

ZAMONAVIY MARKETING TEXNOLOGIYALARI: TENDENSIYALAR, MUAMMOLAR VA ISTIQBOL

ТЕХНОЛОГИИ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

TECHNOLOGIES OF MODERN MARKETING: TRENDS, PROBLEMS AND PROSPECTS

10.12.2022

Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman
tezislari to'plami

Сборник тезисов международной научно-практической конференции

Collection of abstracts of the international scientific-practical conference

SAMARQAND / САМАРКАНД / SAMARKAND

O’DK: 339.138(08)
KBK: 65.290-2

Замонавий маркетинг технологиялари: тенденциялар, муаммолар ва истиқболлар // халқаро илмий-амалий анжуман материаллари. 2022 йил 10 декабрь. Самарқанд, СамИСИ, 2022. – 528 бет.

Тўпловчи ва нашрга тайёрловчи:
Д.Ҳ.Холмаматов – иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори, доцент.

Нашр учун масъуллар:
Ш.А. Мусаева – иқтисод фанлари номзоди, проф. в.б.
Н.Д. Бобоев – иқтисод фанлари номзоди, доцент в.б.
З.И. Усманова – иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори, доцент.
Н.У. Мурадова – иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори, доцент в.б.
Б.Ш. Мусаев – доцент

Саҳифаловчи: С.К.Бойжигитов

Мазкур тўпламга киритилган тезислар иқтисодиёт, давлат ва жамият қурилишида замонавий маркетинг технологияларини шакллантириш ва ривожлантириш масалаларини муҳокама қилиб, олиб борилган тадқиқотлар натижасида илмий асосланган тавсияларни ишлаб чиқиш мақсадига қаратилган бўлиб, унда қуйидаги вазифаларнинг ечими акс эттирилган, яъни: замонавий маркетинг технологиялари имкониятларининг таҳлилини амалга ошириш; мамлакатнинг долзарб масалаларига бағишланган ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларида маркетинг технологияларини қўллашдаги назарий асослари ва амалий натижаларини кўриб чиқиш; замонавий маркетинг технологиялари истиқболли ривожланиши йўлларини таҳлил қилиш; замонавий маркетинг технологияларини яратиш инфратузилмаси ва уни ривожлантириш масалаларини кўриб чиқиш; иқтисодиётнинг реал секторларида замонавий маркетинг технологияларидан фойдаланиш масалаларини ўрганиш ва илмий таклифларни шакллантириш.

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

Сборник тезисов включил в себя работы, целенаправленные на вопросы по формированию и внедрению маркетинговых технологий в процесс экономического, государственного и социального строительства, путем решения следующих задач, т.е.: проведение анализа возможностей современных маркетинговых технологий; рассмотрение теоретической основы и практических результатов внедрения маркетинговых технологий в сфере производства и услуг; анализ перспективного развития современных маркетинговых технологий; вопросы формирования и развития инфраструктуры современных маркетинговых технологий; изучение механизма использования современных маркетинговых технологий в секторах реальной экономики и разработка научных предложений.

Тезисы редактируются авторами. Авторы несут ответственность за представленные в них цифры, факты, выводы и рекомендации. Некоторые мнения авторов могут не совпадать с мнением организационной группы.

The collection of abstracts included works focused on questions on the formation and implementation of marketing technologies in the process of economic, state and social construction, by solving the following tasks, i.e.: analyzing the possibilities of modern marketing technologies; consideration of the theoretical basis and practical results of the introduction of marketing technologies in the field of production and services; analysis of the prospective development of modern marketing technologies; issues of formation and development of the infrastructure of modern marketing technologies; studying the mechanism of using modern marketing technologies in the sectors of the real economy and developing scientific proposals.

Abstracts are edited by the authors. The authors are responsible for the figures, facts, conclusions and recommendations presented in them. Some views of the authors may not coincide with the views of the organizing group.

ISBN: 978-9943-8935-1-1

© Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, 2022.
© “STEP-SEL” MChJ nashriyot-matbaa ijodiyot bo’limi, 2022.

