ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.Р. ДЕРЖАВИНА

SamISI

“ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ”

халқаро илмий-амалий анжуман

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

(I-қисм)

(2021 йил 19-20 феврал)

Самарқанд - 2021

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

Г.Р.ДЕРЖАВИН НОМИДАГИ ТАМБОВ ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

“Самарқанд иқтисодиёт илмий мактаби”

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

халқаро илмий-амалий анжуман

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

(I қисм)

(2021 йил 19-20 февраль)

САМАРҚАНД – 2021

МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.Р. ДЕРЖАВИНА

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

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
международной научно-практической конференции

(часть 1)

(19-20 февраля 2021 г.)

ТАМБОВ – 2021

Хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш муаммолари. / Халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари (I қисм). 2021 йил 19-20 февраль кунлари. Самарқанд, СамИСИ, 2021. – 300 бет.

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

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

Саҳифаловчи: Ҳилола Очилова

Анъанавий илмий-амалий конференция материалларида Хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш муаммолари ва уларнинг ечимлари, соҳанинг алоҳида тармоқлари самарадорлигини ошириш истиқболларига оид масалалар ёритилган. Унда инновацион ва рақамли иқтисодиётнинг назарий ва методологик муаммолари ва уларни ҳал қилишнинг стратегик йўналишлари, аҳоли бандлиги, фаровонлиги, яшаш сифати ва турмуш даражасини ошириш масалалари, туризм соҳаси самарадорлигини ошириш механизмлари, ривожлантириш тенденциялари ва истиқболлари, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ва самарадорлигини оширишда менежмент, маркетинг ҳамда инвестицияларнинг ўрни, молиявий муносабатлар, бухгалтерия ҳисоби, иқтисодий таҳлил, аудит ва статистика фанларини такомиллаштириш масалалари, шунингдек, хизмат кўрсатиш соҳаси самарадорлигини оширишда рақобатбардош кадрларни тайёрлашни такомиллаштириш муаммоларини ҳал қилишга қаратилган илмий-назарий ва амалий тавсияларга бой мақола ва тезислар ўрин олган.

Олий ва ўрта махсус ўқув юртлари профессор-ўқитувчилари, талабалари, магистрлар, таянч докторантлар, докторантурада таҳсил олувчилар, мустақил изланувчилар ва соҳа мутахассисларига мўлжалланган.

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

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2021

О ОТЦЕ И КОЛЛЕГЕ Д.Э.Н., ПРОФЕССОРЕ АБДУКАРИМОВЕ ИСМАТ ТУХТАЕВИЧЕ

Светлая ему память!

Я горжусь, что являюсь сыном великого ученого и педагога Абдукаримова Исмат Тухтаевича!

Благодаря ему примеру я с детства поставил цель посвятить себя преподавательской деятельности.

Мне повезло, что мы стали коллегами и работали совместно в Самаркандском кооперативном институте и Тамбовском государственном университете им.Г.Р.Державина. Он всегда для меня был примером в жизни и преподавательской деятельности.

В 2002г. Абдукаримова Исмат Тухтаевича пригласили работать в Тамбовский государственный университет им.Г.Р.Державина.

Я видел, что для него данный выбор был не простым.

Но в его принятии данного решенияя сыграла, прежде всего,необходимость быть рядом с семьей, с сыном, внуками.

Переехав в Тамбов Абдукаримов Исмат Тухтаевич сразу активно включился в преподавательскую и научную деятельность.

С 2001 по 2004 г. Абдукаримов Исмат Тухтаевич работает профессором

консультантом кафедры и зам. зав. кафедрой Национальной экономики.

С 2004 г. по 2011 г. работает профессором кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита.

В 2006 году издано учебное пособие «Анализ финансово – хозяйственной деятельности» (Издательство ТГУ им. Г.Р.Державина), 32 п.л. В 2008 году переиздано (доработано и дополнено) – 34 п.л.

В 2010 году была издана его монография: Предпринимательство в России: результаты и противоречия развития, Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2010.

С 2011 г.он профессор кафедры бухгалтерского учета и налогового контроля.

Абдукаримов И.Т. являлся бессменным членом диссертационных советов ДМ 212.261.01 при Тамбовском государственном университете им. Г.Р. Державина и Д 220.041.02 при Мичуринском государственном аграрном университете. Как высококвалифицированный ученый он оказал содействие успешной защите многих аспирантов.

Научное направление деятельности Абдукримова И.Т. – «Методология и теория конкурентоспособности предпринимательских структур», «Совершенствование методики финансового и управленческого анализа», «Критерии и показатели эффективности работы предприятий».

В ходе научных дискуссий на диссертационном совете он проявлял высокую эрудицию, способствовал развитию научных разработок.

Абдукаримов И.Т. читал лекции студентам Тамбовского государственного университета им. Г.Р.Державина, по финансовому анализу, которые характеризовались высоким теоретическим и методологическим уровнем, пользовались большим интересом у студентов.

Абдукаримов И.Т. много вел продуктивную работу по написанию учебной и учебно-методической литературы.

К наиболее значимым работам следует отнести:

- учебник с грифом УМО по образованию «Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия», Тамбов. «Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2005 г. (в соавторстве), переиздано в 2008 г.;
- учебное пособие «Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур», Москва, издательство ИНФРА-М 2011 г. (в соавторстве),
- учебник с грифом УМО по образованию «Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности (методика анализа финансового состояния и финансовых результатов)» – 3-е издание, переработанное и дополненное. Тамбов. Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество». 2011,
- учебное пособие «Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (анализ деловой активности)», Москва. ИНФРА-М, 2012. – 320 с. – (Высшее образование: Бакалавриат),
- учебное пособие «Бухгалтерская (финансовая) отчетность коммерческих предприятий (характеристика форм и статей, методика чтения, мониторинга и предварительного анализа)», Гриф ФГБОУ. ВПО «Государственный университет управления», Москва, издательство ИНФРА-М. 2013 г. (в соавторстве)

Всего за годы работы в университете Абдукаримовым И.Т. издано:

28 учебников и учебных пособий, 3 монографии, более 50 научных статей общим объемом около 600 п.л.

Абдукаримов И.Т. был хорошим наставником у молодых преподавателей, оказывал им консультационную помощь в научной и учебно-методической работе, пользовался большим уважением у руководства и коллектива университета.

За плодотворный труд Абдукаримов И.Т. получил в ТГУ им. Г.Р. Державина следующие награды и поощрения:

- 2004 г. - Памятный портрет Г.Р. Державина «За личный вклад в развитие Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина»,
- 2007 г. Наградной знак «За заслуги перед Тамбовским государственным университетом»
- 2009 г. - Памятная монета «За большой вклад в развитие высшего профессионального образования Тамбовщины».
- 2012 г. «Звезда Гавриила Державина» - за достижения в науках и верность России - ТГУ им. Г.Р. Державина г. Тамбов. Всероссийский марафон «Отечестволюбец»,
- 2013 г. победитель конкурса «Персона года – 2013 г.» - «За значительный личный вклад в развитие и продвижение имиджа Университете в 2013 году»,
- 2017 г. «Державинский орден» - высшая официальная награда университета,
- 2018 г. – медаль к 100-летию ТГУ имени Г.Р. Державина за заслуги перед университетом

Абдукаримов Исмат Тухтаевич внес значительный вклад в развитии не только Самаркандского кооперативного института, но и Тамбовского государственного университета им.Г.Р.Державина.

В.И.Абдукаримов – профессор ТамГУ, д.э.н.

I ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК МУАММОЛАРИ ВА УЛАРНИ ҲАЛ ҚИЛИШНИНГ СТРАТЕГИК ЙЎНАЛИШЛАРИ”

М.Э.Пулатов – СамИСИ ректори, и.ф.д., профессор,
М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация: мақолада маркетинг тадқиқотларини рақамли технология орқали амалга ошириш зарурлиги, унда маркетинг тадқиқотларини амалга оширишнинг устувор вазифалари, маркетинг тадқиқотларини амалга оширишда товар ва баҳо сиёсатининг ўзига хос хусусиятлари, маркетинг тадқиқотларида электрон бизнес ва электрон тижоратни амалга ошириш йўллари ёритилган. Барча масалалар назарий жиҳатдан қаралган бўлиб, амалий йўналишларда қандай ёндошув қилиш лозимлиги ҳам ўз ифодасини топган.

Калит сўзлар: рақамли технология, бутунжаҳон ўргимчак тўри (World Wide Web, WWW), рақамли технология хизматлари, электрон почта, рақамли технология таснифи, маркетинг қарорлари, рақамли технология ва маркетинг тадқиқотлари, сайтлар, анкеталар тўлдириш, сайтдан фокус – гуруҳни ўтказиш, буюртмага ахборот излаш, онлайнли маълумотлар базалари, компакт-дисклар, компьютерли маълумотлар базаси, рақамли технология тезлиги.

Abstract: The article describes the need to conduct marketing research through digital technology, the priorities of marketing research, the specifics of product and pricing policy in marketing research, ways to implement e-business and e-commerce in marketing research. All issues were considered theoretically, and how to approach them in practical areas was also reflected.

Keywords: digital technology, World Wide Web, WWW, digital technology services, email, digital technology classification, marketing decisions, digital technology and marketing research, filling sites, questionnaires, site focus group, ordering information search, online databases, CDs, computer databases, digital technology speed.

Аннотация: В статье описывается необходимость проведения маркетинговых исследований с использованием цифровых технологий, приоритеты маркетинговых исследований, особенности продуктовой и ценовой политики в маркетинговых исследованиях, способы внедрения электронного бизнеса и электронной коммерции в маркетинговые исследования. Все вопросы рассматривались теоретически, а также отражалось, как к ним подойти в практических областях.

Ключевые слова: цифровые технологии, World Wide Web (WWW), услуги цифровых технологий, электронная почта, классификация цифровых технологий, маркетинговые решения, цифровые технологии и маркетинговые исследования, заполнение сайтов, анкеты, фокус-группа сайта, поиск информации о заказе,

онлайн-базы данных, компакт-диски, компьютер. базы данных, скорость цифровой техники.

Маркетинг тадқиқотларини рақамли технологиялар орқали амалга ошириш зарурлиги бевосита барча соҳалар сингари маркетингда ҳам ахборотларнинг ҳаддан ташқари кўпайиб кетаётганлиги, уларни анъанавий бошқарув усуллари билан уддасидан чиқишнинг турли мураккабликлари билан боғлиқ. Шунингдек, бозорнинг кенгайиши билан боғлиқ иқтисодий муносабатларнинг, шу билан бирга ахборот коммуникацион технологияларнинг, уларга кўрсатиладиган хизматларнинг глобал масштабда амалга оширилиши билан ҳам боғлиқ бўлмоқда.

Бугшунги кунда барча иқтисодий, ижтимоий, сиёсий каби жараёнлар глобаллашган шароитда рақобат ҳам глобал аҳамият касб этади. Бу эса ўз навбатида, ҳар бир хўжалик юритувчи субъектларни, глобал рақобатдан сақланиб қолиши учун рақамли технологиялардан фойдаланишни тақозо қилади.

Маркетинг тадқиқотларини рақамли технология орқали амалга ошириш учун катта имкониятлар яратилди. Ҳозирда замонавий компьютерлар, бошқа алоқа ва ахборотлаштириш технологиялари бутунжаҳон тармоқ тизимида глобал масштабда бемалол мулоқат қилиш имконини бермоқда. Ушбу ҳолат мамлакатимиздаги ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларида ташқи бозорлар билан алоқа қилиш имкониятини туғдириш билан бирга товар ишлаб чиқариш, сотиш, аҳолига етказиш, истеъмолчиларни манфаатларини ҳимоя қилиш каби ишларни ҳам рақамли технология орқали амалга ошириш мумкинлигини кўрсатмоқда.

Рақамли технологияда маркетинг тадқиқотлари мамлакатимиз корхоналари экспорт салоҳиятини ошириш ва валюта захираларини тежаш, улардан оқилона ва самарали фойдаланишни таъминлаш масаласини амалга оширида ҳам хизмат қилмоқда. Бунда иқтисодиётнинг ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш, экспорт салоҳиятини ўстириш, хусусий сектор улушини кўпайтириш орқали ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш тизимини янада эркинлаштириш орқали эркин савдони йўлга қўйишни ҳам тақозо этади. Бундай вазифаларни амалга ошириш учун тадбиркорлардан бизнесни халқаро миқёсда компьютер технологиялари орқали юритиш усулларини билиш ва улардан оқилона фойдалана олиш талаб этилади.

Юқоридаги ҳолатларни инобатга олиб ҳозирги пайтда рақамли технология маркетинги, рақамли технологияга асосланган реклама, рақамли технология маркетинги тадқиқотлари каби фанлар ва алоҳида фанларда уларнинг йўналишлари пайдо бўлмоқда. Чунки, ушбу мавзу деярли барча иқтисодий мутахассислар учун зарур ҳисобланмоқда. Иқтисодиёт оламининг глобаллашуви ҳар бир иқтисодчини ҳам глобал иқтисодиётдан хабардор бўлишини талаб қилмоқда ва бу зарурият ушбу масалани ҳам ўрганишни ва ҳаётга тадбиқ этишни тақозо қилмоқда.

Рақамли технология орқали мулоқот: вақтни, маблағни, масофада юришни тежайди ва мос равишда инсонларнинг хавфсизлигини ҳам

таъминлашга хизмат қилади. Шу туфайли рақамли технология билан боғлиқ мавзуни ўрганишда албатта замонавий ахборот ва педагогик технологиялардан самарали фойдаланиш лозим бўлади. Ҳозирги кунда талабаларнинг ушбу масалани ўзлаштиришлари учун ўқитишнинг илғор ва замонавий усулларидан фойдаланиш, янги ахборот-педагогик технологияларни тадбиқ қилиш муҳим аҳамиятга эга. Чунки рақамли технологиядан барча фанлар бўйича тегишли назарий ва амалий аҳамиятга молик ахборотларни ҳам олиш мумкин бўлади.

Маркетинг тадқиқотларида ахборот-коммуникация технологияларидан қуйидагилар фойдаланилади:

- маҳаллий телефон тармоғи;
- шаҳарлараро телефон тармоғи;
- халқаро телефон тармоғи;
- уяли телефон тармоғи;
- персонал радиочақирув тармоғи;
- кўчма радиотелефон алоқа тармоғи;
- маълумотларни ўтказиш тармоғи;
- рақамли технология тармоғи;
- телерадиокўрсатувлар ўтказиш тармоғи кабилар.

