-sentyabr oylarida O‘zbekiston Respublikasida asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar hajmi 190,0 trln. so‘mni tashkil etgan. Shundan asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan jami xorijiy investitsiya va kreditlar 72,0 trln. co‘m miqdorida qayd etildi. O‘zlashtirilgan jami xorijiy investitsiya va kreditlar hajmida eng yuqori ulushga ega bo‘lgan investor davlatlar:

2022 yilning yanvar-sentyabr oylarida O‘zbekiston Respublikasida asosiy kapitalga investitsiyalar holati quyidagicha:

Asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan jami investitsiyalar – 190,0 trln. so‘mni tashkil etadi va bu o‘z navbatida ikki qismga ajratiladi. Bular:

[1] https://www.gazeta.uz/uz/2021/02/26/investments/



1 – rasm. O‘zlashtirilgan jami xorijiy investitsiya va kreditlar hajmida eng yuqori ulushga ega bo‘lgan investor davlatlar, % hisobida

- Markazlashgan investitsiyalar – 26,1 trln. so‘m
- Markazlashmagan investitsiyalar – 163,9 trln. so‘m

Asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan xorijiy investitsiya va kreditlar – 72,0 trln. so‘m

O‘zbekiston Respublikasi kafolati ostidagi xorijiy kreditlar – 8,3 trln. so‘m

To‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiya va kreditlar – 63,7 trln. so‘m, 2022 yilning yanvar-iyun oylarida O‘zbekistonda asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar hajmi 121,8 trln. so‘mni tashkil etgan.

2024 yil yakunlarida xalqaro zaxira aktivlari operasiyalari bo‘yicha nomonetar oltin sotilishi hisobiga valyuta komponentida 1,8 mlrd. dollar miqdoridagi sezilarli darajadagi o‘sish kuzatildi. Bunday iqtisodiy o‘sishning omillari sifatida mamlakatda yaratilgan investitsiya muhitining o‘ziga xos tavsiflarini misol tariqasida keltirib o‘tish mumkin. Ularga huquqiy ijtimoiy, iqtisodiy hamda siyosiy omillardan iborat bo‘lgan kompleks tavsiflari kiradi. Xususan huquqiy tavsiflardagi omilga e’tibor qaratadigan bo‘lsak birgina o‘tgan davr mobaynida ushbu yo‘nalishdagi sa’y-harakatlar yana ikkita muhim xujjat bilan takomillashtirildi.

Ushbu hujjatlar mamlakatimizda “Tadbirkorlik faoliyatining jadal rivojlanishini ta’minlashga, xususan mulkni har tomonlama himoya qilishga va ishbilarmonlik muhitini sifat jihatdan yaxshilashga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi hamda “Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo‘shimcha chora tadbirlar to‘g‘risida”gi farmonlari qabul qilindi.

Ushbu qonun va qarorlar shubhasiz investitsiya muhitini yanada qulay va jozibador bo‘lishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Mana shunday huquqiy ijtimoiy-iqtisodiy tavsufdagi qonun va qarorlarni tuman, shahar va viloyatlar kesimida yanada rivojlantirish va takomillashtirish imkoniyatlari ham juda keng. Ular o‘z mazmun mohiyati jihatidan klaster xususiyatiga ega bo‘lgan tasnif va tavsiflarni o‘z ichiga oladi. Ushbu tavsif va tasniflar, o‘z navbatida, moliyaviy - iqtisodiy faoliyatning yakuniy natijalariga, ya’ni tadbirkorlik subyektlari faoliyatida erishilayotgan va kutilayotgan natijalar samaradorligiga bevosita bog‘liq.

Mana shu nuqtai nazardan olib qaralganda, amalga oshirilayotgan chora tadbirlar va erishilayotgan natijalar “Maqbul investitsiya muhiti”ning mezonlariga sezilarli darajada ta’sir ko‘rsatmayapti, bu esa, ularni yanada faollashtirish salohiyati hamda imkoniyatlari hali mavjud ekanligidan darak beradi. Mamlakat investitsion jozibadorligini ta’minlovchi mezonlarga tuman, shahar va viloyatlar kesimida yanada aniqlik kiritish xamda ular asosda “Maqbul investitsiya muhiti”ni shakllantirishning konseptual asoslarini yaratish masalasini ko‘rib chiqish lozim. Maqbul investitsiya muhitini shakllantirish davlat siyosatining muhim, shartlaridan biri hisoblanib, respublikadagi tuman, shahar va viloyatlarning har birini o‘ziga xos xususiyatidan kelib chiqqan holda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishni ishlab chiqarishni modernizasiyalash, texnik va texnologik jihatdan qayta ta’minlash, ular o‘rtasida raqobat muhitini faollashtirish bozor infratuzilmasini takomilashtirish kabi ustuvor masalalarni hal etishga qaratilgandir.

Investision jozibadorlikni ta’minlash masalalarini kombinasion yechimi va ularning samarasi yuqorida qayd qilingan moliyaviy, huquqiy, ijtimoiy-iqtisodiy hamda siyosiy omillar

tasnifi va tavsifining hududlar bo‘yicha tabaqalashtirilgan holda qabul qilinadigan chora-tadbirlar rejasiga chambarchas bog‘liq. Maqbul investitsiya muhitining o‘ziga xos jozibasi va hayotiyligi yuqorida qayd etilgan omillar ta’sirida shakllanib rivojlanar ekan, uni ilmiy-amaliy nuqtai nazardan o‘rganish, tadqiq etish hamda mazmun mohiyatini ochib berish bugungi kunning muhim vazifalaridan biridir.

Investision jarayonlarni tahlil qilish natijalari hamda bir qator xorijiy hamda mahalliy iqtisodchi olimlar va mutaxassislarning xulosalarida muayyan davlatda yaratilgan investitsiya muhiti investorlar uchun faqat “foyda” keltirishi lozimligi ta’kidlanadi. Buning natijasida bir tarafdan, ushbu mantiq investitsiya muhiti uchun to‘g‘ri bo‘lsa, ikkinchi tarafdan, ya’ni, investor faoliyati nuqtai nazaridan ushbu xulosa bilan murosa qilish qiyin. Maqbul investitsiya muhitini yaratib berish bilan ko‘zlangan maqsadga erishib bo‘lmaydi. Agar investor o‘z ishini professional darajada yaxshi tashkil etmasa, u xalqaro bozorda o‘z raqobatchilari orasida sodir bo‘ladigan raqobat jarayonlariga bardosh bera olmaydi. Maqbul investitsiya muhiti sharoitida o‘z faoliyatini barqaror darajada ta’minlay olmagan har qanday investorni bunday muhitga qayta qo‘shilishi (a’zosi bo‘lishi)ni cheklovchi “Ishonchsiz investor” axborot bazasini tashkil etish kutilgan maqsadga erishish uchun asos bo‘lib xizmat qiladi.

Investision muhit tushunchasi o‘z murakkabligi va mukammalligi jihatidan moliyaviy natijalar asosida makro va mikro darajada ko‘rib chiqiladi. Makro daraja - kapitalni qabul qiluvchi mamlakatdagi mavjud siyosiy iqtisodiy va ijtimoiy holatlarni o‘z ichiga oladi. Mikro daraja- xorijiy investitsiyalarga nisbatan davlat siyosati, xalqaro shartnomalar shartlarini bajarilishi, xorijiy mulkni milliylashtirish, turli masalalar bo‘yicha xalqaro shartnomalar tizimida ishtirok etish davlat boshqaruv tizimlarining mustahkamligi, siёsiy holatning barqarorligi davlatning investitsion jarayonlarga aralashish darajasi iqtisodiy siyosatning mukammalligi davlat apparatining ish samaradorligi banklar tizimining takomillashuv darajasi pul muomalasi kabi davlat byudjetining barqarorligi davlatning ichki, tashqi qarzlari mikdori hamda ularga salbiy va ijobiy ta’sir o‘tkazuvchi omillar hisobga olinadi. Shuni unutmaslik lozimki, kapitalni qabul qiluvchi mamlakatning qonunlarida aks ettirilgan to‘g‘ridan - to‘g‘ri xarajatlar va xorijiy firmalarning faoliyatini chegaralovchi yoki taqiqlovchi omillardan tashqari to‘liq aniqlanmagan ba’zi qoidalar va muvofiqlashtirilmagan jarayonlarning mavjudligi investitsion muhitga salbiy ta’sir etadi.

Investisiyalarni mamlakatga jalb qilishda investitsion muhitning, mamlakat tizimidagi investitsion jozibadorlikning ta’siri katta. Chunki investorlar uchun yaratilgan qulay shart - sharoitlar imtiyozlar va preferensiyalar ularning investitsion qarorlar qabul qilishlarida, ya’ni mablag‘larini yo‘naltirishlarida katta ahamiyat kasb etadi.

Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida investor uchun investitsion qaror qabul qilish eng mukammal va mas’uliyatli tadbirlardan biri hisoblanadi. Bunday deyishga asos investor bir vaqtning o‘zida bir qator ko‘p mezonli va ko‘p yunalishli omillarni baholashi zarur bo‘ladi. Shuning uchun ham investorning har qanday investitsion qaror qabul qilishida mamlakat hudud yoki tarmoqning investitsion muhitini o‘rganish eng muhim masala hisoblanadi. Investisiya yo‘naltirishi kerak bo‘lgan mintaqa yoki davlatdagi vaziyat qanchalik noqulay yoki u yerda noaniqliklar bo‘lsa, investorning e’tibori o‘sha yerdagi investitsion muhitni baholab beruvchi ekspertlar hulosasiga shunchalik jiddiy qaratilgan bo‘ladi. Shunday ekan, investitsion muhitning qulayligi bevosita va bilvosita investitsion muhitga ta’sir etuvchi omillarga bog‘liq bo‘ladi.

Ma’lumki, so‘nggi yillarda mamlakatimizda investitsion muhitni yanada tubdan yaxshilash, tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishning jahon amaliyotidan foydalanish va shu asosda mamlakatning xalqaro reytingini yanada ko‘tarish borasida izchil kompleks chora - tadbirlar ko‘rilmokda.

Mamlakatimiz moliyaviy iqtisodiyotining barcha soha va tarmoqlarida o‘zgarishlar tarkibiy islohatlarni o‘zida aks ettirishi bilan ahamiyatga molik bo‘lmoqda. Bunday islohatlarning olib borilishi bevosita mamlakatdagi investitsion jarayonlarni jadal rivojlanishiga bog‘liq. So‘nggi yillarda mamlakatimizda investitsion faoliyatni tartibga solish, investitsiyaga doir bir qancha chora-tadbirlar rejalarini amalga oshirish, investitsion faoliyatni tartibga solib turuvchi qator

qonun, qonun osti hujjatlari hamda qarorlarning qabul qilinganligi ushbu faoliyatga berilayotgan alohida e’tibordan darak beradi.

Investorlar iqtisodiy samara olish maqsadida amalga oshirmoqchi bo‘lgan investitsion faoliyat bir nechta investitsion elementlardan tashkil topadi. Investor o‘z ixtiyoridagi investitsion resurslarini tadbirkorlik loyihasiga sarflashdan oldin asosiy diqqat - e’tiborini ikkita investitsion elementga qaratishi lozim. Bular investitsiya muhiti va investitsiya muhitiga ta’sir etuvchi omillardir.

Investisiya muhiti - ma’lum bir hududga kiritiladigan investitsiyalarning samaradorligini oshirish uchun amalga oshirilgan chora -tadbirlar natijasida yaratilgan shart - sharoitlar yig‘indisi hisoblanadi.

Qulay investitsiya muhitini shakllantirish asosiy iqtisodiy omillardan bo‘lib, iqtisodiy rivojlanishning barqaror sur’atlari va bozor institutlarining eng avvalo mustahkam xo‘jalik qonunchiligi rivojlangan moliya tizimi mavjudligi hisoblanadi.

Investisiyalarni jalb qilishni faollashtirish, investitsion jozibadorlikni oshirish, mamlakatga investorlarni yanada kengroq miqyosda jalb qilish, investorlarning o‘z mablag‘larini mamlakat moliyaviy iqtisodiyoti uchun sarflashga qiziqtirish maqsadida bugungi kunda qonunchiligimiz asosida bir qator imtiyozli moliyaviy sharoitlar yaratilmoqda. Bularga:

- birinchidan, xorijiy investorlar kapitalini saqlanishi uchun mavjud kafolatlar;

-ikkinchidan, investor tomonidan ko‘rilgan zararlari qoplanishi uchun kafolatlar;

- uchinchidan, soliq va soliqqa tortish tizimida ularga oid belgilangan imtiyozlarning mavjudligi;

- to‘rtinchidan, investitsiya natijalarida olingan foyda va daromadlarni xorijga olib chiqib ketishning erkinligi;

- beshinchidan, milliy so‘mda va chet el valyutasida olingan foydalarni o‘tkazish va olib chiqib ketish faoliyati;

- oltinchidan, bojxona imtiyozlarining mavjudligi;

- yettinchidan, xorijiy investorlarning mulklari va ularning o‘zlarini xavf-xatarlardan sug‘urtaviy muhofaza qilish tizimini yaratilganligi va boshqalar.

Natijada mamlakatimizning investitsion jozibadorligi oshib bormoqda. Uni yanada oshirish borasida turli amaliy ishlar qilinmoqdaki, bu yaqin yillar ichida o‘z samarasini beradi.

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib aytganda, O‘zbekistonning xorijlik sheriklar bilan o‘zaro manfaatli hamkorligi mamlakatda chet ellik sarmoyadorlarning muvaffaqiyatli ishlashi uchun barcha shart-sharoitlar yaratilganidan yorqin dalolat beradi. Xorijiy investorlar bilan o‘zaro manfaatli xamkorlik yaxshi samaralar berishi o‘z isbotini topmoqda. Mamlakatimizda xorijiy investorlar ishonchini mustahkamlash maqsadida barcha shart-sharoitlar mavjud.

Mamlakatimizning barcha hududlarida investitsiyalarning moliyalashtirilish manbalarini kengaytirish bugungi kunning asosiy vazifalaridan biridir. Shunday ekan, hududlarning sohaga doir ustunliklarini va imkoniyatlarini inobatga olish alohida muhim vazifa sifatida namoyon bo‘ladi. Buning uchun hududlar kesimidagi chora-tadbirlar rejasini yoki yo‘l xaritalarini tuzish maqsadga muvofiq bo‘ladi. Aholining kambag‘al qatlamini ish bilan ta’minlash, yashash sharoitlarini yaxshilash, kerak bo‘lsa raqobatbardosh kadrlarni kasb-hunarga o‘qitish orqali samarali mehnat qila oladigan ish kuchini shakllantirish zarur. Buning natijasida halol raqobat va samarali mehnat tizimi yo‘lga qo‘yiladi. Bu o‘z-o‘zidan Yangi O‘zbekistonni yangi marralar sari olg‘a intilishiga va uning poydevorini mustahkam qilib quyilishiga asos bo‘ladi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, mamlakatimizning davlat investitsiya siyosati uzoq muddatli istiqbolga mo‘ljallangan bo‘lib, investorlarning samarali faoliyat olib borishlari uchun barcha shart-sharoitlari yaratib berilgan. Mamlakatimizning demografik jihatdan qulay joyda joylashganligi, transport infratuzilmasining rivojlanganligi, tabiiy resurslarning ko‘pligi, ishlab chiqarish hamda ijtimoiy infratuzilmaning yuqori darajada taraqqiy etganligi, malakali kadrlarning mavjudligi va boshqa bir nechta omillar investorlarga mamlakatimiz kelajagiga ishonch bilan qarash imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Ғозибеков Д.Ғ., Қоралиев Т.М. Инвестиция фаолиятини ташкил этиш ва давлат томонидан тартибга солиш. – Т.: ТМИ., 1997-72 б.
2. Ўлмасов А., Тўхлиев Н. Бозор иқтисодиёти: қисқа луғат-маълумотнома.-Т.: Қомуслар бош таҳририяти. 1991.-41 б.
3. Байхонов Б.Т. Ўзбекистон иқтисодиётида инвестицияларнинг тармоқлараро тақсимланишини эконометрик моделлаштириш услубиётини такомиллаштириш. Монография. -Т.: IQTISODIYOT, 2017 й.–207 б.
4. Иванов, А.П. Финансовые методы управления инвестиционной привлекательностью компании / Иванов А.П., Сахаров И.В, Хрусталев.Э.Ю. // Аудит ифинансовый анализ. - 2006. - № 1. - С. 126.
5. Ромаш М. В., Шевчук В. И. Финансирование и кредитование инвестиций. - Минск: «Книжный дом», «Мисанта», 2004. -157 с.
6. Ғозибеков Д.Ғ. «Инвестицияларни молиялаштириш муаммолари» мавзусидаги и.ф.д. илмий даражасини олиш учун ёзилган дисс. автореферати. -Т.: 2002. -11-14 б.
7. Ҳайдаров Н.Ҳ. “Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида корхоналар инвестицион фаолиятидаги молия-солиқ муносабатларини такомиллаштириш масалалари” мавзусидаги и.ф.д.илмий даражасини олиш учун ёзилган дисс. автореферати. — Т.: Академ-Хизмат. 2003. – 14-15-б.
8. Ж.Р.Зайналов, С.С.Алиева ва бошқалар: Инвестиция. Дарслик.-Т.:”Иқтисод-молия”, 2020.-480 б.
9. Мустафақулов Ш.И. Ўзбекистонда инвестицион муҳит жозибадорлигини оширишнинг илмийуслубий асосларини такомиллаштириш. Автореферат, Т: 2017, 68 б.
10. Шарифходжаев М. Государства на новом этапе инвестиционной деятельности. // Экономика и статистика. – 1998. - №8. – с. 22
11. Имомов Х.Х. Инвестицион муҳитни яхшилаш ва уни жозибадорлигини оширишни молиявий асослари. и.ф.н. илм. дара. олиш учун èзилган диссер. автореферати. –Тошкент, БМА. 2011. – 22 б.

О. Жумакулов

Влияние повышения инвестиционной привлекательности на экономическое развитие

Аннотация: В данной статье особое внимание уделено особенностям инвестиционного климата, создаваемого в республике, наряду с положительным влиянием повышения инвестиционной привлекательности в развитии Нового Узбекистана на экономику страны. Не секрет, что сегодня, когда процессы глобализации ускоряются, приобретение своего места на мировом рынке и создание новых видов продукции и услуг, выдерживающих сильную конкуренцию, а также совершенствование существующих производств и услуг на основе инноваций требуют. В данной статье изучены роль и особенности инвестиций в нашей экономике, даны соответствующие предложения и выводы.

Ключевые слова: инвестиция, экономика, экономические реформы, инвестиционный климат, цена, объем, количественные показатели, качественные показатели, «Благоприятный инвестиционный климат», инвестиционная политика.

O. Jumakulov

The impact of increasing investment attractiveness on economic development

Abstract: This article focuses on the features of the investment climate created in the republic, as well as the positive impact of increasing investment attractiveness in the development of New Uzbekistan on the country's economy. It is no secret that today, when globalization processes are accelerating, gaining a place in the world market and creating new types of products and services that are able to withstand strong competition, as well as improving existing production and services based on innovations, is required. This article examines the role and characteristics of investments in our economy, and makes relevant proposals and conclusions.

Keywords: investment, economy, economic reforms, investment climate, price, volume, quantitative indicators, quality indicators, “optimal investment environment”, investment policy.

МОЛИЯ, ПУЛ МУОМАЛАСИ ВА КРЕДИТ

Nuriddin Elamonovich Ernazarov — SamISI, —Moliya kafedrasi dotsenti., PhD

JISMONIY SHAXSLARNING MOL-MULK SOLIG‘INI SOLIQ BAZASINI HISOBLASH AMALIYOTINI TAKOMILLASHTIRISH

Annotatsiya: Ushbu maqolada jismoniy shaxslarning mol-mulk solig‘ini hisoblash amaliyotini takomillashtirish borasida amalga oshirilayotgan islohotlar, bu borada etuk iqtisodchi olimlarning ilmiy qarashlari o‘rganilgan va statistik ma’lumotlar asosida tahlillar olib borilgan.
Kalit so‘zlar: soliq, jismoniy shaxs, mulk, ko‘chmas mulk, mahalliy soliq, mol-mulk solig‘i, yer solig‘i, ko‘chmas mulk solig‘i, kadastr qiymat, bozor qiymati, soliq stavkasi.

Kirish. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish sharoitida byudjet daromadlarini oshirish muhim va murakkab jarayon bo‘lib hisoblanadi. Hududlarning iqtisodiy rivojlanishi, infrastrukturani tiklanishi, kam ta’minlangan oilalarni ijtimoiy himoya qilish, o‘rni kelganda aytish mumkinki aholini rozi qilish, har bir hududdagi mahalliy byudjetlarning moliyaviy masalalarini to‘g‘ri hal qilishga bog‘liqdir.

Jismoniy shaxslarning mol-mulk solig‘ini soliq bazasini hisoblash amaliyotini takomillashtirishda turli davlat organlarining soliqlar va yig‘imlarni undirishdagi vakolatlarini yanada kengaytirish borasida muhim isloxatlar amalga oshirilmoqda xususan, Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoevning tashabuslari bilan soliq tizimini mahalla darajasiga tushirish bo‘yicha yangi institut joriy qilinib, “Mahalla yettiligi”ga soliq xodimlari ham qo‘shilganligi bu boradagi muhim qadamlardan biridir. Ushbu yangi tizimni joriy etilishi natijasida 2023 yilda jismoniy shaxslardan olinadigan yer va mol-mulk soliqlaridan prognozga nisbatan qo‘shimcha soliq tushimi byudjetga tushirilgan. Jismoniy shaxslarning mol-mulk va yer soliqlaridan tushumlar o‘sganligi muhim ahamiyatlidir.

Bugungi kunda fuqarolarga tegishli mol-mulk solig‘ini soliq bazasini hisoblash amaliyotini takomillashtirishning zamonaviy usullarini amaliyotga joriy qilish mol-mulklardan foydalanish samaradorligini oshirish dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Jismoniy shaxslarning mol-mulk solig‘ini soliq bazasini hisoblash amaliyotini takomillashtirish yo‘llari hamda undagi muammolar bo‘yicha nazariy, uslubiy hamda amaliy masalalar borasida bir qancha olimlar tomonidan ilmiy tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, Yu.Shmelyova va R.Margulislar (2012) ham jismoniy shaxslarga tegishli bo‘lgan yashash uchun mo‘ljallangan ko‘chmas mulklarni soliqqa tortish ko‘p muammolarni keltirib chiqarish mumkinligi, shuningdek yagona ko‘chmas mulk solig‘ini joriy qilishda uning soliq solinadigan bazasini aniqlash va soliq stavkasini belgilash asosiy masala ekanligi ta’kidlashgan[1].

I.Gorskiy (2012) va M.Beryozinlar (2011) ham amaliyotga yagona ko‘chmas-mulk solig‘ini joriy qilishda ehtiyotkorlik bilan va puxta hisob-kitoblar asosida o‘tish kerakligini ta’kidlashgan[2].

T.Loginova (2018) o‘zining ilmiy qarashlarida ko‘chmas mulk solig‘ini joriy qilish va uni amaliyotga tatbiq etishda aholining ijtimoiy qatlamini inobatga olish lozimligini qayd qilib o‘tgan[3].

T.Loginova (2018) o‘zining ilmiy qarashlarida ko‘chmas mulk solig‘ini joriy qilish va uni amaliyotga tatbiq etishda aholining ijtimoiy qatlamini inobatga olish lozimligini qayd qilib o‘tgan[4].

O‘zbek olimlaridan I.Niyazmetov (2008) ham bu borada fikr yuritib mol-mulk solig‘I ob’ekti tarkibida faqat ko‘chmas mulk ob’ektlarini qoldirib, uni yer solig‘i bilan birlashtirib yuridik va jismoniy shaxslar uchun bir xil tartibda amal qiladigan ko‘chmas mulk solig‘igabosqichma-bosqich o‘tish taklifini ilgari surgan[5].

Iqtisodchi olimlarning fikrga qo‘shilgan holda mol-mulk solig‘ini soliq bazasini hisoblash amaliyotini takomillashtirish bo‘yicha tegishli xulosalar va takliflar ishlab chiqilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Ilmiy tadqiqotni amalga oshirishda qiyosiy va tizimli tahlil usullardan foydalanilgan. Maqolada jismoniy shaxslarning mol-mulk solig‘ini soliq bazasini hisoblash amaliyotini takomillashtirish bo‘yicha tegishli xulosalar va takliflar ishlab chiqilgan.

Tahlil va natijalar. Hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida jismoniy shaxslarning mol-mulk solig‘ini soliq bazasini hisoblash amaliyotini takomillashtirish muhim va murakkab masala bo‘lib hisoblanadi.

Jismoniy shaxslarga tegishli bo‘lgan ko‘chmas mulk ob’ektlariga mol-mulk solig‘ini hisoblash amaliyotidagi muammolar sifatida quyidagilarni ko‘rsatish mumkin:

- davlat ro‘yxatidan o‘tmagan ko‘chmas mulk ob’ektlarini aniqlash bo‘yicha aniq bir samarali mexanizmning amalda mavjud emasligi;
- har bir ko‘chmas mulk ob’ekti uchun **shaffof**, **texnologik** va **ob’ektiv** baholash tizimini mavjud emasligi;
- soliq tizimi bilan kadastr agentligi ma’lumotlar bazasining o‘zaro to‘liq integratsiyalashmaganligi;
- o‘zboshimchalik bilan qurilgan bino va inshootlar hujjatlashtirishda mulk egalarining huquqiy savodxonligini pastligi;
- ko‘chmas mulk ob’ektlarini kadastr hujjatlarini shakllantirishda xizmat ko‘rsatish narxlarining yuqoriligi.

Jismoniy shaxslarga tegishli bo‘lgan ko‘chmas mulk ob’ektlariga mol-mulk solig‘ini hisoblash amaliyotidagi muammolarni bartaraf etish orqali mol-mulk solig‘ini mahalliy byudjet daromadlaridagi ulushini oshirishga erishish mumkin. Mahalliy byudjet daromadlari byudjet harajatlariga nisbatan pasayishi kutilmoqda. Ushbu holatni so‘ngi vaqt yillarda ularning orasidagi tafovut sezilarli ravishda farqlanganligini, ya’ni harajatlarning keskin oshib ketganligini ko‘rishimiz mumkin.