Jomonqulova E.F.	Iqtisotiyot tarmoqlarida axborot xavfsizligini ta’minlash muammolari	147
Тажибаев К.Қ. Балтабаев М.Т.	Асм тармоқларида сифат ва хавфсизлик кўрсаткичларини халқаро стандартларга мувофиқлигини таъминлаш	151
Жомонқулова Ф. Э.	Google булутли хизматлари	159
Shoyev D.A.	Boshqarish sifatingning muhim omillarini rivojlantirish masalalari	161
Jomonqulova F.E.	Sun’iy intellekt tizimlari	166
Boyjigitov S.K. Mukhamatov B.	Methods and forms of entering the global market	171
Абдуллаева С.Х.	К вопросам проведения маркетинговых исследований в управлении бизнес процессами на промышленном предприятии	173
Атабаева З.А.	Управление процессом закупочной деятельности предприятия	176
Axmadoxunova X.O.	Marketing faoliyati samaradorligini baholash	179
Abdumannonov B.M. Yoldoshov Sh.Sh.	Nurobod tumanida aholi turmush sharoitini yaxshilash va kambag‘allikni qisqartirish istiqbollari	183
G‘anibayev I.Sh.	Raqamlashtirish sharoitida avtomobil transporti xizmatlari marketingi tadiqiqotlari va ularning ahamiyati	190
Djumayeva G.A.	Uzoq muddatli aktivlarning iqtisodiy mazmun va mohiyati	192
Миртурсунова Д.А.	Влияние цифровой экономики на бизнес деятельность	197
Sodikkhujaeva Sh.Kh. Sobirov Kh.F.	The concept of topological economy	201
Сидиқов А.М. Отавалиев Б.С.	Агросаноат мажмуасида маркетинг коммуникацияларини ва уларни бошқариш	204
Қиличов Б.Х.	Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг асосий тенденциялари	209
Rasulova Sh.X.	Marketing tahlilining vazifalari va pestel-tashqi muhitni tahlil qilish usuli	213
Kayimov M.J.	The impact of self-service on the economy	216
Тошназарова Д.С.	Устама ишлаб чиқариш харажатлари маҳсулот таннархини шакллантиришда муҳим омил	219
Хожикулов Б.Э.	Анализ факторов, влияющих на покупательское поведение потребителей	223
Шукуров Ф.Т.	Электрон тижоратни ривожлантиришда транспорт логистиканинг роли	230
Azgarov A.A.	Digital sales channels and their features	236

Marketing yo‘nalishini rivojlantirish orqali iste’molchilar istak va xohishlari, ularning talablarini qondirish yo‘llarini ishlab chiqish, sifatli xizmat ko‘rsatishni ta’minlash, korxona o‘z imidjini yaratish, qo‘shimcha xizmat turlarini taklif etishni tadqiq qilish, reklama sistemasini yaratish kabi muhim hisoblangan jarayonlarni amalga oshiradi [2, 299 b].

Avtotransport vositalaridan foydalanishda aholiga qo‘shimcha qulayliklar yaratish, respublikada yo‘lovchi tashish transporti tizimini rivojlantirish, ushbu yo‘nalishda ko‘rsatilayotgan xizmatlar sifatini oshirish, ishsizlikni qisqartirish hamda transport xizmatlari bozorini rivojlantirish maqsadida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 7 iyuldagi “Avtotransport vositalarini boshqarishda va yo‘nalishsiz taksi faoliyatini amalga oshirishda qo‘shimcha qulayliklar yaratish to‘g‘risida”gi PQ-311-sonli qaroriga asosan 2022 yil 1 sentyabrdan 2024 yil oxiriga qadar yo‘lovchilarni haydovchidan tashqari to‘rttadan ortiq bo‘lmagan o‘rindiqlarga ega bo‘lgan yengil avtotransport vositalarida tashish faoliyati o‘zini o‘zi band qilgan shaxslar shug‘ullanishi mumkin bo‘lgan faoliyat (ishlar, xizmatlar) turlari ro‘yxatiga kiritildi.