Шулардан рақамли технология тармоғи билан боғлиқ операторлар (провайдерлар)нинг сони бўйича биринчи ўринда туради бу 36,6%ни ташкил қилади. Келажакда ушбу кўрсаткичнинг миқдори яна ошиб бориш тенденциясига эга бўлиб бораверади.

Мазкур расмда рақамли технологиядан фойдаланувчилар тизим шаклида келтирилган.



2. Рақамли технологияда маркетинг тадқиқотларини амалга оширишнинг устувор вазифалари

Маркетинг тадқиқотларини амалга ошириш фақат маркетинг бўлимининг иши эмас, балки у энг аввало, корхона раҳбари, инвестор ва мулк эгасининг вазифасига киради. Худди шунингдек, барча ходимлар маркетинг

стратегиясидан воқиф бўлиши лозим. Шу талабдан келиб чиқилса, корхонанинг стротгик ва тактик вазифаларини белгилаб олишда ҳам айнан рақамли технология тадқиқотидан фойдаланилади.

Рақамли технологияда маркетинг тадқиқотлари ушбу тадқиқотлар тизимида уларни амалга ошириш борасида устувор вазифалар сирасига киради. Чунки инттернет орқали товарлар ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш, сотиш, талаб ва таклифга баҳо бериш, нарх сиёсатини белгилаш, бозор сегментини аниқлаш, рақобат ва тадбиркорлик муҳитини баҳолаш, анъанавий ва ижтимоий маркетинг концепцияларини ишлаб чиқиш имконияти яратилади. Маркетинг концепциялари ва маркетинг фалсафасини аниқлашда ҳам асосий техник восита сифатида хизмат қилади.

Шу нуқтаи назардан, рақамли технологияда маркетинг тадқиқотларини амалга оширишнинг устувор вазифалари қуйидагилардан иборат:

- маркетинг бўлимларини маркетинг соҳасини яхши биладиган, рақамли технология билан ишлай оладиган малакали кадрлар билан таъминлаш;
- рақамли технология орқали реклама фаолиятини йўлга қўйиш ва тегишли ахборотларни олишни ҳам рақамли технология орқали амалга ошириш;
- кадрларни тегишли компьютер техникаси ва услубий адабиётлар билан таъминлаш;
- корхонадаги барча бўлимларни тегишли ахборотлар билан ва маркетинг тадқиқотлари натижалари билан хабардор қилиб бориш;
- рақобатчи корхоналар ахборотларини олиш ва уларни мунтазам ўрганиб бориш, рақобат ҳақидаги ахборотларни тезкор тарзда ходимларга тарқатиш ва тегишли тадбирларни қўллаш йўлларини кўриш;
- рақамли технология орқали талабни ҳар томонлама ўрганиш ва шунга мос таклифни ҳам реклама тарзида тезкор усулларда тарқатиш;
- маркетинг тадқиқотлари бўйича глобал масштабда содир бўлаётган ўзгаришлардан хабардор бўлиб бориш.

Ушбу йўналишларни ва шу билан боғлиқ мавзуни ўрганишда рақамли технология глобал тармоғининг пайдо бўлиши ва ривожланиш босқичларига алоҳида аҳамият берилиши лозим. Чунки, шу йўналиш орқали ахборот технологияларининг маркетинг соҳасига қўлланилиши объектив заруратдан келиб чиққанлигини билишимиз мумкин бўлади. Компьютер тармоқларининг ривожланиши ва уларнинг маркетинг тадқиқотларига қўлланилиши World, Wide, Web каби дастурларнинг яратилиши катта аҳамият касб этганлиги ҳам масаланинг муҳим жиҳатларидан бири ҳисобланади. Бу эса ўз навбатида, ахборот технологияларининг ривожланишни таъминлаш билан бирга электрон бизнеснинг пайдо бўлиши ва ўсишига ҳам катта таъсир кўрсатганлигини алоҳида қайд этиш лозим.

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

КОРРУПЦИЯНИНГ ИЛДИЗЛАРИ ВА УНИ БАРТАРАФ ҚИЛИШ БОРАСИДАГИ ЧОРАЛАР

Аннотация: мақолада коррупциянинг илдизларидан иқтисодий илдиз, маънавий илдиз, сиёсий илдизлар қисқача қараб чиқилган. Унда асосий эътибор коррупция ва порахўрликни тугатиш ва бартараф қилишга қаратилган чораларга ҳам алоҳида аҳамият берилган. Бунда кадрларни, айниқса мансабдор шахсларни иймон-эътиқодли қилиб тарбиялаш ва шунга ўқитиш масаласига ҳам эътибор қаратилган.

Калит сўзлар: коррупция, коррупция илдизлари,иқтисодий илдиз, маънавий илдиз, сиёсий илдиз, кадрлар, мансабдор шахслар, порахўрлик.

Аннотация: в статье кратко рассматриваются экономические, духовные и политические корни коррупции. В ней также уделяется внимание мерам, направленным на пресечение и ликвидацию коррупции и взяточничества. При этом, уделяется особое внимание вопросу религиозной подготовки и соответствующей подготовки персонала, особенно должностных лиц.

Ключевые слова: коррупция, корни коррупции, экономический корень, духовный корень, политический корень, трудовые ресурсы, чиновники, взяточничество.

Abstract: the article briefly examines the economic, spiritual and political roots of corruption. It also pays attention to measures aimed at curbing and eliminating corruption and bribery. At the same time, special attention is paid to the issue of religious training and the appropriate training of personnel, especially officials.

Keywords: corruption, roots of corruption, economic root, spiritual root, political root, manpower, officials, bribery.

Кириш. Биз ўтган 2020 йилдаги рўй берган қийинчилик ва мураккабликларга қарамасдан 2021 йилни кўтаринки руҳда кутиб олдик. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 28 декабрда қилинган Олий Мажлисга Мурожаатномасида “...барчамиз “Янги Ўзбекистонда эркин ва фаровон яшайлик!” деган ягона мақсад атрофида бирлашиб, масъулият ва жавобгарликни чуқур ҳис этган ҳолда, фидокорона меҳнат қилиб, ўз орзу-мақсадларимизга, иншооллоҳ, эришамиз”[1], деб таъкидлаганлиги бутун халқимизни илоҳомлантирди. Чунки 2021 йилда олдимизда ҳар қачонгидан ҳам зарур, ўта муҳим вазифалар турганлигидан келиб чиқиб, бутунлай яхши ниятлар билан жуда катта марраларни ўзимизга белгилаб олганлигимизни бирма-бир кўрсатиб берди. Албатта, бугунги мураккаб шароитда белгиланган вазифаларга эришиш осон бўлмайди. Ҳаётимизнинг турли соҳаларида муаммо ва камчиликларимиз ҳам етарли. Мамлакатимиз аҳолисининг бир қисмида бепарволик бўлса, айрим раҳбарларда савия ва малака етишмаслиги, бюрократия, коррупция ҳолатлари, лоқайдлик ва бепарволик каби нуқсонлар ҳам борлиги натижасида жойларда ишни тўғри ташкил этмаслик, аниқроғи этаолмаслик ҳолатлари ҳам

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 28 декабрда қилинган Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // “Халқ сўзи” газетаси 2020 йил 30 декабрь. – 1-4 бетлар.

учраб турибди. Бунинг сабаби нимада, деган саволга мамлакатимиз Раҳбари бугунги кундаги айрим раҳбарларнинг “...ё билими, малакаси йўқ, ё қатъияти етмайди ёки коррупцияга берилган”[2], деб таъкидлади. Кўриниб турибдики, коррупциянинг сабабларини ўрганиш ва унинг олдини олиш йўлларини кўрсатиб бериш бугунги кунда ўта долзарб масалалардан биридир.

Адабиётлар шарҳи. Коррупцияга оид масалалар мамлакатимиз ва хоржий олимлардан Дж.М.Кейнс, В.Б.Спицинадель, К.В.Белова, В.Д.Андрианов, В.Э.Байков, С.Ю.Барсикова, Л.М.Тимофеева, В.Н.Топорина, М.Қ.Пардаев, Ш.Р.Қобилов, А.Ўлмасов, Мамадалиев Ш.О. Мамадалиев С.Ш. кабиларнинг асарларида[3] қараб чиқилган. Аммо бугунги кундаги янгиланаётган Ўзбекистонга хос бўлган коррупцияга қарши кураш масаласи етарли даражада ёритилмаган. Айнан масаланинг ушбу жиҳати мазкур мавзунинг долзарблигини белгилайди.

Таҳлил ва натижалар. Ҳозирги пайтда айрим раҳбарлар аҳоли - кутаётган ҳаётий муаммоларни ҳал қилиш ўрнига кераксиз қоғозбозлик ва натижасиз мажлислар ўтказиш билан овора бўлиб қолмоқда. Шу туфайли мамлакатимизда коррупциянинг олдини олиш бўйича давлат хизматчиларини мунтазам ўқитиш ва билимини баҳолаб бориш тизими йўлга қўйилади. Чунки кадрлар, айниқса мансабдор шахсларнинг бундай ҳолатларга йўл қўйишининг асл сабабларидан бири улар ўртасида коррупция илдизининг мавжудлиги билан боғлиқдир. Бу илдизнинг йўналиши ва ўзаро боғлиқликлари қуйидаги расмда келтирилган (1-расм).



1-расм. Коррупция илдизлари турлари ва уларнинг ўзаро боғлиқлиги[4]

[2] Ўша жойда. “Халқ сўзи” газетаси 2020 йил 30 декабрь. – 1-4 бетлар.

[3] Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. Пер. с англ. – М.: Гелюс АРВ. 1999,, Спицинадель В.Б., Белова К.Б. Коррупция история и современность. М. 2007. Қобилов Ш.Р. Коррупция: сабаблари, шарт-шароитлари, оқибатлари ва олдини олиш йўллари. Монография. – Т. Ўзбекистон Республикаси ички ишлар вазирлиги Академияси. 2019. – 368 б., Андрианов В.Д. Коррупция как глобальная проблема: история и современность. – М.: 2011., Байков В.Э. Пофессиональная культура и этика государственнқх служаших.// Социология власти: Информационно аналитический бюллетень. 1997. № 4-5., юридическая энциклопедия. // под. Ред. В.Н.Топорина. – М.: 2001. С.463., Пардаев М.К.”Ҳалоллик ваксинаси” билан эмлаш – инсон вужуди ва сийратини поклаш демакдир. Илмий тавсия. Самарқанд, 2021. 40 бет., Саттаров Г.А. Россия и коррупция: кто кого?19.02.1998., Мамадалиев Ш.О. Мамадалиев С.Ш. Коррупцияга қарши курашнинг назарий масалалари. // ЎзР ИИВ Академиясининг ахборотномаси. 2018. Махсус сон., Улмасов А. Коррупция: кўриниши, шакллари ва турлари. // Postda. 2016. 9 май.,

[4] Ҳаётни кузатиш асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Иқтисодий илдизи – яшаш учун пулнинг энг яхи восита эканлиги, уни бировлардан таъмагирлик йўли билан ўзлаштириш имкониятининг мавжудлиги. Коррупциянинг иқтисодий зарари, дунё иқтисодиёти учун жуда катта бўлиб келган ва шундай бўлиб қолмоқда. Жаҳон банки томонидан келтирилган маълумотларга кўра XX асрнинг бошида "коррупция дунё ҳамжамиятига йилига 80,0 млрд. АҚШ доллари миқдорида зарар келтирган"[5]. Кўриниб турибдики, жамиятдаги бу иллат бугун пайдо бўлган эмас. Афсусланарли жиҳати шундаки, ушбу иллат бугунги кунда камаймасдан, балки кўпайиб бормоқда. Ш.Р.Қабиловнинг берган маълумоти бўйича 2016 йилда дунёда яратилётган ЯИМнинг 2 фоизини пора ташкил этган. Бу қарийб 1,5-2,0 трлн. АҚШ доллари дегани. 2019 йил остонасида бу кўрсаткич 2,5 трлн. АҚШ долларига етган[6].

Маънавий илдизи – бировнинг молини таъмагирлик қилиб ўзлаштириш ҳаром эканлигини тан олмаслик, иймоннинг сустлаги. Айрим шахсларга мансаб берилади. Бу албатта Аллоҳнинг иноятн. Шундай саодатга эришилдими, жамоасига, халқига сидқидилдан ҳалол-покиза хизмат қилиши лозим. Аммо афсуски, мансабга ўтиргач кўплари таъмагирлик йўлига ўтиб олиб, пул тўплашга киришилади. Коррупция йўли билан порахўрлик асосида жиноят қилганларнинг аксарият қисми (95-98 %) мансабдор шахслар, тиббиёт ва таълим соҳаси ходимлари бўлиб чиқмоқда. Ачинарлиси масабдор шахслар ҳам, таълим соҳаси ходимлари ҳам тарбиячилар ҳисобланади. Одатда тарбиячилар тили билан эмас, амали билан ўрнак бўлиши лозим. Ҳамманинг кўз олдида таъмагирлик қилиб турса, давлвтнинг маблағини (асли бу ҳам халқники) ноқонуний ўзлаштирса, ҳаракатлари коррупцияга асосланган бўлса бундайлардан қандай ўрнак олиш мумкин. Ушбу ҳолат жамиятда маънавий муҳитни издан чиқишига олиб келади. Ҳалоллик иккинчи даражага тушиб қолади. Бунинг оқибатлари қанчалик аянчли аҳволга олиб келишини тасаввур қилиш қийин.