1-jadval

2019-2023 yillarda O‘zbekiston Respublikasi Davlat byudjeti daromadlarida mahalliy soliqlarning ahamiyati,[6] (*foizda*)

№	**Ko‘rsatkichlar**	Yillar				
		2019	**2020**	**2021**	2022	2023
	Davlat maqsadli jamg‘armalar daromadlarisiz - jami	100	100	100	100	100
1	Mahalliy soliqlar	42,2	26,8	25,3	25,7	26,1
	Shundan;					
2	Mol-mulk solig‘i	6,7	7,1	7,6	7,7	7,8

Ma’lumki, 2019-yilda 42,2% bo‘lgan ulush 2020-yilda keskin 26,8% ga tushgan. Bu pandemiya davrida iqtisodiy faollikning kamayishi, soliq imtiyozlari berilishi yoki soliqqa tortish bazasining qisqarishi bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin. 2021–2023-yillarda mahalliy soliqlar ulushi 25%–26% atrofida barqarorlashgan. Bu, mahalliy byudjetlar daromadlarining nisbatan stabillashganini ko‘rsatadi, biroq 2019-yil darajasiga yetmagan.

Mol-mulk solig‘i ulushining o‘zgarishini ko‘radigan bo`lsak 2019-yilda 6,7% bo‘lgan bo‘lsa, bu ko‘rsatkich 2023-yilda 7,8% ga yetgan, ya’ni har yili oz miqdorda oshib borgan. Bu davlat tomonidan mol-mulk solig‘ini modernizatsiya qilish, baholash tizimini isloh qilish va ko‘chmas mulk bozorining faollashuvi natijasi bo‘lishi mumkin.

Jadval ma’lumotlaridan ko‘rishimiz mumkinki mol-mulk solig‘i ulushiga ta’sir etuvchi asosiy omillar sifatida quydagilarni kiritish mumkin:

-raqamlashtirilmagan, ro‘yxatdan o‘tmagan yoki soliq organlariga ma’lum bo‘lmagan ob’ektlar soni qanchalik ko‘p bo‘lsa, soliq tushumi shunchalik kam bo‘ladi;

-mol-mulk solig‘i hisoblanishida kadastr (ya’ni rasmiy baholash) narxi asos qilinadi. Agar kadastr bahosi real bozor narxlaridan orqada bo‘lsa, soliq miqdori ham kam hisoblanadi;

-davlat tomonidan qabul qilingan qarorlar asosida yuridik va jismoniy shaxslar uchun soliq stavkalari o‘zgartirilishi mumkin. *Ayrim soliq imtiyozlarini bekor qilish* ham soliq tushumlariga ijobiy ta’sir ko‘rsatdi;

-yangi qurilayotgan uy-joylar, savdo va ishlab chiqarish ob’ektlari ko‘payadigan bo‘lsa, soliq bazasi kengayadi;

-davlat tomonidan mol-mulkni legallashtirish va qayta baholash aksiyalari o‘tkaziladi;

-aholidagi real daromadlar pasayganda, mol-mulk solig‘ini to‘lashda kechikishlar yoki qarzdorliklar ortib borishi mumkin. Bu holat tushumlar ulushini pasaytirishga ta’sir etadi.

Mol-mulkni solig‘ini hisoblanishida soliq bazasi muhim ahamiyatga ega bo‘lib, jismoniy shaxslarning mol-mulk solig‘i uchun eng kam soliq bazasi belgilanishi ya`ni eng kam soliq bazasi — 42 mln so‘m (hatto bozor bahosi bundan kam bo‘lsa ham). Agar rasmiy baholash mavjud bo‘lmasada Toshkent, Nukus, viloyat markazlari — 210 mln so‘mlik, boshqa shahar va qishloq joylar — 84 mln so‘mlik qiymatni tashkil etadi.

Shu asosida bizningcha, jismoniy shaxslarning mol-mulk solig‘ini hisoblashni takomillashtirish asosida aniq va adolatli soliq bazasini shakllantirish bo‘yicha loyihaviy mexanizmni ishlab chiqilishi maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz. Ushbu loyihaviy mexanizmni maqsadi sifatida jismoniy shaxslarga tegishli mol-mulk ob’ektlarini baholash va soliq bazasini shakllantirishda haqiqiy bozor qiymatini inobatga olgan holda, soliqni hisoblashda aniqlik va adolatni ta’minlashdan iboratdir.

Amaldagi holatda mavjud muammolar qatoriga esa:

-eng kam soliq bazasi (42 mln so‘m) haqiqiy holatni aks ettirmasligi.

-baholash yo‘q ob’ektlar uchun umumiy shartli qiymat (210 mln va 84 mln so‘m) - barcha mulklarga bir xil yondashuv.

-qishloq va shahar mulki o‘rtasida katta narx farqi mavjud.

-jamoatchilik uchun shaffof ma’lumot yo‘q.

Ushbu loyihaviy mexanizmni yechimi sifati quyidagilarni amalga oshirish zarur: Avtomatlashtirilgan onlayn baholash platformasi + soliq bazasini xududlashtirish + jismoniy shaxslarning mulkni baholatish imkoniyatini kengaytirish. Bilan bozor narxlarini hisobga oluvchi avtomatlashtirilgan baholash platformasi joriy etish konsepsiyasida geolokatsiya - mulk manzili asosida tur, hudud va zona aniqlanadi.

Mulk ma’lumotlari asosida - maydon, qurilgan yili, materiali, infratuzilmasi aniqlanadi. Ko‘chmas mulk bozori ma’lumotlari-avtomatik ravishda hududiy narxlar bazasi bilan solish-tiriladi. Avtomatik baholash bilan maxsus formula asosida shartli qiymat avtomatik hisoblanadi.
Soliq bazasi hisoblash formulasi (misol):

SB = Maydon (m^2) × 1 m^2 uchun xududiy koeffitsiyent × imtiyoz koeffitsiyenti

Misol uchun:80 m² uy, viloyat markazida, 1 m² uchun baholash koeffitsiyenti = 2.5 mln so‘m.
Soliq bazasi: 80 × 2.5 = 200 mln so‘m

Xududiy koeffitsiyentlar (misol uchun):

	Hudud	1 m2 uchun baholash (mln so‘mda)
1	Toshkent sh.	4.0
2	Viloyat markazlari	2.5
3	Tuman markazlari	1.5
4	Qishloq joylar	0.8

Loyihaviy mexanizmning samarasi:

- soliq tushumlarini oshiradi.
- bozor qiymatiga yaqinlashgan aniq soliq bazasi ta’minlanadi.
- shaffoflik va fuqarolar ishonchini oshiradi.
- soliqdan qochish holatlari kamayadi.

Xulosa va takliflar. Xulosa sifatida aytish joizki, jismoniy shaxslarga tegishli mol-mulklar uchun adolatli va aniq soliq bazasi shakllantiriladi. Soliq tizimining barqarorligi, davlat byudjeti daromadlari oshishi va aholi roziligi ta’minlanadi.

- haqiqiy bozor narxlarini hisobga oluvchi avtomatlashtirilgan baholash platformasi joriy etish zarur. Bundan maqsad: shartli qiymat o‘rniga, har bir mulk uchun real va adolatli soliq bazasini yaratish. Yangilanadigan onlayn mulk baholash servisini joriy etish natijada, soliq to‘lovchilar real qiymatdagi mol-mulkka mutanosib soliq to‘laydi.

- amaldagi soliq stavkalari negizida xududiy soliq stavkalarini joriy etish lozim. Bundan maqsad: shaharlar va qishloqlardagi mulklar o‘rtasidagi bozor qiymatlaridagi katta farqni hisobga olish zarur.

-ijtimoiy zaif qatlamlar uchun soliq imtiyozlari mexanizmini takomillashtirish zarur. Bundan maqsad: soliq to‘lash imkoniyati cheklangan aholini qo‘llab-quvvatlash lozim. Umumiy tartibda emas, balki oylik daromad, ijtimoiy holati asosida imtiyoz berish tizimini joriy qilish zarur.

- jismoniy shaxslardan olinadigan mol-mulk solig‘ini soliqqa tortish bo‘yicha jamoatchilik nazoratini kuchaytirish zarur. Bundan maqsad: fuqarolarning huquqiy ongini oshirish, shaffoflikni ta’minlashdir. Har bir mulk uchun soliq hisoblash jarayonini my.soliq.uz orqali onlayn kuzatish imkonini berish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1.Шмелев Ю.Д., Маргулис Р.Л. (2012) О новой концепции налога на недвижимость физических лиц и механизм ее реализации // Финансы. № 1.

2.Горский И. В. (2012) Налог на недвижимость: за и против // Финансы. № 2.18., Березин М.Ю. (2011) Новый налог на недвижимость в российской налоговой системе // Финансы. № 4.

3.Логинова Т.А. (2018) Стратегия развития налогообложения недвижимого имущества в Российской Федерации. и.ф.н. илмий даражасини олиш учун тайёрланган диис. автореферати. -М.: б. 7.

4.Логинова Т.А. (2018) Стратегия развития налогообложения недвижимого имущества в Российской Федераци. и.ф.н. илмий даражасини олиш учун тайёрланган диис. автореферати. -М.: б. 7.

5.Niyazmetov I.M. (2008) Soliq yukining tadbirkorlik sub’ektlari moliyaviy faoliyatiga va byudjet daromadlariga ta’siri tahlili. i.f.n. ilmiy darajasini olish uchun tayyorlangan diis. -T.: b. 99 b.

6. https://openbudget.uz - O‘zbekiston Respublikasi ochiq byudjet portal.

Н.Эрназаров

Совершенствование практики исчисления налоговой базы по налогу на имущество физических лиц

Аннотация: В статье рассматриваются реформы, проводимые с целью совершенствования практики исчисления налога на имущество физических лиц, научные взгляды зрелых экономистов по этому вопросу, а также проводится их анализ на основе статистических данных.

Ключевые слова: налог, физическое лицо, собственность, недвижимость, местный налог, налог на имущество, земельный налог, налог недвижимости, кадастровая ценность, рыночная ценность, налоговая ставка.

N.Ernazarov

Improving the practice of calculating the tax base for property tax of individuals

Abstract: The article examines the reforms carried out with the aim of improving the practice of calculating the property tax of individuals, the scientific views of mature economists on this issue, and also analyzes them based on statistical data.

Keywords: tax, individual, property, real estate, local tax, property tax, land tax, real estate tax, cadastral value, market value, tax rate.

Bobir Xo‘jaqul o‘g‘li Qilichov – SamISI, “Menejment” kafedrasi assistent-stajyori

SUG‘URTA BOZORLARI VA GLOBAL TURIZMNING O‘ZARO BOG‘LIQLIGI

Annotatsiya: Ushbu maqolada global sug‘urta bozori va turizm industriyasi o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlik, ularning o‘sishiga ta’sir etuvchi omillar hamda iqtisodiy barqarorlikdagi roli tahlil qilingan. Turistik sug‘urtaning turlari, sayyohlar xavfsizligi va xalqaro risklarni kamaytirishdagi ahamiyati ko‘rib chiqilgan. Xalqaro statistik ma’lumotlar asosida turizmga mos ravishda sug‘urta xizmatlariga talab dinamikasi yoritilgan. Natijada, sug‘urtaning sayohat xavfsizligi va moliyaviy himoyadagi strategik rolini ochib berilgan.

Kalit so‘zlar: Sug‘urta mukofotlari, xalqaro sayohatchilar, COVID-19 pandemiyasi, sug‘urta bozori, turizm statistikasi, iqtisodiy ta’sir, tibbiy sug‘urta, global sug‘urta industriyasi.

Kirish: Zamonaviy global iqtisodiyotda turizm va sug‘urta sanoatlari muhim strategik tarmoqlar sifatida shakllanib bormoqda. Global sayohatlarning ko‘payishi, xalqaro aloqalarning kuchayishi va insonlarning mobil turmush tarziga o‘tishi natijasida, turistik sug‘urtaning ahamiyati tobora ortib bormoqda. Turizm faoliyati turli xavf-xatarlar bilan bog‘liq bo‘lib, sayyohlarning hayoti, salomatligi, mol-mulki va safar rejalarini himoya qilish sug‘urta xizmatlariga ehtiyojni keskin oshirmoqda. Shu bilan birga, sug‘urta kompaniyalari uchun ham turizm sohasi keng ko‘lamli mijozlar bazasi va yangi mahsulotlar yaratish imkonini beradi. Sug‘urta bozori va xalqaro turizm iqtisodiyotning bir-biriga bog‘liq sohalari bo‘lib, ular global iqtisodiy dinamika va xavf-xatarlarni boshqarishda muhim rol o‘ynaydi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. So‘nggi yillarda global iqtisodiy muvozanatda xizmat ko‘rsatish sohalari, xususan, turizm va sug‘urta sektori o‘zaro integratsiyalashgan holda rivojlanmoqda. Dunningning "OLI" paradigmasi va xizmatlar sohasidagi investitsiyalar bo‘yicha nazariy qarashlari global tarmoqlarda hamkorlik va innovatsiyalarning ahamiyatini ko‘rsatadi. Turizm va sug‘urta integratsiyasi aynan ana shunday iqtisodiy munosabatlar tizimining real ko‘rinishidir.

World Tourism Organization hisobotlariga ko‘ra, 2019-yilda dunyo bo‘yicha xalqaro sayyohlar soni 1,5 milliardga yetgan bo‘lsa, bu ko‘rsatkich COVID-19 pandemiyasi davrida keskin kamaydi. Shu bilan birga, Swiss Re Institute ma’lumotlariga ko‘ra, pandemiyadan so‘ng sayohat sug‘urtasi bozorida talab 20–25% ga oshgan. Bu o‘zgarishlar sug‘urta sektorining turizm xavfsizligi va ishonchliligi bilan bevosita bog‘liqligini tasdiqlaydi.

Mahalliy mualliflar orasida Xayitov Sh. va Qodirov B. larning xizmat ko‘rsatish sohasi va sayyohlik faoliyatida xavfsizlik elementlari haqidagi tadqiqotlarida ham sug‘urta xizmatlarining ahamiyati alohida ta’kidlangan. Ularning fikricha, sug‘urta vositalari turistlar uchun psixologik ishonch va moliyaviy barqarorlik yaratishda muhim omil bo‘lib xizmat qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu tadqiqotda global turizm va sug‘urta bozorlari o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlik o‘rganiladi. Asosiy yondashuv sifatida statistik tahlil, vaqt qatori tahlili va korelyatsion tahlil usullari qo‘llanildi. Ma’lumotlar Swiss Re, UN Tourism, Statista va O‘zbekistonning tegishli rasmiy idoralarining hisobotlariga asoslanadi.

Tahlil va natijalar. Olib borgan tahlillarimiz natijasida sug‘urta bozori va xalqaro turizm o‘rtasidagi murakkab bog‘liqlikni ko‘rish uchun quyidagi ma’lumotlar keltirilgan. Sug‘urta mukofotlari 2019-2023 yillarda doimiy o‘sishni ko‘rsatdi, o‘rtacha yillik o‘sish 4,2% ni tashkil etdi. Bu o‘sish pandemiya davrida sog‘liq sug‘urtasiga talabning oshishi bilan izohlanadi, chunki odamlar tibbiy xavf-xatarlarga ko‘proq e’tibor qaratdi. Shu bilan birga, xalqaro sayohatchilar soni 2020-yilda 73,3% ga pasaydi, bu pandemiya ta’sirini aniq ko‘rsatadi. 2021-yildan boshlab tiklanish boshlandi, 2023-yilda sayohatchilar soni 1,3 milliardga yetdi, bu pandemiyadan oldingi darajaga yaqinlashishni ko‘rsatadi. 2019-2023 yillar davri COVID-19 pandemiyasi ta’siri va keyingi tiklanish davri sifatida alohida ahamiyatga ega. Swiss Re Institute[1] ma’lumotlariga ko‘ra, global sug‘urta mukofotlari 2019-yilda 6,0 trillion dollardan 2023-yilda 7,1 trillion dollargacha o‘sdi, o‘rtacha yillik o‘sish 4,2% ni tashkil etdi. Shu bilan birga, UN Tourism[2] ma’lumotlariga ko‘ra, xalqaro sayohatchilar soni 2019-yilda 1,5 milliarddan 2020-yilda 0,4 milliardgacha keskin pasayib, 2023-yilda 1,3 milliardgacha tiklandi.

1-jadval

2019-2023 yillar davomida sug‘urta mukofotlari va ularning yillik o‘sish sur’atlari.

Yil	Sug‘urta mukofotlari (trillion dollar)	Yillik o‘sish (%)
2019	6,0	-
2020	6,2	3,3
2021	6,5	4,6
2022	6,7	3,1
2023	7,1	5,9

[1] Swiss Re Institute. (2023). sigma 3/2023: World Insurance. https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-2023-03.html

[2] UN Tourism. (2023). World Tourism Barometer: Global Tourism Statistics. https://www.unwto.org/tourism-statistics

2-jadval

2019-2023 yillar davomida xalqaro sayohatchilar soni va ularning yillik o‘zgarish sur’atlari.

Yil	Xalqaro sayohatchilar soni (milliard)	Yillik o‘zgarish (%)
2019	1,5	-
2020	0,4	**-73,3**
2021	0,6	50,0
2022	0,9	50,0
2023	1,3	44,4

3-jadval

2019-2023 yillar uchun sug‘urta mukofotlari va sayohatchilar soni

Yil	Sug‘urta mukofotlari (trillion dollar)	Xalqaro sayohatchilar soni (million)
2019	6,0	1,500
2020	6,2	400
2021	6,5	600
2022	6,7	900
2023	7,1	1,300

Natijalar shuni ko‘rsatadiki, sug‘urta mukofotlari pandemiya davrida ham o‘sishni davom ettirgan, sayohatchilar soni esa 2020-yilda keskin pasayib, keyin asta-sekin tiklangan. Kutilmagan tafsil sifatida, sug‘urta mukofotlari o‘sishi sayohatchilar soni tiklanishiga bog‘liq bo‘lib, ayniqsa tibbiy sug‘urta talabining oshishi ta’sir ko‘rsatgan.

Xulosa va takliflar: Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, sug‘urta bozorlari va global turizm bir-biriga kuchli bog‘langan sektorlar hisoblanadi. Turistik safarlarning ko‘payishi, global tahdidlar va pandemiyalardan so‘ng sayyohlar orasida moliyaviy himoya va xavfsizlikka bo‘lgan talab keskin oshdi. Sayohat sug‘urtasi turistlar uchun nafaqat moliyaviy kafolat, balki psixologik ishonch ham yaratadi. Sug‘urta xizmatlarining sifatli va keng ko‘lamda taklif qilinishi esa xalqaro turizm rivojiga ijobiy ta’sir ko‘rsatmoqda.

Bugungi kunda turizm sohasida yuzaga keladigan risklarni boshqarishda sug‘urta eng muhim vositalardan biri sifatida e’tirof etiladi. Turistik sug‘urta mahsulotlarining diversifikatsiyasi, innovatsion texnologiyalar asosida taqdim etilishi va davlatlararo hamkorliklar bu sohaga yanada kuchli turtki berayotgani kuzatilmoqda.

Olib borilgan tadqiqotlarimiz natijasida quyidagi takliflar ishlab chiqdik.

1. Sayohat sug‘urtasining majburiy yoki rag‘batlantiruvchi shaklda joriy etilishi, ayniqsa, xalqaro safarlarda, turistlar xavfsizligini ta’minlash va davlat darajasida turizm sohasining barqarorligini mustahkamlashga xizmat qiladi.

2. Sug‘urta kompaniyalari va turizm agentliklari o‘rtasida hamkorlik aloqalarini kuchaytirish, qo‘shma xizmat paketlarini yaratish orqali turistlarga qulay va kompleks yechimlar taklif etilishi lozim.

3. Mahalliy va xalqaro sug‘urta xizmatlarini raqamlashtirish va onlayn sotuv tizimlarini rivojlantirish turistlar uchun xizmatlarga kirishni soddalashtiradi.

4. Sug‘urta va turizm sohalaridagi ma’lumotlar bazasini integratsiyalash hamda tahliliy vositalardan (ma’lumot analitikasi, risk monitoringi) keng foydalanish samaradorlikni oshiradi.

5. Turistik sug‘urta madaniyatini oshirish maqsadida aholiga tushuntirish ishlari olib borish va oliy ta’limda bu yo‘nalishga oid darslik va kurslarni rivojlantirish zarur.

6. Pandemiyadan keyingi davrda yuzaga kelgan xavflarga qarshi tezkor javob berish imkonini beruvchi moslashtirilgan sug‘urta mahsulotlari ishlab chiqilishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Swiss Re Institute. (2023). sigma 3/2023: World Insurance. https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-2023-03.html

2. UN Tourism. (2023). World Tourism Barometer: Global Tourism Statistics. https://www.unwto.org/tourism-statistics

3. Statista. (2023). Global Insurance Industry - Statistics & Facts. https://www.statista.com/statistics/6529/global-insurance-industry/
4. World Bank. (2023). Global Economic Indicators. https://data.worldbank.org/indicator

Б.Киличов

Взаимосвязь между страховыми рынками и глобальным туризмом

Аннотация: В статье анализируется взаимосвязь мирового страхового рынка и туристической отрасли, факторы, влияющие на их рост, и их роль в экономической стабильности. Рассматриваются виды туристического страхования, их значение в обеспечении безопасности туристов и снижении международных рисков. На основе международных статистических данных выделяется динамика спроса на страховые услуги в сфере туризма. В результате выявляется стратегическая роль страхования в обеспечении безопасности путешествий и финансовой защите.

Ключевые слова: Страховые премии, международные путешественники, пандемия COVID-19, страховой рынок, статистика туризма, экономическое влияние, медицинское страхование, мировая страховая отрасль.

B.Qilichov

Interconnection between insurance markets and global tourism

Abstract: This article analyzes the interrelationship between the global insurance market and the tourism industry, the factors influencing their growth, and their role in economic stability. Types of tourism insurance, their importance in tourist safety, and international risk mitigation are considered. Based on international statistical data, the dynamics of demand for insurance services in tourism are highlighted. As a result, the strategic role of insurance in travel safety and financial protection is revealed.

Keywords: Insurance premiums, international travelers, COVID-19 pandemic, insurance market, tourism statistics, economic impact, health insurance, global insurance industry.

Зариф Юсупович Аминов – СамИСИ, “Иқтисодий таҳлил ва статистика” кафедраси доценти в.б., и.ф.н.

ХИЗМАТ КЎРСАТУВЧИ КОРХОНАЛАР ИҚТИСОДИЙ ХАВФСИЗЛИГИ ҲОЛАТИНИ БАҲОЛАШДА ҚЎЛЛАНИЛАДИГАН КЎРСАТКИЧЛАР ТИЗИМИ ВА УЛАРНИ АНИҚЛАШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: маколада хизмат кўрсатувчи корхоналар иқтисодий хавфсизлиги ҳолатини баҳолашда қўлланиладиган кўрсаткичлар тизими ва уларни аниқлаш йўллари ёритиб берилган.
Калит сузлар: Иқтисодий кўрсаткичлар, иқтисодий хавфсизлик, активлар рентабеллиги, харажатлар рентабеллиги, ўз маблағлари рентабеллиги, сотилган маҳсулот рентабеллиги.

Кириш. Ҳар қандай иқтисодий категория ва жараёнларга баҳо беришда маълум кўрсаткичлардан фойдаланилади. Кўрсаткичларнинг сони ва кўлами улар ифода этаётган категория ёки жараённинг мазмун-моҳиятига боғлиқ. Юқорида корхонанинг хавфсизлиги асосан салбий ҳолатлар билан боғлиқлиги хусусида гап юритилди. Бу табиий. Чунки, хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятига хавф соладиган омиллар асосан салбий характерга эга бўлади. Аммо шундай омиллар ҳам борки, улар салбий эмас ва хўжалик юритувчи субъектларнинг иқтисодий хавфсизлигига ижобий таъсир қилади. Бундай кўрсаткичлар сирасига хўжалик фаолиятига баҳо беришда қўлланиладиган иқтисодий кўрсаткичларни киритиш мумкин.

Иқтисодий кўрсаткичлар бир қисмининг миқдори ошиб борса корхона ишининг яхшиланаётганлигидан далолат беради (масалан корхонанинг рентабелилиги, меҳнат унумдорлиги, фондларнинг самарадорлиги, тўлов қобилияти, ликвидлиги кабилар) ва улар миқдорининг ўсиши ижобий кўрсаткич сифатида баҳоланади. Айрим кўрсаткичлар борки, (масалан харажатлар даражаси, корхонанинг фондлилиги кабилар) улар миқдорининг камайиб бориши ижобий кўрсаткичлар сифатида баҳоланади. Агарда уларнинг тескариси содир бўладиган бўлса, албатта корхона аҳволининг ёмонлашаётганлигидан ва ушбу кўрсаткичларнинг миқдори унинг салбий оқибатларга олиб келаётганлигидан далолат беради. Шу туфайли корхоналар хавфсизлигини иқтисодий кўрсаткилар билан ҳам баҳолаш мумкин, деган хулосага келдик.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Корхоналарнинг иқтисодий юксалиши учун муҳим бўлган масалалардан бири, уларнинг иқтисодий хавфсизлигини таъминлаш масаласидир. Иқтисодий хавфсизлик масаласи мамлакатимиз ва хорижий олимлардан Б.А.Абдукаримов, М.Қ.Пардаев[1], Г.С.Вечканов[2], В.А.Богомолов, Н.Д.Эриашвили, Е.Н.Барикаев, Е.А.Павлов, М.А.Ельчанинов[3], В,С.Гусев[4], З.Н.Курбанов[5], Д.И.Истамов, Ю.А.Гранаткин, М.М.Мухаммедов, Э.Н.Ходжаев[6], Л.А.Михайлов[7], Т.Е.Кочергина[8], А.Э.Ишмухаммедов[9], А.П.Градов[10], А.И.Попов[11], Д.К.Нарзуллаева[12], А.Е.Пармонов, А.И.Игамбердиев, Ғ.Дадаев, М.Қодиров[13], Е.А.Олейников раҳбарлигидаги илмий-таҳлилий тадқиқотларда[14] кенг ёритилган.

Тадқиқот методологияси. Тадқиқот жараёнида жамлаш, гуруҳлаш, индукция ва дедукция, таҳлил ва синтез ҳамда иқтисодий таҳлилнинг анъанавий усуллари қўлланилди.

Таҳлил ва натижалар. Қаерда хавф-хатар бўлса, ўша жойда ундан ҳимояланиш йўллари ва чораларини ҳам кўриб қўйиш лозим бўлади. Хўжалик юритувчи субъектларнинг иқтисодий жиҳатдан хавфсизлиги таъминланмаган бўлса, уни ўнглаш чоралари шу субъектнинг айнан иқтисодий хавфсизлигини таъминлаш билан боғлиқдир. Бундан кўриниб турибдики, хўжалик юритувчи субъектларнинг иқтисодий хавфсизлиги билан боғлиқ ҳолатлар қандайдир кўрсаткичлар билан баҳоланиши лозим экан.