Bugungi kunda aholini tashishda yo‘nalishsiz taksi xizmatidan foydalanish ko‘lami kengaymoqda. Buning asosiy sababi mazkur transport xizmati o‘zining xizmat ko‘rsatish bahosining arzonligi, yo‘lovchilar uchun qulay sharoit, istalgan vaqtda mazkur xizmatdan foydalanish imkoniyatini mavjudligi bilan izohlanadi. Ikkinchi tomondan aholining egaligida shaxsiy avtomobil transport vositalarining sezilarli darajada ko‘payishi, yo‘llardagi tirbandliklarni va inson hayoti xavsizligi bilan bog‘liq bir qator muammolarni keltirib chiqaradi. Avtomobil transporti xizmatlari marketingi tadqiqoti jamoat transporti xizmatlaridan samarali foydalanish yo‘nalishlarini belgilab beradi.

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib shuni ta’kidlash lozimki, avtomobil transport xizmatlarida marketing tadqiqotlarini yo‘lga qo‘yish, xizmat ko‘rsatish sifatini oshirishda, yo‘lovchi va yuk tashish xizmatlarida qo‘shimcha qulayliklar yaratish imkoniyatlarini aniqlashda, mazkur korxonalar ichki imkoniyatlaridan samarali foydalanish yo‘nalishlarini aniqlashda, ko‘rsatilgan xizmatlar bahosini kamaytirishda, yuqori rentabellikka erishishda va raqobat muhitini yengib o‘tishda muhim ahamiyatga egadir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. T. Qodirov. Avtomobil transporti xizmatlari raqobatdoshligini baholashga uslubiy yondashuv. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 2, mart-aprel, 2014 yil.

2. B.B. G‘iyosidinov. Transport korxonalarida marketing tadqiqotlarini amalga oshirish. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 4, iyul-avgust, 2020 yil.

UZOQ MUDDATLI AKTIVLARNING IQTISODIY MAZMUN VA MOHIYATI

Djumayeva G.A.
SamISI assistent-stajyori

Annotatsiya: Ushbu maqolada uzoq muddatli aktivlar tushunchasining iqtisodiy mazmuni, buxgalteriya hisobining ob'yekti sifatidagi masalalari yoritilgan.

Kalit so'zlar: Aktivlar, uzoq muddatli aktivlar, mehnat qurollari va mehnat buyumlari, kapital, nomoddiy aktivlar, moliyaviy qo'yilmalar.

Abstract: This article describes the economic content of the concept of long-term assets, as an object of accounting.

Key words: Assets, long-term assets, labor tools and labor items, capital, intangible assets, financial investments.

Аннотация: В данной статье раскрывается экономическое содержание понятия долгосрочных активов, как объекта бухгалтерского учета.

Ключевые слова: Активы, долгосрочные активы, орудия труда и предметы труда, капитал, нематериальные активы, финансовые вложения.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 24 fevraldagi PQ-4611-son «Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o'tish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi, 2020 yil 24 avgustdagi 507-son «Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlari va unga tushuntirishlar matnini tan olish tartibi to'g'risidagi Nizomni tasdiqlash haqida»gi mazkur sohaga tegishli boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishga buxgalteriya hisobi ob'yekti bo'lgan aktivlar, xususan uzoq muddatli aktivlar tushunchasining iqtisodiy mohiyatini yanada chuqurroq o'rganishni, ular hisobini xalqaro hisob amaliyotidan kelib chiqib takomillashtirishni taqazo etmoqda.

Iqtisodiy nazariya kursidan ma'lumki, barcha naflilikka ega bo'lgan narsalar - bu ne'matdir. Ehtiyoj bilan ne'mat o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik quyidagi holat bilan xarakterlanadi. Ehtiyojlar cheksiz bo'lgan holda ne'matlar cheklangandir. Cheklangan ne'matlar iqtisodiy ne'matlar deb ataladi. Iqtisodiy ne'matlar orasida boshqa ne'matlarni ishlab chiqaruvchi ne'matlar, ya'ni resurslar alohida o'rin egallaydi. Iqtisodiy nazariyada ular, odatda ishlab chiqarish omillari, deb e'tirof etiladi. Ishlab chiqarish omillari kishilik jamiyati taraqqiyotining barcha bosqichlari uchun umumiy bo'lgan bo'lsa-da, ularga turli adabiyotlarda turlicha ta'rif berilib, turlicha tushuntiriladi. Jumladan, siyosiy iqtisod darsliklarida ishlab chiqarishning ikki omili: moddiy va shaxsiy omillari tan olinadi. Bunda mehnat qurollari va mehnat buyumlari (er-suv, yer osti boyliklari kabi tabiiy boyliklar) ishlab chiqarish vositalari deyiladi va ishlab chiqarishning moddiy omilini tashkil etadi, ishchi kuchi esa uning shaxsiy omili deb e'tirof etiladi. Hozirgi bozor iqtisodiyotiga doir ko'pchilik adabiyotlarda esa ishlab chiqarishning to'rt omili: yer, ishchi kuchi, kapital va tadbirkorlik qobiliyati tan olinadi. Ishlab chiqarish omillaridan biri bo'lgan kapital iqtisodchi olimlar tomonidan atroflicha tadqiq qilingan. Tomas Maltusning fikricha, "kapital- bu mamlakat zahirasining shunday qismidirki, undan moddiy ne'mat ishlab chiqarish va uni taqsimlash maqsadida foydalaniladi"[26] Dj.Klark, L.Valras va I.Fisher "kapital -bu daromad, foyda va foiz keltiruvchi