Сиёсий илдизи – коррупцияга қарши курашишда мамлакатимизнинг нуфузини ўйламаслик оқибатида, қаттиқ интизом ва адолатнинг мустаҳкам эмаслиги, сиёсий қатъийлик ва ҳалолликнинг етишмаслиги. Коррупция дунё миқёсида катта муаммога айланганлиги туфайли 2003 йил 31 октябрь куни Нью-Йорк шаҳрида БМТнинг "Коррупцияга қарши кураш конвенцияси" қабул қилинди. Ушу ҳужжатнинг кучга кириши учун 30 та давлат қўшилиши керак эди. Хуллас, бу ҳужжат 2003 йил 9 декабрда кучга кирди. Шу муносабат билан 9 декабрь "коррупцияга қарши кураш халқаро куни" сифатида нишонланадиган бўлди. Бугунги кунда ушбу конвенцияга 158 та давлат аъзо бўлиб кирган[7]. Ўзбекистон Республикаси 2008 йил 7 июль куни "Ўзбекистон Республикасининг Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг

[5] Спицинадель В.Б., Белова К.Б. Коррупция история и современность. М. 2007.
[6] Қобилов Ш.Р. Коррупция: сабаблари, шарт-шароитлари, оқибатлари ва олдини олиш йўллари. Монография. – Т. Ўзбекистон Республикаси ички ишлар вазирлиги Академияси. – 4-б.
[7] Қобилов Ш.Р. Коррупция: сабаблари, шарт-шароитлари, оқибатлари ва олдини олиш йўллари. Монография. – Т. Ўзбекистон Республикаси ички ишлар вазирлиги Академияси. – 6-б.

коррупцияга қарши кураш конвенциясига қўшилиш тўғрисида”ги қонун қабул қилинди. Ушбу қонуннинг қабул қилиниши мамлакатимизнинг коррупция иллатининг олдини олиш ва унга қарши кураш бўйича халқаро мажбуриятларга қўшилганлигидан далолатдир.

Бевосита мамлакатимиз миқёида ҳам ушбу масалага эътиборни қаратиб келинмоқда. Хусусан, Ўзбекистон Республикасининг “Коррупцияга қарши курашиш тўғрисида”ги ЎРҚ-419-сонли қонуни Қонунчилик палатаси томонидан 2016 йил 24 ноябрда қабул қилинган ва Сенат томонидан 2016 йил 13 декабрда маъқулланган. 2017 йил 3 январда президентимиз томонидан имзоланиб кучга кирган. Ушбу масаланинг долзарблиги шундаки, 2020 йил 29 июнда “Ўзбекистон Республикасида коррупцияга қарши курашиш тизимини такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармони ҳам қабул қилинди. Кўриниб турибдики, ушбу масала давлатимиз раҳбарининг доимий эътиборида бўлиб келинмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 28 декабрда қилинган Олий Мажлисга Мурожаатномасида қўйилган вазифалардан бирида “коррупциянинг ҳар қандай кўринишига муросасиз бўлиш кундалик ҳаёт тарзимизга айланиши шарт. Бу иллатга қарши курашишга барча давлат органлари, сиёсий партиялар, жамоат ташкилотлари, оммавий ахборот воситалари, умуман, ҳар бир фуқаро сафарбар этилиши зарур”[8], деб таъкилади. Ушбу вазифани бажаришда коррупцияга қарши курашишнинг самарали воситаларидан фойдаланишни тақозо қилади. Бунда энг аввало, кадрларни танлаш ва ишга қабул қилишнинг очиқ тизимини йўлга қўйиш шартлигини ҳам мамлакатимиз раҳбари алоҳида аҳамият бериб келмоқда. Натижада кадрларни танлашда эски усуллардан воз кечиб, уларнинг интеллектуал салоҳиятини, маънавий фазилатларини баҳолайдиган очиқ ва ошкора танлов тизими жорий этилиши бўйича ҳам тегишли талабларни қўймоқда.

Хулоса қилиб айтганда, мамлакатимиз раҳбари бу йилги парламентга Мурожаатномасида “Коррупция ўта оғир жиноят экани ва унга нисбатан муросасиз бўлиш ғоясини фарзандларимизга ёшлик давридан бошлаб сингдиришимиз, уларга фақат ҳалол меҳнат ва тадбиркорлик орқали даромад топишни ўргатишимиз лозим. Шунингдек, коррупциянинг олдини олишда барча давлат органларида қарор қабул қилиш жараёнлари, очиқ ва фақат очиқ бўлишини таъминлаш ҳал қилувчи аҳамиятга эга”[9], деб таъкидлади. Ушбу вазифани бажаришда шу йилдан бошлаб мактабларга жорий қилинган “Тарбия” фани муҳим аҳамият касб этади.

“Тарбия” фанида болаларга энг аввало, ўзи олдидаги бурчини, оиласи ва ота-онаси олдидаги бурчини, ака-укалари ва опа-сингиллари олдидаги бурчини, жамоаси ва жамият олдидаги бурчини ва ниҳоят Ватани олдидаги бурчининг нималигини сингдиришга қаратилган бўлиши лозим. Сўнгра, одоб-ахлоқ, ўзини тутиш, сўзлашиш, тинглаш, ҳалоллик каби жиҳатларни ҳам сингдириш лозим бўлади.

[8] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 28 декабрда қилинган Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // “Халқ сўзи” газетаси 2020 йил 30 декабрь. – 1-4 бетлар.
[9] Ўша жойда. // “Халқ сўзи” газетаси 2020 йил 30 декабрь. – 1-4 бетлар.

В.И. Абдукаримов– д.э.н., профессор, помощник ректора по связям с СНГ
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный
университет имени Г.Р. Державина»

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: В работе рассматриваются вопросы значение развития цифровой экономики, ее направления. Обоснован вывод о необходимости адаптации человека к условиям цифровизации общества. Рассматриваются вопросы совершенствования системы менеджмента при развитии цифровой экономики. Предложены пути совершенствования управления персоналом с применением цифровых технологий. Обоснована объективная необходимость появления новых специальностей, востребованных в цифровой экономике, организация их подготовки в вузах.

Ключевые слова: цифровая экономика, система управления персоналом, электронная валюта, блокчейн,биткоин Bitcoin

Annotatsiya: Maqolada raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning ahamiyati, uning yo'nalishi ko'rib chiqilgan. Insoniyatni jamiyatni raqamlashtirishga moslashishi zarurligi to'g'risida xulosa asoslandi. Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishda boshqaruv tizimini takomillashtirish masalalari ko'rib chiqilmoqda. Raqamli texnologiyalardan foydalangan holda kadrlar boshqaruvini takomillashtirish yo'llari taklif qilingan. Raqamli iqtisodiyotda talab qilinadigan yangi mutaxassisliklar paydo bo'lishining ob'ektiv zaruriyati, ularni oliy o'quv yurtlarida o'qitishni tashkil etish.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, xodimlarni boshqarish tizimi, elektron valyuta, blokcheyn, bitcoin Bitcoin

Abstract: The paper deals with the importance of the development of the digital economy, its direction. The conclusion about the need for human adaptation to the conditions of digitalization of society is justified. The issues of improving the management system in the development of the digital economy are considered. The ways of improving personnel management with the use of digital technologies are proposed. The objective necessity of the emergence of new specialties that are in demand in the digital economy, the organization of their training in universities is justified.

Keywords: digital economy, personnel management system, electronic currency, blockchain, bitcoin)

Одной из реалий развития современного общества является все более широкое применение современных информационных технологий.

Если на начальном этапе осуществлялась компьютерная обработка информации и выдача соответствующих отчетных документов, то в настоящее время все больше меняется подход к использованию информационных технологий, реализация управленческих функций.

В настоящее время в России, как и во многих странах мира уделяется большое внимание по информатизации общества, решения не только сугубо экономических задач, но и социальных.

В утвержденной в России «Стратегии развития информационного общества РФ на 2017-2030 годы» дано следующее определение цифровой экономики: «Цифровая экономика – это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг». Цифровая экономика – это деятельность, связанная с функционированием и развитием цифровых компьютерных технологий, в которую входят сервисы по предоставлению онлайн-услуг, электронные платежи, интернет-торговля, краудфандинг и прочее. К главным элементам цифровой экономики относят электронную коммерцию, интернет-банкинг и электронные платежи, криптовалюту и блокчейн, интернет-рекламу и онлайн-игры.

Например, доказано, что блокчейн, являясь молодой и растущей цифровой технологией и которую применяют все от банков и частных компаний до ООН и государств, является одной из наиболее надежных и имеет три уровня защиты:

- это распределенная сеть, которая позволяет прозрачно хранить данные в неизменном виде;
- хранит информацию в цепочке блоков, где каждый содержит информацию о предыдущем;
- информация в блокчейне защищается с помощью математических алгоритмов .

Внимание развитию цифрового общества уделяют в различных странах.

В США, например, в конце 2018 года IBM запустила платформу Food Trust, чтобы помочь компаниям бороться с контрафактом и вовремя реализовывать товар, у которого заканчивается срок годности. Производители, поставщики и продавцы продуктов подключаются к платформе, чтобы контролировать происхождение и сроки поставок и проверять сертификаты на продукцию. К платформе уже подключились такие компании, как Nestle, Unilever, сети супермаркетов Walmart и Carrefour. Это обходится им в десятки тысяч долларов, но помогает сэкономить сотни тысяч.

В Эстонии разработали блокчейн-платформу для департамента здравоохранения. На этой платформе хранятся данные, касающаяся визитов к врачам, рецепты, анализы, история болезней и др. Информация хранится всю жизнь пациента и будет доступна, даже если человек переедет, поменяет врачей, а медкарта будет потеряна. Важно также подчеркнуть, эти данные могут пригодиться, например, когда врачу скорой помощи нужно будет выяснить, есть ли у больного аллергия на лекарства, а терапевту — назначить

индивидуальный план лечения. При этом пациент сам решает, кому открыть доступ к своей информации.

В России «Сбербанк Факторинг» и «М.Видео» создали общую платформу для обмена данными. Эта платформа сократила время сверки документов об отгрузке и получении товаров до нескольких минут. В результате банк экономит на оформлении бумаг, а поставщики быстрее получают деньги. К концу 2017 года платформу стал использовать каждый пятый поставщик «М.Видео», и ее открыли для других банков. В основе данного направления бизнеса лежит факторинг как вид кредитной услуги, которую банки часто оказывают оптовым компаниям. Поставщики отправляют товар крупной торговой сети, но деньги за него получают только через пару месяцев. Чтобы поставщик не сидел этот период без денег, банк расплачивается с ним сразу, а с торговой сети в будущем берет деньги с процентом.

Многие компании, которые до последнего времени осуществляли традиционную деятельность, с внедрением информационных технологий принципиально на новом уровне перешли к повышению качества обслуживания клиентов, изменили функции менеджмента.

Так, компании Uber или Яндекс такси в настоящее время осуществляют традиционное обслуживание населения предоставляя перевозки с использованием современных технологий, В результате потребитель получил кардинально новый тип предоставление услуг с более низкими затратами на организацию, что привело к удешевлению стоимости проезда в такси.

Другой пример, когда менеджмент сети супермаркетов “Пятерочка”. понял, что около 70% используемых ресурсов уходит на обслуживание, то запустил цифровую трансформацию с партнером IBS и перешел на новые информационные технологии, что позволило усовершенствовать и повысить эффективность реализации модели бизнеса.

Система менеджмента компаний, внедряющих в свой бизнес современные информационные технологии , кардинально меняется, внедряя такие инновационных методы и инструменты управления как метод больших данных, экспертные системы, блокчейн и децентрализация. Использование этих методов и инструментов в перспективе коренным образом отразятся на всех уровнях функционирования и развития экономической системы. При этом достоверного прогноза предстоящих изменений и возможностей развития цифрового общества нет. Согласно государственной программе «Цифровая экономика России» среди передовых цифровых технологий выделены: большие данные, нейротехнология и искусственный интеллект, системы распределенного реестра, квантовые технологии, компоненты робототехники и сенсорика, технологии беспроводной связи; технологии виртуальной и дополненной реальностей.

Инновационные технологии занимают все большее место в общественной жизни, меняют образ реализации ее составляющих, уменьшаются затраты времени на рутинную работу, увеличивается необходимость осуществления интеллектуальной деятельности.

Цифровая экономика изменила основные принципы работы офисов компаний, работу их сотрудников, переход на автоматизацию многих выполняемых ими операций.

Переход на широкое использование цифровых технологий позволяет многим компаниям перейти на дистанционную работу их сотрудников.

Причем следует подчеркнуть, что если эпидемия от короновируса поначалу заставила систему менеджмента вынуждено перейти на дистанционную работу, то сейчас руководство многих компаний пришли к выводу, что переход на постоянную дистанционную работу выгоден с точки зрения эффективности затрат. Несомненно, объективным фактором этого является широкое использование цифровых технологий.

При этом надо учитывать, что цифровая экономика предполагает изменение человеческой деятельности во всех сферах.

Одной из проблем, при этом, является психологический барьер, а иногда и шок людей, которые должны перестраивать свою работу, с учетом цифровизации экономики, необходимость изменения образа мышления.

В связи с этим людям необходимо адаптироваться к новым условиям, трансформировать свое сознание, соответственно, воспринимать реальность и использовать полученную информацию совершенно иным, отличным от предыдущего опыта, образом.

Одним из направлений изменения системы менеджмента на основе цифровой экономики является управление персоналом.

Как известно, система управления персоналом включает в себя:

- стратегию развития персоналом;

-поиск, отбор и набор персонала;

-развитие персонала;

- оценка и мотивация труда персонала.

На основе использования больших баз данных, а также возможностей искусственного интеллекта можно строить эффективную систему стратегии развития персонала на основе получения информации о перспективных специальностях, необходимых для реализации стратегии развития данной компании, баз данных компетенций сотрудников, а также информации по программам обучения и повышения квалификации сотрудников.

На стратегию развития персонала влияет текучесть кадров. Цифровая технология Employee Flight Risk Prediction прогнозирует вероятный уход сотрудников из организации, в связи с чем можно своевременно принять необходимые управленческие решения.

Существуют различные цифровые технологии поиска необходимых работников. Например, Resume Matching – находит в базе наиболее

подходящего кандидата, сделав запрос на соответствующую вакансию, Job Standardization – позволяет найти вакансию с уже существующей должностной инструкцией, названием, зарплатой.

Цифровые технологии широко используются и для других задач управления персоналом. В управлении персоналом цифровизация направлена на создание удобной цифровой среды для сотрудников, главной целью которой является сокращение затрат времени и усилий для получения результата. Например, с помощью личного кабинета можно оформить отпуск или командировку, используя соответствующее программное обеспечение. Еще одним преимуществом использования ИТ-технологий является организация дистанционного обучения, благодаря которому сотрудники могут повысить квалификацию, найти интересные материалы в удобное для себя время.

С внедрением цифровых технологий в систему менеджмента меняю подходы и требования к подбору персонала.