Буларнинг ижобий томонлари шулардан иборатки, биринчидан, ҳар бир хўжалик юритувчи субъектнинг иқтисодий хавфсизлигини таъминлаш билан боғлиқ тадбирларни ишлаб чиқишда нималарга ва фаолиятнинг қайси жиҳатларига аҳамият бериш лозимлиги аниқ бўлади. Иккинчидан,бу жиҳатлар ҳар бир хўжалик юритувчи субъектларнинг ўз имконияти ва хусусиятларидан келиб чиқиб, унинг иқтисодий жиҳатдан хавфсизлик сиёсати ва стротегиясини ишлаб чиқиш учун асос бўлади. Шундан келиб чиққан ҳолда корхоналар, шу жумладан хизмат кўрсатувчи субъектларнинг иқтисодий хавфсизлигини баҳолаш учун қуйидаги кўрсаткичлар тизимини тавсия қиламиз:

1. Режада (меъёрда) кўзда тутилган даражадан кам бўлмаган активлар рентабеллиги ($А_р > А_{рм}$).
2. Режада (меъёрда) кўзда тутилган даражадан кам бўлмаган харажатлар рентабеллиги ($Х_р > Х_{рм}$).
3. Режада (меъёрда) кўзда тутилган даражадан кам бўлмаган ўз маблағлари рентабеллиги ($Ўз_р > Ўз_{рм}$).
4. Режада (меъёрда) кўзда тутилган даражадан кам бўлмаган сотилган маҳсулот (умумий) рентабеллиги ($См_р > См_{рм}$).
5. Корхонанинг ликвидлик даражаси (жорий ликвидлик) ($Л_д$).
6. Муддати ўтган ва умидсиз дебитор қарзларнинг йўқлиги ($Д_{йўқ}$).

---

[1] Абдукаримов Б.А. ва бошқалар. Корхона иқтисодиёти. Дарслик. Профессор М.Қ.Пардаев таҳрири остида. Т.: Фан, 2005 йил.- 12 боб, Пардаев М.К, Аминов З.Ю. Корхонанинг иктисодий хавфсизлиги ва уни таъминлаш йўллари. Рисола. Самарканд: Зарафшон, 2008.- 47 бет.

[2] Вечканов Г.С. Экономическая безопасность: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2007. – 384 с.

[3] Экономическая безопасность: учеб. пособие. Под ред В.А.Богомолова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 295 с.

[4] Гусев В.С. и др. Экономика и организация безопасности хозяйствующих субъектов. 2-е изд.- СПб.: Питер, 2004. – 288 с.

[5] Курбанов З.Н., Махмудов А. Хуфёна иқтисодиёт ва солиқ ҳуқуқбузарлиги. Рисола. Фарғона: 2004. – 75 б.

[6] Истамов Д.И., Ю.А.Гранаткин, М.М.Мухаммедов, Э.Н.Ходжаев. Экономическая безопасность предприятия и защита коммерческой тайны. Самарканд. 1995.- 152 с.

[7] Безопастность жизнодеятельности: Учебник для вузов, 2-е изд. / Под ред. Михайлова Л.А. –СПб.: Питер, 2008.- 461 с.

[8] Кочергина Т.Е. Экономическая безопасность. Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 445 с.

[9] Ишмухаммедов А.Э. Иқтисодий хавфсизлик. Ўқув қўлланма. – Т.: ТДИУ , 2004. – 176 б.

[10] Градов А.П. Национальная экономика. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2007.- 240 с.

[11] Попов А.И. Экономическая теория: Учебник для вузов. 4-е изд. – СПб.: Питер, 2006 – 544 с.

[12] Нарзуллаева Д.К. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Безопасность в индустрии – сервиса». – Т.: ТГЭУ.- 434 с.

[13] Пармонов А.Е., Игамбердиев А., Дадаев Ғ, Қодиров М. Ҳаёт фаолияти хавфсизлиги. (Лотин алифбосида) Т.: Иқтисод-молия, 2007.-196 б.

[14] Экономическая и национальная безопасность: Учебник. / Под ред. Е.А.Олейникова. – М.: Экзамен, 2005. – 768 с.

7. Қонунбузарликларнинг олди олинганлиги ва уларнинг корхонада қайд этилмаганлиги ($ҚБ_{йўқ}$).

Мазкур кўрсаткичлар мажмуи корхоналарнинг иқтисодий хавфсизлик даржасини ифодалайди. Шу туфайли уларнинг ҳар бирининг аниқланиш йўлларини ва моҳиятини кўриб чиқиш мақсадга мувофиқдир.

Корхоналарнинг иқтисодий хавфсизлигини ифодаловчи муҳим кўрсаткичлардан бири режада (меъёрда) кўзда тутилган даражадан кам бўлмаган активлар рентабеллигидир ($А_р$). Ушбу кўрсаткич одатдаги формула билан ифодаланади:

$$\mathbf{А_р = (Сф : А * 100) > А_{рм};}$$

Бу ерда: Сф – корхонанинг соф фойдаси;

А – активларнинг ўртача йиллик қиймати.

Корхоналар хавфсизлигини ифодаловчи кўрсаткичлардан яна бири режада (меъёрда) кўзда тутилган даражадан кам бўлмаган харажатлар рентабеллигидир. Бозор муносабатлари шароитида ҳар қандай фаолият натижасидан фойда олиш мақсадида харажат (Х) қилинади. Ушбу кўрсаткичнинг миқдори хар бир сўм сарф қилинган харажатлардан қанча фойда олинаётганлигини кўрсатади. Бироқ ушбу кўрсаткичнинг ҳажми ҳам кўзда тутилган даражадан кам бўлмаслиги керак. Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\mathbf{Х_р = (Сф : Х * 100) > Х_{рм}} \ ;$$

Режада (меъёрда) кўзда тутилган даражадан кам бўлмаган ўз маблағлари (Ўз) рентабеллиги ($Ўз_р$) ҳам корхоналарнинг иқтисодий хавфсизлигини таъминлашни баҳолашда қўлланиладиган кўрсаткичлардан биридир. Ушбу кўрсаткичнинг даражасини аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланиш мумкин:

$$\mathbf{Ўз_р = (Сф : Ўз * 100) > Ўз_{рм} ;}$$

Ушбу формулани қисқартирилган ҳолда қуйидагича ифодалаш мумкин $Ўз_р > Ўз_{рм}$. Ушбу ҳолат ўз маблағлари рентабеллигининг ҳақиқий даражаси режада кўзда тутилган миқдорга нисбатан албатта юқори бўлиши кераклигидан далолат беради.

Корхоналар иқтисодий хавфсизлигини ифодаловчи кўрсаткичлардан яна бири режада (меъёрда) кўзда тутилган даражадан кам бўлмаган сотилган маҳсулот (умумий) рентабеллиги ҳисобланади. Ушбу кўрсаткичнинг миқдори қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\mathbf{См_р = (Сф : См * 100) > См_{рм} ;}$$

Ушбу формуладаги ғояни қисқа қилиб $См_р > См_{рм}$ сифатида ифодалаш мумкин. Бунинг мазмуни сотилган маҳсулотлар рентабеллигининг ҳақиқий миқдори унинг режадаги (меъёрдаги) миқдоридан юқори (катта) бўлиши керак, деганидир. Чунки фойда фақат маҳсулотларни сотиш эвазига олинади. Ҳар бир сотилган маҳсулот корхонага маълум даражада фойда келтирсагина у корхонанинг иқтисодий хавфсизлигини таъминлаши мумкин. Шу туфайли ҳар бир корхонанинг ўзига хос баҳо сиёсати бўлмоғи лозим. Қайсики, маҳсулот сотиладиган бўлса, у барча харажатлар ва солиқларни тўлаб корхонага фойда келтирадиган даражада баҳоланмоғи лозим. Шу туфайли ҳар бир корхона товарини (ишини, хизматини) имкон қадар юқори баҳога сотишга ҳаракат қилади. Аммо бозор муносабатлари шароитида ҳукм сураётган эркин рақобат бунга йўл қўймайди. Шу туфайли ҳар бир корхона ўзининг эгилувчан ва самарали баҳо сиёсатига эга бўлмоғи ва шунга эришиш учун барча чора-тадбирларни қўлламоғи лозимдир. Акс ҳолда ўзини иқтисодий жиҳатдан хавфли зонага тушириб қўйиши мумкин.

Корхонанинг иқтисодий хавфсизлигини аниқлаш ва унга одилона баҳо бериш учун кўрсаткичлар тизими бироз мураккаблик туғдиради, чунки бир кўрсаткич миқдори режадан юқори бўлиб турганда, иккинчисининг миқдори ундан паст даражада бўлиши мумкин. Навбатдаги йилда унинг тескариси ва ҳ.к. Бундай ҳолатда мазкур кўрсаткичнинг динамикасига ва ундаги ўзгариш тенденциясининг ҳолатига баҳо бериб бўлмайди. Бироқ, бундай иқтисодий иш бозор муносабатлари чуқурлашиб бораётган ҳозирги пайтда ўта муҳимдир. Шу туфайли кўрсаткичлар тизимидан ягона, корхоналар иқтисодий хавфсизлигини ифодаловчи комплекс кўрсаткични аниқлашни тавсия қиламиз. Бунинг

учун қуйидаги формуладан фойдаланиш мумкин:

$$\mathbf{Кхкк = А_р + Х_р + Ўз_р + См_р + Л_д + Д_{йўқ} + ҚБ_{йўқ};}$$

Бунда: Кхкк – корхоналар хавфсизлигини ифодаловчи комплекс кўрсаткич.

Бунда барча кўрсаткичларнинг йиғиндиси олинади. Агар шу формула асосида хулоса қилинадиган бўлса корхоналар хавфсизлигини ифодаловчи комплекс кўрсаткичнинг ўзгаришига айнан ана шу кўрсаткичлар таъсир этган бўлади. Ушбу ҳар бир кўрсаткичнинг миқдори режадаги (агар меъёр даражаси ишлаб чиқилган бўлса меъёр) даражаси билан солиштирилади. Бордию унинг ўтган даврларга нисбатан ўзгаришини аниқлаш лозим бўлса режа кўрсаткичи ўрнига ўтган йилги кўрсаткичлар ҳам олиниши мумкин. Иқтисодий ишларнинг энг муҳим вазифаларидан бири шу тавсия қилинган таклифларни амалиётда синаб кўришдан иборатдир. Агар у амалиётда қўлланилиши мураккаб ёки мумкин бўлмаса, бозор муносабатлари шароитида бундай илмий тавсияларнинг яшавчанлиги бўлмайди.

Юқоридаги формула бир хил белгилар билан ифодалаб олинса (мос равишда X_i, яъни X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7), унда қисқа қилиб аддитив моделни чиқариш мумкин. Масалан, натижа “У” билан, омилларни “Х” билан белгилаб олинса, унинг модели қуйидаги шаклга эга бўлади:

$$\mathbf{У = \left(\sum_{i=n}^{n} X_i \right) : n; \qquad (i = 1,n)}$$

Мазкур аддитив моделга тегишли амалий маълумотларни қўллаб ишлов бериладиган бўлинса, корхоналарнинг иқтисодий хавфсизлигини баҳолайдиган комплекс кўрсаткични аниқлаш мумкин бўлади.

Хулоса ва таклифлар. Комплекс кўрсаткични аниқлаш учун муҳим бўлган битта тамойилга амал қилиш лозим. Биринчидан кўпайтириладиган ёки қўшиладиган кўрсаткичлар албатта бир хил ўлчамга эга бўлиши лозим. Иккинчидан эса, бу кўрсаткичлар миқдорининг йўналишилари ҳам бир хил бўлишини таъминлайди. Чунки амалиётда шундай кўрсаткичлар борки бирининг миқдори кўпайса (меҳнт унумдорлиги, фонднинг самарадорлиги, рентабеллик кўрсаткичларининг даражаси кабилар), корхонанинг иш нитижаси ижобий якун топаётганлигидан далолат беради, шундай кўрсаткичлар ҳам борки улар ҳажми ёки даражасининг кўпайиши (маҳсулотинг фондлилиги, харажатларнинг даражаси, иш ҳақининг 1 сўм маҳсулотга нисбатан кўпайиши кабилар) иш натижасининг салбий якун топганлигидан далолатдир. Шу туфайли кўрсаткичлар тизимига киритилган ҳар бир кўрсаткични шу тамойилга мослаштириб олишнишни тақозо қилади.

Агарда биз тавсия қилган корхоналарнинг иқтисодий хавфсизлигини баҳолаш билан боғлиқ усуллар амалиётга жорий қилинадиган бўлса, уларнинг ҳолатига тўғри баҳо беришга, таъсирчан бошқарув қарорларини қабул қилишга имконият туғилади.

Зариф Аминов

Система показателей, используемых при оценке состояния экономической безопасности предприятий сферы услуг, и способы их определения

Аннотация: В статье рассмотрена система показателей, используемых для оценки состояния экономической безопасности предприятий сферы услуг, и способы их определения.

Ключевые слова: Экономические показатели, экономическая безопасность, рентабельность активов, рентабельность затрат, рентабельность собственного капитала, рентабельность проданных товаров.

Zarif Aminov

The system of indicators used in assessing the state of economic security of service enterprises and ways of their determination

Abstract: the article describes the system of indicators used to assess the state of economic security of service enterprises and ways to determine them.

Keywords: Economic indicators, economic security, return on assets, return on costs, return on equity, return on goods sold.

To‘lqin Ismatulla o‘g‘li Yahyoyev – SamISI katta o‘qituvchisi

PUL OQIMLARI HARAKATINI MOLIYAVIY HISOB XALQARO STANDARTLARIGA KO‘RA AKS ETTIRILISHI

Annotatsiya: Ushbu maqolada moliyaviy hisobning xalqaro standartlariga moliyaviy hisobotning pul oqimlari harakati to‘g‘risidagi hisobotni shakllantirishning alohida xususiyatlari hamda avzallik va kamchiliklari, korxonalarda operatsion, investitsion, moliyaviy faoliyat bo‘yicha pul oqimlarini tanolishning alohida xususiyatlari yoritilgan.
Kalit so‘zlar: buxgalteriya hisobi milliy standartlari, moliyaviy hisob xalqaro standartlari, buxgalteriya hisobi, moliyaviy hisobot, moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi hisobot, foyda yoki zararlar hamda boshqa umumlashgan daromadlar to‘g‘risidagi hisobot.

Kirish. Davlatning qaysi tarmog‘i bo‘lishidan qatiy nazar uning rivojlanishi, ravnaq topishi ushbu tarmoqda faoliyat yurutayotgan tadbirkorlik subyektlari faoliyatining ko‘payishi hamda rivojlanishiga, korxonalarning daromadlilik, rentabellik, moliyaviy barqarorlik darajalarining yaxshilanishiga bog‘liqdir.

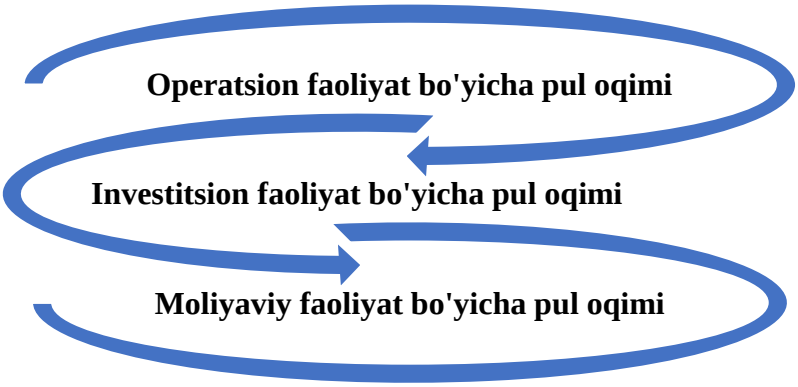
Korxonalarning korxonalarning daromadlilik, rentabellik, moliyaviy barqarorlik darajalarini yaxshilash bevosita korxonadagi pul oqimlaring to‘g‘ri, samarali hamda tezkor harakatiga chambarchas bog‘liqdir.

Korxonada korxonaning uzluksiz faoliyatini ta’minlab turuvchi asosiy instrument bu pul mablag‘laridir. Inson hayotiylik davrini qon qanday saqlab tursa korxonada pul aynan ushbu vazifani bajarib berish bilan shug‘ullanadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Ushbu mavzu bo‘yicha mahalliy va xorijiy adabiyot manbalari tahlili, qurilish sohasida fundamental tadqiqotlar qatorida I.S.Stepanova [1], Arens E.A. [2], DJ.K. Lobbek [3], Serov V.M. [4] , Gurkov I.B [5] singari xorijiy olimlarning, M.K.Pardayev[6], N.T.Tuxliyev [7], E.V.Golesheva [8], M. Miraxmedov [9], A.A.Eshtayev [10], K.B.Urazov [11], singari mahalliy iqtisodchi olimlarning qurilish sohasidagi turli masalalari bo‘yicha ilmiy tadqiqot ishlarini olib bormoqdalar.

Tadqiqot metodologiyasi. Ilmiy-tadqiqot ishida statistik va iqtisodiy tahlil usullari, tahlil, sintez, mavhumiy-mantiqiy tahlil, shuningdek, tanlovli kuzatuv, sotsiologik so‘rov, SWOT-tahlil, qiyoslov usullaridan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Korxonada pul mablag‘lari harakati uchta faoliyat bo‘yicha guruhlarga ajratiladi.

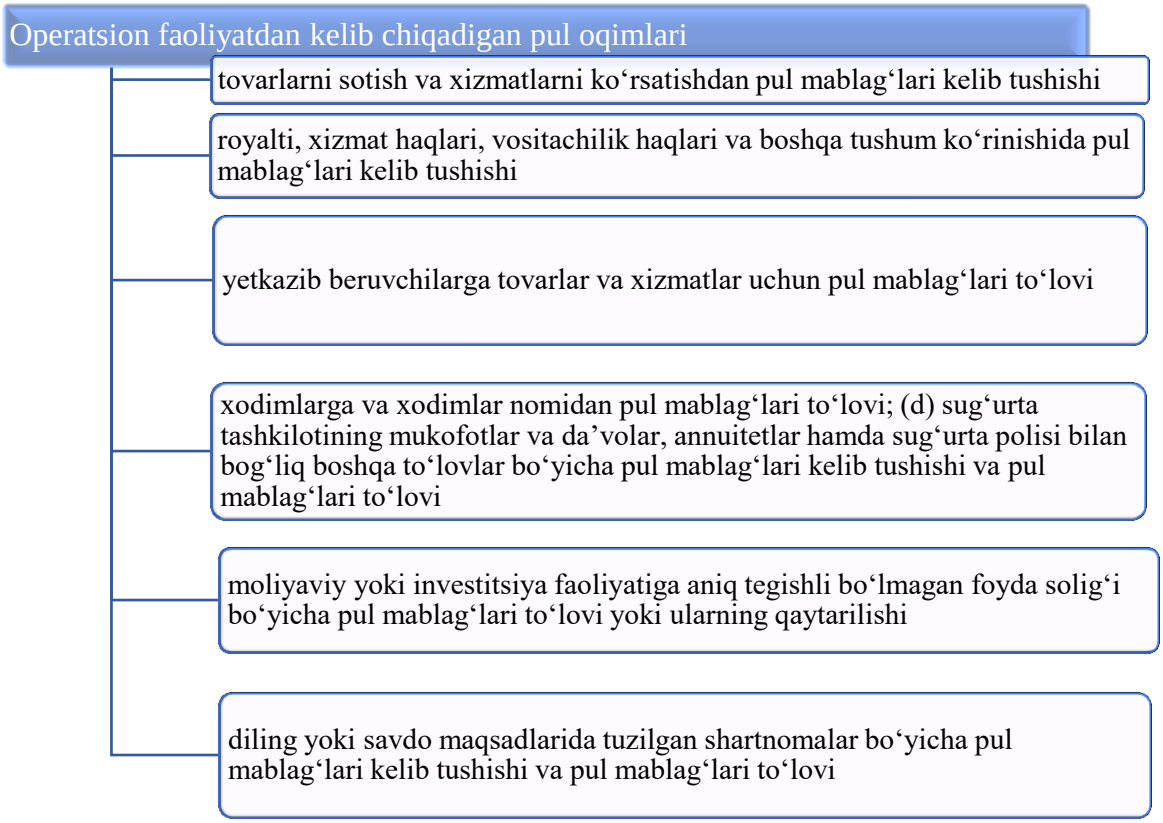


1-rasm. Korxonaning pul oqimlari harakati guruhlanishi.

Operatsion faoliyatdan kelib chiqadigan pul oqimlarining summasi - tashkilotning qarzlarini to‘lash, o‘zining operatsion imkoniyatlarini saqlab qolish, dividendlarni to‘lash va moliyalashtirishning tashqi manbalariga murojaat qilmasdan, yangi investitsiyalar qilish uchun yetarli bo‘lgan pul oqimlarini qay darajada hosil qilganligini aks ettiruvchi asosiy ko‘rsatkichdir. O‘tgan davrlarda operatsion faoliyatdan kelib chiqqan pul oqimlarining alohida tarkibiy qismlari to‘g‘risidagi ma’lumot boshqa ma’lumotlar bilan birgalikda operatsion faoliyat bo‘yicha kelgusi pul oqimlarini prognoz qilishda foydalidir. Operatsion faoliyat bo‘yicha pul oqimlari birinchi

navbatda tashkilotning asosiy daromad keltiruvchi faoliyatidan kelib chiqadi. Shuning uchun, ular odatda foyda yoki zararni aniqlashda hisobga olinadigan operatsiyalar yoki boshqa hodisalar natijasi hisoblanadi.

Uskunani sotish kabi ayrim operatsiyalar, foyda yoki zarar tarkibida tan olinadigan foyda yoki zararni keltirib chiqarishi mumkin. Bunday operatsiyalarga bog‘liq pul oqimlari investitsiya faoliyatidan pul oqimlari tarzida tasniflanadi. Ammo, 16-son BHXS “Asosiy vositalar” ning 68A bandida ta’kidlanganidek, ijaraga berish va keyinchalik sotish uchun mo‘ljallangan aktivlarni ishlab chiqarish yoki harid qilish uchun amalga oshiriladigan pul mablag‘lari to‘lovi operatsion faoliyatdan pul oqimlari hisoblanadi. Bunday aktivlarni ijaraga berish va keyinchalik sotishdan pul mablag‘lari kelib tushishi ham operatsion faoliyatdan pul oqimlaridir.



2-rasm. Operatsion faoliyatdan kelib chiqadigan pul oqimlari.

Tashkilot qimmatli qog‘ozlar va qarzlarni diling yoki savdo maqsadida ushlab turishi mumkin va bunday holda ular aynan qayta sotish uchun harid qilinadigan zahiralarga o‘xshaydi. Shuning uchun, diling yoki savdo uchun mo‘ljallangan qimmatli qog‘ozlarning sotib olinishi va sotilishidan kelib chiqadigan pul oqimlari operatsion faoliyat tarzida tasniflanadi. Xuddi shu kabi, moliyaviy institutlar tomonidan beriladigan avans pul mablag‘lari va qarzlar, odatda, bunday moliyaviy tashkilotning asosiy daromad keltiruvchi faoliyatiga tegishli bo‘lganligi sababli, operatsion faoliyat tarzida tasniflanadi.

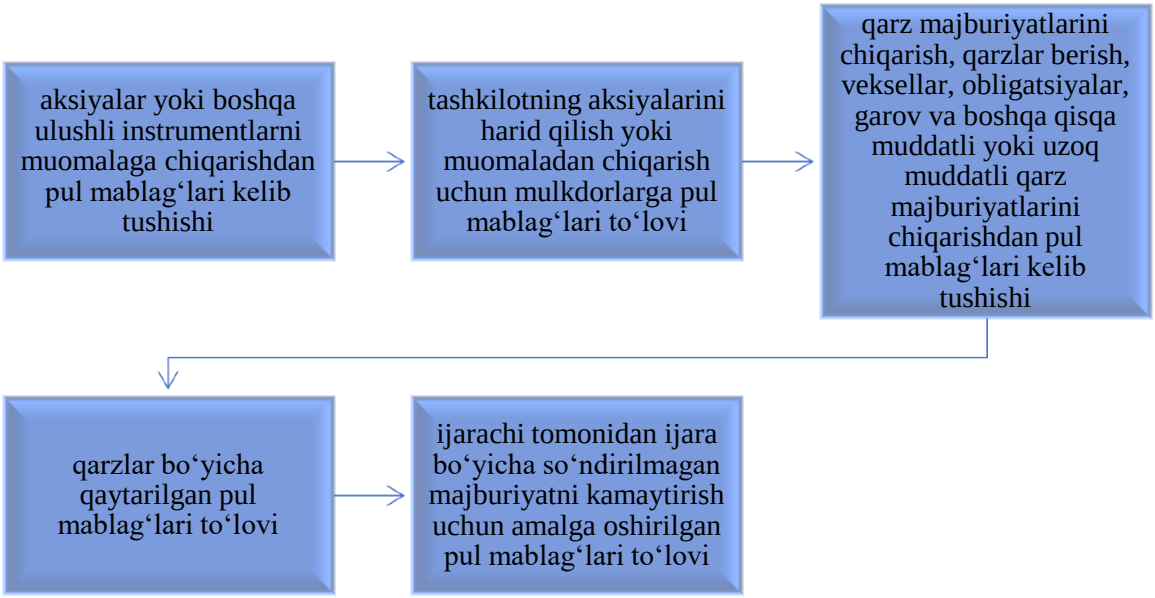
Investitsiya faoliyatidan kelib chiqadigan pul oqimlarini alohida yoritib berish muhim ahamiyat kasb etadi, chunki bunday pul oqimlari kelgusi daromad va pul oqimlarini hosil qilish uchun mo‘ljallangan resurslarga qancha sarflar amalga oshirilganini ko‘rsatadi. Faqat moliyaviy holat to‘g‘risidagi hisobotda aktiv tan olinishiga olib keladigan sarflargina investitsiya faoliyati tarzida tasniflanishi mumkin.