[26] Маршалл А. Принципы политической экономии: /пер. с англ.- М.: Прогресс, 1981. - С. 107.

qiymat", deb qaraydilar. Ammo K.Makkonnell[27], S. Bryu[28] , S.Fisher, R.Dornbush, R.SHmalenzilar kapitalni barcha ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarida qo'llaniladigan moddiy vositalardan, ya'ni mashinalar, asbob-uskunalar, inshootlar, zavod-fabrikalar, omborlar, transport vositalari kabilardan iborat, deb tovar va pulni bunga kiritmaydilar. Ko'rinib turibdiki, ushbu iqtisodchilar kapitalistik iqtisodiy tuzumning ijtimoiy mohiyatini ochish uchun masalaga bir tomonlama yondashib, ishlab chiqarish omillarining qiymatiga e'tiborni kuchaytirgan. Mamlakatimiz olimlaridan SH.SHodmonov, R.Alimov, T.Jo'raevlar[29] G'arb olimlarining ayrimlari tomonidan kapitalni bir tomonlama, ya'ni uning qiymat tarafini e'tiborga olganliklari, boshqalari esa iqtisodiy tushunchalarning tarixiyligini e'tibordan chetda qoldirib, uning moddiy ob'ektini, narsa va hodisalarning ashyoviy tomonini ko'rsatganliklarini va shuning uchun kapital doimiy, o'zgarmas tushuncha, deb e'tirof etganliklarini ta'kidlab, kapital mazmunini quyidagicha bayon qilishgan: "Biz bu ikki xil tushunchani bir tanganing ikki tomoni, bir tushunchaning, ya'ni kapital tushunchasining ikki tomoni: uning bir tomoni moddiy va ashyoviy ko'rinishi, ikkinchi tomoni esa uning qiymat ko'rinishi ekanligini e'tiborga olamiz va uni bozor iqtisodiyoti sharoitida kapital deb ishlatamiz".

Qo'yilgan kapital kompaniyaning faoliyatini kengaytirib, kelgusida rivojlanish uchun zarur foyda olish imkoniyatini yaratadi. Foyda olish uchun yo'naltirilgan kapital ishlab chiqarish va muomala jarayonida doimo harakatda bo'lib, bu harakat jarayonida bir qator bosqichlarni bosib o'tadi. Xo'jalik yurituvchi sub'ekt o'z ixtiyoridagi pul kapitaliga ishlab chiqarish vositalari va mehnat buyumlarini sotib olishi va unga ishlov beruvchi ishchi kuchini yollashi bilan kapital xarakatining birinchi bosqichi boshlanadi. Bu bosqichda pul shaklidagi mablag'lar unumli kapitalga aylanadi.

Ishlab chiqarish jarayoni kapital harakatining ikkinchi bosqichini tashkil qilib, unda unumli kapital tovar shaklini oladi. Bu yerda vujudga kelgan tovar qiymati ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchiga sarflangan qiymatdan ko'p bo'ladi.