Одними из требований к современному специалисту относятся умение адаптироваться к изменениям, использовать цифровые технологии в своей работе, способные к быстрому обучению. При устройстве на работу, кроме имеющихся знаний, у будущего сотрудника оценивают коммуникативные навыки, способность быстро переучиться, работать с большим объемом информации и знаний. Преимущество будет у тех кандидатов, которые готовы подстраиваться под изменения конъюнктуры рынка, готовые и способные принимать нестандартные решения.

С развитием цифровой экономики появляется необходимость в новых специальностях:

- архитектор информационных систем;
- дизайнер интерфейсов;
- архитектор виртуальности;
- сетевой юрист;
- проектировщик нейро-интерфейсов;
- организатор интернет-сообществ;
- цифровой лингвист.

Архитектор информационных систем – это специалист по широкому кругу решения задач, связанных с системой обработки данных, который проектирует базы данных, способствует и обеспечивает обращение пользователей к хранилищу информации, контролирует качество хранения данных и др.

Дизайнер интерфесов отвечает за разработку и создание удобных и эффективных, адаптированных под человека интерфейсов технологии, оборудования, софта для различных уровней управления.

Архитектор виртуальности – это специалист по проектированию управленческих решений, позволяющих учиться, работать и отдыхать в виртуальной реальности.

Сетевой юрист осуществляет формирование нормативно-правового взаимодействия в Сети, разработку правовой защиты в Интернете.

Проектировщик нейро-интерфейсов специалист, занимающийся разработкой совместных с нервной системой человека интерфейсов по управлению компьютерами, базами данных, домашними и промышленными роботами с учетом психологии и физиологии индивидуума.

Организатор интернет-сообществ занимается организацией и моделированием форумов, образовательных площадок в Сети.

Цифровой лингвист разрабатывает лингвистические системы перевода, с учетом контекста и смысла, обработки текстов и новые интефейсы коммуникации между человеком и компьютером на различных языках.

Особая роль в появлении данных специалистов возлагается на вузы, которые должны перестраивать систему обучения применительно к цифровой экономике. Уже сейчас возникает крайняя необходимость разрабатывать новые учебные планы, учебные программы, ориентированные на освоение студентами цифровых технологий. Актуальным является повышение квалификации самих преподавателей с учетом цифровизации общества.

Таким образом, с развитием цифровой экономики система менеджмента должна кардинально меняться, отвечать ее требованиями и адаптироваться к изменяющейся реальности, включая все стороны управления внутренней средой организации.

L.N.Xalikova – i.f.n.dotsent, SamISI,
F.D.Tugizova - o'qituvchi, 14-umumta'lim maktab
D.B.Egamkulov – talaba, SamISI IK-420

O‘ZBEKISTONDA RAQAMLI IQTISODIYOTNI SHAKLLANTIRISH XUSUSIYATLARI

Annotasiya. Ushbu maqolada O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni shakllantirish xususiyatlari, innovatsion g‘oyalar va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish muammolari, ularni hal qilish yo‘llari va bu orqali erishish mumkin bo‘lgan ijobiy natijalar ko‘rib chiqilgan. Shuningdek, innovatsiyalar va raqamli texnologiyalarning bugungi kundagi o‘rni va ahamiyati, ular o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liq jihatlarga to‘xtalib o‘tilgan.

Kalit so‘zlari. Innovatsiya, innovatsion mahsulot, raqamli iqtisodiyot, raqamli texnologiyalar, AKT (axborot kommunikatsiya texnologiyalar), AKT rivojlanish indeksi, IT-park, onlayn savdo, internet aloqa, mobil aloqa, elektron tijorat, elektron biznes.

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности формирования цифровой экономики в Узбекистане, проблемы развития цифровой экономики и инновационных идей, рассмотрены пути их решения, посредством которых можно достичь положительных результатов. Также рассмотрены различные стороны их взаимосвязи, подчеркнуты место и значимость инноваций и цифровых технологий в настоящее время.

Ключевые слова: инновации, инновационные продукты, цифровая экономика, цифровые технологии, ИКТ (Информационно-коммуникационные технологии), индекс развития ИКТ, IT-парки, онлайн-торговля, интернет связь, мобильная связь, электронная коммерция, электронный бизнес.

Abstract. This article discusses the features of the formation of the digital economy in Uzbekistan, the problems of the development of the digital economy and innovative ideas, discusses ways to solve them, through which positive results can be achieved. Various aspects of their interconnection are also considered, the place and importance of innovations and digital technologies at the present time are emphasized.

Keywords: innovation, innovative products, digital economy, digital technologies, ICT (Information and Communication Technologies), ICT development index, IT parks, online trading, Internet communications, mobile communications, e-commerce, electronic business.

Hozirgi davrda raqamli iqtisodiyot va u bilan birgalikda raqamli innovatsion texnologiyalar hayotimizning har bir sohasiga kirib bormoqda.Raqamli iqtisodiyot deganda jamiyat ne’matlarini ishlab chiqarish, taqsimlash va iste’mol qilish jarayonlarida elektron hamda axborot kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish orqali ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, tovar va xizmatlarning taqsimlanish jarayonlarini tezlashtiradi, innovatsion yo‘llar bilan aholi turmush tarzini yaxshilashga qaratilgan iqtisodiy faoliyat tushuniladi. Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi mamlakatimiz uchun ham uning dunyo miqyosidagi raqobatbardoshligini belgilab beradigan strategik ahamiyatga ega masalalardan biri hisoblanadi. Shularni inobatga olgan holda, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2020 yil 24 yanvardagi joriy yil uchun eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasida mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo‘yicha quyidagi asosiy masalalarga e’tibor qaratildi:”Birinchi navbatda, qurilish, energetika, qishloq va suv xo‘jaligi, transport, geologiya, kadastr, sog‘liqni saqlash, ta’lim, arxiv sohalarini to‘liq raqamlashtirish;“Elektron hukumat” tizimini, amalga oshirilayotgan dasturlar va loyihalarni tanqidiy qayta ko‘rib chiqib, barcha tashkiliy va institutsional masalalarni kompleks hal etish;Toshkent shahrida zamonaviy infratuzilmaga ega bo‘lgan “IT-park” qurilishini takomillashtirish va bunday “IT-park”larni Nukus, Buxoro, Namangan, Samarqand, Guliston va Urganch shaharlarida ham tashkil etish; Raqamli iqtisodiyotning soha va tarmoqlari uchun yuqori malakali mutaxassislar tayyorlash maqsadida, xorijiy hamkorlar bilan birgalikda “1 million dasturchi” loyihasini amalga oshirish.

Bugungi kunda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish dunyo davlatlari uchun asosiy ustuvor masalaga aylandi. Bunga sabab raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi har bir mamlakat va uning aholisi uchun ko‘plab ijobiy natijalarga erishish imkonini beradi. Jumladan, iqtisodiy o‘sishning tezlashishi, mehnat unumdorligining oshishi, qo‘shilgan qiymatning ko‘payishi, yangi ish o‘rinlarini tashkil qilinishi, investitsiyalar va zamonaviy texnologiyalarning rivojlanishi va tarqalishi. Raqamli iqtisodiyotning rivojlanganlik darajasi bo‘yicha yetakchi

o‘rinda AQSH va Xitoy davlatlari turadi. Masalan, raqamli iqtidodiyotdagi blokcheyn texnologiyalar bilan bog‘liq patientlarni olishning 75%, shuningdek, internet vositalariga qilinadigan xarajatlarning 50 % ham aynan shu davlatlarga to‘g‘ri keladi.

Raqamli iqtisodiyotning rivojlanish darajasini ifodalovchi ko‘rsatkichlardan biri-AKT(axborot kommunikatsiya texnologiya)larning rivojlanish indeksi hisoblanadi. 2017 yil ma’lumotlariga ko‘ra, jahonda AKTlarning rivojlanish indeksi bo‘yicha Islandiya 8,9 ko‘rsatkichi bilan 1-o‘rinda; Janubiy Koreya 8,85 ko‘rsatkichi bilan 2-o‘rinda; Shvetsariya 8,74 ko‘rsatkichi bilan 3-o‘rinni egallab turibdi.Mamlakatimiz, O‘zbekiston Respublikasi 4,9 ko‘rsatkichi bilan bu ro‘yxatning 95-o‘rinidan joy olgan. BMTning 2019 yilgi ma’lumotlar asosida xabar berishicha, dunyo internet trafigining dinamikasi 2002 yilda sekundiga 100 Gbaytni, 2007 yilda sekundiga 46000 Gbaytni tashkil qilgan bo‘lsa, 2022 yilda bu ko‘rsatkichni sekundiga 150700 Gbaytga yetkazish ko‘zda tutilmoqda. Bundan tashqari, kompyuter texnologiyalari bilan ta’minlanganlik darajasiga ko‘ra, qashshoq davlatlarda 5 ta oliadan 1 tasi, rivojlangan davlatlarda 5 ta oiladan har 4 tasida kompyuterlardan foydalanish imkoniyati mavjud hisoblanadi.

Raqamli iqtisodiyot rivojlanishining har bir bosqichida innovatsion g‘oyalar o‘ziga xos o‘rinni egallaydi.

Raqamli iqtisodiyotning shakllanishida asosiy omillardan biri- bu innovatsiya, innovatsion g‘oya va uning mahsuli bo‘lmish innovatsion mahsulotlar ekanligi tasvirlangan. Bunga sabab dastlab innovatsion g‘oyalarning paydo bo‘lishi, rivojlantirilishi va buning natijasida yangi mahsulot (innovatsion mahsulot)larning yaratilishi bo‘lib, ular insonlar hayotini bir muncha yengillashtirdi va qulayliklar yaratganidir. Innovatsion mahsulot deganda asosiy e’tibor sun’iy intellekt, super kompyuterlar, smartfonlar, 3D-printerlari, onlayn savdo, internet aloqa, mobil aloqa, IT-parklar haqida bormoqda. Aynan shularning ixtiro qilinishi va keng miqyosda foydalanilishi raqamli innovatsion texnologiyalar nomini oldi. Bu esa yangi bozorlar (xalqaro onlayn savdo, elektron tijorat, elektron biznes)ni vujudga keltirdi. Shu asosida raqamli iqtisodiyotning infratuzilmasi o‘z-o‘zidan tarkib topdi. Xususan, dastlab kompyuterlarning vujudga kelishi, mobil va internet aloqalarining o‘rnatilishi va buning natijasida elektron tijorat, xalqaro elektron biznesning paydo bo‘lishi va rivojlanishi jarayoni innovatsiyalarning raqamli iqtisodiyotdagi ta’siri darajasini belgilaydi. Raqamli iqtisodiyotda innovatsiyalar yangi g‘oyalarni samarali iqtisodiy yechimlarga aylantira oladigan harakatlantiruvchi kuch vazifasini bajaradi. Bizga ma’lumki mamlakatimizda innovatsiyalarni joriy etish va rivoj-lantirish, raqamli iqtisodiyotga o‘tish bo‘yicha talay ishlar amalga oshirilmoqda. Ammo bu borada mamlakatimizda hali ham bir qancha muammolar mavjud:

- innovatsiya va raqamli iqtisodiyot haqida aholining to‘liq tasavvurga ega emasligi;
- mamlakat hududining AKTlar va internet aloqa bilan to‘liq ta’minlanmaganligi;
- joylarda innovatsiya va raqamli iqtisodiyot bo‘yicha mutaxassislarning

yetishmasligi;

- innovatsiyalar va raqamli texnologiyalar ustida izlanish olib boradigan tadqiqot markazlarining mavjud emasligi;
- mobil aloqa, internet, davlat xizmatlari, soliq va boshqa turdagi onlayn to‘lovlarni amalga oshirish imkonini beruvchi mavjud to‘lov tizimlari (Click, Payme, m-bank, Humo va boshqalar)dan foydalanuvchilar sonining kamligi;
- onlayn savdo va savdo maydonchalarining yetarli darajada emasligi;
- barcha tarmoqlar va sohalarda raqamli texnologiyalarni joriy qilish bo‘yicha muammolarning mavjudligi (kompyuter savodxonligi, moddiy baza yetishmasligi, infratuzilmaning mavjud emasligi);

Yuqoridagi muammolarning bartaraf etilishi raqamli iqtisodiyotga o‘tish, uning infratuzilmasini shakllantirish uchun keng yo‘l ochadi.

Fikrimizcha, raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishda ijobiy natijalarga erishish uchun mamlakatimizda quyidagi ishlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq hisoblanadi:

- raqamli iqtisodiyot infratuzilmasini shakllantirish maqsadida uning huquqiy-normativ asoslarini yaratish;
- aholida innovatsiya va raqamli texnologiyalar haqida tushunchalarni shakllantirish maqsadida joylar(oily ta’lim muassasalari, davlat tashkilotlari va xususiy tashkilotlar)da anjumanlar o‘tkazish;
- raqamli iqtisodiyotni shakllantirishda ilg‘or xorijiy davlatlar tajribalaridan foydalanish;
- barcha tarmoqlar va sohalarga raqamli texnologiyalarning joriy qilinishi va ularning faoliyatini nazorat qilish;
- onlayn savdo turlari va ularning masshtabini kengaytirish (faqat O‘zbekiston hududida emas, butun dunyo foydalanuvchilari uchun qulay bo‘lgan, Alibaba, Ebay, Amazon singari).

УДК: 336.1(575.1)

Б.Ў. Ташбаев – ТДИУ, “Молиявий таҳлил ва аудит” кафедраси катта ўқитувчиси

КЛАССИК ИҚТИСОДИЙ НАЗАРИЯ МАКТАБИНИНГ ИҚТИСОДИЙ ҚАРАШЛАР ПАРАДИГМАСИДА ДАВЛАТ ҚАРЗЛАРИНИНГ МАЗМУНИ

Аннотация: Давлат ички ва ташқи қарзлари, Бюджет тақчиллиги ва уни қарзли молиялаштириш, Бюджет тақчиллиги муаммоси, Мамлакат иқтисодиётидаги мавжуд капитал, Бюджет харажатларини молиялаштириш тўғрисида илмий таклиф ва хулосалар берилган.

Калит сўзлар: Давлат бюджет, Давлат ички қарзлари, Давлат ташқи қарзлари, қарзлар, Дефицит, Пул, Рентабел, Капитал, солиқ.

Аннотация: Научные предложения и выводы по внутреннему и внешнему долгу государства, дефициту бюджета и его долговому финансированию, проблеме

дефицита бюджета, наличному капиталу в экономике страны, финансированию расходов бюджета.