Investitsiya faoliyatidan kelib chiqadigan pul oqimlariga quyidagilar misol bo‘ladi:

- asosiy vositalar, nomoddiy aktivlar va boshqa uzoq muddatli aktivlarni harid qilish uchun amalga oshirilgan pul mablag‘lari to‘lovi. Ushbu to‘lovlar kapitallashtiriladigan tajriba-konstruktorlik sarflari bo‘yicha va tashkilotning o‘zida yaratilgan asosiy vositalar bo‘yicha to‘lovlarni o‘z ichiga oladi;

- asosiy vositalar, nomoddiy aktivlar va boshqa uzoq muddatli aktivlarni sotishdan pul mablag‘lari kelib tushishi;
- boshqa tashkilotlarning ulushli yoki qarz instrumentlarini va qo‘shma korxonalardagi ulushlarni harid qilish uchun amalga oshirilgan pul mablag‘lari to‘lovi (bundan diling va savdo uchun mo‘ljallangan instrumentlar yoki pul mablag‘lari ekvivalentlari bo‘lib hisoblanadigan instrumentlar uchun qilingan to‘lovlar mustasno);
- boshqa tashkilotlarning ulushli yoki qarz instrumentlarini va qo‘shma korxonalardagi ulushlarni sotishdan pul mablag‘lari kelib tushishi (bundan diling va savdo uchun mo‘ljallangan instrumentlar yoki pul mablag‘lari ekvivalentlari bo‘lib hisoblanadigan instrumentlar bo‘yicha pul mablag‘lari kelib tushishi mustasno);
- boshqa tomonlarga berilgan avans pul mablag‘lari va qarzlar (bundan moliyaviy institutlar tomonidan berilgan avans pul mablag‘lari va qarzlar mustasno);
- boshqa tomonlarga berilgan avans pul mablag‘lari va qarzlarning qaytarilishidan pul mablag‘lari kelib tushishi (bundan moliyaviy institutlarning avans pul mablag‘lari va qarzlari mustasno);
- fyuchers shartnomalari, forvard shartnomalari, opsion shartnomalari va svop shartnomalari bo‘yicha pul mablag‘lari to‘lovi, bundan ushbu shartnomalar diling yoki savdo uchun mo‘ljallangan holatlar yoki to‘lovlarni moliyaviy faoliyat sifatida tasniflanadigan holatlar mustasno;
- fyuchers shartnomalari, forvard shartnomalari, opsion shartnomalari va svop shartnomalari bo‘yicha pul mablag‘lari kelib tushishi, bundan ushbu shartnomalar diling yoki savdo uchun mo‘ljallangan holatlar yoki pul mablag‘lari kelib tushishi moliyaviy faoliyat sifatida tasniflanadigan holatlar mustasno. Shartnoma muayyan pozitsiyani xejlash tarzida hisobga olinganda, shartnoma bo‘yicha pul oqimlari xejlangan pozitsiya bo‘yicha pul oqimlari bilan bir xil tarzda tasniflanadi.

Korxonada fyuchers shartnomalari, forvard shartnomalari, opsion shartnomalari va svop shartnomalari bo‘yicha pul mablag‘lari harakati investitsion faoliyat bo‘yicha pul oqimi harakatini ifodalaydi.



3-rasm. Moliyaviy faoliyatdan kelib chiqadigan pul oqimlari.

1-jadval

Fyuchers shartnomalari, forvard shartnomalari, opsion shartnomalari va svop shartnomalari

№	Ko‘rsatkich nomi	Izohi
1	**Fyuchers shartnomalari**	rejalashtirilgan kelajakda tovar yoki aktivni qat’iy belgilangan narxda sotib olish va sotish bo‘yicha operatsiyalarni amalga

		oshirish uchun ishlatiladi.
2	**Forvard shartnomalari**	bu birjalardan tashqarida amalga oshiriladigan va kelajakda tovar, qimmatli qog‘ozlar yoki valyutani sotib olish amalga oshirilishini nazarda tutgan holda bir martalik bitim.
3	**Opsion shartnomalari**	xaridor va sotuvchi o‘rtasidagi shartnomalar bo‘lib, keyinchalik asosiy aktiv yoki qimmatli qog‘ozlar bo‘yicha oldindan belgilangan narxda (ishlash bahosi) bitimni amalga oshirishga yordam beradi .
4	**Svop shartnomalari**	xorijiy valyutalarni qatiy belgilangan qiymatda qayta sotib olish bo‘yicha bank bilan kelishuv.

Moliyaviy faoliyatdan kelib chiqadigan pul oqimlarini alohida yoritib berish muhim ahamiyat kasb etadi, chunki bu ma’lumot tashkilotni kapital bilan ta’minlovichilar tomonidan kelgusi pul oqimlariga bo‘lgan talablarini prognoz qilish uchun foydalidir.

Moliyaviy hisob xalqaro standartlari bo‘yicha korxonaning pul oqimlari harakati pul oqimlari harakati to‘g‘risidagi hisobotda aks ettirilishining alohida farqlaridan yana biri bu soliq to‘lovlari bevosita qaysi faoliyatga tegishli bo‘lsa ushbu faoliyat turida aks ettiriladi.

Xulosa va takliflar. Moliyaviy hisobning xalqaro standartlariga o‘tish hamda ushbu standartlar asosida mamlakatimizda buxgalteriya hisobini yuritish mamlakat hamda tadbirkorlar uchun quyidagi ikmoniyatlarni yaratadi:

- mamlakatning istalgan tarmog‘ darajasini hamda ushbu tarmoqda faoliyat olib borayotgan korxonaning iqtisodiy va moliyaviy salohiyatini taqqoslash imkoniyati yaratiladi;
- mamlakatimizga xorijiy investorlarni jalb qilish jozibadorligi ortadi;
- barcha tarmoqlar bo‘yicha xalqaro bozorga chiqish imkoniyati yaratiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati.

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o‘tish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori, 2020 yil 24 fevral, PQ-4611-son.
2. 7-son IAS “Pul oqimlari harakati to‘g‘risida”gi buxgalteriya hisobining xalqaro standarti.
3. 9-son BHMS “Pul oqimlari harakati to‘g‘risida”gi buxgalteriya hisobining milliy standarti.

Т.Яхёев

Отчет о движении денежных средств в соответствии с международными стандартами финансового учета

Аннотация: В статье рассматриваются особенности формирования отчета о движении денежных средств в финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами финансового учета, а также преимущества и недостатки, а также особенности признания денежных потоков от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности на предприятиях.

Ключевые слова: национальные стандарты бухгалтерского учета, международные стандарты финансового учета, бухгалтерский учет, финансовая отчетность, отчет о финансовых результатах, отчет о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе.

T.Yakhyoev

Cash flow statement according to international financial accounting standards

Abstract: This article discusses the specific features of the formation of a statement of cash flows in financial statements according to international financial accounting standards, as well as the advantages and disadvantages, and the specific features of recognizing cash flows in operating, investment, and financial activities at enterprises.

Keywords: national accounting standards, international financial accounting standards, accounting, financial reporting, statement of financial results, statement of profit or loss and other comprehensive income.

БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ

Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Бекзод Сайдазим ўғли Бурхонов – СамИСИ 1-босқич магистранти

ИНСОН РЕСУРСЛАРИ САМАРАДОРЛИГИНИ ИФОДАЛОВЧИ КЎРСАТКИЧЛАР ВА УНГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР

Аннотация: Ушбу мақолада инсон ресурслари самарадорлигини аниқловчи асосий кўрсаткичлар ва уларнинг иқтисодий таҳлили келтирилган. Тадқиқот объекти сифатида турли корхоналар мисолида меҳнат ресурсларининг самарадорлиги ўлчанган. Ички ва ташқи омиллар таъсири таҳлил қилинади ҳамда илмий асосланган тавсиялар берилган.
Калит сўзлар: Инсон ресурслари, самарадорлик, меҳнат унумдорлиги, мотивавтсия, иш ҳақи фонди, корхона самарадорлиги, иқтисодий кўрсаткичлар, иқтисодиёт, таҳлил.

Кириш. Замонавий рақобат муҳитида корхоналар муваффақияти бевосита инсон капиталининг сифатига боғлиқ ҳисобланади. Инсон ресурслари нафақат ишлаб чиқариш жараёнининг ажралмас қисми, балки инноватсион ёндашувлар ва технологик янгиланишларнинг асосий ташувчисидир. Шу нуқтаи назардан, корхоналарда инсон ресурслари самарадорлигини баҳолаш ва унга таъсир этувчи омилларни ўрганиш иқтисодий жиҳатдан катта аҳамиятга эгадир. Инсон ресурсларини ҳардоим тўғри йўналтириш учун уларни тўғри баҳолай олиш керак. Бунинг учун жараённи аниқ ифода этиш, тўғри формулалар ишлаб чиқиш ҳамда аниқ самарадорликни ифодаловчи кўрсаткичларни ишлата олиш керак.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили. Ш.У. Каюмованинг “Инсон ресурсларини бошқариш жараёнини самарали ташкил этиш”[1] номли мақоласида инсон ресурсларини бошқариш жараёнини самарали ташкил этишда фойдаланиладиган замонавий ёндашувлар ва усуллар таҳлил қилинган. Инсон ресурсларини бошқариш самарадорлиги кадрлар салоҳияти, меҳнат унумдорлиги, мотиватсия тизимининг самарадорлиги ва ташкилотнинг стратегик мақсадларига эришиш даражаси каби муҳим жиҳатларни қамраб олувчи кўрсаткичлар асосида баҳоланади. Мақолада Тошкент вилояти Ғазначилик хизмати мисолида инсон ресурсларини бошқариш жараёнини ташкил этишда қўлланиладиган асосий тамойиллар, уларнинг амалий аҳамияти ҳамда таҳлилий ёндашувларнинг афзалликлари ўрганилган. Тадқиқот давомида инсон ресурсларини бошқариш самарадорлигини ошириш учун муҳим бўлган кадрлар бошқаруви стратегиясини такомиллаштириш, замонавий технологияларни жорий этиш ва мотиватсия тизимини ривожлантириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқилган. Ушбу тадқиқот натижалари инсон ресурсларини бошқариш жараёнларини янада самарали ташкил этиш ва ташкилот фаолиятини ривожлантиришга қаратилган стратегик қарорлар қабул қилишда амалий кўмак сифатида фойдаланилиши мумкин.

А.Б. Хайитовнинг “Инсон ресурсларини бошқариш”[2] номли дарслигида инсон ресурсларини бошқаришнинг асослари, инсон ресурсларини бошқариш консепсиясининг шаклланиши ва ривожланиши, ташкилотнинг инсон ресурсларига бўлган эҳтиёжини аниқлаш, ходимларни рағбатлантириш ва мотиватсиялаш усуллари, иш жойида ходимларни касбий мослаштиришнинг шаклланиш тизимлари, ташкилотда инсон ресурсларидан фойдаланишни ташкилий бошқариш, ташкилотда инсон ресурсларидан фойдаланишни режалаштириш, инсон ресурсларидан самарали фойдаланишни ҳисоблаш ва бошқариш, инсон ресурсларини сифат жиҳатидан бошқариш, ходимларни ишга ёллаш, фойдаланиш ва ишдан бўшатишни шартномавий тартибга солиш, ходимларни танлаш,

[1] https://scientific-jl.com/luch/article/view/342
[2] https://f.lib.dipuni.uz/IT/AAA/6.%20Yurisprudensiya/Inson%20resurslarini%20boshqarish/2023-11-09-11-15-04_8b5bc5115fe42d2158d653969c6a8b69.pdf

жой-жойига қўйиш ва лавозимларга бириктириш, инсон ресурсларини бошқаришнинг замонавий консепсияларининг асосий тамойиллари ҳамда меҳнат соҳасида ижтимоий шерикчилик механизмларининг назарий-амалий томонларини ўрганиш ва тадқиқ этиш масалалари ёритилган.

М.Қ.Пардайевнинг “Инсон капиталининг яшил иқтисодиётдаги аҳамияти”[1] мақоласида эса инсон капиталининг “яшил иқтисодиёт”даги аҳамияти унинг таърифи ва аҳамият ҳақида сўз боради. Яқин йиллардаги глобал муаммолардан бири бу иқлим ўзгаришидир. Бунинг асосий сабаби атроф-муҳитнинг ифлосланиши, “яшил иқтисодиёт” тизимининг кенг қўлланилмаётганлиги ҳамда инсонларнинг табиатга эътиборсиз муносабатдалигидир. Мақолада инсон капиталини “яшил иқтисодиёт”даги дахлдорлигини мустаҳкамлаш учун қилинадиган ишлар ҳақида сўз борган.

Ёш олим Ў.Хўжақулов шундай изланиш олиб борганки[2], ҳукумат томонидан ижтимоий ривожланишни рағбатлантириш, камбағалликни қисқартиришга қаратилган саъй-ҳаракатларни режалаштириш, бюджетлаштириш ва бошқариш учун давлат воситаларини такомиллаштиришга зарурият туғилади. Шу нуқтаи назардан, ахборотни ишлаб чиқариш ва тарқатиш давлат бошқаруви ва давлат сиёсати ҳақидаги билимларни ошириш имконини беради. Бу айниқса, давлат товарлар ва хизматларни ишлаб чиқариш ва аҳолига етказиб бериш имкониятларини кенгайтиришга интилаётган бир пайтда муҳим аҳамиятга эга ҳисобланади. Шу сабабли, самарадорлик кўрсаткичларини ривожлантириш ва уларни ўлчаш давлат бошқаруви учун фойдали воситадир. Самарадорликни ўлчовчи индикаторлар қуйидаги талабларга жавоб бериши керак: индикатор тезкор, тактик ёки стратегик қарорларни қўллаб-қувватлаши; кўрсаткичлар қарор қабул қилувчиларнинг эҳтиёжларига асосланган бўлиши; кўрсаткич ўлчанаётган нарса учун муҳим бўлиши ва вақт ўтиши билан ўз аҳамиятини сақлаб туриши; кўрсаткичлар маълумотларни йиғиш, қайта ишлаш ва тарқатиш учун тан олинган ва шаффоф методологиялардан фойдаланадиган ишончли манбаларга асосланган бўлиши керак деб изланиш олиб броган

Юртимиздаги иқтисодий таҳлил фани асосчиларидан бири М.Қ.Пардаев инсон ресурслари самарадорилигига оид кўплаб илмий асарлар ёзиб, қарашларини асослаб берган. М.Қ.Пардаев асосан инсон ресурсларининг иқтисодий таҳлилдаги аҳамияти ва таъсири ҳақида изланишлар олиб броган бўлиб, инсон ресурсларига иқтисодий кўрсатгич сифатида қараган ҳамда буни фанда исботлаган[3].

Тадқиқот методологияси. Ушбу тадқиқотда инсон ресурслари самарадорлигини ўлчаш ва унга таъсир этувчи асосий омилларни аниқлаш мақсадида **миқдорий ёндашув** асосида таҳлил ўтказилди. Тадқиқотнинг эмпирик базасини корхоналарда фаолият юритаётган ходимлар ва уларнинг иш самарадорлигини ифодаловчи статистик маълумотлар ташкил этди. Жумладан, ходимларнинг иш унумдорлиги, йиллик ишлаб чиқариш ҳажми, ходим айланиши, ўқитилган ходимлар улуши каби кўрсаткичлар асосий таҳлил объектлари сифатида танланди.

Биринчи босқичда, **дескриптив статистик таҳлил** ёрдамида инсон ресурсларига оид кўрсаткичлар ҳолати, уларнинг ўзаро нисбати ва ўзгариш тенденсиялари ўрганилди. Статистик маълумотлар корхона ҳисоботлари, Давлат статистика қўмитаси базаси ва маҳаллий манбалар орқали йиғилди. Бу орқали меҳнат самарадорлиги даражаси ва унга боғлиқ бўлган омиллар (иш ҳақи, рағбатлантириш тизими, малака ошириш даражаси) бўйича дастлабки хулосалар чиқарилди.

Тадқиқотнинг иккинчи босқичида эса, **кўп омилли регрессия таҳлили** усулидан фойдаланилди. Бу усул инсон ресурслари самарадорлигига бир вақтнинг ўзида таъсир кўрсатувчи бир нечта омилларнинг нисбатини ва кучини аниқлаш имконини берди.

Таҳлил ва натижалар. Тадқиқот давомида инсон ресурслари самарадорлигини

[1] https://inlibrary.uz/index.php/jmsi/article/view/85715
[2] O‘.R Xo‘jaqulov. - Boshqaruvda inson resurslari samaradorligini baholash ko‘rsatkichlari. https://uzzamin.uz/uz/magazines/2-2022/boshqaruvda-inson-resurslari-samaradorligini-baholash-ko-rsatkichlari-uzzamin.pdf
[3] Пардаев М.Қ., Бабаназарова С.А., Очилова Ҳ.Н. ва бошқалар. Инсон салоҳияти, инсон капитали ва инновация билан боғлиқ категорияларнинг назарий масалалари. Монография – Тошкент. “Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi”. 2024. 204 бет.

аниқловчи кўрсаткичлар ва уларга таъсир этувчи омиллар чуқур ўрганилди. Ҳозирги кунда ташкилотларнинг муваффақияти кўп жиҳатдан у ерда фаолият юритаётган инсон капиталининг даражаси, малакаси, ишга бўлган муносабати ва меҳнат унумдорлиги билан чамбарчас боғлиқ. Шунинг учун, инсон ресурслари самарадорлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш ташкилот стратегиясининг ажралмас қисмига айланмоқда.

Таҳлиллар шуни кўрсатадики, инсон ресурслари самарадорлигини баҳолашда энг кўп қўлланиладиган кўрсаткичлар қуйидагилардир:

- **Меҳнат унумдорлиги** (бир ишчига тўғри келадиган маҳсулот ҳажми ёки хизмат кўрсатиш бирликлари);
- **Ўртача иш ҳақи ва унга нисбатан ишлаб чиқарилган маҳсулот қиймати**;
- **Ходимларнинг малака даражаси ва ўқитиш бўйича инвестициялар**;
- **Ишчи кучи айланиш даражаси** (кадрлар оқими);
- **Ходимлар ишга бўлган қониқиш даражаси** (мотиватсия ва содиқлик кўрсаткичлари).

Мисол учун, корхона ёки ташкилотда бир ишчининг ўртача йиллик меҳнат унумдорлиги ошган бўлса, бу нафақат ходимнинг касбий салоҳияти ошганини, балки мотиватсион тизимнинг ҳам самарали ишлаётганини кўрсатади. Аксинча, юқори кадрлар айланиши эса корхона ички муҳитида муаммолар мавжудлигини билдиради.

Мана шундай изланишлар натижасида бир гуруҳ Самарқандлик олимлар ва изланувчилар томонидан бир қанча формулалар ишлаб чиқилган бўлиб, қуйида кузатишларимиз ва изланишларимиз натижасида ишлаб чиқилган формулаларнинг таҳлилини кўриб чиқамиз:

$$\text{Инр}_s = \frac{\text{Қ}}{Inr} = \frac{\text{Қ}}{Av_{ak}} * \frac{Av_{ak}}{Av_{um}} * \frac{Av_{um}}{Inr}$$

Бу ерда: $\text{Инр}_s - Inson\ resurslari\ samaradorligi$; $\text{Қ} -$ Маҳсулот (иш); $Inr - inson\ resurslari$; $Av_{ak} - Asosiy\ vositalar\ aktiv\ qismi$; $Av_{um} - Asosiy\ vositalar\ umumiy\ qismi.$

Энди ушбу формулани сал ихчам коринишга келтирамиз

$x_1 = \frac{\text{Қ}}{Av_{ak}}$; $x_2 = \frac{Av_{ak}}{Av_{um}}$; $x_3 = \frac{Av_{um}}{Inr}$

й = Инсон ресурслари самарадорлиги

$y = x_1 * x_2 * x_3 * \ldots . x_n = \prod_{i=1}^{3} x$ и=(1,3)

Ушбу формула орқали биз корхона ва ташкилотларда инсон ресурслари самарадорлигини аниқ ва фактларга (кўрсаткичларга) асосланган ҳолда қандай ҳолатдагини билишимиз мумкин. Форумулада инсон ресурслари самарадорлигини (Инр_s) маҳсулотни (бажарилган иш ҳажми) (Қ) инсон ресурсларига (Inr) бўлиш орқали топамиз. Бунда инсон ресурсларининг қандай иш бажарилган ҳолати ва натижавийлик келиб чиқади.

Тадқиқотлар шуни кўрсатадики биз юқорида келтирган формула кўплаб хўжалик корхоналари ҳамда баъзи тоифадаги бюджет ташкилотларида ҳам ишлайди. Бу корхонанинг йиллик натижаларини ва иқтисодий ҳолатини баҳолашда жуда ҳам муҳим аҳамиятга эга ҳисобланади.

Энди формулада келтирилган инсон ресурслари назариясининг иқтисодий асосларига тўхталиб ўтадиган бўлсак. Инсон капитали назарияси[1] инсоннинг билим, малака, саломатлик ва касбий тажрибасини иқтисодий ресурс сифатида кўради. Бу ёндашув асосида сармоя фақат моддий активларга эмас, балки инсонларга ҳам йўналтирилиши ҳақида айтиб ўтилган. Ишчи кучининг сифатли бўлиши ишлаб чиқаришнинг барқарорлигини таъминланиши исботланган.

Мавзуга янада чуқурроқ ёндашган ҳолда, биз инсон ресурслари самарадорлигига таъсир этувчи омилларни ўрганиш бўйича изланишлар олиб бордик. Тадқиқот давомида ҳозирги шароитда мавжуд бўлган асосий омиллар аниқланиб, улар **ички** ва **ташқи** гуруҳларга ажратдик:

[1] Becker, G. S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. University of Chicago Press. Schultz, T. W. (1961). Investment in Human Capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1–17.

- **Ички омиллар** қаторига, аввало, ходимларнинг касбий малакаси ва амалий тажрибаси киради. Бундай омиллар ходимларнинг бевосита меҳнат фаолияти орқали ташкилот самарадорлигига таъсир кўрсатади. Шунингдек, корхона ёки ташкилотнинг бошқарув модели, инсон ресурсларини бошқариш сиёсати (HR сиёсати) ҳам муҳим омил ҳисобланади. Ташкилотда самарали мотиватсия ва рағбатлантириш тизимининг мавжудлиги эса ходимларнинг ишга бўлган муносабати ва содиқлигини белгиловчи асосий ички омиллардан биридир.
- **Ташқи омиллар** эса ташкилотнинг ўзига боғлиқ бўлмаган, бироқ унинг фаолиятига сезиларли таъсир кўрсатувчи омиллардир. Жумладан, бозор конъюнктураси – яъни, товар ва хизматларга бўлган талаб ва таклифнинг ўзгариши, меҳнат қонунчилигидаги ўзгаришлар ва давлат сиёсати, ҳамда замонавий технологик ривожланиш инсон ресурсларидан фойдаланиш самарадорлигига бевосита таъсир қилади. Айниқса, рақамли технологиялар, автоматлаштирилган тизимлар ва сунъий интеллект каби омиллар инсон капиталига бўлган талабни кескин ўзгартириб юбормоқда.

Юқоридаги омиллар орқали инсон ресурслари доимо ўзгариб унинг қиймати (бозордаги нархи) ҳам турлича бўлиб туради. Омилларнинг қандай таъсир этиши корхона ва ташкилотлардаги HR мутахассисларига ва ходимларнинг ўз устида ишлашига боғлиқ бўлади.

Хулоса ва таклифлар. Мақолада инсон ресурслари самарадорлигини ўлчаш кўрсаткичлари, уларнинг иқтисодий моҳияти ва амалий аҳамияти ёритилди. Ҳар қандай ишлаб чиқарувчи ёки хизмат кўрсатувчи корхона инсон ресурсларини ривожлантиришга стратегик ресурс сифатида қараши лозим. Инсон ресурслари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ва унга таъсир этувчи омилларни янада ривожлантириш учун қуйидаги ишларни амалга ошириш лозим:

- HR технологияларни жорий этиш (HR analytics, KPI monitoring)
- Натижавий иш ҳақи тизимини ишлаб чиқиш
- Доимий касбий тайёргарлик дастурларини кенгайтириш
- Инсон капиталига йўналтирилган узоқ муддатли стратегияни ишлаб чиқиш.

Инсон ресурслари самарадорлиги – бу нафақат ишчи кучининг индивидуал маҳсулдорлигини, балки ташкилот ёки мамлакат даражасида рақобатбардошликни белгиловчи асосий омиллардан биридир. Самарали инсон ресурслари бошқаруви — ҳар қандай тизимнинг барқарор ривожланишини таъминлайди. Инсон ресурсларини ривожлантириш орқали унга боғлиқ бўлган кўрсаткичлар ва омилларни ҳам ривожлантириш мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. М.Қ.Пардаев. “Иқтисодий таҳлил назарияси”. Тошкент -2021
2. Ш.М.Мирзиёев - Янги Ўзбекистон тараққиёт стратегияси
3. Ш.М.Мирзиёев - “Ўзбекистон – 2030” стратегияси
4. Analysis of the activities of young leaders in enterprise management, Кхолиқулов Анвар Нематович, Мирзаева Съҳирин Нодировна, Буркхонов Бекзод Саидазим ўғли
5. Инсон капиталининг хизматлар соҳасидаги ўрни. Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев-Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, и.ф.д. Бекзод Сайдазим ўғли Бурхонов -Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти 1-босқич магистранти. “Лучшие интеллектуалные исследования” халқаро илмий электрон журналю 17.11.2024
6. О.Р Хўжақулов. - Бошқарувда инсон ресурслари самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари. https://uzzamin.uz/uz/magazines/2-2022/bos’hqaruvda-inson-resurslari-samaradorligini-baholash-ko-rsatkichlari-uzzamin.pdf
7. Пардаев М.Қ, Бабаназарова С.А, Очилова Ҳ.Н. ва бошқалар. “Инсон салоҳияти, инсон капитали ва инноватсия билан боғлиқ” категорияларнинг назарий масалалари. Монография – Тошкент. “Фан ва технологиялар насҳриёт-матбаа уйи”. 2024. 204 бет.
8. https://inlibrary.uz/index.php/jmsi/article/view/85715

9. https://f.lib.dipuni.uz/IT/AAA/6.%20Yurisprudensiya/Inson%20resurslarini%20bos’hqaris’h/2023-11-09-11-15-04_8b5bc5115fe42d2158d653969c6a8b69.pdf

М.Пардаев, Б.Бурхонов
Показатели эффективности человеческих ресурсов и факторы, влияющие на них
Аннотация: В статье представлены основные показатели, определяющие эффективность использования человеческих ресурсов, и их экономический анализ. В качестве объекта исследования была выбрана эффективность использования трудовых ресурсов на примере различных предприятий. Анализируется влияние внутренних и внешних факторов и даются научно обоснованные рекомендации.
Ключевые слова: Кадровые ресурсы, эффективность, производительность труда, мотивация, фонд оплаты труда, эффективность предприятия, экономические показатели, экономика, анализ.

M.Pardaev, B. Burkhanov
Performance indicators of human resources and factors affecting it
Abstract: This article presents the main indicators that determine the effectiveness of human resources and their economic analysis. As an object of research, the efficiency of labor resources was measured on the example of various enterprises. The influence of internal and external factors is analyzed and scientifically based recommendations are given.
Keywords: Human resources, efficiency, labor productivity, motivation, wage fund, enterprise efficiency, economic indicators, economy, analysis.