Kapital harakatining uchinchi bosqichi ishlab chiqarilgan tovarlarni sotishni o'z ichiga oladi. Bunda tovarlar pulga aylanib, dastlab pul shaklida sarf qilingan mablag' yana pul shaklida, ammo orttirilgan qiymat hisobiga ko'proq miqdorda qaytadi. Kapitalning bunday bosqichlardan o'tishi, uning doiraviy aylanishini tashkil etadi. Kapital doiraviy aylanishining mazmuniga ko'ra ikki qismga: asosiy va aylanma kapitalga bo'linadi.

Asosiy kapital qiymati bir necha doiraviy aylanishdan so'ng o'zining boshlang'ich qiymatini tiklasa, aylanma kapital bir doiraviy aylanishdan so'ng o'zining boshlang'ich shakliga qaytadi. Asosiy kapital ishlab chiqarish jarayonida bir necha yillar mobaynida ishtirok etishi munosabati bilan ularning qiymati yaratilgan tovarlarga asta-sekin qismlab o'tkazilib boriladi. Bu yerda ishlab

---

[27] Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: 17 - е изд. – М.: ИНФРА – М, - С. 107.

[28] Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. М.: Дело-ЛТД, 1995. - С. 127.

[29] Шодмонов Ш. ва бошқалар. Иқтисодиёт назарияси. Тошкент: Молия, 2002. - 37 б

chiqarish jarayonida daromad olishga sababchi bo'lgan asosiy kapital bir hisobot davriga to'g'ri keladigan xarajatlar sifatida asta-sekinlik bilan uzoq yillar davomida mahsulot (tovar) qiymatiga o'tkazib boriladi.

Aylanma kapital esa ushbu hisobot davriga tegishli bo'lgan daromadning asosini tashkil qilgan bo'lib, o'z qiymatini mahsulot qiymatiga to'lig'icha o'tkazadi. Ishlab chiqarish jarayonida harakat qilish xususiyatiga ko'ra asosiy kapital buyum jihatdan mahsulot tarkibiga kirmaydi, balki uzoq davr mobaynida o'zining natural-buyum shaklini saqlab qoladi. Aylanma kapital esa o'zining natural-buyum shaklini to'lig'icha mahsulot tarkibiga o'tkazadi.

Qiymatni qayta tiklash usuliga ko'ra asosiy kapitalning ishlab chiqarishdan olingan daromadga o'tkazilgan qiymati bir necha doiraviy aylanish-lar davomida qatnashadi va amortizatsiyalanadi, pul shaklidan yangi asosiy kapital shakliga aylanadi. Aylanma kapital esa har bir doiraviy aylanishdan so'ng ashyoviy buyum sifatida qayta tiklanadi.

Hozirgi kunda iqtisodchi olimlar o'rtasida munozaraga sabab bo'layot-gan masalalardan biri - bu kapitalni iqtisodiy kategoriya emas, balki buxgalteriya hisobi kategoriyasi sifatida e'tirof etish lozimligidir. Bizningcha, bunday munozaraga o'rin bermaslik lozim. CHunki, kapital, avvalambor, iqtisodiy kategoriya sifatida barcha iqtisodiy fanlarning asosi bo'lib hisoblanadi. Buxgalteriya hisobi ham iqtisodiy fan sifatida iqtisodiy tushuncha va qonuniyatlarni o'z maqsadi va vazifalari doirasida tadqiq etadi.

Kapital tushunchasi buxgalteriya hisobi nuqtai nazaridan ham o'rganilishi tabiiydir. Buxgalteriya hisobi darsligida kapitalni ta'sischilar tomonidan qo'yilgan ulushlar majmuasi va korxona tomonidan jamg'arilgan foyda deb qaralgan. Bizning fikrimizcha, iqtisodiyot nazariyasida kapital tushunchasiga berilgan ta'riflar ko'proq nazariy, umumlashgan holda bo'lib, uning o'zo'zidan ko'payish xususiyatini aks ettiradi. Buxgalteriya hisobidagi ta'riflarda esa uning aniq namoyon bo'lish shakllariga, buyumlashganligiga ko'proq urg'u beriladi. Buxgalteriya hisobida qiymatning qaerda ko'payishi va qanday ko'payish jarayoni, uning manbalari aniq bandlarda ko'rinib turadi.