Ключевые слова: государственный бюджет, государственный внутренний долг, государственный внешний долг, долг, дефицит, деньги, прибыльность, капитал, налог.

Abstract: Scientific proposals and conclusions on the internal and external debt of the state, the budget deficit and its debt financing, the problem of the budget deficit, the available capital in the country's economy, the financing of budget expenditures.

Keywords: Public Budget, Public Domestic Debt, Public External Debt, Debt, Deficit, Money, Profitability, Capital, Tax.

Иқтисодий назарияда давлат қарзларига оид илмий ишлар асосан классик иқтисодий назария мактабининг ривожланиш даврида гуллаб яшнади. Манбаларнинг таъкидлашича, ушбу даврда Британия колонияларидаги доимий урушлар (қўзғолонлар) сурункали бюджет тақчиллиги муаммосининг кескинлашувига сабаб бўлган. Ички сиёсий вазият эса солиқ юкини ошириш имкониятларини чекланишига олиб келган. Натижада, давлат қарзлари бюджет тақчиллигини молиялаштиришнинг асосий манбалардан бирига айланиб, мамлакат иқтисодиётига кучли таъсир қила бошлаган. Давлатнинг қарз сиёсати натижасида 1786 йилда Буюк Британия давлат қарзлари 230 млн. фунт стерлинга ошган. Қарз ҳажми давлатнинг энг муҳим муаммоларидан бирига айланган бўлиб, унга хизмат кўрсатиш харажатлари давлат харажатларининг ярмигача етган.

Ушбу ҳолат қарзни камайтириш чоралари сифатида:

– мавжуд билвосита ва бевосита солиқларнинг ошишига;

– янги солиқларни жорий этиш;

– асосий қарзни тўлаш учун махсус жамғарма ташкил этиш таклиф қилинган.

"Классик" иқтисодий мактаб намоёндалари мулоҳазаларида, одатда хусусий секторда барча даромадлар истеъмол ва инвестициялар учун сарфланиши лозимлигини илгариш суришган. Уларнининг фикрича тўлиқ бандлик автоматик равишда таъминланиб, хусусий сектордаги мувозанатли ривожланишга боғлиқлигини эътироф этишган.. Иқтисодиётда пул таклифи доимий бўлиб, реал даромадлар чегараси доирасида кўпайиши лозимлигини таъкидлашади. Миллий иқтисодиёт нархлар барқарорлиги шароитида ишлашини эътироф этишади. Мудофаа, суд-ҳуқуқ ва умуман давлат бошқарув органлари ман фаатларига даромадларни юқори даражадаги қайта тақсимлаш самарасизэканлигини таъкидлашади. Натижада, давлат томонидан қарз олиниши ишлаб чиқаришга сармоя киритиш учун ишлатилиши мумкин бўлган хусусий сектор маблағларининг (тежаш) чиқиб кетишига олиб келишини таъкидланади.

Фикримизча, ушбу классикларнинг фикри замонавий шароитларда ҳаддан зиёд қарзга боғланган мамлакатлар иқтисодиётидаги касаллик аломатларининг симптомлари ҳисобланади.

Классик иқтисодчилар мактабининг асосчиларидан бири Адам Смит[10]нинг давлат қарзларига оид позициясининг асосини давлатнининг иқтисодиётга аралашувини чеклашга оид қарашлариташкил қилади. Унинг фикрига кўра, давлатнинг ички ва ташқи қарзи иқтисодиётга тенг даражада салбий таъсир кўрсатади. А. Смит XVII Европа мамлакатлари қарз сиёсатига нисбатан фикр билдириб, "Ҳозирги кунда давлатлар иқтисодиёти катта қарзлар юкига бардош бермоқда, аммо келажакда Европанинг барча буюк давлатларини йўқ қилиши мумкин"[11]- деган фикрни айтиб ўтган эди.

Унинг фикрига кўра давлат қарзларидан бюджет харажатларини молиялаштириш учун фойдаланиш хусусий капиталнинг мос равишда қисқаришига олиб келади. Давлат қарзини тўлашга сарфланган маблағлар хусусий секторда қоладиган бўлса, улардан унумлироқ фойдаланиш мумкинлигини таъкидлайди.

А. Смитнинг таъкидлашича, жамият томонидан қарзга фоиз тўлашда гўёки ўнг қўл чап қўлга тўлайди. Пул мамлакатдан кетмайди ва миллат қашшоқ бўлмайди. Ушбу апология бутунлай меркантилистик тизим софистикасига асослангандир. Ҳолбуки, бунда давлатнинг ички қарзларини ташқи қарзлардан хусусиятли жиҳатларига аниқлик киритилган. Фақатгина ички давлат қарзлари мавжуд жамғармаларни давлат секторига мобилизация қилиш орқали миллий даромадни тақсимлашда иштирок этиши ва шуиннгдек, даромадлар тақсимланишидаги тенгсизлик муаммосини келтириб чиқариши имкониятларига илк аниқлик киритилган.

Яна бир иқтисодчи Давид Рикардо Адам Смит томонидан таъкидланган давлат қарзини мутлақо салбий ҳодиса сифатида қабул қилиши билан рози бўлган[12]. Давид Рикардо иқтисодий инқироз шароитидаги бюджет тақчиллигини молиялаштириш учун давлат қарзлари солиқ юкини ошириш эвазига қўшимча бюджетга даромадларни кўпайтирмасдан ички ва ташқи молиявий ресурсларни жалб қилиш инструменти сифатида баҳолайди[13]. Чунки, иқтисодий инқирозлар ёки иқтисодиётдаги циклли пасайиш фазасида ички истеъмолни рағбатлантириш муҳим ҳисобланиб, бюджет дефицитини қоплаш мақсадида солиқ юкини ошириш унга салбий таъсир этишини эътироф этади.

Уларнинг фикрига кўра, фоизларни тўлаш учун қарз оладиган ва кейинчалик солиқ йиғадиган ҳукумат пул маблағлари ва капитални тежашга имкон берса-да, ушбу манбалардан хусусий тадбиркорларчалик самарали фойдалана олмайдилар.

Классикларнинг давлат қарзлари бўйича қарашларининг яна бир жиҳати шундан иборат бўлдики, улар қарз фоиз ставкасини, капитал қиймати билан солиштирган ҳолда қарзларни минималаштириш мезонларига аниқлик киритишган. Хусусан, мамлакат иқтисодиётидаги мавжуд капитал

[10] Головачев Д.Л. Государственный долг: российская и мировая практика. М., 1998. С. 14.
[11] Smith A. The Wealth of Nations. — N.Y., 2003. — pp. 520, 997.
[12]https://bstudy.net/729599/ekonomika/razvitie_finansovoy_nauki_xviixviii
[13] J. Buchanan. «Barro on the Ricardian equivalence Theorem», Journal of Political Economy, 1979.-pp.83

қийматидан юқори фоизлар эвазига олинган қарзлар оғирлиги мақсадга мувофиқ эмаслигини таъкидлашган. Ушбу фикрлари билан замонавий қарз сиёсати самарадорлигининг асосий мезонларидан бирига аниқлик киритишган.

Классиклар, молиявий ресурсларни самарасиз ишлатилиши ва давлат харажатларининг исрофгарчиликларини кўпайишига олиб келадиган иш ҳақи фондини умуман мақулламайдилар. Уларнинг фикрича, давлат қарзи рентабелликнинг нисбатан рентабел бўлмаган синфини давлат ҳисобидан мустаҳкамлаш учун қулай шарт-шароитларни яратди.

Жан-Батист Сэй (Jean-Baptiste Say) ҳам классик иқтисодий мактаб намоёндаларининг давлат қарзларига оид позициясини қўллаб қувватлайди.

Унинг фикрига кўра, ҳукумат қарз олиш орқали хусусий бизнесни эмас, самарасиз истеъмолни қўллаб-қувватлашга шарт-шароит яратади. Хусусий қарз олувчи ва давлатнинг қарз олиши ўртасида жиддий тафовут мавжудлигини таъкидлайди. Умуман олганда, биринчиси, капиталдан фойда олиш мақсадида, иккинчиси - самарасиз истеъмол учун олинган қарз деб қарайди. Унинг таъминларига кўра давлат қарзининг ўсиши пировардида муомаладаги пулнинг миқдори ўсмайди. Фикримизча, Ж-Б.Сейнинг ушбу фикрида давлат қарзлари инструментларининг **тезарвацион** функцияси назарда тутилади. Ушбу функцияси воситасида давлат қарзи инструментлари давлат томонидан иқтисодиётни тартибга солишнинг муҳим молиявий инструменти вазифасини ҳам бажаради. Шунингдек, давлат қарзининг кўпайиши миллий бойликнинг кўпайишини англатмайди.

Н.Б. Атамуратова– докторант Каракалпакского Государственного Университеета имени Бердаха

ФОРМИРОВАНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ, ЕЕ ОСОБЕННОСТИ, СТРУКТУРА И РАЗВИТИЕ

Annotatsiya: Maqolada raqamli iqtisodiyotga o'tish sabablari, xususiyatlari, asosiy tarkibiy qismlari va rivojlanish istiqbollari ko'rib chiqilgan. Hozirgi kunda ko'plab rivojlangan mamlakatlar raqamlashtirishni hayotning barcha sohalariga tadbiq etmoqdalar va shuning uchun bu samaradorlikning oshishiga, natijada raqobatbardoshlikka olib keladi.

Kalit so'zlar: AKT, raqamli iqtisodiyot, Internet-iqtisod, raqamlashtirish.

Аннотация: В статье рассматривается причины перехода к цифровой экономике, ее особенности, основные компоненты и перспективы развития. В настоящее время во многих развитых странах внедрили цифровизацию во все отрасли жизнедеятельности, а это, следовательно, приведет к увеличению производительности, а следовательно, и конкурентоспособности.

Ключевые слова: ИКТ, цифровая экономика, Интернет-экономика, цифровизация.

Abstract: The article examines the reasons for the transition to the digital economy, its features, main components and development prospects. Currently, in many developed

countries, digitalization has been introduced in all sectors of life, and this, therefore, will lead to an increase in productivity and, consequently, competitiveness.
Keywords: ICT, digital economy, Internet economy, digitalization.

Основной тенденцией в мировом экономическом развитии конца XX – начала XXI в. является переход от индустриальной и постиндустриальной экономики к так называемой цифровой экономике, то есть экономика которая основанная на цифровых технологиях или же использование информационно-коммуникационных технологий (далее ИКТ). Развитие интернета и мобильных коммуникаций являются «базовыми технологиями цифровой экономики».

Цифровая экономика — это не какая-то новая экономика, а очередной этап развития существующей и цифровизация всей экономики рассматривается на государственном уровне как стратегическое направление развития общества, обеспечивающее экономический рост и конкурентоспособность.

В связи с этим, развитые страны мира уделяют пристальное внимание гармоничному развитию системообразующих элементов цифровой экономики, информационного общества и экономики знаний. Необходимость перехода к информационной экономике сложилась и в Узбекистане что, в частности, нашло отражение в формировании специальной стратегии «Цифровой Узбекистан - 2030» (утв. Указом Президента Республики Узбекистан, № УП – 6079, от 5 октября 2020 г.).

После финансового кризиса 2007–2008 годов, который начался в США, а затем распространился на Европу и Азию, мировая экономика вступила в новый этап [1]. Традиционное экономическое развитие замедлялось, в то время как цифровая экономика, представленная технологиями нового поколения, такими как мобильный Интернет, облачные вычисления, аналитика больших данных и искусственный интеллект (AI), начала активно развиваться [2]. В условиях, когда международная цифровизация и информатизация вступают в эру более полного проникновения во все сферы деятельности человека, основанная на инновациях и информации, цифровая экономика действительно стала новым двигателем экономического роста. [3]

Таким образом, к цифровой экономике относят самые различные виды экономической деятельности, где использование цифровой информации и знаний играет роль ключевого фактора производства и современные информационные сети становятся важной сферой деятельности, а эффективное применение ИКТ выступает в качестве эффективной движущей силы повышения результативности и оптимизации структуры экономики. [4]

В 1985 году, когда был зарегистрирован первый домен и мировая экономика начала переходить в «сеть». С того времени интернет-экономика начала расширять свои масштабы услуг, клиентскую базу, географический охват, и трансформировалась в новый вид предпринимательской деятельности. В условиях массового использования информационных сетей

появилась и сетевая экономика – это совокупность традиционной экономики с использованием информационных ресурсов сетей и технологий. Одновременно и появилось понятие электронная экономика, подразумевающая торговлю в Интернете, то есть главные производственные функции сосредоточены в электронной коммерции.

В настоящее время мир вступает в эпоху постиндустриальной цифровой экономики, которая кардинально изменяет ситуацию:

• Основным ресурсом становится информация, и этот источник от использования не иссякает;

• Торговые площади в Интернете не ограничены;

• Компании не нужно быть большой, чтоб успешно конкурировать;

• Один и тот же физический ресурс может быть использован бесконечное количество раз для предоставления различных услуг;

• Масштаб операционной деятельности ограничен только размерами Интернета;

• Клиент становится "божеством". [5]

Цифровая экономика включает себя следующие ключевые компоненты:

- технологическая инфраструктура (аппаратное обеспечение, программное обеспечение и сети связи);

- цифровые процессы (процессы, обеспечивающие успешное ведение бизнеса);

- электронная коммерция (продажа товаров посредством сети Интернет);

Отметим, что в 2019 году общая сумма электронных транзакций в Узбекистане составила 344,3 млн. долларов, а ежегодный рост доли электронной коммерции в ВВП страны оценивается в 30%. Именно, объем торговли через интернет в 2019-м составил 275,3 млрд сумов (темп роста - в 6,7 раза), что составляет 0,11 процента от общего объема торговли республики. Эти цифры показывают, что феномен электронной коммерции имеет весьма радужные перспективы [6], [7], [8].

Цифровые преобразования меняют облик и структуру экономики, ломая привычные бизнес-модели, приводят к расширению рынков и возможностей, становятся важнейшим двигателем мирового экономического роста. Сегодня 75% профессий требуют базовых цифровых навыков, а порядка 44% компаний в мире имеют стратегию цифрового развития. Само слово «цифровизация» предполагает наличие единого информационного пространства для непрерывного обмена данными между различными сферами деятельности и структурными подразделениями [9], [10], [11].