Шахриёр Шодиёрович Тураев – Ўзбекистон Республикаси Адвокатлар палатаси Самарқанд вилоят ҳудудий бошқармаси бош бухгалтери. Мустақил тадқиқотчи.

АДВОКАТЛИК ТУЗИЛМАЛАРИ АДВОКАТГА ИШ ҲАҚИ ТЎЛОВЛАРИНИ АМАЛГА ОШИРИШ ВА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ.

Аннотация: мақолада дунёнинг хар бир ривожланган давлатларидаги мавжуд корхоналарнинг долзарб масалалари бўлган мехнат ҳақи, уни тўлаш унга нисбатан ажратма ва ушланмаларнинг миқдори корхоналарда даромадга нисбатан мехнат ҳақининг ўсиши каби масалалар ёритилган. Адвокатлик тузилмаларида даромаднинг шаклланиши унинг фарқлари, мехнатга ҳақ тўлашнинг асосий йўналишлари бошқа корхоналардан ажралиб турувчи жихатлари кўрсатилиб, бу тўловларни амалга оширишда бухгалтериянинг оптимал ва қулай усулларидан фойдаланган ҳолда, қулай механизм орқали бухгалтерия муомиласига киритиш ва уни такомиллаштириш йўллари кўрсатиб берилган.
Калит сўзлар: даромад, тузилма фонди, иш хақи, мехнат хақи, айланма маблағлар, ажратма, ушланма, бухгалтерия, муомиласи, счётлар режаси.

Кириш. Бугунги кунда жамиятимиз олдига қўйган устувор масалалрдан бири қонун мухофазаси ҳисобланади ва бу хар бир ривожланиб бораётган мамлакатларнинг олдидаги мақсади саналади. Бу мақсадга қулай ва оптемал равишда самарали етишишда юртимизда фаолият олиб бораётган адвокатларнинг роли ва миқиёси жуда кенг. Бу борадаги ишларни амалга оширишда 2017 йилнинг 19 январ куни бу соҳани тубдан ислоҳ этишга қаратилган “Юридик хизмат фаолиятини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-2733-сонли қарори имзолаб унда,бир қатор ечилиши лозим масалалар қуйилган.[1] Биз ушбу вазифаларни бажаришдага асосий ролни амалга оширувчи адвокатларнинг тушуми уларнинг даромади тузилма фонди ва адвокатларга мехнат хақи берилишидек долзарб масалани ечимига бағишланганлиги билан муҳум ҳисобланади.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили. Хозирда мавзу билан мамлакатимизда ва хорижий давлатлар олимлари ва амалиётчи ходимлари шуғулланиб келмоқдалар. Буларга Л.Б. Хван, И.Б.Зокиров, Ҳ.Б.Бобоев, З.Муқимов, Х.Т.Одилқориев, О.Оқюлов кабиларни[2]

[1] “Юридик хизмат фаолиятини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”19.01.2017й. ПҚ-2733-сонли қарор.Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 19.01.2018 й.
[2] Хван Л.Б. “ Солиқ ҳуқуқи” 2001 й. 430-Б Консаудитинформ нашриёти, Отахонов Ф.Ҳ. “Юридик хизматнинг хўжалик шартномаларини тузиш ва уларнинг ижросини таъминлашдаги роли” Ж.Хўжалик ва ҳуқуқ. – 2001. – 10-сон. – Б.26-33., Каримов И.А. “Адолат қонун устиворлигида”. -Т. “Ўзбекистон”. 2001й., Ҳ.Б.Бобоев “Давлат ва хуқуқ назарияси” 2000 й.

киритиш мумкин. Ушбу тадқиқотчи олимларнинг асарларида бу мавзу қисман ўрганилган бўлиб, унда юридик хизматларида айнан адвокатлик тузилмаларини муоммолари диярли қараб чиқилмаган бўлиб, бу ҳам танланган мавзунинг хозирги кунда ўта долзарблигидан далолат беради.

Тадқиқот методологияси. Мақолада юридик хизматлар сохасидаги замонавий йўллар билан амалиётни такомиллаштиришда, тизимли ёндошув, иқтисодий математик, иқтисодий таҳлилнинг анъанавий усулларидан, қиёсий таҳлил каби усуллардан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар. Жахон тажрибаларидан ҳам маълумки хар бир ривожланиб бораётган корхона унинг мехнат ресурсларини таркиби, тузилиши ва унинг сифатига боғлиқ ҳолда корхона самараси ошиб боради. Кадрлар қунимсизлиги ёки уларнинг мехнатга бўлган муносабатига қараб корхоналар иш –хизматларни ёки товарларни сифати мос ўсади. Шунинг учун корхоналарда мехнат ресурсларининг ўрни ахамиятли бўлиб, бу адвокатлик тузилмаларида айнан билинади. Адвокатлик тузилмаларида фаолият олиб бораётган адвокатлар уларнинг сони тузилмаларнинг фонд миқдорига яққол таъсир кўрсатади. Адвокатлик тузилмаларининг фонд маблағларининг купайиши тузилмадаги адвокатлар сонига паралел равишда ошади чунки, хар ойлик йиғилиши лозим тузилма фонди хар бир адвокатга нисбатан ушланиб жамғарилиб борилади ва бу жамғарма харажатлар сметасига асосан сарфланади.

Корхоналарда мехнатга хак тулашни окилона ташкил килиш ходимлар фаолиятини рагбатлантириш, тайёр махсулот ва мехнат бозорида ракобатчиликни, рентабелликни ва махсулотларнинг даромадлилигини таъминлаши лозим. Мехнатга хак тулашни окилона ташкил этишдан максад-унинг хажми ва ходимнинг корхона хужалик фаолиятига мехнат фаолиятида кушган хиссасига мос келишини таъминлаш, яъни мехнат улчами ва истеъмол улчами уртасидаги мутаносибликни таъминлашдир.

Иш хаки - хар бир ходимнинг сарфлаган мехнати микдори ва сифатига мос равишда таксимланувчи ва ходим тасарруфига пул шаклида келиб тушувчи миллий даромаднинг бир кисмидир. Иш хаки-бу мехнат учун мукофотдир.

Ходимлар мехнатига хак тулаш ишлаб чикариш жараёнига жалб килинган мехнат ресурсларининг бахосидир. Бошкача килиб айтганда, **иш хаки** - бу, махсулот ишлаб чикариш ва сотиш харажатларининг корхона ходимлари мехнатига хак тулаш учун сарфланувчи кисмидир.

Иш хакининг номинал ва реал турлари мавжуд.

Номинал иш хаки-бу ходимнинг маълум бир вакт мобайнида бажарган мехнати учун хисобланган ва туланган иш хакидир.

Реал иш хаки-номинал иш хакига сотиб олиш мумкин булган товар ва хизматлар микдори; реал иш хаки - бу, номинал иш хакининг “истеъмол кобилияти ”дир.[1]

Адвокат томонидан бажарилаётган адвокатлик хизматлари учун тўланиши лозим иш ҳақлари бу номинал иш ҳақлари таркибига киритиб уни хизмат ваколати тугагач реал иш ҳақига айланишини кузатишимиз мумкин. Адвокат тугалланган ишлари юзасидан хар ой унга тўланган ҳақларнинг йиғиндиси сифатида узи фаолият олиб бораётган тузилмага молиявий хисобот тақдим қилар экан ундан тузилма фонди олиб колинади ва қолгани қисмидан ижтимоий солиқ чегирилиб қолган қисми адвокатниниг даромади сифатида ушланмалар олиб қолинади.

1-жадвалимизда адвокатлик хизматидан тушган маблағлар қандай тақсимланиши кўриниб турибди. Бунда адвокат томонидан топширилган ҳар ойлик молиявий хисоботни

523-Б. Тошкент Давлат юридик институти, И.Б.Зокиров “Фукаролик ҳуқуқи” 2009 й. 609-Б. Тошкент Давлат юридик институти, Ў.Х.Мухамедов “Хуқуқшунослик асослари” 2019 й. 348-Б. Тошкент.: Ўзбекистон Республикаси ИИВАкадемияси, 2019, З.Муқимов “Узбекистон давлати ва хуқуқи тарихи” 2003.Тошкент Адолат нашриёти. 280-Б. , Х.Т.Одилқориев “Узбекистонда давлат ва жамият инновацион ривожланишининг хукукий жихатлари” 2019й. Юристлар малакасини ошириш маркази. 307-Б. , О.Оқюлов “Интеллектуал мулк хуқуқи” 2005 й. Фалсафа ва хукук институти Тошкент. 40-Б.,

[1] *Хизматлар сохаси иктисодиёти. К.Ж.Мирзаев, Т.С.Шарипов, Ш.А.Султонов, Р.С.Мустафоев, Э.С.Файзиев Дарслик - Самарканд «FAN BULOG’I» нашриёти, 2022й, 252 бет.*

миқдоридан қатий назар мажбўрий тарзидаги ушланмалар бўлиб, хар ой топширилган хисоботга нисбатан олиб қолинади.

1-жадвал

Адвокатнинг молиявий хисоботидан барча ушланмалар.

№	Сана	Муомила мазмуни	Дт	Кт	Сумма
1	31.01.2025	Адвокат томонидан молиявий хисобот топширилди	5110	9020	
2	31.01.2025	Тузилма фонди ушланди	9020	8890	
3	31.01.2025	Ижтимоий солик чегирилди	9020	6520	
4	31.01.2025	Адвокатнинг мехнат хаки фонди	9020	6710	
5	31.01.2025	Иш хакидан даромад солиғи ушланди	6710	6420	
6	31.01.2025	Иш хақидан аъзолик бадал тўлови ушланди	6710	8830	

-“Автотранспорт корхоналарида бажарилган иш (кўрсатилган хизмат)лар таннархига юк ташиш ёки йўловчи ташишга ихтисослашган АТВлар ҳайдовчиларига, ёрдамчи ишлаб чиқариш ва умумиишлаб чиқаришга бевосита алоқадор ходимларга ҳисобланган меҳнат ҳақи суммаси, шунингдек мос равишда ҳисобланган меҳнат ҳақи суммасига нисбатан белгиланган ставкаларда ижтимоий суғуртага қилинган ажратмалар киритилади.

Бажарилган иш (кўрсатилган хизмат)лар учун АТВ ҳайдовчиларига ҳисобланган асосий ва қўшимча меҳнат ҳақлари суммасига ҳисоб-тўлов қайдномалари ёки меҳнат ҳақи ҳисоби китоби асосида қуйидагича бухгалтерия ёзуви қилинади: Дебет 2010 «Асосий ишлаб чиқариш» Кредит 6710 «Ходимлар билан иш ҳақи бўйича ҳисоб-китоблар». АТВ ҳайдовчиларига ҳисобланган меҳнат ҳақи суммасига нисбатан белгиланган ставкаларда ижтимоий суғуртага қилинган мажбурий ажратма суммасига қуйидаги ёзув берилади: Дебет 2010 «Асосий ишлаб чиқариш» Кредит 6520 «Давлатнинг мақсадли фондларига тўловлар».” -[1]

Хар бир корхонади мехнат хақи унга нисбатан ижтимоий солиқ ажратмалари иш хизматларнинг таннархи хисобланади ва улар тегишли счётлар буйича 2010- ёки 9410-счётлари орқали харажатга олиб борилади. Адвокатлар томонидан уларнинг топширган маблағларидан мехнат ҳақи келиб чиқиб ижтимоий солиқ тўлови ҳам айнан шу маблағдан ажратма сифатида эмас балки ушланма сифатида чегириб қолинади.

Адвокат томонидан топширилган маблағларни айнан адвокатга тегишли бўлгани сабабли адвокатлик тузилмаси даромади деб ҳисобланмаганда уни бухгалтерия счётлар режасининг даромаларни хисобга олувчи 9000 счётлар орқали ёпилиши ёки ижтимоий солиқ тўлови харажатларга 2000 ёки 9400 счётларнинг тегишлиси орқали ёпилиши адвокатлик тузилмаларининг фаолиятига мос келмайди. Адвокат томонидан бажарилган хизматдан тушган маблағнинг сарф ва харажатлари аниқ қонун ва тартиблар орқали белгилаб қўйилган. Адвоокат томонидан топширилган молиявий хисобот маблағининг тақсимланиш мақсадлари аниқлиги сабабли ва бухгалтерия хисоботларини оптималлаштириш уни механизим самарадорлигини ошириш мақсадида счётларнинг даромадга олиб уни харажатларга олиб бориш йўлини қисқартириб, ҳисоб ишларини соддалаштириш, тузилма хисобварағидаги маблағларнинг тузилма фондига ёки адвокатга тегишли қисми яққол кўриниб туришлиги учун мақсадли тушумларни хисобга олиш 8800 счётнинг суб счётлари орқали унинг тушумини ва фонд тўловлари хисобини юритиб ёпиш мақсадга мувофиқ хисоблаймиз.

Хулоса ва таклифлар. Барча корхоналар сингари адвокатлик тузилмаларида фаолият олиб борувчи адвокатлар учун хам унинг мехнатига ҳақ тўлан уни рағбатлантириш мухим саналади. Хар бир ходим мехнатидан олган манфаат сабабли уз ишига бўлган маъсулияти ва ёндашуви ошади, мехнат ҳақини оқилона ташкил қилиш

[1] БОШҚА ТАРМОҚЛАРДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ К.Б.Уразов, С.В.Вахидов. Бошқа тармоқларда бухгалтерия ҳисобининг хусусиятлари. Дарслик, 2010 – 445 б.

орқали ходимларнинг қунимсизлиги олди олинади. Ходим корхонада йиллар мобайнида ишлаши билан уни иш тажрибаси, касб махорати ошади бу эса мехнат унимдорлигига сабаб бўлиб, ишлар, хизматлар ёки товарларнинг сифатли бўлишлигига олиб келиб, корхона иқтисодиётининг самарадорлик даражасини оширади. Шунинг учун ходимларнинг мехнатини натижаси юзасидан олган манфаат корхона рентабиллигини ошишига эришиш учун мухум босқич саналади.

Тадқиқот жараёнида айрим тавсияларни ҳам ишлаб чиқдик. Булар:

Биринчидан, адвокатлик хизматлари учун мижозлар томонидан тўланиши лозим хизмат ҳақи миқдорини такомиллаштириш орқали адвокатнинг хизмат самарадорлигини ошириш лозим деб ҳисоблаймиз.

Иккинчидан, Адвокатлик тузилмалари томонидан адвокатга мехнат хақи тўлашдаги ойлик молиявий хисоботларни ва уни бухгалтерия хисобини оптемаллаштириш орқали самарали йўлларига эришишлик мухим деб хисоблаймиз.

Берилган тавсияларнинг амалиётга жорий қилиниши адвокатура сохасидаги ислохотларнинг мухим бир жихатига эришишлик йўлидаги сайи харакатларни амалга оширишда асосли ва самарали хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 19 январида “Юридик хизмат фаолиятини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” ПҚ-2733-сонли Қарори.
2. Хван Л.Б. “Солиқ ҳуқуқи” Консаудитинформ нашриёти,2001 й. 430-Б,
3. Мирзаев Қ.Ж., Т.С.Шарипов, Ш.А.Султонов, Ғ.С.Мустафоев, Э.С.Файзиев. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Дарслик - Самарқанд: «FAN BULOG‘I» нашриёти, 2022, 252 бет.
5. Б.Уразов, С.В.Вахидов. БОШҚА ТАРМОҚЛАРДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИК. Дарслик, 2010 – 445 б.
6. Отахонов Ф.Ҳ. “Юридик хизматнинг хўжалик шартномаларини тузиш ва уларнинг ижросини таъминлашдаги роли” Ж.Хўжалик ва ҳуқуқ. – 2001. – 10-сон. – Б.26-33.,
7. Мухамедов Ў.Х. “Хуқуқшунослик асослари”. Тошкент.: Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси 2019 й. 348-Б.

Ш.Тураев
Узбекистан Территориальное Управление по Самаркандской области

Аннотация: В статье освещены такие вопросы, как заработная плата, выплата заработной платы, отчисления и удержания, а также рост заработной платы на предприятиях по отношению к доходам, которые являются актуальными вопросами действующих предприятий во всех развитых странах мира. Показаны формирование дохода в юридических фирмах, его отличия, основные направления выплаты заработной платы, аспекты, отличающие их от других предприятий, а также пути внедрения и совершенствования бухгалтерских операций с использованием оптимальных и удобных методов бухгалтерского учета при осуществлении этих выплат.

Ключевые слова: доход, структурный фонд, оклад, оклад, оборотный капитал, распределение, удержание, учет, сделка, план счетов.

Sh.Turaev
Republic of Uzbekistan Territorial Administration for Samarkand Region

Abstract: The article covers issues such as wages, payment of wages, deductions and deductions, as well as the growth of wages in enterprises in relation to income, which are pressing issues for operating enterprises in all developed countries of the world. The article shows the formation of income in law firms, its differences, the main areas of salary payment, aspects that distinguish them from other enterprises, as well as ways to implement and improve accounting operations using optimal and convenient accounting methods when making these payments.

Key words: income, structural fund, salary, wages, working capital, distribution, retention, accounting, transaction, chart of accounts.

Baxtiyor Xushvaktovich Azizkulov – SamDU Urgut filiali biznesni boshqarish va aniq fanlar kafedrasi dotsenti, iqtisodiyot fanlari falsafa doktori
Musurmon Axmadovich A’zamov – SamDU Urgut filiali biznesni boshqarish va aniq fanlar kafedrasi o‘qituvchisi
Dilafruz Asqarjon qizi Uroqova – SamDU Urgut filiali biznesni boshqarish 1-kurs buxgalteriya hisobi yo‘nalishi talabasi

KLASTERLAR FAOLIYATINI EKONOMETRIK PROGNOZLASH

Annotatsiya: Maqolada klasterlar faoliyatini ekonometrik modeli ko‘rib chiqildi hamda, muammoning endogen va ekzogen ko‘rsatkichlari aniqlandi. Tadqiqotda klasterlarga ta’sir qiluvchi omillar o‘rganildi va shu bilan birga ekonometrik tahlil omillari o‘rtasidagi bog‘liqlik haqida ilmiy fikrlar bildirildi. Ko‘p faktorli tahlillar yordamida agroklasterlarni eksport hajmi, agroklasterlarni qayta ishlash quvvati o‘rganilib ko‘rsatkichlarning natijaviy omillari aniqlanib omillar o‘rtasidagi bog‘liqlik, juft regressiyaning chiziqli tenglamasi, juft koorrelyatsiyaning chiziqli koeffitsenti, elastiklik koeffitsenti, approksimatsiyaning o‘rtacha xatoliklari aniqlandi hamda prognoz xatoligi va ishonchlilik intervalini hisoblash yordamida prognozning aniqligi baholandi.
Kalit so‘zlar: klasterlar faoliyati, investitsion faoliyat tahlili, investitsion baholash, klasterlash siyosati, klaster tuzilmalari, klaster yondashuvi, iqtisodiyotdagi raqobatbardoshlik, chiziqli funksiya, elastiklik koeffitsiyenti, juft regressiya.

Kirish. So‘nggi yillarda O‘zbekistonda agroklasterlarni rivojlantirishga yuqori darajada ahamiyat qaratilmoqda. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi PF-60-son "2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot Strategiyasi to‘g‘risida"gi Farmonida milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o‘sish sur’atlarini ta’minlashda klasterlash siyosatini izchil davom ettirish belgilab berilgan[1].

Ammo olimlar tomonidan klasterlar faoliyatini yo‘lga qo‘yish, samarali tashkil etish va moliyalashtirish tizimini do takomillashtirish bo‘yicha hali yetarlicha ilmiy tadqiqotlar olib borilmagan. Ayniqsa, klasterlarni tashkil etish tamoyillari, samarali moliyalashtirish hamda klaster tuzilmalari shakli va ularning asosiy xususiyatlarini o‘rganish dolzarb vazifa - sifatida qolmoqda.

Iqtisodiyotda raqobatbardoshlikni aniqlash va oshirish bo‘yicha klasterli yonda-shuvining asoschisi, Garvard biznes maktabi professori Maykl Porterning fikriga ko‘ra, ma’lum bir mamlakatda klasterlar qanchalik rivojlangan bo‘lsa, aholining turmush darajasi va kompaniyalarning raqobatbardoshligi shunchalik yuqori bo‘ladi

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Agroklasterlar – qishloq xo‘jaligi va agrosanoat sohasidagi ishlab chiqarish, qayta ishlash, logistika va innovatsiyalarni birlashtiruvchi mintaqaviy klasterlar bo‘lib, ularning nazariyasi va amaliyoti bo‘yicha dunyoning bir qator taniqli olimlari tadqiqotlar olib borishgan. Ilmiy jarayonga XX asrning 80 yillarida M.Porter tomonidan "klaster" atamasi iqtisodiy kategoriya sifatida kiritilib, uning fikricha, klasterlarni bir-biri bilan bog‘liq kompaniyalar, mutaxassislar, ta’lim muassasalari va davlat institutlarining geografik jihatdan yaqin joylashgan guruhi deb ta’riflaydi. Uning fikricha, klasterlar innovatsiyalarni rag‘batlantiradi, xarajatlarni kamaytiradi, yangi bozorlarga kirishni osonlashtiradi[2].

Karlo Pyetrobell (Carlo Pietrobelli) – U rivojlanayotgan mamlakatlarda (Lotin Amerikasi, Afrika) agroklasterlarning qo‘shilgan qiymatni oshirishdagi rolini o‘rgangan. Kichik fermerlar yirik klasterlar tarkibida ishlashi ularning bozorga kirishini osonlashtiradi va mahsulot sifatini oshiradi[3].

Yoxan Bryuver (Johan Bruwer) - uning asosiy tadqiqoti vinochilik klasterlari mintaqaviy iqtisodiyotga qanday hissa qo‘shayotgani ko‘rsatilgan. Uning fikricha Agroklasterlarda ishtirokchilar (fermerlar, distillash zavodlari, eksport firmalari) hamkorlik qilganda mahsulotning global raqobatbardoshligi oshadi[4].

Olimjon To‘xtayev (O‘zbekiston) – uni asosiy tadqiqoti O‘zbekistonda paxta, meva-

[1] PF-60-son "2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot Strategiyasi to‘g‘risida"
[2] "Clusters and the New Economics of Competition" (Harvard Business Review, 1998)
[3] "Upgrading in Clusters and Value Chains in Latin America" (2004)
[4] "The South African Wine Cluster" (2010)

sabzavot va uzumchilik klasterlari eksport salohiyatini oshirish uchun muhim. Nazariyasi davlat qo‘llab-quvvatlash (subsidiyalar, kreditlar) va xususiy investitsiyalar agroklasterlarni rivojlantirish uchun zarur[1].

Botir Xo‘jayev (O‘zbekiston) – uni tadqiqoti Farg‘ona vodiysi va Toshkent viloyatidagi klasterlarda logistika, ishlab chiqarish va eksport tizimlari tahlil qilingan. Kichik fermerlar klasterga kirganda ularning daromadi 30-40% ga oshadi[2].

Aleksandr Nikonov (Rossiya) – MDH mamlakatlarida agroklasterlar-uni asosiy nazariyasi Rossiya, Qozog‘iston va Belarusdagi don klasterlarini tadqiq qilib, ularning global bozorlarga moslashuvini o‘rgangan. MDH davlatlarida umumiy agroklaster dasturlari ishlab chiqish kerak[3].

Iqtisodiyotda klaster bu nafaqat raqobat, balki mavjud muammolarning yechimini jamoaviy yondashuvda, mavjud xomashyo, energiya va mehnat zaxiralaridan samarali foydalanib, faol bilimlar almashinuviga asoslangan turg‘un ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar va o‘zaro ishonchli hamkorlikda bir texnologik tizimga birlashgan ishlab chiqarish korxona va tashkilotlari guruhi shakllanishi demakdir.

Fikrimizcha, boshqa xo‘jalik tuzilmalarida bo‘lgani kabi, klasterda ham baholash-ning ko‘rsatkichlar tizimi va moliyaviy likvidlik masalalari tahlil etilishi lozim. Misol uchun, klasterga doir biror bir innovatsion loyihaning moliyaviy holatini aniqlashda hal etiladigan asosiy vazifa bu o‘z vaqtida klasterning to‘lovga layoqatini nazarda tutgan holda uning likvidligini baholash va moliyaviy majburiyatlarga egaligi bo‘yicha to‘liq hajmda javob berish, ayniqsa, uning mablag‘larini investitsiyalash davridagi chora-tadbirlardan iborat bo‘lishi kerak.

Bunda moliyaviy holatning kelgusidagi rejasi quyidagilarni o‘z ichiga oladi: foyda rejasi (moliyaviy natijalar to‘grisidagi hisobot); pul mablag‘lari harakati rejasi (pul mablaglari harakati tugrisida hisobot); rejali balans (balans hisoboti). Shuningdek, ushbu loyihaning optimalligini baholash uchun optimal ko‘rsatkichlar tizimidan ham foydalaniladi. Maykl Porter (Michael E. Porter) – Klasterlarning moliyaviy ustunliklari nazariyasi "Klasterlarda xarajatlarni optimallashtirish va daromadlilik"[4]. Porter klasterlarning moliyaviy afzalliklarini quyidagilar bilan izohlaydi, xarajatlarni kamaytirish, investitsion jozibadorlik, innovatsiyalar orqali qo‘shimcha daromad.

Alohida qayd etishimiz mumkinki, ushbu olimlar goyasini O‘zbekistonda klaster-larni shakllantirish uchun muhim ilmiy va iqtisodiy asos sifatida qabul qilishimiz mumkin.

Agroklaster moliyaviy tahlilining jihatlaridan biri uning muhim ishtirokchilarini birgalikda qishloq xo‘jaligi mahsulotlari ishlab-chiqarish, qayta ishlash va sotishga doir ilmiy tadqiqot jarayonlarini o‘zida mujassamlashtirgan hamkorlikdagi loyihalarini amaliyotda ko‘llash orqali iqtisodiy samaradorligini oshirish hisoblanadi.

Tadqiqot metodologiyasi. U ilmiy abstraksiya, kuzatish, taqqoslash, korrelyatsiya-regressiya tahlilariga asoslanadi.

Tahlil va natijalar. Agroklasterlarni eksport hajmiga ta’sir etuchi omillarga agroklasterlarni yer maydoni, ularni qayta ishlash quvvatlari va boshqa omillar kiradi. Birinchi bandda keltirilga ma’lumotlarga asoslanib, quyidagi muammoni ekonometrik modelini tuzamiz va uni iqtisodiy tahlil qilamiz.

1-jadval.