Demak, buxgalteriya hisobida kapitalga iqtisodiyot nazariyasida berilgan ta'rif yanada puxta tizimlashgan shaklda oydinlashadi. Bizning fikrimizcha, buxgalteriya hisobi nuqtai nazaridan asosiy kapital bu - avvalo iqtisodiy kategoriya bo'lib, tayyorlash, ishlab chiqarish va sotish hamda noishlab chiqarish sohasida ishtirok etayotgan va kelgusida iqtisodiy naf keltiradigan aktivlardir. Asosiy va aylanma kapitalga ajaratish mezoni negizida ularning ma'lum bir qiymatga bog'liqligi emas, balki iqtisodiy naf keltira olishi yotishi kerak. Xo'jalik yuritishning rivojlanish tarixiga nazar tashlaydigan bo'l-sak, asosan ishlab chiqarish vositalarigina asosiy kapital sifatida gavdalanganligini va xo'jalik yurituvchi sub'ektlar tomonidan olinadigan daromadlar sababchisi ekanligini ko'rishimiz mumkin.

Jamiyatning rivojlanish bosqichida iqtisodiy-ijtimoiy munosabatlardagi o'zgarishlar natijasida xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyatidagi ishlab chiqarish omillaridan bo'lgan uzoq muddatli aktivlarning tarkibiy qismi bo'lgan asosiy vositalar qatorida nomoddiy aktivlar, moliyaviy qo'yilmalar kabi aktivlar vujudga

kela boshladi. Ushbu aktivlarning xo'jalik yurituvchi sub'ekt faoliyatidagi ishtiroki va daromad olishdagi ulushlari asosiy vositalarga aynan o'xshamasada, lekin korxona faoliyatida bir doiraviy aylanishdan ko'ra ko'proq muddatda ishtirok etishlari va daromad olishga sababchi bo'lishlari asosiy kapitalga nisbatan o'xshashlikni keltirib chiqaradi.

SHuning uchun ham asosiy kapitaldan farqlanuvchi aktivlarni vujudga kelishi endilikda buxgalteriya hisobida asosiy vositalar sifatida tan olingan va aksariyat korxonalarning buxgalteriya balansida faqatgina asosiy vositalarni aks ettirilishiga barham berildi. Asosiy vositalar bilan teng qatorda nomoddiy aktivlar, moliyaviy va kapital qo'yilmalar, kechiktirilgan xarajatlar va debitorlik qarzlarini ham aks ettirish zaruriyati kelib chiqdi. Xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyatida ishtirok etadigan resurslar buxgalteriya hisobi amaliyotida aktivlar deb e'tirof etilib, ular shartli ravishda uzoq muddatli (asosiy kapital) va joriy aktivlar (aylanma kapital) kabi guruhlarga ajaratiladi. Bunday guruhlarga ajratishning asosini "Buxgalteriya hisobi to'g'risida qonun" tashkil qiladi. Ushbu qonun kapital hisobining huquqiy kontseptsiyasidir. Aktivlarni uzoq muddatli aktivlar va joriy aktivlar guruhlariga ajratilishi, ularning bevosita xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning faoliyatidan olinadigan daromadlar bilan bevosita bog'liqligi kapital hisobining iqtisodiy kontseptsiyasini tashkil etadi.