В настоящее время во многих развитых странах внедрили цифровизацию во все отрасли жизнедеятельности. В свою очередь, цифровизация экономики страны приведет к увеличению производительности, а следовательно, и конкурентоспособности.

Следует отметить, что формирование цифровой экономики разрушило старые отрасли промышленности и породило совершенно новые. Цифровая

революция или польза от этого скачка станет ещё более ощутимее, если распространение ИКТ будет стимулироваться и направляться государством, и тогда охват будет 100 процентным.

Список использованной литературы:

1. Гнездова Ю. В. Развитие цифровой экономики России как фактора повышения глобальной конкурентноспособности // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2017. № 5. С. 16-19.
2. Добрынин А.П., Черных К.Ю., Куприяновский В.П., Куприяновский П.В., Синягов С.А. «Цифровая экономика - различные пути к эффективному применению технологий (BIM, PLM, CAD, IOT, Smart City, BIG DATA и др.)». International Journal of Open Information Technologies ISSN: 2307-8162, no 1, 2016
3. Curran, 2018 , Gomber et al. 2018 , Бриньольфссон и Коллис, 2019
4. Fourcade and Kluttz, 2020, M. Fourcade, D.N. Kluttz A Maussian bargain: accumulation by gift in the digital economy Big Data & Soc., 7 (1) (2020), pp. 1-16 Google Scholar
5. Kai Li, Dan J. Kim, Karl R. Lang, Robert J. Kauffman, Maurizio Naldi, «How should we understand the digital economy in Asia? Critical assessment and research agenda», Electronic Commerce Research and Applications,Volume 44,2020,101004,ISSN 1567-4223, https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.101004. (http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1567422320300818)
6. Убайдуллаев, К., & Алымов, А. К. (2020). Перспективы развития промышленности в Республике Каракалпакстан. *Бюллетень науки и практики*, *6*(10), 258.
7. Атамуратова, Н. Б. (2020). Влияние информационных технологий на развитие туризма Узбекистана. *Бюллетень науки и практики*, *6*(12), 297-305.
8. Жиемуратов, Т. П., & Байжанов, С. Х. (2020). Improving the Economic Efficiency of Agricultural Production by its Diversification in the Republic of Karakalpakstan. *Бюллетень науки и практики*, *6*(12), 306-312.
9. Usmanova, Z., & Alimov, A. (2020). Problems of the Development of Tourism and Recreational Services in Uzbekistan in the Context of a Global Pandemic. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*, *13*(4), 815-821.
10. Alimov, A. (2018). Main Directions and Prospects of Development of Ecological Tourism in the Republic of Karakalpakstan. *Abstract of the PhD dissertation on economic sciences, Samarkand*, 27-35.
11. Саидов, Д. Р., Алланазаров, Б. Д., & Алимов, А. К. (2016). Некоторые вопросы и особенности развития сферы услуг. Бюллетень науки и практики, (4 (5)).

Sh.Erniyazova – Student of The faculty of “Finance”, TFI,
S.Yunusova – Senior Lecturer of Department of “Valuation and Investments”, TFI

INFORMATION ECONOMY AS THE BASIS FOR ECONOMIC GROWTH AND INCREASING THE LEVEL OF WELL-BEING OF CITIZENS

Abstract: In the economic theory of post-industrial society, the information factor is distinguished as a production factor. It is closely related to the achievements of modern science, which has a decisive impact on the level of production efficiency, the process of training a qualified workforce and increasing the potential of human capital. Information provides the systematization of knowledge materialized into a system of mechanisms and machines, equipment, management and marketing models.

Аннотация: В экономической теории постиндустриального общества в качестве фактора производства выделяют информационный фактор. Он тесно связан с достижениями современной науки, оказывающей решающее воздействие на уровень эффективности производства, процесс подготовки квалифицированной рабочей силы и повышения потенциальных возможностей человеческого капитала. Информация обеспечивает систематизацию знаний, материализованных в систему механизмов и машин, оборудования, моделей менеджмента и маркетинга.

Annotatsiya: Postindustrial jamiyatning iqtisodiy nazariyasida axborot omili ishlab chiqarish omili sifatida ajralib turadi. Bu ishlab chiqarish samaradorligi darajasiga, malakali ishchi kuchini tayyorlash jarayoniga va inson kapitali salohiyatini oshirishga hal qiluvchi ta'sir ko'rsatadigan zamonaviy ilm-fan yutuqlari bilan chambarchas bog'liqdir. Axborot mexanizmlar va mashinalar, uskunalar, boshqaruv va marketing modellari tizimiga kiritilgan bilimlarni tizimlashtirishni ta'minlaydi.

Keywords: efficiency of the production process, intensive economic development, information society, knowledge economy, well-being of the population.

Ключевые слова: эффективность производственного процесса, интенсивное экономическое развитие, информационное общество, экономика знаний, благосостояние населения

Kalit so'zlar: ishlab chiqarish jarayonining samaradorligi, intensiv iqtisodiy rivojlanish, axborot jamiyati, bilim iqtisodiyoti, aholi farovonligi

Information as a factor of production is extremely necessary in modern conditions of functioning. It ensures the efficiency of decisions made, helps to develop entrepreneurial ability and increase the efficiency of the production process. The availability of information reduces the influence of such external factors as uncertainty. The theory of sustainable development is one of the complex

concepts; it is designed to solve the problem of uncertainty in the development of the macroeconomic system in the long term. Initially, the category of “sustainable development” was proposed as a response to the environmental challenges of our time and was understood in the sense of a conscious focus of development on the long-term provision of humanity with sources of natural resources, provided that the environment is not destroyed. However, gradually, the views of scientists on this issue became broader, in connection with which there were incentives to talk about the orientation of economic development to meet broad social needs, as well as to maintain the ability to meet similar needs of all future generations. Thus, the theory of sustainable development accumulates the provisions of theories of economic growth and development and is potentially capable of becoming a general theory of quantitative and qualitative economic development. Intensive economic development of many developed countries and their increasing involvement in the process of globalization has led to the emergence of terms such as "information society", "knowledge society". Currently, human capital and information resource have become the main factors in the development of modern society and the world economy as a whole. The information resource and the knowledge and information included in it are part of the accumulated and operating human capital, are its base and foundation. Computer scientists were the first to introduce the terms “information society” and “information economy” in relation to the most developed countries in the world.

The welfare levels of our state and many developed countries are different. We are at different stages of development; therefore, commodity relations have become a universal form of communication between individual counterparties that produce goods and services. At present, the main conditions that determine the well-being of an individual are his upbringing and education, respectively, the family and school are becoming the main social institutions that shape future well-being. No market mechanism can provide the consumer with a better and better life than he deserves in terms of his level of knowledge and degree of cultural education. Based on the received level of knowledge, a person forms a certain way of consumption, where the result should be the education of reasonable consumption. The result of creative work is the acquisition of information or knowledge. If the industrial era was characterized by the production and consumption of a material product, in the information society only that material product that will contribute to the development of the individual will be appreciated.

Information is largely a public good, and the act of recognizing a public good is its use in one form or another. In the production of goods and services, creativity is predominant. The result of creative work is the acquisition of information or knowledge. If the industrial era was characterized by the production and consumption of a material product, in the information society only that material product that will contribute to the development of the individual will be appreciated. In modern society, the functioning of the entire economic system will

cause a change in the main characteristics of the goods dominating in society. With the development of the information society, material well-being will no longer be as dominant as it is at present. A condition for increasing welfare will be a certain period equal to the total duration of time for the implementation of "higher activity".

In the information society, the theory of welfare is being modified: it is creative work that will form non-economic welfare, based on the fact that self-affirmation, self-education is a perfect good for human activity as a person. Many factors affect the standard of living. If the standard of living is taken as an economic category, then it will be influenced by such factors as real wages, real incomes of the population, the minimum wage, the subsistence level, and if we take the generalized indicator, then the value of GDP per capita, the share of it costs for final consumption, etc. If the standard of living is considered in close relationship with the quality of life of the population, then it will be influenced by the development of infrastructure, the state of health of the population, the ecological state of the environment, the availability of free time for people, etc.

All of the above has a direct impact on the well-being of the population, changing and improving it. Previously, the level of socio-economic development of a society was not measured by the total amount of time spent on creative activities of people. With the development of the information economy, welfare can be considered as a broad, capacious concept, which is a complex socio-economic phenomenon that unites and includes various characteristics of the style, lifestyle and quality of life of the population, which must be approached from a level point of view, taking into account, in addition, “the highest activity "in society. At the same time, total income is no longer seen as the main factor. It is presented as a necessary sub-factor for the development of higher activity, which contributes to an increase in the level of education and health of the individual. Raising the standard of living of the population is the most important direction in the development of the state as a whole, since a high standard of living helps to reduce socio-economic tension in the country, and to increase human satisfaction. A high level and quality of life allows an individual to more actively develop his spiritual and cultural human potential, to reveal himself as a person and always strives for improvement.

II ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА АҲОЛИ БАНДЛИГИ, ФАРОВОНЛИГИ, ЯШАШ СИФАТИ ВА ТУРМУШ ДАРАЖАСИНИ ОШИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

Н.А. Ибрагимов– СамИСИ, “Молия” кафедраси профессори в.б., и.ф.д.

КОРОНАВИРУС ПАНДЕМИЯСИДАН КЕЙИНГИ ДАВРДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада Ўзбекистонда коронавирус пандемиясидан кейинги даврда хизмат кўрсатиш корхоналари фаолиятларини тиклаш, диверсификация қилиш ва ривожлантириш йўналишлари хизмат кўрсатиш соҳалари кесимларида аниқ ва асосланган тавсиялар орқали ёритилган.

Калит сўзлар: коронавирус пандемияси оқибатлари, туризм ва меҳмонхона хизматлари, умумий овқатланиш, савдо, тўй ва тантаналар ўтказиш хизматлари.

Аннотация: Данная статья посвящена определению направлений восстановления деятельности, диверсификации и развития предприятий сферы услуг в постпандемийный период, даны обоснованные рекомендации.

Ключевые слова: последствия коронавирусной пандемии, туристические и гостиничные услуги, общественное питание, торговля, услуги по организации свадеб и торжеств.

Abstract: This article is devoted to the identification of areas of rehabilitation, diversification and development of enterprises in the service sector in the post-pandemic period, well-founded recommendations are given.

Keywords: consequences of coronavirus pandemic, tourism and hospitality services, catering, trade, services on organization of weddings and celebrations.

Бозор иқтисодиёти қонунлари ҳар қандай шароитда ҳам бир хил ишлайди: талаб таклифни туғдиради, маҳсулотларига талаб кам ёки умуман йўқ бўлган корхоналар, соҳалар аста-секин инқирозга юз тута бошлайди.

Коронавирус пандемияси туфайли киритилган карантин чекловлари натижасида мамлакатлараро чегаралар ёпилди, юртимиз ҳудудида вилоятлараро, туман (шаҳарлар) аро транспорт ва аҳоли ҳаракатлари чекланди, баъзи ҳолларда, тўлиқ тўхтатилди. Коронавирус инфекцияси билан зарарланиш камая борган сари карантин чеклашлари юмшаб бориб, авваламбор, ишлаб чиқариш ва қурилиш ташкилотлари, сўнгра бошқа тадбиркорлик субъектлари ва ижтимоий объектлар фаолиятига инфекция тарқалишини олдини олувчи тадбирларни амалга оширган ҳолда (ниқоб тақиш, ижтимоий масофани сақлаш, қўлларни дезинфекция қилиш) фаолият кўрсатишга рухсат берилди.

Коронавирус пандемияси оқибатида энг кўп зарар кўрган хизмат

кўрсатиш корхоналари бўлди, озиқ-овқат савдоси ва дорихоналар орқали дори воситалари ва тиббий буюмлар савдоси бундан истисно. Туризм, транспорт, ноозиқ-овқат маҳсулотлари савдоси, меҳмонхона хизматлари, умумий овқатланиш, тўйхоналар ва кўнгилочар тадбирлар ташкил этиш хизматларига талаб пандемиядан кейин ҳам тўлиғича тикланмади.

Мамлакатимизда кўплаб тадбиркорлар бу соҳада бизнес юритишади, минглаб юртдошларимиз бу корхоналарда банд бўлиб, рўзғор тебратишарди. Менинг кузатишларим шуни кўрсатмоқдаки, тадбиркорларимиз пандемиядан олдинги фаолият даражасига чиқиш устида етарли иш олиб боришмаяпти. Натижада туман, шаҳар, вилоят даражасида йиллар мобайнида яратилган қувватлар тадбиркорлик, маҳаллий иқтисодиёт ривожига самарали ишламаяпти, тадбиркорлик ривожланиш учун етарли даромад ола олмаяпти, вақтинча ишсиз қолган оилалар иқтисодий ночор ҳолга келиб қолишмоқда.

Ушбу мақолада хизмат кўрсатишнинг ҳар бир йўналиши кесимида пандемиядан кейинги даврда мавжуд хизматлар кўрсатишни тиклаш, янгиларини очиш, олдинги миқдорда иш ўринларини тиклаш ва янги иш ўринларини яратиш бўйича асосли тавсиялар берилади, зеро уларни фойдаланган ҳолда тадбиркорларимиз қисқа вақт мобайнида ўз бизнесларини тикласалар, зарур ҳолларда диверсификация қилсалар ва ривожланишга қараб ҳаракатларини кучайтирсалар.

Туризм ва меҳмонхона хизматлари кўрсатишни такомиллаштириш

Вилоятда бугунги кунда жами 8 минг ўринли 160 та меҳмонхона ва 170 та оилавий меҳмон уйлари мавжуд, 134 та туристик синфга мансуб автобус, 106 та микроавтобуслар ва 30 та электромобил, 194 та туроператорлар ҳамда 300 та гид-таржимонлар томонидан маҳаллий ва хорижий фуқароларга сайёҳлик хизматлари кўрсатиб келинмоқда.

Мутахассисларнинг фикрларича, хорижий сайёҳларнинг оқимини пан-демиядан олдинги даражага чиқариш учун коронавирус инфекцияси тарқалиши тугаб, чегаралар очилгандан сўнг 3-5 йил зарур бўлиши башорат қилинмоқда.