Agroklasterlar eksport hajmiga ta’sir etuvchi omillar[5] (mln $).

№	Yillar	*X*	*Y*
1	2015	120	20
2	2016	200	30
3	2017	300	50
4	2018	450	70
5	2019	600	100

[1] "O‘zbekistonda agrosanoat klasterlarini rivojlantirish strategiyalari" (2023)
[2] "O‘zbekistonda agroklasterlarning iqtisodiy samaradorligi" (2021)
[3] "Post-sovet mamlakatlarida qishloq xo‘jaligi klasterlari" (2020)
[4] *"The Competitive Advantage of Nations"* (1990) – milliy iqtisodiyotda klasterlarning moliyaviy ahamiyati.
[5] O’zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika miliy agentligi ma’lumotlar asosida mualliflar ishlanmasi

6	2020	554	72
7	2021	841,8	75
8	2022	1450	250
9	2023	2950	500
10	2024	4000	800

Manba: Muallif ishlanmasi stat.uz., agro.uz ma’lumotlari asosida

Jadvalda

y-eksport hajmi mln$;

x-qayta ishlash quvvatlari ming tonna.

Chiziqli regressiya tenglamasining tenglamasining parametrlarini hisoblash uchun 2-hisoblash jadvalini tuzamiz.

2-jadval

Chiziqli regressiya tenglamasining tenglamasining parametrlarini hisoblash[1]

№	x	y	Xy	x^2	y^2	$\hat{y}_x$	y-$\hat{y}_x$	A_i
1	120	20	2400	14400	400	-50,2831	70,2831	351,4155
2	200	30	6000	40000	900	-65,8831	95,8831	319,6103
3	300	50	15000	90000	2500	-85,3831	135,3831	270,7662
4	450	70	31500	202500	4900	-114,633	184,6331	263,7616
5	600	100	60000	360000	10000	-143,883	243,8831	243,8831
6	554	72	39888	306916	5184	-134,913	206,9131	287,3793
7	841,8	75	63135	708627,24	5625	-191,034	266,0341	354,7121
8	1450	250	362500	2102500	62500	-309,633	559,6331	223,8532
9	2950	500	1475000	8702500	250000	-602,133	1102,133	220,4266
10	4000	800	3200000	16000000	640000	-806,883	1606,883	200,8604
Jami	11465,8	1967	5255423	28527443,24	982009	-2504,66	4471,662	2736,668
O‘rtacha	1146,58	196,7	525542,3	2852744,324	98200,9	-250,466	447,1662	273,6668
O‘rtacha^2	1314645,6	3869 0,89	-	-	-	-	-	-

Jadval ma’lumotlaridan foydalanib $y=a+bx$ chiziqli funksiyani ozod hadlari qiymatlarini topamiz. Eng avvalo quyidagilarni aniqlab olamiz:

n=10; $\sum x$=11465,8; $\sum y$=1967; $\sum xy = 5255452$; $\sum x^2$=28527443,2

$b=\frac{n\sum xy-\sum x\sum y}{n\sum x^2-(\sum x)^2}$; a=$\bar{y}-b\bar{x}$ [2] (1)

b=$\frac{10\cdot 5255452-11465{,}8\cdot 1967}{10\cdot 28527443{,}2-(11465{,}8)^2}$ = 0,195

a=196,7-0,195·1146,58= -26,8831.

Hosil qilingan regressiya tenglamasi quyidagiga teng bo‘ladi:

y=-26,8831+0,195x

Tenglamadan agroklasterlarni qayta ishlash quvvatlari 1 birlikka oshirilsa aroklasterlarni eksport hajmi 0,195 birlikka oshishini ko‘rishimiz mumkin.

Chiziqli bog‘liqlikning zichligini korrelyatsiya koeffitsiyenti baholaydi va u quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$r_{xy}=\frac{\overline{x\cdot y}-\bar{x}\cdot\bar{y}}{\sqrt{\overline{x^2}-\bar{x}^2}\sqrt{\overline{y^2}-\bar{y}^2}}$ [3] (3)

[1] O’zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika miliy agentligi ma’lumotlar asosida mualliflar ishlanmasi

[2] B.Y.Xodiyev, T.Sh.Shodiyev, B.B.Berkinov „Ekonometrika’’ o’quv qo’llanma Toshkent-iqtisodiyot -2018

[3] X.Q.Qarshiboyev „Ekonometrika’’ darslik Toshkent-iqtisod-moliya 2021y

r_{xy}=$\frac{525542,3-1146,8\cdot196,7}{1240,2\cdot243,95}$=$\frac{300010,014}{302546,79}$=0,99. r_{xy}^2=0,98

Korrelyatsiya koeffitsiyenti Cheddok modeli bo‘yicha -1< 0 < 1 oralig‘ida bo‘ladi. Yuqoridagi korrelyatsiya koeffitsiyentidan bizga ma’lumki omillar o‘rtasida zich bog‘lanish mavjud.

Modelning sifatini approksimatsiyaning o‘rtacha xatoligi aniqlaydi:

$\bar{A}$=$\frac{1}{n}\sum A_i$=$\frac{1}{n}\sum\left|\frac{y_x-\overline{y_x}}{y_x}\right|\cdot 100\% = 273,6668$ %. (4)

Tuzilgan model sifati yomon, chunki $\bar{A}$ ning qiymati 8-10% dan oshib ketdi.

Elastiklik koeffitsiyenti *x* ning *y* ga qanchalik ta’sir qilishini ko‘rsatadi va u quyidagi formula orqali aniqlanadi:

E=b$\cdot\frac{\bar{x}}{\bar{y}}$ = 0,195$\cdot\frac{1146,58}{196,7}$ = 1,14 (5)

Regressiya chizig‘i tenglamasini baholash Fisherning F-belgisi yordamida olib boriladi. Fisherning F-belgisi miqqdori determinanatsiya koeffitsiyeenti r_{xy}^2 bilan bog‘langan bo‘lib, u quyidagi formula bilan hisoblanadi:

F_{fakt}=$\frac{r_{xy}^2}{1-r_{xy}^2}\cdot(n-2)$[1]. (6)

F_{fakt}=$\frac{0,98}{1-0,98}\cdot(10-2)=49\cdot8=392$

Mezonning 5%lik ahamiyatlilik darajasi va k_1=1 va k_2=10-2=8 erkinlik darajasida F_{fakt}=392. F_{fakt}=392> F_{jadval}=2,262 bo‘lgani uchun regressiya tenglamasi statistik ahamiyatli hisoblanadi.

Regressiya tenglamasini statistik ma’nodorligini baholashni Styudentning t-belgisi yordamida olib boramiz. Erkinlik darajasi df=n-1 t(0,05, 9)≈2,262 (a=0,05, df=9) ga teng, ya’ni t_{jad}=2,262.

Endi σ_x ni qiymatini hisoblab olamiz va u quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

σ_x=$\sqrt{\overline{x^2}-\bar{x}^2}$ (7)

σ_x=$\sqrt{2852744,324-1314645,6}$=1240,201

Ehtimoliy xatolikni aniqlaymiz va u quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$S_{qold}=\sqrt{\sum(y_i-\bar{y}_i)^2}$ [2] (8)

S_{qold}=$\sqrt{(1967)^2-2\cdot1967\cdot(-2504,66)+(-2504,66)^2}$=4471,66

m_a=$S_{qold}\cdot\frac{\sqrt{\sum x^2}}{n\cdot\sigma_x}$=4471,66$\cdot\frac{\sqrt{28527443,24}}{10\cdot1240,201}$=4471,66$\cdot\frac{5341,108802}{12402,01}$=1925,79; (9)

m_b=$\frac{S_{qold}}{\sigma_x\cdot\sqrt{n}}$=$\frac{4471,66}{1240,201\cdot\sqrt{10}}$=$\frac{4471,66}{1240,201\cdot3,16}$=1,141; (10)

$m_{r_{xy}}$=$\sqrt{\frac{1-r_{xy}^2}{n-2}}$=$\sqrt{\frac{1-0,98}{10-2}}$=$\sqrt{\frac{0,02}{8}}$=0,05. (11)

Bundan,

t_a=$\frac{a}{m_a}$=$\frac{-26,8831}{1925,79}$=-0,014;

t_b=$\frac{b}{m_b}$=$\frac{0,195}{1,141}$=0,171;

$t_{r_{xy}}$=$\frac{r_{xy}}{m_{r_{xy}}}$=$\frac{0,99}{0,05}$=19,8.

n=10, 10-2=8, a=0.05 uchun F_{jadv}=2,262 bo‘lganda quyidagi tengsizliklar o‘rinli:

t_a=-0,014< t_{jadv}=2,262; t_b=0,171< t_{jadv}=2,262; t_{xy}=19,8> t_{jadv}=2,262.

Natijalar shuni ko‘rsatadiki, n=10 bo‘lganda faqat t_{xy} statistik ma’nodor.

Xulosa va takliflar. Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida agroklasterlarning faoliyatini ekonometrik modellashtirish va ularning eksport salohiyatini prognozlash masalalari ko‘rib chiqilgan. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, agroklasterlarning eksport hajmi ularning

[1] A.N.Raximov ,,Ekonometrikaga kirish’’ Toshkent Iqtisodiyot 2023y

[2] B.B.Berkinov. Econometrics. Textbook. Tashkent.: “Science and technology”, 2015, Pg. 164.

qayta ishlash quvvatlari bilan chiziqli bog‘liqlikka ega. Maqoladagi regressiya tahlili natijasida quyidagi chiziqli bog‘lanish aniqlandi:

$$y=-26{,}8831+0{,}195x.$$

Bu chiziqli tenglama shuni ko‘rsatadiki, agroklasterlarning qayta ishlash quvvati 1 ming tonnaga oshganda, eksport hajmi o‘rtacha 0,195 million dollarga ortadi. Korrelyatsiya tahlili (r_{xy}=0,99) ko‘rsatkichlari o‘rtasida juda kuchli chiziqli bog‘lanish mavjudligini tasdiqlaydi.Determinatsiya koeffitsienti (r^2=0,98) eksport hajmi o‘zgarishining 98% qayta ishlash quvvatlari bilan izohlanishini ko‘rsatadi. Fisher va Styudent kriteriyalari yordamida modelning statistik ahamiyatliligi tekshirilib, regressiya tenglamasi ishonchli ekanligi tasdiqlandi. Elastiklik koeffitsienti (1,14) agroklasterlarning eksport hajmi qayta ishlash quvvatlariga nisbatan elastik ekanligini ko‘rsatadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. PF-60-son "2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot Strategiyasi to‘g‘risida".
2. "Clusters and the New Economics of Competition" (Harvard Business Review, 1998)
3. "Upgrading in Clusters and Value Chains in Latin America" (2004)
4. "The South African Wine Cluster" (2010)
5. "O‘zbekistonda agrosanoat klasterlarini rivojlantirish strategiyalari" (2023)
6. "O‘zbekistonda agroklasterlarning iqtisodiy samaradorligi" (2021)
7. "Post-sovet mamlakatlarida qishloq xo‘jaligi klasterlari" (2020)
8. *"The Competitive Advantage of Nations"* (1990) – milliy iqtisodiyotda klasterlarning moliyaviy ahamiyati.
9. B.Y.Xodiyev, T.Sh.Shodiyev, B.B.Berkinov ,,Ekonometrika’’ o‘quv qo‘llanma Toshkent-iqtisodiyot - 2018
10. X.Q.Qarshiboyev ,,Ekonometrika’’ darslik Toshkent-iqtisod-moliya 2021y
11. A.N.Raximov ,,Ekonometrikaga kirish’’ Toshkent Iqtisodiyot 2023y
12. B.B.Berkinov. Econometrics. Textbook. Tashkent.: “Science and technology”, 2015, Pg. 164.

Б.Азизкулов, М.Аьзамов, Д. Уроқова

Эконометрическое прогнозирование деятельности кластеров

Аннотация: В статье рассмотрена эконометрическая модель деятельности кластеров, а также определены эндогенные и экзогенные показатели проблемы. В исследовании изучены факторы, влияющие на кластеры, и представлены научные выводы о взаимосвязях между факторами эконометрического анализа. С помощью многофакторного анализа были исследованы объем экспорта агрокластеров и их производственные мощности, определены результирующие факторы показателей, выявлены взаимосвязи между факторами, построено уравнение парной линейной регрессии, рассчитаны коэффициент парной линейной корреляции, коэффициент эластичности и средние ошибки аппроксимации. Кроме того, точность прогноза оценена путем расчета ошибки прогнозирования и доверительного интервала.

Ключевые слова: деятельность кластеров, анализ инвестиционной деятельности, инвестиционная оценка, политика кластеризации, кластерные структуры, кластерный подход, конкурентоспособность экономики, линейная функция, коэффициент эластичности, парная регрессия.

B.Azizkulov, M.Azamov, D.Urakova

Econometric forecasting of clasteer activity

Abstract: The article examines an econometric model of cluster operations, identifying both endogenous and exogenous indicators of the problem. The study investigates factors influencing clusters and presents scientific conclusions about the relationships between econometric analysis factors. Through multifactor analysis, the study explores the export volume and production capacity of agro-clusters, determines resulting factor indicators, and identifies inter-factor relationships. The research establishes a paired linear regression equation, calculates the paired linear correlation coefficient, elasticity coefficient, and average approximation errors. Furthermore, the forecast accuracy was evaluated by computing prediction errors and confidence intervals.

Keywords: cluster activity, investment activity analysis, investment evaluation, clustering policy, cluster structures, cluster approach, economic competitiveness, linear function, elasticity coefficient, paired regression.

ТАЪЛИМ, КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ ВА ПЕДАГОГИКА

Feruza Kubaymurodovna Ismoilova – Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi

TA’LIM XIZMATLARI BOZORIDA MALAKALI KADRLARGA BO‘LGAN EHTIYOJNI SHAKLLANTIRISH ASOSLARI

Anotatsiya. Ushbu maqolada ta’lim xizmatlari bozorida malakali kadrlarga bo‘lgan talabni shakillantirish bosqichlari yoritilgan. Ta’lim xizmatlari bozori va sohaga oid tashkilotlarda turli xil malaka darajasidagi mutaxassislarga bo‘lgan talabini umumiylashtirishga ko‘maklashuvchi asosiy strategiyalarni amalga oshirish mexanizmlari ko‘rsatib o‘tilgan.
Kalit so‘zlar: ta’lim xizmatlari, talab, mehnat resurslari, kasbiy tayyorgarlik, xalqaro reyting, ehtiyoj, integratsiya, hamkorlik.

Kirish. Hozirgu kunda iqtisodiy islohotlarning chuqurlashuvi va ta’lim xizmatlari bozorida yuzaga kelayotgan kuchli raqobat ushbu sohaning holati va istiqbolini tahlil qilishda yangi metodologik yondashuvlarni, ayniqsa malakali mutaxassislarga bo‘lgan talabni inobatga olgan holda, qayta ko‘rib chiqish zaruratini yuzaga keltirmoqda. O‘zbekistonda olib borilayotgan keng qamrovli islohotlar yuqori malakali, innovatsion faoliyat sharoitlariga moslasha oladigan, turli iqtisodiy tarmoqlarda samarali ishlay oladigan bilimli va tajribali mutaxassislarni jalb etishni taqozo etmoqda. Ayni paytda, iqtisodiy, demografik va boshqa omillar ta’sirida mehnat resurslarini takror ishlab chiqarish sur’atlarining kamayib borayotganligi sharoitida malakali kadrlarning faolligini oshirish va bu jarayonni tizimli boshqarish dolzarb masalalardan biri sanaladi.

Hozirgi davrda ayrim hududlarda iqtisodiy tizimlarning malakali mutaxassislarga bo‘lgan talablari bilan ta’lim xizmatlari bozorining takliflari o‘rtasida muayyan nomutanosibliklar mavjud bo‘lib, bu holat salbiy oqibatlar keltirib chiqarmoqda. Xususan, quyidagi muammolar buni yaqqol aks ettiradi:

- oliy ta’lim muassasalari tomonidan ayrim yo‘nalishlar bo‘yicha ortiqcha mutaxassislar tayyorlanishi, boshqa muhim kasblar bo‘yicha esa mutaxassislar tanqisligining paydo bo‘lishi;
- bitiruvchilarning amaliy ko‘nikmalari va kasbiy tayyorgarlik darajasining yetarli emasligi, bu esa ish beruvchilarning talablariga javob bermaslik holatlarini keltirib chiqarishi;
- ba’zi bir hududlarda me’yordan ortiq ishsizlikning ko‘payishi va davom etayotganligi;
- iqtisodiy inqirozning korxona va tashkilotlar faoliyatiga salbiy ta’siri natijasida xodimlar sonining qisqarishi, bu esa oliy ta’lim muassasalari bitiruvchilari uchun ish o‘rinlari imkoniyatlarini kamaytirishi va boshqa shunga o‘xshash holatlar.

O‘zbekistonda aholining ko‘pligi, ta’lim xizmatlari va ilmiy salohiyatning mavjudligi, mehnat bozoridagi nomutanosibliklar, ish beruvchilarning malakali mutaxassislarga bo‘lgan talabi bilan mavjud ishchi kuchining ixtisoslashuv darajasi o‘rtasidagi tafovutlar bilan birgalikda namoyon bo‘lmoqda. Bunday sharoitda korxonalarning malakali kadrlarga bo‘lgan talablari va ta’lim xizmatlari bozoridan keladigan takliflar o‘rtasidagi nomuvofiqlik salbiy iqtisodiy va ijtimoiy oqibatlarga olib keladi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Ta’lim xizmatlari bozorining rivojlanishi hamda hududiy ta’lim tizimlari faoliyati jarayonida vujudga keluvchi iqtisodiy munosabatlar masalasi ilmiy adabiyotlarda keng yoritilgan bo‘lib, mazkur yo‘nalishdagi tadqiqotlar Gaynarov D.A., Galyamov R.R., Baburin V.A., Balyxin G.A., Volkov S.D., Guzov Yu.N., Lisitsin S.A., Minaev D.V. va boshqa olimlar tomonidan olib borilgan..

Mavzu yuzasidan mahalliy olimlarimizdan G.N.Axunova, S.S.G‘ulomov, D.N.Rahimova M.X.Saidovlar ham ta’lim tizimi, yoshlar ish bilan bandligi muammolari, mehnat bozori segmenti va yuqori malakali kadrlar tayyorlash borasida ilmiy izlnishlar olib borishgan.

Ushbu olimlarning ishlari ta’lim xizmatlari bozorida kadrlarga bo‘lgan talabni rivojlantirish jarayonlari uchun nazariy asos bo‘lib xizmat qiladi. Ular olib borgan tadqiqotlar ta’limni xalqaro darajada sifatli va raqobatbardosh qilishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Ta’lim xizmatlari bozorida malakali kadrlarga bo‘lgan ehtiyoj-

ni rivojlantirish asoslarining metodologiyasi nazariy va amaliy yondashuvlarni uyg‘unlashtirishni talab qiladi. Bu jarayonni chuqur tahlil qilish, uning muvaffaqiyat omillarini aniqlash va natijalarini samarali boshqarish maqsadida jamlash, guruhlash, induksiya va deduksiya, tahlil va sintez usullari qo‘llanildi.

Tahlil va natijalar. Ta’lim xizmati bozori mamlakat rivojlanishining asosiy tarmoqlaridan biri bo‘lib, jamiyatda inson kapitaliga bo‘lgan talabni shakllantiradi, iqtisodiy rivojlanishni barqarorlashtirishga hamda ijtimoiy sohalarni takomillashtirishga xizmat qiladi. Jumladan, ta’lim xizmatlari bozorini barqaror rivijlantirish va uning sifatini oshirish har bir jamiyatning strategik maqsadlaridan biri bo‘lishi kerak.

Ko‘pgina tadqiqotlarning aksariyati ta’lim xizmatlari bozorida ta’lim sifati, ta’lim muassasalarini boshqarish va o‘quv jarayonlarini tashkil etish kabi amaliy masalalarni hal etishga yo‘naltirilgan. Shu o‘rinda, iqtisodiy tizimlarning malakali kadrlarga bo‘lgan ehtiyoji va ta’lim xizmatlari bozorining o‘zaro aloqadorligini, ayniqsa, bu munosabatlarning nazariy asoslari hamda ularning iqtisodiy xususiyatlarini chuqur tahlil qiluvchi tadqiqotlar yetarli darajada ishlab chiqilmagan. Xususan, ta’lim va bandlik sohalariga global tendensiyalarning ta’siri, yangi yo‘nalishlarning shakllanishi va ularning mintaqaviy kontekstdagi aks ettirilishi kam yoritilgan.

Ushbu sharoitda ta’lim xizmatlarining hududiy bozori hamda iqtisodiyot tarmoqlarining professional kadrlarga bo‘lgan talablari o‘rtasidagi nomuvofiqlikni bartaraf etish maqsadida kompleks strategik yondashuv va samarali mexanizmlarni ishlab chiqish dolzarb masala sifatida qaralmoqda. Bu esa, o‘z navbatida, mehnat bozorining ehtiyojlariga mos kadrlar tayyorlashni ta’minlash, ularning ixtisoslashgan bandligini oshirish hamda tarkibiy ishsizlik darajasini kamaytirishga xizmat qiladi.

Ta’lim xizmatlari bozorida kechayotgan o‘zgarishlarning yuqori darajadagi dinamikasi ta’lim sohasi hamda ishlab chiqarish sektori o‘rtasida samarali integratsiya va barqaror hamkorlik mexanizmlarini shakllantirishni talab qilmoqda. Bunday sharoitda yangi metodologik yondashuvlarni ishlab chiqish zarurati yuzaga keladi. Xususan, ta’lim xizmatlari bozorining takliflari bilan real sektor – ya’ni korxonalar va tashkilotlarning turli malaka darajasidagi kadrlarga bo‘lgan ehtiyojlari o‘rtasida muvozanatni ta’minlash, ta’lim sohasini chuqur isloh qilish va uning tuzilmasini qayta ko‘rib chiqishni taqozo etadi.

Mazkur yo‘nalishda samarali natijaga erishish uchun amalga oshirilishi lozim bo‘lgan dastlabki choralar qatoriga ta’lim muassasalarining integratsiyalashgan modelini shakllantirish kiradi. Jumladan, ko‘p bosqichli ta’lim tizimini qo‘llab-quvvatlaydigan resurs markazlari va o‘quv-ishlab chiqarish majmualarini tashkil etish orqali bilim berish, amaliy ko‘nikmalarni shakllantirish hamda bandlikka yo‘naltirishning yagona tizimi yaratilib, ta’lim va ishlab chiqarish o‘rtasidagi uzviy bog‘liqlik mustahkamlanadi.

Zamonaviy iqtisodiy va ijtimoiy sharoitlarda ta’lim xizmatlariga bo‘lgan talab shakllanishiga ta’sir etuvchi asosiy omillar aniqlangan. Jumladan, yirik shaharlarda ta’lim muassasalarining yuqori darajada kontsentratsiyalashuvi, oliy ta’lim muassasalari sonining keskin o‘sishi, shu bilan birga, asosiy kasbiy ta’limni ta’minlovchi o‘rta maxsus va professional ta’lim muassasalari ulushining kamayishi, ta’lim xizmatlarini tijoratlashtirish jarayonining kuchayishi, aholi tomonidan ushbu xizmatlarga nisbatan barqaror talab mavjudligi hamda ta’limning ommaviy hodisaga aylanishi ushbu jarayonlarga misol bo‘la oladi.

Mazkur holatlarni tahlil qilish natijasida, bandlikning an’anaviy va muqobil (moslashuvchan) shakllarini hisobga olgan holda ta’lim xizmatlari bozorining hududiy kesimda muvozanatli rivojlanishini ta’minlash bo‘yicha ilmiy-uslubiy yondashuvlar ishlab chiqilgan. Ushbu yondashuvlar aholining ta’lim xizmatlariga bo‘lgan real ehtiyojlarini aniqlash, iqtisodiyot tarmoqlarining malakali kadrlarga bo‘lgan o‘sib boruvchi talabini qondirish hamda ta’lim va bandlik o‘rtasidagi tizimli uzviylikni mustahkamlashga qaratilgan.

Hozirgi vaqtda ta’lim xizmatlari bozoridan kelayotgan takliflar bilan korxonalarning malakali kadrlar ehtiyoji o‘rtasida muayyan darajadagi nomuvofiqlik (nomutanosiblik) mavjudligi ko‘zga tashlanmoqda. Bu holat bir qator salbiy tendensiyalar orqali ifodalanadi. Xususan, iqtisodiyotda ayrim kasblar bo‘yicha mutaxassislar yetishmasligi bilan birga, oliy ta’lim muassasalarini bitirayotgan ayrim yo‘nalishlar bo‘yicha mutaxassislarning ortib borishi

kuzatilmoqda. Bundan tashqari, ta’lim muassasalarining bitiruvchilarining kasbiy tayyorgarlik darajasi va amaliy ko‘nikmalarining sifat jihatidan ish beruvchilarning talablariga mos kelmasligi muammo sifatida mavjud.

Ko‘plab hududlarda tarkibiy ishsizlik darajasining yuqori bo‘lishi ham ushbu nomuvofiqlikni kuchaytirayotgan omillardandir. Shuningdek, iqtisodiy inqiroz oqibatida korxona va tashkilotlarda xodimlar sonining qisqarishi ta’lim muassasalari bitiruvchilari uchun mavjud ish o‘rinlari sonining kamayishiga sabab bo‘lmoqda. Ushbu muammolarni yechish uchun ta’lim va mehnat bozorining ehtiyojlari o‘rtasidagi muvozanatni ta’minlovchi tizimli choralar ishlab chiqish va amalga oshirish zarur.

O‘zbekiston hududlaridagi ta’lim xizmatlari bozorining o‘ziga xos xususiyatlari mavjud bo‘lib, ular ta’lim tizimining strukturaviy va funksional jihatlarini chuqur tahlil qilishni talab qiladi. Jumladan, yirik shaharlardagi ta’lim muassasalarining yuqori darajada kontsentratsiyalashuvi ta’lim resurslarining markazlashuvi va ta’limga bo‘lgan talabning asosan shaharlarda to‘planishini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, boshlang‘ich kasb-hunar ta’limi beruvchi muassasalarning ulushi kamayib borayotgan bir paytda, oliy ta’lim muassasalari, xususan universitetlar sonining keng ko‘lamli o‘sishi kuzatilmoqda. Bu jarayon natijasida ta’lim xizmatlari ommaviylashib, aholining ta’limga bo‘lgan barqaror talabini shakllantirmoqda. Ta’lim muassasalari esa asosan davlat sektori tomonidan boshqarilmoqda va nodavlat sektorga nisbatan ustunlikka ega bo‘lib, bu bozorning xususiylashtirilishi va diversifikatsiyasini cheklovchi omil sifatida namoyon bo‘ladi. Mazkur xususiyatlar ta’lim xizmatlari bozorining rivojlanish istiqbollari hamda hududiy ta’lim siyosatini shakllantirishda muhim omil hisoblanadi.