Uzoq muddatli aktivlarning buxgalteriya hisobi ob'ekti sifatidagi kontseptsiyasini ishlab chiqishda, avvalambor, ularning iqtisodiy mohiyati asos qilib olinishi lozim. Uzoq muddatli aktivlarni tan olish va hisobda aks ettirish keng ma'nodagi aktivlarning mohiyatini tadqiq qilish muammolari bilan bevosita bog'liqdir. Mamlakatimiz buxgalteriya hisobi amaliyotida aktivlar korxonaga tegishli xo'jalik mablag'lari deb tan olingan va e'tirof etilgan. Ammo bu e'tirof asosan asosiy kapitalga talluqli bo'lgan. Hozirgi bozor munosabatlari sharoitida davrda uzoq muddatli aktivlar tarkibiga kiradigan buxgalteriya hisobining boshqa ob'ektlari ham paydo bo'lganki, ularning iqtisodiy mohiyati albatta asosiy kapitalning mohiyatidan farqlanadi. Jumladan, nomoddiy aktivlar, moliyaviy qo'yilmalar, uzoq muddatli debitor qarz va muddati uzaytirilgan xarajatlar ham korxona faoliyatida uzoq muddat ishtirok etishadi. Shulardan nomoddiy aktivlar bevosita ishlab chiqarish jarayonida ishtirok etmasa ham, bilvosita daromad olishga sababchi bo'lib muayyan iqtisodiy naf keltiradi. Uzoq muddatli moliyaviy qo'yilmalar va investitsion mulk sifatida e'tirof etilayotgan aktivlar esa kelgusida daromad olish maqsadida kapitalni investitsiya qilishning yana bir yo'nalishi bo'lib hisoblanadi. Ushbu jihatlar uzoq muddatli aktivlarni tasniflash va tavsiflash asoslarini qayta ko'rib chiqishni taqozo etadi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish davlatlarida, shu jumladan, respublikamiz buxgalteriya hisobi metodologiyasida qo'llanib kelinayotgan uzoq muddatli aktivlarni baholash mezonlari va tamoyillari tushunchalaridagi noaniqliklarni bartaraf etishni taqozo etadi. Bozor munosabatlari rivojlanishi jarayonida turli yangi hisob ob'ektlari hisoblangan royalti, gudvill, yer uchastkasiga bo'lgan mulkiy huquq, uzoq muddatli debitorlik qarzlari, kechiktirilgan xarajatlar, uzoq muddatli moliyaviy investitsiyalar, lizing munosabatlari uzoq muddatli aktivlarni xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning moliyaviy hisobotlarida aks ettirish moliyaviy

hisobotning xalqaro standartlari talablariga javob bermayapti. Bu esa, buxgalteriya hisobi tizimida uzoq muddatli aktivlarning buxgalteriya hisobini nazariy, huquqiy - tashkiliy va uslubiy muammolari yaxlit tizim sifatida tadqiq qilinmaganligidan dalolat beradi.

Mamlakatimiz buxgalteriya hisobi sobiq ma'muriy-buyruqbozlik tizimi davrida shakllanganligi va davlatning mulkiy hukmronligi tufayli uning saqlanib qolayotgan ayrim elementlarini metodologik jihatdan qayta ko'rib chiqish zaruratini keltirib chiqarmoqda.

Bozor sharoitida xo'jalik yurituvchi sub'ektlar tomonidan aktivlarni iqtisodiy naf keltiruvchi resurs sifatida e'tirof etish, zarur bo'lgan holda, ular tomonidan aktivlarni sotib olishda yoki shakllantirishda iqtisodiy nafni o'rganish va uning ob'ektivligini baholash asosiy maqsad sifatida qo'yilmagan. Buning oqibatida aktivlardan foydalanish samaradorligi pasayib ketishi kuzatilmoqda.

Uzoq muddatli aktivlarning buxgalteriya hisobini bozor iqtisodiyotining zamonaviy shartlariga muvofiqlashtirish hamda buxgalteriya hisobini xalqaro darajadagi me'yorlar bilan uyg'unlashtirish zaruriyati mavjud, bu esa, uzoq muddatli aktivlar buxgalteriya hisobining nazariy va metodologik jihatdan yetarli darajada tadqiq qilinmaganligidan dalolat beradi hamda o'rganilayotgan muammoning dolzarbligini belgilaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasining "Buxgalteriya hisobi to'g'risida"gi Qonuni 2016 yil 13 aprel.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev 2020 yil 24 fevraldagi PQ-4611-sonli "Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o'tish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori

3. https://lex.uz/acts/821041

4.Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: 17 - е изд. – М.: ИНФРА – М, - С. 107.

5.Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. М.: Дело-ЛТД, 1995. - С. 127.

6. Шодмонов Ш. ва бошқалар. Иқтисодиёт назарияси. Тошкент: Молия, 2002. - 37 б

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА БИЗНЕС ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Миртурсунова Д.А.
самостоятельный соискатель ТФИ
Ташкент, Республика Узбекистан

Аннотация. Тезис посвящается вопросам влияния условий и возможностей цифровой экономики в предпринимательской деятельности с учетом бизнес принципов.

Ключевые слова: цифровая экономика; Бюро экономического анализа США; организация экономического сотрудничества и развития; модель