Мамлакатимизда туризм иқтисодиётимизнинг ўсиш нуқталаридан, драйверларидан бири сифатида эътироф этиб келинмоқда, бу йўналишда фаолият олиб борувчи тадбиркорларга пандемия даврида бир қатор имтиёзлар берилди, уларни амал қилиш муддатлари 2021 йилнинг охиригача узайтирилди. Туризмни ривожлантиришга масъул ташкилотлар, идоралар ва ҳокимликлар мамлакатимиз туристик жозибадорлигини ошириш, туристик салоҳиятимизни тўлақонли фойдаланиш, зиёрат туризмини ривожлантириш, тиббиёт ва бошқа турдаги туризм йўналишларини яратиш, маҳаллий туризмни ривожлантириш бўйича бир қатор чора-тадбирларни амалга оширишга киришишган.

Шу билан бирга, ҳар бир туристик корхона ва меҳмонхона сайёҳларни жалб этиш борасида янги усул ва воситалардан фойдаланишлари зарур.

Биринчидан, туристик компаниялар ва меҳмонхоналар ўз хизмат-

ларини кўрсатишни тарғиб қилишда информацион технологиялардан янада самарали фойдаланишлари, бутун дунёда оммавийлашиб кетаётган ижтимоий тармоқлар (Facebook, Instagram, Twitter) да доимий иштироклари билан, мобил иловалар (Agoda.com, Booking.com, Hotels.com ва бошқалар) орқали турли меҳмонхона ва унинг хизматларига буюртмалар жойлаштиришда халқаро платформалардан фойдаланиш, бевосита 24/7 режимида банд этиш хизматларини таклиф этиш муҳим ҳисобланади.

Иккинчидан, ҳар бир туроператор маҳаллий туризм йўналишида фаолиятини кучайтириши зарур. Бизнинг фикримизча, мамлакатимизда маҳаллий туризм туристик компанияларимиз учун муҳим ўсиш нуқтаси бўлиб ҳисобланади. Давлатимиз томонидан бу йўналишдаги фаолиятни қўллаб-қувватлаш ишлари олиб борилмоқда, янги ҳаво ва темир йўллар учун вилоятлараро янги маршрутлар киритилмоқда, маҳаллий туристларга транспорт қийматидан чегирмалар ва имтиёзлар бериш белгиланган, миллий байрамларни нишонлаш кунларига дам олиш кунларини қўшиб, қисқа муддатлаи саёҳатларга қулайликлар яратилган.

Учинчидан, ўз харажатларини оптималлаштириш, рақобатбардош нархлар таклиф этиш, ўз хизматлари маржасини қайта кўриб чиқиш ўта муҳим ҳисобланади. Кўп меҳмонхоналаримиз бўш турган бўлсада, менежерлар нархларини тушириш устида уйлашишмаяпти, нархлар юқорилигича қолмоқда. Меҳмонхоналаримиз соҳиблари юқори нарх ва тарифлар билан саноқли меҳмонлар билан чегараланиб, ҳамёнбоп нархлар таклифи орқали меҳмонлар оқимини ошириш ва, охири оқибатда, меҳмонхона даромадлигигига эришиш мумкинлиги охиригача тушуниб етишишмаяпти, вилоятимиздаги меҳмонхоналардан фойдаланиш хизматлари нархлари юқорилигича қолмоқда.

Тўртинчидан, хизмат сифатини юқори даражада бўлишини таъминлаш зарур. Ҳар қандай шароитда ҳам туристлар уйларидан узоқда, лекин уйларидагидек, ҳаттоки, ундан ҳам юқори хизматлар сифатини кутиб қолишади. Уни таъминлаш ҳар бир тадбиркорликнинг даромадлилигининг асосидир. Агарким, тадбиркорлар бозорнинг меҳмонхона сегментидан чиқишмоқчи, бошқа фаолият тури билан шуғулланиш йўналишларини излаган ҳолларда, меҳмонхонани кам харажат билан кейинги пайтда талаб ошиб бораётган тиббий хизмат кўрсатиш муассасасига айлантириш мумкин.

Умумий овқатланиш хизматлари ривожлантириш

Кейинги йилларда бу соҳа инвестицион жозибадор йўналиш бўлиб, кўп тадбиркорлар ресторан, кафе ва ошхоналар фаолиятини йўлга қўйишди, уларнинг сони барча ҳудудларда маротаба ошиб кетиб, бугунги кунда вилоятимизда 350 та ресторан ва кафелар фаолият кўрсатмоқда.

Пандемия шароитида умумий овқатланиш корхоналари аҳолига етказиб бериш хизматини кўрсатишни ривожлантиришди, уларнинг аксарияти бу измат турини пандемия туфайли киритилган чеклашлар юмшатилгандан кейин ҳам давом эттиришаяпти.

Бизнинг фикримизча, умумий овқатланиш хизматларига бўлган талаб аста-секин тикланади, аҳоли турмуш даражаси ошиб борган сари бу хизматлардан фойдаланиш ўса боради, бу соҳа ҳозирги шароитда ҳам инвестицион жозибадор бўлиб қолади.

Умумий овқатланиш корхоналари учун ўз фаолиятларини тўлақонли тиклаш ва ривожлантириш учун бир қатор тавсиялар ўринли, деб ҳисоблаймиз.

Биринчидан, иссиқ таомлар, салатлар ва пиширикларни етказиб бериш хизматини янада такомиллаштириш, унинг сифатини ошира бориш, рақамлаштириш.

Иккинчидан, йирик ресторанлар савдо залини қисқартириб, бўшаган майдонларда умумий овқатланиш бошқа концепцияларини, масалан, ўзига-ўзи хизмат қилиш, кичик форматдаги хизматлар (кофе ва ширинликлар...), киритиш орқали умумий овқатланиш хизматларини кўрсатишни янги даражага олиб чиқиш мумкин.

Учинчидан, бошқаришни такомиллаштириш, уни мижозга қаратилганлик даражасини ошириб бориш, ўз номини, брендини тарғиб қилиш ва ривожлантириш.

Тўртинчидан, умумий овқатланиш хизматини кўрсатиш бўйича давлат харидларида, корхоналарга, ижтимоий соҳа объектларига аутсорсинг хизматлари кўрсатиш танловларида кенг иштирок этиш.

Бешинчидан, умумий овқатланиш хизматлари кўрсатиш замонавий тезкор ва арзон концепцияларини киритиш. Булар ўзига ўзи хизмат қилиш, кичик форматдаги чегараланган менюга ва индивидуаллашган хизмат турлари (сомсахона, пиццерия, паловхона ва ҳоказо), ғилдиракли мобил ошхоналар ташкил этиш.

Олтинчидан, шаҳарлараро автомагистрал бўйлаб тезкор умумий овқатланиш шохобчалари тармоғини яратиш. Иқтисодиёт ривожланган сари шаҳарлараро транспорт ҳаракати ривожланиб боради, йўлбўйи замонавий хизматлари, жумладан, умумий овқатланиш шохобчалари етмайди, мавжудларида хизмат кўрсатиш сифатида ўта паст. Бу йўналишдаги тадбиркорлик ўта даромадли ва етарлича жозибадор, деб ҳисоблаймиз.

Тўй ва тантаналар ташкил этиш хизматларини диверсификация қилиш ва ривожлантириш

Вилоятимизда 100 дан ортиқ тўйхоналар мавжуд, уларнинг ҳар бири 150 тадан 1000 тагача меҳмонларга бир вақтнинг ўзида хизмат кўрсатишарди. Ҳар бир тўйхона қурилиши ва фаолият қилиш ҳолатига тайёрлаш учун ўрта ҳисобда 2,0 млрд.сўмдан 100,0 млрд сўмгача инвестиция қилинган. Улар меҳмонлар учун жозибадор жойларда, чорраҳаларда жойлашишган.

Тўйхоналар коронавирус пандемияси туфайли киритилган чеклашларнинг биринчи кунидан бошлаб фаолиятларини тўхтатишганди. Бугунги кунда коронавирус пандемияси оқибатларини пасайтириш бўйича республика махсус комиссияси қарори билан оммавий тадбирлардаги

иштирокчилар сони 30 киши билан чекланганлиги сабабли тўйхоналар қисман фаолият қилиб келмоқда.

Республикамизда пандемиядан олдин ҳам тўйларда исрофгарчиликларни олдини олиш, ижтимоий ҳаётдаги кимошарликнинг салбий оқибатларини камайтириш мақсадида меҳмонлар сонини 150-200 нафар билан чеклаш тартиби киритилган эди.

Пандемия даврида халқимиз ўз турмуш тарзи, жумладан, тўй-томошаларни ўтказишга ҳам бошқача қарашга, уларни кескин камайтиришга томон интилишлари тўйхоналар бундан кейин жуда кам ҳолларда тўлиши мумкинлигига иқрор бўламиз.

Юқоридаги фикрлардан хулоса қилиш мумкинки, тўйхоналар хизматларига талаб пандемия туфайли чеклашлар тўлиқ олиб ташланган кейин ҳам олдинги ҳолатга келмайди ва бир неча баробар кам бўлади. Ярим банд тўйхоналар залларида онда-сонда тўйлар ўтказилади, тўйхоналарнинг даромад даражаси тушиб кетади. Агар унга боғлиқ тарзда хизмат кўрсатиш сифати тушиб кетса, баъзи тўйхоналар ўз бозорларини тамоман йўқотишади.

Тўйхона хизматларига талаб таклифдан бир неча баробар камайиб кетмоқда.

Бу ҳолатда тўйхоналар хизмати кўрсатувчи корхоналарга қанақа тавсиялар ўринли бўлади?

1. Ўз жозибадорлиги билан юқори талаб билан фойдаланилаятган тўйхоналарда меҳмонлар залларини оптималлаштириш, кичрайтириш, битта зал ўрнига 2-3 та зал барпо этиш орқали умумий меҳмонлар сонини сақлашга эришиш. Бунда бир вақтнинг ўзида 2 ва ундан ортиқ тадбирни ташкил этиш имконияти пайдо бўлади. Бу каби ўзгаришни режалаштирганда қайта қургандан кейинги меҳмонлар зали безаш нуқтаи назаридан яхлитлиги, меҳмонларнинг кириш-чиқиш имкониятлари, хизмат кўрсатиш барча инфраструктураси сақланишига эътибор бериш зарур. Вилоятимиздаги бир қатор тўйхоналар, жумлада, “Diyora” тўйхонаси меҳмонлар залларини кичрайтириб, барча шароитларни яратган.
2. Дислокацияси қулай бўлган тўйхоналарда меҳмонлар залини кичрайтириб, қолган биноларда аҳолига умумий овқатланиш хизматларини ташкил этиш. Бу ҳолда таомлар тайёрлаш қувватлари ҳам тўйхонага, ҳам умумий овқатланиш қисмига ишлаши мумкин бўлади ва хизмат нархларини рақобатбардош даражасида ушлаб туришга шароит яратилади.
3. Тўйхонани қисман ёки тўлиқ бошқа фаолиятга мослаштириш. Мамлакатимизда бир қатор хизмат турларига талаб етарлича қондирилмаган, уларга талаб тобора ошиб бормоқда. Таълим соҳасида мактабгача таълим, умумий ўрта таълим, чет тилларини ўрганиш, турли касбларга ўқитиш хизматалри, тиббий ва маиший хизмат кўрсатиш шулар жумласидандир. Аҳолига қулай жойлашган тўйхоналарни янги хизмат кўрсатиш йўналишларига мослаштириш тадбиркорлар даромадларини

олдинги фаолият туридан кўпроқ даромад келтириши, ҳудудда олдингидан кўп аҳоли бу хизматларни кўрсатишда банд бўлиши мумкин.

4. Тўйхоналарни тўлиқ ишлаб чиқариш тадбиркорлигига мослаштириш. Тўйхоналар залларининг яхлитлиги уларда дори воситалари ишлаб чиқариш, тайёр кийимлар тикиш, компьютер, телевизорлар, уяли телефонлар каби турли кичик ҳажмдаги электр жиҳозлари йиғишни ташкил этишга имконият бўлиб ҳисобланади.

Савдо хизматлари ривожлантириш

Пандемия пайтида озиқ-овқат савдоси йўналишидаги тадбиркорлик ривожланиб кетди, транспорт ва аҳоли ҳаракати чекланишлари эълон қилинганда кўпчилик саросимага тушиб, одатдагидан бир неча баробар кўп харид қилишди, ҳаттоки баъзи маҳсулотлар танқислиги ва уларнинг нархлари маротаба ошиш ҳоллари қайд этилди. Шу билан бирга, ҳомийлар орқали аҳолининг эҳтиёжманд қисмига кўп миқдорларда озиқ-овқат маҳсулотлари етказилиб берилиши билан ҳам савдо айланмалари ошиб кетди, аҳоли учун етказиб бериш хизмати ташкил этилди.

Шу билан бирга, ноозиқ-овқат маҳсулотлари билан савдо қиладиган дўконлар узоқ муддат фаолият кўрсатмай келди, уларнинг фаолиятларига рухсат берилгандан кейин эса, олдингидек савдо ҳажмларига эриша олишмади. Бир томондан, оммавий тадбирлар, оилавий ва корпоратив тадбирлар камайиб, улар учун совғалар, турли сарполар хариди камайган бўлса, иккинчи томондан, аҳоли озиқ-овқат маҳсулотлари харидига устуворлик беришга мажбур бўлди.

Пандемиядан кейин ҳам озиқ-овқат ва кундалик эҳтиёж молларига талаб юқорилигича сақланиб қолади, рақобат ва ҳар бир харидор учун кураш кучаяди. Бу йўналишда ўз фаолиятлари даражасини сақлаш ва янада ривожланиш учун савдо хизматини кўрсатиш супермаркет каби замонавий турлари билан бирга, кичик форматдаги кенг ассортиментли аҳолига яқин дўконлар хизматларига талаб юқори бўлади.

Албатта, барча савдо хизмат кўрсатувчи корхоналар орасида харидор учун кураш янада кучаяди, рақобат муҳитида даромадлиликка чиқишнинг асосий йўли – харидорга фақат ва фақат сифатли маҳсулотларни таклиф этиш, хизмат кўрсатиш сифатини тинмай ошириб бориш, харидорга қўлайлик бўладиган янги усулларни киритиб бориш бўлиб ҳисобланади.