Ta’lim xizmatlari bozorida davlatning uch tomonlama roli mavjud bo‘lib, u ta’lim tizimining samarali faoliyati va ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikni ta’minlashda muhim ahamiyatga ega.

Birinchi tomondan, davlat davlat sektoridagi hamda davlat uchun strategik ahamiyatga ega boshqa tarmoqlardagi korxona va tashkilotlar uchun ta’lim xizmatlarining asosiy buyurtmachisi sifatida faoliyat yuritadi.

Ikkinchi tomondan, davlat ta’lim xizmatlari iste’molchilari hamda ta’lim muassasalarini ijtimoiy-iqtisodiy qo‘llab-quvvatlash funksiyalarini bajaradi, bu esa bepul va barcha uchun ochiq bo‘lgan ta’lim xizmatlarini davlat byudjeti hisobidan moliyalashtirish orqali amalga oshiriladi.

Uchunchi tomondan, davlat bozorda an’anaviy hisoblangan funksiyalarni bajarishga mas’uldir. Jumladan, ta’lim xizmatlari bozori subyektlarini monopoliyadan, biznesdagi insofsizlikdan va noto‘g‘ri reklamadan himoya qilish, ta’lim sifatini nazorat qilish, shuningdek, davlat hisoboti va statistikasini yuritish kabi vazifalarni amalga oshiradi. Shu nuqtai nazaridan, mehnat bozori bilan ta’lim xizmatlari bozori o‘rtasidagi muvozanatni saqlashga qaratilgan davlat chora-tadbirlarini ham ushbu ro‘yxatga kiritish maqsadga muvofiqdir.

Inson kapitalini rivojlantirishda ta’limning o‘rni jiddiy ahamiyat kasb etadi va bu soha nafaqat davlat, balki ish beruvchilar tomonidan ham alohida e’tibor qaratiladigan yo‘nalish hisoblanadi. An’anaviy nuqtai nazardan qaraganda, zamonaviy rivojlanayotgan iqtisodiyot uchun yuqori malakali, oliy kasbiy ta’limga ega bo‘lgan mutaxassislarni tayyorlash kadrlar tayyorlash tizimining eng muhim shakli sifatida qolmoqda.

Shu bilan birga, iqtisodiyotda innovatsion tamoyillarning kuchayishi, jamiyat hayotida liberal qadriyatlarning o‘sishi kabi global tendensiyalar fonida aholining yollanma ishchilar qatlamidan yanada erkinroq turmush tarziga va shu bilan bog‘liq ravishda erkinroq bandlik shakliga bosqichma-bosqich o‘tishi kuzatilmoqda. Ushbu jarayon ta’lim xizmatlari bozori muvozanatiga va iqtisodiyotning professional kadrlar talabiga sezilarli darajada ta’sir ko‘rsatadi.

Shuning uchun, mazkur tendensiyaning rivojlanishini prognoz qilishda mintaqaning o‘ziga xos ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlari va ta’lim tizimining xususiyatlarini hisobga olish zarurdir. Bu esa, o‘z navbatida, ta’lim xizmatlari bozori va mehnat bozorining moslashuvchanligini oshirish, malakali kadrlar tayyorlash tizimini mintaqa xususiyatlariga muvofiq rivojlantirish bo‘yicha ilmiy asoslangan strategiyalarni ishlab chiqishni taqozo etadi. 2024 yilda iqtisodiyot yo‘nalishi bo‘yicha malakali kadrlarga bo‘lgan talab va taklifni o‘zgarishini 1-jadvalda ko‘rishimiz mumkin.

1-jadval

Iqtisodiyot yo‘nalishida malakali kadrlarga bo‘lgan talab

№	Iqtisodiyot yo‘nalishi	Yillik talab (ming kishi)	Mavjud kadrlar (ming kishi)	Yetishmov-chilik (%)	Ortiqcha kadrlar(%)
1	Bank ishi va moliya	10	12	-	20%
2	Sug‘urta va investitsiyalar	8	5	25%	-
3	Korporativ boshqaruv	6	5	17%	-
4	Soliq va audit	7	6	14%	-
5	Biznes va tadbirkorlik	9	10	-	11%
6	Marketing va reklama	5	6	-	20%
7	Davlat boshqaruvi va iqtisodiy siyosat	6	5	17%	-

Ushbu jadval iqtisodiyot sohasida ayrim yo‘nalishlar bo‘yicha kadrlar yetishmovchiligi mavjudligini, ba’zi yo‘nalishlarda esa ortiqcha kadrlar shakllanayotganini ko‘rsatadi. Ta’lim xizmatlari bozori va korxonalarning turli malaka darajasidagi kadrlarga bo‘lgan ehtiyojlarini yanada muvofiqlashtirishga yordam beruvchi eng muhim tendentsiya ta’lim tashkilotlari va kasbiy tayyorgarlikka ega ishchi kuchini jalb qilishdan manfaatdor korxonalar o‘rtasida strategik hamkorlikni yo‘lga qo‘yishdir.

Malakali kadrlarning yetishib chiqishi ilm-fan, texnologiya va san’at sohalarida innovatsiyalarni kuchaytirib, jamiyatning ma’naviy rivojlanishiga hissa qo‘shadi. Shu bilan birga, ta’lim aholining mehnat bozorida muvaffaqiyatli raqobatlashishiga yordam beradi, bu esa ishsizlik darajasining keskin kamayishiga olib keladi.

Xulosa va takliflar. Har bir korxona rahbari doimo malakali kadrlarni ishga olishga, mavjud kadarlarni slohiyatini oshirishga va iqtisodiy rivojlanish uchun yangi loyihalarga ega bo‘lishga intiladi. Shu o‘rinda ta’lim xizmatlari bozorida malakali kadrlarga bo‘lgan ehtiyojni shakllantirishda bir qancha bosqichlarni to‘g‘ri tashkil etish muhim sanaladi:

1. Bozor talabini tahlil qilish, ya’ni mavjud ish o‘rinlari, ishsizlik darajasi, sohalar bo‘yicha ishchi kuchiga bo‘lgan talabni, yangi kasblar va zamonaviy ko‘nikmalarga ehtiyoj, qaysi mutaxassisliklarga talab yuqoriligi va qanday ko‘nikmalar yetishmayotganini aniqlash va yechimini topish.
2. Ta’lim darajasi va mehnat bozoriga mos kelishi, kasbiy rivojlanish dasturlari hamda bitiruvchilarning bandlik ko‘rsatkichlarini tahlil qilib, ularni amaliy faoliyatda qo‘llash lozim.
3. Kelajak prognozlarini ishlab chiqish, ya’ni ish o‘rinlari o‘sishi va kamayishini bashorat qilish, yangi kasblarning shakllanishi, texnologiyalar va boshqa sohalardagi o‘zgarishlar inobatga olinishi va strategiyasi ishlab chiqilishi zarur.
4. Ta’lim xizmatlarini rivojlantirish strategiyalarini ishlab chiqish, ya’ni o‘quv dasturlarini modernizatsiya qilish, davlat va xususiy sektor hamkorligi, ish beruvchilar bilan hamkorlikda o‘quv dasturlarini yaratish va uzluksiz ta’lim tizimini takomillashtirish hamda malaka oshirish, qayta tayyorlash dasturlarini kuchaytirish bo‘yicha zamonaviy dasturlar ishlab chiqish muhim sanaladi.

Ta’lim xizmatlari bozorida malakali kadrlarga bo‘lgan talabni shakllantirish samarali ta’lim tizimini barpo etish va mehnat bozorining ehtiyojlariga mos keladigan mutaxassislarni tayyorlash orqali amalga oshiriladi. Bu jarayon ta’lim muassasalarining o‘quv dasturlarini zamonaviy iqtisodiyotning rivojlanish tendensiyalari va sanoat tarmoqlarining professional talablariga muvofiqlashtirishni talab etadi.

Ta’lim xizmatlari bozori malakali kadrlar tayyorlash jarayonida nafaqat nazariy bilimlar, balki amaliy ko‘nikmalarni ham shakllantirishi lozim, bu esa mutaxassislarning bandlik imkoniyatlarini kengaytiradi hamda iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshiradi. Ta’lim dasturlarini ta’lim xizmatlari bozori talablariga moslashtirish, o‘qituvchilarning malakasini oshirish va ta’lim infratuzilmasini rivojlantirish orqali ushbu yo‘nalishda yuqori natijalarga erishish mumkin. Ta’lim xizmatlari har qanday jamiyat va iqtisodiyotning poydevori bo‘lib, u inson kapitalini rivojlantirish, innovatsiyalarni rag‘batlantirish va iqtisodiy barqarorlikni

ta’minlashga xizmat qiladi. Shunday ekan, mamlakatlar ta’lim tizimini takomillashtirish orqali nafaqat ijtimoiy rivojlanishga, balki uzoq muddatli iqtisodiy taraqqiyotga ham erishishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Гайнаров Д.А., Галямов Р.Р. Модель минимизации структурних дисбалансов рынка труда. Вестник УГАТУ. 2006,Т,8,№ 2. С. 89-92
2. Буланов В.С. Труд ка фактор социально-экономического развития. -М.: Изд-во РАГС,2007.
3. Васильев В.Н., Питухин Е.А., Гуртов В.А. Рынок труда и рынок образовательных услуг в Российской Федерации. -М.: Техносфера,2007.
4. Абдулкеримов И.З. Факторы и условия развития интеграционных процессов на рынке образовательных услуг // Региональные проблемы экономической трансформации. - 2011. - № 2 (28). 286-292.
5. EshboyevA.X.(2008). Bozor munosabatlariga o‘tish davrida ta’lim tizimining milliy iqtisodiyotni rivojlantirishga ta’siri: i.f.n. dis. avtoreferati. –T.: -25 b.
6. Xasanova.G. Oliy ta’lim muassasalari pedagoglarining kreativ qobiliyatlarini rivojlantirishning mazmuni. Academic Research in Educational Sciences. 2021.
7. Usmonova R.M. (2011) Ta’lim xizmatlari bozorida iqtisodiy munosabatlarni takomillashtirish (oliy ta’lim misolida): i.f.n. ...dis. avtoreferati. -T.: -25 b.
8. Вахабов А., Имамов Э. (2007) Высшее образование в Центральной Азии. Задачи модернизации. –М.: -214 с.
9. Abulxanova Q.H., Raximova D.N., va boshqalar. Davlat xizmati personalni boshqarish. Toshkent: Akademiya, 2002.

Ф. Исмоилова

Основы формирования потребности в квалифицированных кадрах на рынке образовательных услуг

Аннотация. В статье рассматриваются этапы формирования спроса на квалифицированные кадры на рынке образовательных услуг. Обозначены механизмы реализации основных стратегий, способствующих обобщению спроса на специалистов разного уровня квалификации на рынке образовательных услуг и в организациях отрасли.

Ключевые слова: образовательные услуги, спрос, трудовые ресурсы, профессиональная подготовка, международный рейтинг, потребность, интеграция, сотрудничество.

F.Ismoilova

The basics of forming the need for qualified personnel in the educational services market

Abstract. This article discusses the stages of shaping the demand for qualified personnel in the educational services market. It outlines the mechanisms for implementing key strategies that contribute to the generalization of the demand for specialists of various qualification levels in the educational services market and organizations in the sector.

Keywords: educational services, demand, labor resources, professional training, international rating, need, integration, cooperation.

Akram Abduraxmonovich Azizqulov – SamISI, Ijtimoiy fanlar kafedrasi mudiri, dotsent, fal.f.n.
Is’haq Abduraxmonov – Sharof Rashidov nomidagi SamDU Urgut filiali “Pedagogika va jismoniy madaniyat” kafedrasi o‘qituvchisi

XIZMAT KO‘RSATISH ODOBI YUSUF XOS XOJIB TALQINIDA

Annotasiya: Mazkur maqolada Yusuf Xos Hojibning “Qutadg‘u bilig” asaridagi falsafiy-axloqiy g‘oyalarning metodologik tahlili bayon yetilgan. Shuningdek, maqolada xizmat ko‘rsatish, xususan, mehmon kutish odobi xususida alloma ilgari surgan rasional yondashuvining ilmiy ahamiyati yoritib berilgan.

Kalit so‘zlar: Yusuf Xos Hojib, “Qutadg‘u bilig”, axloq, odob, mehmon, xizmat ko‘satish odobi, ovqatlanish odobi, idrok, farosat, ziyofat, poklik, halollik, aql, mantiqiy fikrlash, rasionallik.

Kirish. Insoniyat tamaddunining ilk o‘choqlaridan biri sifatida ye’tirof yetilayotgan Markaziy Osiyo bashariyat ma’naviy taraqqiyotida o‘zining nodir asarlari bilan beminnat xizmat qilgan ko‘plab allomalarni yetishtirib berdi. Qomusiy mutafakkir allomalarimiz ilm-fan va madaniyatning barcha sohalari bo‘yicha ulkan meros qoldirib ketdilar. Ayniqsa, ajdodlarimiz tomonidan sharqona odob-axloq falsafasiga oid yozib qoldirilgan noyob asarlar xorij olimlar

tomonidan hamon yuqori baholanib kelinmoqda. Mutafakkir ajdodlarimiz tomonidan bayon yetilgan axloq-odob qoidalarida inson faoliyatining barcha qirralari qamrab olinadi. Xususan, allomalarimiz tomonidan mehmon kutish va xizmat ko‘rsatishni musulmon sharq yetiketiga xos bo‘lgan jihatlar alohida bayon yetiladi. Mehmon kutish va unga xizmat ko‘rsatish odob-axloq qoidalari ayniqsa, Yusuf Xos Xojibning “Qutadg‘u bilik” asarida batafsil yoritib beriladi. Prezidentimiz ta’kidlaganidek: Turkiy xalqlarning ulug‘ shoiri Yusuf Xos Xojibning “Qutadg‘u bilig” asarida ham insonning bilim quvvati va aqliy salohiyati behad ulug‘lanadi”[1,133].

Biz mazkur maqolada alloma tomonidan bayon yetilgan mehmon kutish va xizmat ko‘rsatish yetiketining mohiyatini yoritishga harakat qilamiz.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. «Qutadgu bilig»ga doir ilmiy ishlar bir necha yo‘nalishda olib borilgan, biz bu o‘rinda tarixiy, ijtimoiy-gumanitar, lingvistik, umumfilologik, matnshunoslik, she’rshunoslik, yetnografik, pedagogik va boshka aspektlarni qayd yetishimiz mumkin. Bu borada, ayniqsa, G.Vamberi, M.Kuprulizoda, Fitrat, A.Sa’diy, R.R.Arat, N.I.Ilminskiy, V.V.Radlov, S.Ye.Malov, N.N.Yudaxin, A.Samoylovich, P.M.Melioranskiy, V.V.Bartold, N.A.Baskakov, Ye.S.Bertels, A.N.Kononov, A.A.Valitova, I.V.Stebleva, N.M.Mallayev, A.P.Qayumov, G‘.A.Abdurahmonov, Q.Karimov, Q.Sodiqov va boshqalarning alohida xizmatlari bor [2,5]. Tadqiqot uchun bosh obekt Yusuf Xos Hojibning «Qutadgu bilig» asari tadqiq yetiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Markaziy Osiyoning yirik mutafakkiri Yusuf Xos Xojib tomonidan ishlab chiqilgan mehmon kutish va ovqatlanish odob qoidalarini yoritishda obektivlik, retrospektiv tahlil, mantiqiylik va tarixiylikning birligi, qiyosiy tahlil va shu kabi usullardan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Ming yildan buyon sharqona tarbiyaning nazariy asosi bo‘lgan Yusuf Xos Xojibning “Qutadg‘u bilik” asari ham shunday ma’naviy meros sifatida turkiy xalqlar tafakkuri xazinasining noyob durdonasi, odob axloq falsafasining qomusi hisoblanadi.

Odob-axloq falsafasining qomusi hisoblangan mazkur asar insoniylikning go‘zal xislatlari: halollik, diyonatlilik, oqilonalikni tarannum yetiladi. Asarda xizmat ko‘rsatish odoblari, xususan, mehmon kutish va unga xizmat ko‘rsatishga oid odob-axloq qoidalari batafsil yoritib berilgan. Ma’lumki musulmon Sharq xalqlari etiketida mehmon kutish va unga xizmat ko‘rsatish odobiga alohida ye’tibor qaratilgan. Yusuf Xos Xojib ham mazkur an’anani davom yettirib, asarida mehmonga borish va mehmonga xizmat ko‘rsatishning muayyan yetiketi - axloq qoidalarni bayon yetar yekan shunday deydi:

Beklar dasturxoniga taklif qilsa gar,
Odob bilan osh ye, bil, bu ham hunar.
Ovqatni o‘ng qo‘ling bilangina ol,
Lek avval, yey oqil, haqni tilga sol.
O‘zganing rizqiga solma nazar, qo‘l,
Yey yaxshi, oldingda borga rozi bo‘l[3.339].

Alloma fikriga ko‘ra ziyofatga chaqirilgan mehmon ma’lum odob qoidalariga, avvalo, islom ahkomlariga rioya qilishi, ya’ni dastlab “bismilloh”ni aytishi, so‘ng o‘ng qo‘li bilan ovqatlanishi lozimligini ta’kidlaydi. Ziyofatda birovning ovqatlanishiga tikilib qaramaslik, o‘z oldiga qo‘yilgan taomlarni iste’mol qilishni alohida uqtirib o‘tadi.

O‘zganing oldiga qo‘l cho‘zma, tamom,
Qarshingda boriga sabr qil mudom
Suyak g‘ajib, pichoq tutma mehmonda
Bo‘lma ochko‘z, besabr, nafsi osmonda[377].

Ziyofatda mehmon saqlaniish lozim bo‘lgan illatlarni ham ta’kidlar yekan, shoshib ovqatlanmaslik, shuningdek keragidan ortiqcha takalluf kutishni tanqid qilar yekan shunday deydi:

Yutoqib yema ham shoshib tez yutma,
Ayoldek noz yetib takalluf kutma[3.339].

Yusuf Xos Xojib asarida har bir mehmon ziyofat jarayonida o‘z izzatini bilishi va mezbonga nisbatan hurmatda bo‘lishi lozimligini uqtirar yekan, shunday deydi:

Qanchalar bo‘lsang to‘q, but, farovon,
Qadring-chun deb bil yozgan dasturxon(339).

Allomaning “Qutadg‘u bilik” asarida ziyofatga mezmon tayyorgarlik ko‘rish jarayonida nimalarga ye’tibor qaratilishi lozimligi quyidagicha bayon yetadi:

Mehmon chaqirmoqni qilsang gar murod
Taraddud ko‘r, bo‘lsin dasturxon obod.
Pok bo‘lsin joy, idish, ust-bosh, manzara
Pokiza dasturxon ne’mati qara.
Qo‘y totli ichimlik, yaxshi zo‘r ovqat
Qo‘l cho‘zgan har mehmon aylasin rohat[3.339].

Mazkur satrlarda mezbondan saxovatli bo‘lish lozimligi uqtirilmoqda.

Yusuf Xos Xojib xizmat ko‘rsatish odoblarin ta’kidlar yekan, avvalo mehmonga halol va pok taom berish lozimligini quyidagicha ta’kidlaydi:

Beklar tabiati nozikdir o‘zi,
Qachon yer gar pokmas bu osh, yey qo‘zi.
Pok bo‘lsa oshpaz, pok ovqat, bilinar,
Pok osh-suv sevib iste’mol qilinar[3.241].

Inson tabiatan tozalikka, halollikka, poklikka intilishini mezbon doimo yodda tutishi lozimligini quyidagicha bayon yetadi:

Poklikni istamas odam juda kam,
Pokiza osh-suvni istar hamma ham[3.242].

Yusuf Xos Xojib “Qutadg‘u bilik” asarida o‘rta asrlarda turkiy xalqlar ijtimoiy hayotida mehmon chaqiriladigan ziyofatlarni, shuningdek ziyofatga chaqirilgan mehmonlarning tasnifini ham bayon yetadi.

Turfadir mehmonga aytguvchilar, bil,
Mehmon qilmoqlik ham, bilsang, xilma-xil.
Ulardan bittasi nikoh oshidir,
Yo sunnat, aqiyqa – to‘ylar boshidir.
Yo do‘stu birodar taklif qilgan osh,
Katta, kichik yoki yaqin qarindosh(375)
Yo yo‘qlov, xudoyi-aza osh derlar,
Yo unvon ziyofat - ish boshi derlar(376)

Alloma asarida ziyofatga taklif qilinganda albatta borish lozimligini, chunki mezbon alohida tayyorgarlik ko‘rganligini inobatga olishkerakligini ta’kidlar yekan, chaqirilmagan va aytilmagan ziyofatlarga bormaslikka chaqiradi.

Aytilgan joyga bor, qalblarin shod yet,
Ham o‘zing, ham ular ko‘nglin obod yet.
Kim mehmon qilay deb seni cheksa g‘am,
Unga bor, oshin yeb dilin qil xurram
Bulardan boshqa gar oshning sababi,
Borma, tirriq bo‘lar kishining ta’bi.[3.376].

Yuqorida ta’kidlaganimizdek, Yusuf Xos Xojib ziyofatda mexmon rioya yetishi lozim bo‘lgan axloqiy talablarni batafsil yoritadi.

Borsang, qay xil bo‘lsa hamki ziyofat,
Odob-la ovqat ye, saqla nazokat.
To‘q bo‘lsang ovqatdan qo‘l tortma sekin,
Yey qardosh, yonigda o‘tirgan yesin[3.377]/
Ovqatni maqtab ye, totli bo‘ladi,
Beka ham shod bo‘lib, ko‘ngli to‘ladi.
Sen-chun osh qilsa kim chekib mehnat g‘am,
Qadr yetmay diliga solmagin alam[3.378].

Yusuf Xos Xojib taomlanishning axloq-odob qoidadalirin bayon yetish bilan birga gigiyena talablariga ham rioya yetish lozimligini ta’kidlaydi.

Ko‘p yema, ovqatda saqlagil me’yor,
Bu haqda dononing shunday so‘zi bor:
Ko‘p yeyilgan ovqat tanda band bo‘lur,
Hazmni buzur, so‘ng bir dardmand bo‘lur[3.378].

Zamonaviy salomatlik gigiyenasi talablarni alloma o‘n asar avval aytib o‘tgan yedi. Alloma asarida ziyofat jarayonida mehmon hamda mezbon rioya yetishi lozim bo‘lgan axloq-odob qoidalarini batafsil mantiqiy rasional tarzda bayon yetadi.

Xulosa va takliflar. Xulosa qiladigan bo‘lsak, birinchidan, musulmon Sharq xalqlari yetiketida mehmon kutish va unga xizmat ko‘rsatishning odob-axloq qoidalariga alohida ye’tibor qaratilgan bo‘lib, mutafakkir allomalarimiz bu qoidalarni o‘z asarlarida nazariy jihatdan asoslab berganlar.

Ikkinchidan, yetuk alloma Yusuf Xos Xojibning “Qutadg‘u bilik” asari mehmon kutish va unga xizmat ko‘rsatish odob qoidalari rasional tarzda batafsil yoritib bergan.

Uchinchidan, Yusuf Xos Xojibning “Qutadg‘u bilik” asari bayon yetgan mehmon kutish va unga xizmat ko‘rsatishning axloqiy talablar hanuzgacha o‘z ahamiyatini yo‘qotgan yemas.

Shu bois mutafakkir allomalar tomonidan bayon yetilgan sharqona yetiket qoidalari, xususan, mehmon kutish va unga xizmat ko‘rsatish axloq-odob qoidalarini bugungi kunda ta’lim-tarbiya jarayonida kengroq targ‘ib yetish maqsadida quyidagilarni **taklif va tavsiya** yetamiz:

Birinchidan, ta’lim-tarbiya jarayonida, ayniqsa uzluksiz ta’lim tizimining barcha bosqichlarida Yusuf Xos Xojib ilmiy merosini tarbiyaviy ahamiyatini kengroq yoritish lozim. Ikkinchidan “Odobnoma” va “Tarbiya” darslarida ovqatlanish yetiketini bayon yetgandan alloma ilmiy merosidan samarali foydalanish zarur. Uchinchidan, ommaviy axborot vositalarida, ayniqsa ko‘rsatuv va radio yeshittirishlarda Yusuf Xos Xojibning “Qutadg‘u bilik” asaridagi axloqiy ta’limotini kengroq yoritib borish maqsadga muvofiqdir, zero, alloma ilgari surgan sharqona yetiket qoidalari bugungi axborotlashgan jamiyat bosqichida barkamol avlodni tarbiyalashda zaruriy manbalardan biri bo‘lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Mirziyoyev, Shavkat Miromonovich Hozirgi zamon va Yangi O‘zbekiston –Toshkent: “O‘zbekiston” nashriyoti, 2024y.-560 b.
2. To‘xliyev B. Yusuf Xos Hojib va turkiy xalklar folklori. - Toshkent:“ VAUOZ ” nashriyoti, 2013.-B.5.
3. Yusuf Xos Hojib. “Qutadg‘u bilig” (“Saodatga yeltuvchi bilim”). – T, “Akademnashr”., 2015.
4. Ravshanov F. “Saodatga yeltuvchi bilim”ga qiziqib.../Yusuf Xos Hojib. “Qutadg‘u bilig”. Akademnashr. 2015.
5. Ravshanov, Fazliddin. Davlat fuqarolik xizmatchisining ma’naviy qiyofasi (Risola) [Matn] / F.Ravshanov. – Toshkent: «Ma’naviyat» nashriyoti, 2023. – 296 b.
6. Azizqulov A. Mustafayev J. Yusuf Xos Xojib ilmiy merosida rasionallik tamoyili// Imom Buxoriy saboqlari №4 2019yil 131-133 betlar
7. Yusuf Xos Xojib ilmiy merosida til va tafakkur uyg‘unligi//“DAVLAT TILI:TADQIQI,TA’LIMI VA AMALIYOTDA QO‘LLANISI” mavzusidagi xalqaro an’anaviy ilmiy-amaliy konferensiyasi MATERIALLAR TO‘PLAMI 62-66.

А. Азизкулов, И.Абдурахмонов

Этикет сфере обслуживание в интерпретасии Юсуфа Хос Ходжиба

Аннотация: В данной стате описываеця методоло-гический анализ философских и етических идей в произведении Юсуфа Хоса Хаджиба «Кутадгу Би-лиг». Также в стате подчеркиваеця научное значение расио-налного подхода ученого к обслуживанию, в частности, к етикету приема гостей.

Ключевые слова: Ключевые слова: Юсуф Хос Хаджиб, “Кутадгу Билиг”, морал, манеры, гост, тикет обслуживания, этикет приема пищи, понимание, банкет, чистота, интеллект, логическое мышление, рационалност.

A. Azizkulov, I. Abduraxmonov

Service etiquette in the interpretation of Yusuf Khos Khodzhib

Abstract: This article describes the methodological analysis of philosophical and ethical ideas in the work of Yusuf Khos Khadzhib "Kutadgu Bilig". The article also emphasizes the scientific significance of the scientist's regional approach to service, in particular, to the etiquette of receiving guests.

Keywords: Keyword: Yusuf Khos Khadzhib, "Kutadgu Bilig", morality, manners, guest, service ticket, dining etiquette, understanding, banquet, cleanliness, intelligence, logical thinking, rationality.

Khasan Khankeldiyev – Senior teacher Turin Polytechnic University in Tashkent, Uzbekistan (TTPU)
Shakhrukh Bobojanov – Senior teacher New Uzbekistan University (NewUU)

A STUDY ON PREFERENCE FOR EITHER ONLINE EDUCATION COURSES OR TRADITIONAL ONES AT TURIN POLYTECHNIC UNIVERSITY IN TASHKENT

Abstract. The study investigated the effectiveness and efficiency of online courses compared to traditional classroom learning among undergraduate STEM students at TTPU. Findings indicate that while online learning offers significant flexibility and moderate academic improvements, it cannot fully replace traditional classroom methods, especially for hands-on STEM education.
Keywords: Online courses, Youtube, Khan Academy, Udemy, STEM, Covid, Online Platforms.

Introduction. Since Covid-19 lockdown, higher-educational institutions around the world have seen a massive transformation and unprecedented shift from traditional teaching, that is, face-to-face meeting on campus, to online one. Turin Polytechnic University in Tashkent (TTPU) was not an exception. Classrooms were replaced with live or recorded education videos uploaded on the university online platform. And with the abundant choices of education courses already available on Youtube, Coursera, Khan Academy, TTPU students experienced a taste of learning subjects from the comfort of their home or off-campus surroundings since 2020. Even though the pandemic outbreak has long gone, its impact on delivering online courses go in pair with traditional ones now. Completing online courses as a self-study activity or conducting lessons via Zoom calls have been a big part of learning experience in Uzbekistan. The goal of this study is to collect that students’ experience and better understand the effective and efficient ways of teaching and if that physical attendance can be transformed to a hybrid model that combines both online and in person education. Hence, the researchers focus on (1) what area in traditional teaching should be transformed to online teaching and vice-versa, and (2) what way of teaching is easier to perceive and retain information.

Literature Review. Prior to COVID-19, online learning was stigmatized as lower quality in comparison to traditional teaching [1]. But as the epidemic hit hard, even institutions such as Ivy League had to move their classes online [2]. Some even labeled that switch as a “grand experiment” [3] while others studied the perception of teachers and students regarding its advantages, limitations and recommendation [4]. Nevertheless, online education has been in business for decades, long before the outbreak. Hence, scholars have developed models and standards for evaluation criteria on three individual aspects in regard of online education. They are: (1) online learning, (2) online teaching and (3) online course design. Notably, it was concluded that effective online learning stems from careful instructional designing and planning as they have a huge impact on the quality of instruction [5].

Research Goal . The goal of this study is to (1) identify the strengths and weakness of online education in comparison to traditional one and hence, based on the collected empirical data, to (2) suggest developing teaching methods to faculty members, (3) better understand how students learn more effectively whether in the physical classroom, online (both recorded and live) or in a hybrid model. Overall, the gaol of this study is to evaluate the effectiveness and efficiency of online courses compared to traditional classroom learning among TTPU students.

Research Method. A qualitative research method was utilized in this study that collected empirical data drawn from a survey. TTPU students from 1st to 4th year of study were presented with the online survey, containing a range of questions from visual perception of information presented in online education platforms, how often students refer to them for quick and clear answers, the positive and negative aspects of learning online, in person or in hybrid model and what improvements should be made to order to better understand and retain course materials. More than 100 students responded to the survey. The collected data suggested how effective each mode of learning was in comparison to each other.

This survey targeted undergraduate STEM students at TTPU. A structured questionnaire was distributed online, consisting of both multiple-choice and short-answer questions. It covered students' use of online learning platforms, their perceived effectiveness and efficiency of online courses compared to traditional methods, challenges faced, and academic outcomes. Data were

analyzed using descriptive statistics to identify patterns and trends.

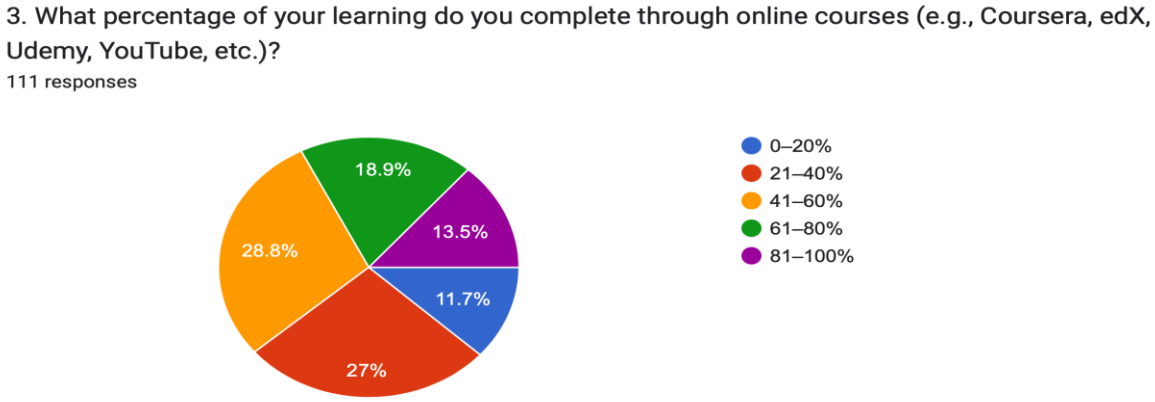
The survey includes 12 questions, covering:

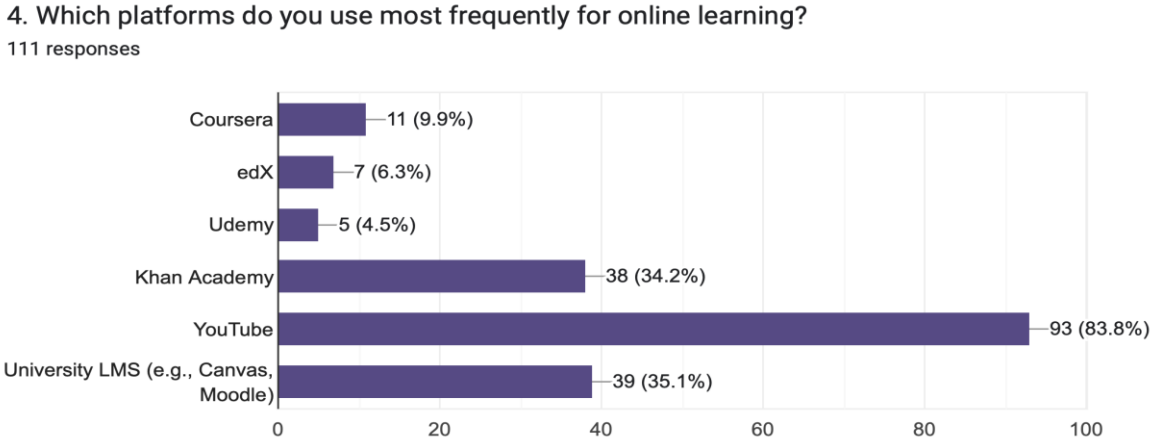
- Year and major of study
- Online learning habits (platforms, time spent, percentage)
- Rating of effectiveness and efficiency
- Motivations for using online courses
- Retention, academic performance, and challenges
- Recommendations for future use

Data were analyzed using descriptive statistics and visualized through charts. An exploratory correlation analysis was also conducted.

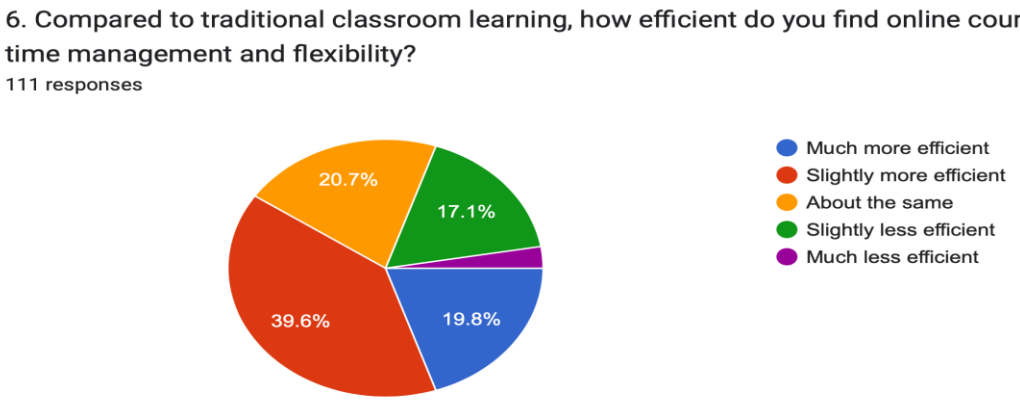
Results. Based on the empirical data, the researchers categorized learning experience with the chart and bar diagrams: the percentage of learning to complete through online courses such as Coursera, edX, Udemy, YouTube; the platforms most frequently for online learning; comparison to traditional classroom learning in terms of time management and flexibility; better academic performance through completing online courses; the amount of time spent studying through online courses per week.

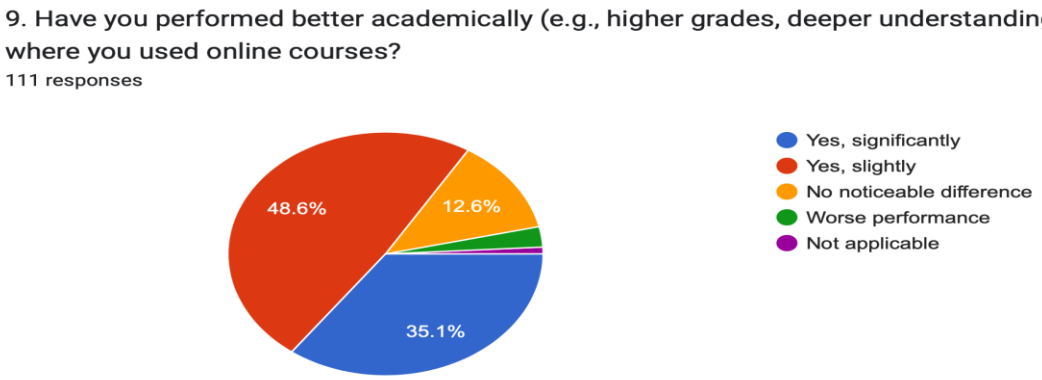
The following charts and bar demonstrate visually the research findings:

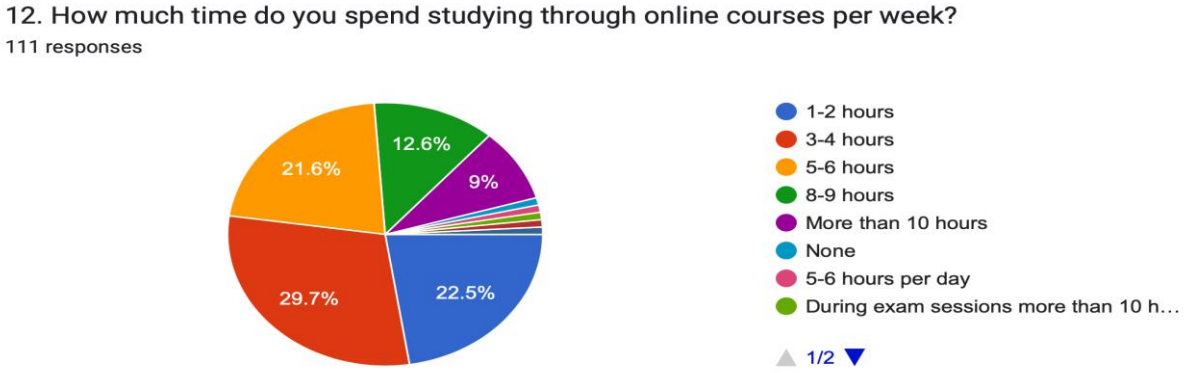




The statistical analysis showed that students rated the effectiveness of online courses in understanding complex STEM topics as moderately high, average rating ~3.5–4 on a 5-point scale. The students’ preference fell on YouTube, Khan Academy, and university LMS platforms as the most popular. Most students completed online learning by 21–40 percent for the following reasons: lack of practical experience, issues with staying motivated and poor course structures. Nevertheless, many students indicated that a mix of online and traditional learning was best for information retention and that slight academic improvement in courses supplemented by online learning.







Below is statistical analysis of the research findings

Category	Key Stats
Average effectiveness rating	**3.6 / 5**
Most used platform	**YouTube**, followed by **Khan Academy**
Typical online learning percentage	**21–40%**
Top challenges	1) Lack of hands-on practice, 2) Motivation issues, 3) Poor course structure
Recommendation Rate	85% recommend online learning as a supplement, not a full replacement
Weekly online study time	Mostly **1–4 hours**

Hence, most students would recommend online learning only as a supplement, not a replacement, for traditional STEM education. Moreover, an exploratory analysis suggests a moderate positive relationship between the amount of time students spent studying through online courses and their perceived effectiveness of these courses. Students who dedicated 3–4 hours per week to online study consistently rated the effectiveness of online learning higher (mostly 4 out of 5). This trend implies that greater engagement with online resources may enhance the perceived benefit of online learning for STEM students.

Discussion. Since Covid-19, online teaching has become a challenging experience not only for students, but also for instructors. The current study suggests that while online learning is appreciated for its flexibility and convenience, it is not viewed as a complete substitute for traditional STEM education. TTPU students found online platforms effective for reinforcing concepts but emphasized challenges in maintaining motivation and gaining practical skills. Platforms like YouTube and Khan Academy were highly valued for offering quick, accessible explanations. However, online courses were generally seen as most effective when used alongside classroom-based learning, highlighting the continued importance of face-to-face interaction, structured labs, and peer collaboration.

Conclusion. For TTPU students, online courses serve as a valuable supplement to traditional learning methods but are not sufficient as a standalone approach. Students benefit from the flexibility and self-paced nature of online platforms, which support academic improvement to a moderate degree. Nonetheless, challenges such as limited hands-on experience and motivation issues underline the need for a blended approach, combining the strengths of both online and traditional educational models, for students still value traditional learning for deeper engagement and practical skills.

In a nutshell, a blended approach combining both methods is preferred. Int should be noted that students typically spent 1–4 hours per week on online learning activities.

The blended approach helped students to see a slight academic improvement and hence 85 percent of students recommend online learning only as a supplement, not a full replacement for traditional STEM education. However, due to the small sample size and the nature of self-reported data, this finding should be interpreted cautiously and further investigated with larger datasets.

References

1. The Ohio State University, Wexner Medical Center; "President Eisgruber. Updates University on Next Steps Regarding COVID-19 to Ensure Health and Well-Being of the Entire Community," Princeton University; and Everett Community College.
2. Hodges, C.; Moore, S.; Lockee, B.; Trust, T.; Bond, A. (2020), The Difference Between Emergency Remote Teaching and Online Learning. Available online: https://er.educause.edu/articles/2020/3/the-difference-between-emergency-remote-teaching-and-online-learning (accessed on 26 March 2025).
3. Jonathan Zimmerman, "Coronavirus and the Great Online-Learning Experiment," Chronicle of Higher Education, March 10, 2020.
4. Mukhtar, K.; Javed, K.; Arooj, M.; Sethi, A. (2020), Advantages, Limitations and Recommendations for online learning during COVID-19 pandemic era, Pakistan Journal of Medical Sciences, Vol. 36, Issue 4, pp. S27-S31.
5. Robert M. Branch and Tonia A. Dousay, "Survey of Instructional Design Models" [https://aect.org/survey_of_instructional_design.php], Association for Educational Communications and Technology (AECT), 2015.

X.Xonkeldiev, Sh.Bobojonov

Toshkent shahridagi turin politexnika universitetida onlayn kurslar yoki an’anaviy kurslarning afzalliklari

Annotatsiya. Tadqiqotda TTPU bakalavriat talabalari o‘rtasida an’anaviy ta’limga nisbatan onlayn kurslarning samaradorligi o‘rganildi. Natijalar shuni ko‘rsatadiki, onlayn ta'lim sezilarli moslashuvchanlik va o‘rtacha akademik yaxshilanishlarni ta'minlasada, talabalar an'anaviy usullarini, ayniqsa STEM bo‘yicha amaliy ta'limni to‘liq almashtira olmaydi.

Kalit so‘zlar: onlayn kurslar, Youtube, Khan Academy, Udemy, STEM, Covid, onlayn platformalar.

Х.Ханкелдиев, Ш.Бободжанов

Исследование предпочтений в отношении онлайн-курсов или традиционных курсов в Туринском политехническом университете в Ташкенте

Аннотация. Исследование изучало эффективность и результативность онлайн-курсов по сравнению с традиционным обучением среди студентов бакалавриата в ТТПУ. Результаты показывают, что хотя онлайн-обучение обеспечивает значительную гибкость и умеренные академические улучшения, оно не может полностью заменить традиционные методы обучения в классе, особенно для практического обучения в области STEM.

Ключевые слова: Онлайн-курсы, Youtube, Khan Academy, Udemy, STEM, Covid, Онлайн-платформы.

ЭЪТИБОРГА МОЛИК МАСАЛАЛАР

Ҳар биримиз 8,2 миллиард кишининг биримиз

Телеграмнинг “Мудрые мысли» каналида (“https://t.me/iskystnuy”) *ЖУДА ҚИЗИҚ!*, деб номланган мавзудаги маълумотларда АҚШда олиб борилган кўпгина тадқиқотлар натижаси эълон қилинган экан. Ушбу тадқиқотларда одамларнинг яўшаши, бойлиги, ёши, ижодкорлиги каби кўрсатгичлар аниқ рақамларда ифода этилган. Марҳамат танишинг:

* * *

Ер аҳолиси тахминан 8,2 миллиард кишини ташкил қилади. Аксарият одамлар учун бу катта рақам

* * *

Аммо, агар сиз дунёдаги 8,2 миллиард одамни 100% одамлар деб ҳисобласангиз, бу фоизлар янада тушунарли бўлади.

* * *

100% одамдан
11% Европада
5% Шимолий Америкада жойлашган
9% - Жанубий Америкада
15% - Африкада
60% Осиёда

* * *

49% қишлоқларда яшайди
51% - шаҳарларда

* * *

12% хитой тилида гаплашади
5% испан тилида
5% инглиз тилида
3% араб тилида гаплашади
Ҳинд тилида 3%
Бенгал тилида 3%
Португал тилида 3%
Рус тилида 2%
Япон тилида 2%
62% ўз тилида.

* * *

77 фоизи уй-жойга эга
23% нинг яшаш учун жойи йўқ.

* * *

Одамларнинг 21 фоизи ортиқча овқатланади
63 фоизи хоҳлаганча овқатлана олади
Одамларнинг 15 фоизи тўйиб овқатланмайди
48% одамларнинг кунлик яшаш нархи 2 АҚШ долларидан кам.

* * *

Аҳолининг 87 фоизи тоза ичимлик сувига эга
13% ёки тоза ичимлик суви йўқ ёки ифлосланган сув манбасига эга.

* * *

75% мобил телефонга эга
25% йўқ.

* * *

30% интернетга уланган
70 фоизида интернетга кириш учун шароит йўқ.

* * *

7 фоизи олий маълумотга эга
93% одамлар коллеж ёки университетга бормаган.
83% ўқий олади

Аҳолининг 17 фоизи саводсиз.

* * *

33% - христианлар
22% - мусулмонлар
14% - ҳиндулар
7% - буддистлар
12% - бошқа динлар
12% диний эътиқодга эга эмас.

* * *

26% 14 йилдан кам яшайди
66% 15 ёшдан 64 ёшгача вафот этган.
65 ёшдан ошганларнинг 8%.

* * *

Агар яшаш жойингиз бўлса, соғлом овқат ейсиз ва тоза сув ичасиз, мобил телефонингиз бор,

* * *

Интернетда кезишингиз мумкин ва коллеж ёки университетни тугатган бўлсангиз, сиз кичик имтиёзли гуруҳдасиз.
(тоифада 7% дан кам)

* * *

ДУНЁДАГИ 100% ОДАМЛАРНИНГ ФАҚАТ 8% ФАҚАТ 65 ЁШДАН ОШИБ ЯШАМОҚДА.

* * *

Агар сиз 65 ёшдан ошган бўлсангиз, қаноатли ва миннатдор бўлинг. Ҳаётни қадрланг, лаҳзадан фойдаланинг. Сиздан олдин кетганларнинг 92 фоизи каби 65 ёшга етмасдан бу дунёни тарк этмадингиз. Сиз аллақачон баракали одамсиз.

* * *

* Ўз соғлиғингизга ғамхўрлик қилинг. Қолган ҳар бир дақиқангизни қадрланг!!!*

* * *

АҚШда ўтказилган катта тадқиқот шуни кўрсатдики:*

- Инсоннинг энг самарали ёши 60 ёшдан 70 ёшгача;
- Инсоннинг энг самарали 2-босқичи 70 ёшдан 80 ёшгача;
- 3- энг самарали босқич - 50 ва 60 йил.
- Бунгача инсон ҳали ўзининг чўққисига чиқмаган.

* * *

- Нобел мукофоти совриндорларининг ўртача ёши 62 ёш;

* * *

- Дунёдаги 100 та энг йирик компания президентларининг ўртача ёши 63 ёш;
- АҚШдаги 100 та энг йирик черковлар пасторларининг ўртача ёши 71 ёш;
- Оталарнинг ўртача ёши 76 ёш.

* * *

- Бу инсоннинг энг яхши ва самарали йиллари 60 ёшдан 80 ёшгача бўлишини тасдиқлайди.

* * *

- Ушбу тадқиқот шифокорлар ва психологлар жамоаси томонидан НЕW ЭНГЛАНД ЖОУРНАЛ ОФ Медисине журналида чоп этилган.

* * *

- Улар 60 ёшда эмоционал ва ақлий салоҳиятнинг энг юқори чўққисига чиқишини аниқладилар ва бу 80 ёшгача давом этади.

* * *

- Шундай экан, агар сиз 60, 70 ёки 80 ёшда бўлсангиз, ҳаётингизнинг энг яхши даражасидасиз.

* * *

МАНБА: https://t.me/iskystnuy. Телеграмнинг “Мудрые мысли» каналидан.

* * *

Тизимлаштирувчи: Мамаюнус Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

МУАЛЛИФЛАРГА ЭСЛАТМА

Таҳририятга мақола юборилганда муаллиф қуйидаги қоидаларга риоя қилиши лозим:

- “Сервис” журнали хизмат кўрсатиш ва сервис ҳамда иқтисодиётга оид мавзулардаги илмий мақолаларни чоп этишга мўлжалланган ОАК томонидан эътироф этилган илмий-амалий нашр бўлганлиги сабабли, таҳририятга тақдим этиладиган мақолалар ҳам бевосита шу соҳага оид илмий изланишларга, тадқиқот натижаларига асосланган бўлиши лозим.
- **Мақоланинг таркиби**:
- Муаллифнинг фамилияси, исми ва отасининг исми, лавозими ва илмий даражаси, мавзунинг номи, аннотация, калит сўзлар (ўзбек, рус ва инглиз тилларида).
- Кириш. мавзунинг долзарблиги,
- Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили,
- Тадқиқот методологияси,
- Таҳлил ва натижалар,
- Хулоса ва таклифлар,
- Фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат бўлиши лозим.

- **Илмий мақоланинг ҳажми** жадвал, расмлар, фойдаланилган адабиётлар рўйхати билан бирга 4 бетдан, қисқа хабарлар 3 бетдан, тақризлар 2 бетдан кам бўлмаслиги, MS Word дастурида Times New Roman 14 шрифтида бир интервал оралиғида 10 бетгача расмийлаштирилган бўлиши керак.
- Мақоланинг матни ўзбек, рус ёки инглиз тилларида ёзилган бўлиб, аниқ, равон ва адабий тилда таҳрир қилинган ва 1 нусхада қоғоз вариантида муаллифлар имзо чеккан ҳолда электрон версияси билан бирга тақдим этилиши талаб қилинади.
- Таҳририят мақолаларни қисқартириш, тўғрилаш ва таҳрирлаш ҳуқуқига эга.
- Фойдаланилган адабиётлар рўйхати амалдаги стандартлар асосида расмийлаштирилган бўлиши лозим.
- Жадвал, диаграмма ва расмлар ихчам ва тушунарли фақат китоб шаклида ёритилиши, уларнинг тартиб рақами, номи, жадвал маълумотларининг манбаларига ҳаволалар албатта берилиши лозим. Альбом шаклидаги жадвал ва расмлар қабул қилинмайди.
- Мақоланинг умумий мазмуни унинг долзарблиги, ўрганилганлик даражаси, мавзуга оид бугунги муаммолар ҳамда уларнинг ечимлари хусусида муаллиф фикр-мулоҳазалари ифода этилган, якуний хулосага, аниқ таклиф ва тавсияларни ўз ичига олган бўлиши керак.
- Ушбу талабларга жавоб бермайдиган мақолалар чоп этишга қабул қилинмайди ва қайтарилмайди.

“Сервис” журналида эълон қилинаётган материаллардаги далиллар, рақамлар ва маълумотларнинг ишончлилиги учун уларнинг муаллифлари жавобгардир.

Таҳририят фикри муаллифларнинг фикрига мос келмаслиги мумкин. Журналдан кўчириб босилаётган материалларни шу журналдан олинган, деб кўрсатилиши ва албатта иқтибос берилиши шарт. Мақолалар плагиат (кўчирмачилик) текширувидан ўтказилади.

ISSN 2091-5187

“СЕРВИС”

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят бўлимида нашрга тайёрланди.

19.05.2025 йилда теришга берилди. 06.06.2025 йилда босишга рухсат этилди. Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84 1/8. “Times” гарнитураси. Офсет босма усули. Шартли босма табоғи 14,6. Ҳисоб-нашриёт табоғи 13,75. Адади 100 нусха. Буюртма № 0036A/25

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг матбаа бўлимида чоп этилди.
Лицензия № 025316.
Реестр № X-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2025.