Коронавирус пандемияси оқибатлари, ҳар қандай инқироз каби, бир томондан, муаммолар тўғдирса, иккинчи томондан имкониятлар яратади. Шунинг учун, бу муаммолар билан юзма-юз бўлган хизмат кўрсатиш корхоналари бу инқироздан кучли бўлиб чиқишлари учун юқорида берилган тавсиялардан унумли фойдаланиб, олдингидан ҳам кучли бўлиб, ўз фаолиятларини муваффақиятли давом эттиришлари учун мамлакатимизда барча шароитлар яратилган.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 19 мартдаги “Коронавирус пандемияси ва глобал инқироз ҳолатларининг иқтисодиёт тармоқларига салбий таъсирини юмшатиш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида” ги ПФ-5969-сонли фармони. https://lex.uz/docs/4770761
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 3 апрелидаги “Коронавирус пандемияси даврида аҳоли, иқтисодиёт тармоқлари ва тадбиркорлик субъектларини қўллаб-қувватлашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ги ПФ-5978-сонли фармони. https://lex.uz/docs/4780475.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 27 апрелдаги “Коронавирус пандемияси даврида аҳоли ва тадбиркорлик субъектларини қўллаб-қувватлаш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ги ПФ-5986-сонли фармони. https://lex.uz/docs/4800005
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 18 майдаги “Коронавирус пандемияси даврида аҳоли ва тадбиркорлик субъектларини қўллаб-қувватлаш бўйича навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида” ги ПФ-5996-сонли фармони. https://lex.uz/docs/4815474
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 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. https://lex.uz/docs/4831118
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 16 июндаги “Хизматлар соҳасини қўллаб-қувватлаш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПҚ-4752-сонли қарори. https://lex.uz/docs/4857409
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 27 июлдаги “Коронавирус пандемиясининг салбий таъсирини камайтириш учун аҳоли, тадбиркорлик субъектлари, умумий овқатланиш, савдо ва хизматлар соҳаларини қўллаб-қувватлашнинг қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ги ПФ-6029-сонли фармони. https://lex.uz/docs/4903382

А.А. Хачатрян– декан медицинского факультета, к.м.н., доцент.Армяно-Российский международный университет «Мхитар Гош», (Республика Армения).

А.С. Мадаханов– руководитель ООО ”PHYSIUS-SAN”, канд. мед.наук, и.о. доцента, (Республика Узбекистан).

ИННОВАЦИЯ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ СФЕРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ – ВАЖНЕЙШИЕ УСЛОВИЯ В СОЗДАНИИ ЕДИНОЙ СИСТЕМЫ МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ В МИРНОЕ ВРЕМЯ И В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИИ

Аннотация. Мақолада**,** соғлиқни сақлаш тизимининг барча бўғимларига инновацион ёндошиш ва рақамлаштиришга асосланган технологияларни кенг жорий этиш, тизим фаолиятининг нафақат тинчлик, балки фавқулодда ходисалар шароитида ҳам самаралилигини таъминлайдиган имконият эканлиги таъкидланади.

Калит сўзлар: соғлиқни сақлаш; фавқулодда ходисалар; инновация; рақамлаштириш; пандемия; катастрофа; рақамлаштирилган кўникмалар; телемедицина технологияси.

Аннотация. В статье подчеркивается, что широкое внедрение во все звенья здравоохранения, технологии, основанной на инновационном под-ходе и цифровизации, является важнейшим условием, обеспечивающим эффективное функционирование системы не только в мирное время, но и в случаях чрезвычайных ситуаций.

Ключевые слова: здравоохранения; чрезвычайная ситуация; инновация; цифровизация; пандемия; катастрофа; цифровые навыки; телемедицинская технология;

Abstract: In the article, it is noted that the wide introduction of technologies based on innovative orientation and digitization into all parts of the health care system is an opportunity that will ensure the effectiveness of the system's activities not only in peace, but also in the conditions of emergency personnel.

Keywords: health; emergency; innovation; digitalization; pandemic; disaster; digital skills; telemedicine technology

Организация и оказание своевременной и полнокровной медицинской помощи населению как в мирное время, так и в условиях чрезвычайных ситуаций, во все времена являлась одной из важнейших задач медицины и здравоохранения. Она приобретает трудно переоцениваемое значение особенно в настоящее время, которое характеризуется тенденцией учащения случаев аварий, катастроф и стихийных бедствий, пандемии, войн происшедших в последние годы в различных регионах мира, в том числе и в Республике Армении. Естественно, чрезвычайные ситуации, не зависимо от причин возникновения и развития, обращает на себя внимание, прежде все-го с точки зрения численности человеческих жертв. Следует также особо отметить отдаленные последствия происшествий, которые, порою на долгое время приковывают свои жертвы к постели. Эти обстоятельства ос-тро ставят вопрос пересмотра многих, ставших традиционными, подходы к организации и оказанию экстренной медицинской помощи населению в чрезвычайных ситуациях и в мирное время [4].

Для решения этих важнейших задач было предложено разработать программу «Цифровая экономика» в сфере здравоохранения Республики Армении(РА), базирующийся на инновационном подходе к проблематике охраны здоровья, профилактике наступления инвалидности и смерти в связи с воздействием факторов и условий как мирного времени, так и чрезвычайных ситуаций. В 2017 году в Республике Армения была разработана «Повестка цифровой трансформации Армении до 2030 года» — рамочный долгосрочный документ, определяющий основные направле-ния и целеполагание цифровой трансформации страны. В этом документе определены шесть ключевых направлений цифрового развития Армении: цифровое правительство, цифровое здравоохранение, цифровые навыки, инфраструктура, кибербезопасность, частный сектор и институциональ-ные основы [5].

Цифровое здравоохранение –проект, аккумулирующий данные в цифровом виде от хозяйствующих субъектов с целью обработки информации и принятия эффективного управленческого решения по вопросу реализации государственных гарантий по обеспечению здоровья и активного долголе-тия населения. Разработка и применение цифрового здравоохранения представляет собой инновационную систему управления, которая подразуме-вает сохранение человеческого капитала. Цифровая модель здравоохране-ния должна внедряться параллельно существующей модели, постепенно принимая от нее полномочия и функции. Такой процесс внедрения мини-мизирует потери и формирует культуру бережливого использования ресурсов [1].

С процессами изменения системы, одновременно растет информационная прозрачность, формируется диалог между потребителями и производителями медицинских услуг. Эффект от реализации цифрового здравоохранения должен обеспечить улучшение качества жизни и устойчивое развитие, посредством использования результатов инновационной деятель-ности. Формирование и развитие системы здравоохранение играет ключевую роль в благополучии и стабильности страны. Благодаря использованию цифровых технологий сводятся воедино все информационные системы. Данные технологии позволяют осуществлять непрерывный мониторинг состоянии здоровья населения в зависимости от всеменяющихся природно-климатических, социально-экономических усло-вий. Результаты мониторинга приобретают особое значение позволяя установить доли участия здравоохранения в снижении показателей заболе-ваемости, смертности и наступления инвалидности, в новых условиях работы лечебно-профилактических учреждений.

Общеизвестно, что системы здравоохранения всех стран мира формировались в определенных социально-экономических условиях, отлич-ных от сегодняшних реалий. Скачок в развитии высокотехнологичной медицинской помощи обусловливает изменение парадигмы медицинской науки, экономики, технологий управления в области организации здравоохранения. Именно поэтому исследования проблем адаптации

системы здравоохранения к современным условиям приобретает особую актуальность [1].

Цель цифрового здравоохранения является, создание реальной основы, отвечающей на спрос потребителя, формированием ценности саморазвивающейся системы здравоохранения посредством максимальной ликвидации всех видов потерь. В контексте данной цели , возникают задачи, детерминированные основными проблемами в данном сегменте. Это, необходимость обеспечения населения доступной медицинской помощью: своевременно, превентивно, безопасно и высокотехнологично.

Цифровое здравоохранение представляет собой совокупность методов управления и оказания медицинской помощи, где в основе лежит модернизация принятия врачебных решений, оптимального использо-вания ресурсов, повышения эффективности и качества работы. Оценить реализацию и эффективность внедрения цифрового здравоохранения с точки зрения программно-целевых установок возможно посредством системы следующих показателей: продолжительность жизни, рожда-емость, смертность [1]. С целью эффективной координации продвижения национальной цифровой повестки и генерации новых инициатив прави-тельство Армении в 2017 году учредило фонд «Цифровая Армения». Правительство РА также ставит цель по ускорению зарегистрированного роста в сфере информационных технологий посредством финансирования научно-исследовательских и проектных работ в здравоохранении и продвижения инноваций [2].

«Цифровизация началась с лечебных учреждений , которые входят в состав министерства здравоохранения. В этой части реализовались несколько десятков проектов ЛПУ РА. Среди них: оптимизация логистики, работа регистратуры, унификация вопросов, связанных с планировкой помещения, оптимизация работы call-центра, процесса приёма участкового врача-терапевта, работы процедурного кабинета, дневного стационара.

Исходя из вышеизложенного можно сказать, что результатом большой работы, связанной с созданием «бережливых технологий», стало создание Центра компетенций внутри РА и, как следствие, возник большой запрос на цифровизацию».

В доступных нам источниках информации приведены примеры, позволяющие утверждать, что программа «Цифровая экономика» работает. Несмотря на ее суть, которая в большей степени виртуальна, она опирается на реальные дела и трансформирует реалии дня. Четыре составляющие общественного здоровья – человеческий капитал, экономика, инфраструктура и современные технологии – сегодня находятся в приоритете. С цифровой экономикой связывают перспективы финансово-экономического развития народного хозяйства. Прогнозируется, что цифровая экономика изменит формат существующих в экономической науке хозяйственных связей и бизнес-моделей [2]. Экономика здравоохранения не только неразрывно

связана с экономическим развитием страны, но и взаимосвязана со всеми отраслями народного хозяйства. Безусловно, по мнению многих экспертов, сделан огромный шаг вперед: закладывается серьезная основа для перехода к развитию единой государственной информационной системы здравоохранения и электронного документооборота в сфере здравоохранения, а также для оказания медицинской помощи в мирное время и в чрезвычайных ситуациях с применением телемедицинских технологий и новейших инновационныхметодов[3].

Общеизвестно, что каждая модель цифрового здравоохранения создается на основе информации о действующих к тому времени лечебно-профилактических учреждений и тенденций, прослеживаемых в развитии данной отрасли. Если учесть, вероятности различия в подходах авторов проектов моделей, то становится актуальным исследования не только жизнеспособности, но и эффективности функционирования той или иной модели цифровизации в условиях, меняющихся социально-экономической ситуацией в стране. Результаты таких исследований могут играть определенную роль в разработке радикально новых механизмов регулирования системы здравоохранения. В этой связи, обращает на себя внимание представленная модель цифрового здравоохранения, в которой сформулированы задачи и рекомендации по ее внедрению [2]. Министерством здравоохранения РА на данном этапе разработан единый цифровой стандарт, включающий как мероприятия для удобства пациентов, так и мероприятия оптимизации работы персонала в мирное время и в чрезвычайных ситуациях [5]. С 2021 года деятельность всех медицинских учреждений Республики Армении должны будут соответствовать данному стандарту.

Выводы и предложения. Инновация и цифровизация структурно-функциональных составляющих лечебно-профилактических учреждений, выступает как веления времени на современном этапе развития системы здравоохранения Армении. Успехи внедрения этих нововведений, в свою очередь зависят от степени совершенности, завершенности и полноты применения принципа системного анализа и системного подхода не только к системе здравоохранения, но и к населению, со всеми свойственными ему демографическими, социально-экономическими, медицинскими и психологическими особенностями. Программа введения инновационных подходов и цифровизации в систему здравоохранения должна быть составлена с учетом всевозможных количественных и качественных изменений как в системе здравоохранения, так и в характеристиках населения. Такая инфор-мация, систематически и оперативно обновляемая в пространстве и во времени, является важнейшей предпосылкой в создании единой, действу-ющей системы медицинской помощи в мирное время и в чрезвычайных ситуациях в Республике Армении.

Список использованной литературы:

1. Степанов А.А. Императивы реализации инновационной политики в коццепции цифровой трансформации, 2020г., стр.15-20.

2. Решетников А.В., Экономика и управление в здравоохранении /Н. Г. Шамшурина , В. И. Шамшурин Изд., Юрайт, стр.10-15.
3. Сахно В.И. Организация медицинской помощи в чрезвычайных ситуациях,/ Г.И.Захаров и др., Санкт- Петербург, 2003г, стр.108-111.
4. Кошелев А.А., «Медицина катастроф»., Санкт-Петербург, Москва, Краснодар, 2016. С 45-48.
5. Оценка деятельности системы здравоохранения Армении. Доклад (ВОЗ) www.euro.who.int >publications

А.В.Беляев – доцент кафедры сервиса, туризма и торгового дела ТГУ имени Г.Р. Державина, к.э.н., доцент,
А.Ю.Шевяков – зав. кафедры сервиса, туризма и торгового дела ТГУ имени Г.Р. Державина, к.э.н., доцент

МИРОВОЙ ОПЫТ ВВЕДЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО НАЛОГА

Аннотация: В статье рассматривается мировой опыт введения налога на проживание, так называемого, туристического налога.
Ключевые слова: туризм, туристический налог, налог на проживание.
Annotatsiya: maqolada turar joy solig'ini joriy etish bo'yicha jahon tajribasi, sayyohlik solig'i deb ataladi.
Kalit so'zlar: turizm, sayyohlik solig'i, turar joy solig'i.
Abstract: The article discusses the world experience of introducing a residence tax, the so-called tourist tax.
Keywords: tourism, tourist tax, the tax rates.

Многие страны лидеры туристской индустрии пытаются с помощью введения дополнительных сборов на туристов, с одной стороны, некоторым образом ограничить число прибывающих в страну туристов, а с другой стороны, получить дополнительные источники доходов, которые впоследствии направляются на сохранение туристических достопримечательностей и развитие туристической инфраструктуры.

Деньги от налога возвращаются в промышленность, помогая финансировать брошюры, техническое обслуживание туристических объектов, обновление музеев и других туристических достопримечательностей.

Туристический налог часто используется в авиабилетах или налогах, которые вы платите в своем отеле или Airbnb. В некоторых странах, таких как Япония, вы платите налог, когда покидаете страну.

Туристический налог отличается от сбора, который вы платите за свою визу, и от налога на добавленную стоимость, который является налогом на потребление, установленным на определенные продукты, и который вы также найдете во многих местах назначения.

Многие европейские страны имеют туристический налог, добавленный к счету отеля. Во Франции налог варьируется в зависимости от того, где вы

находитесь. Места, считающиеся "туристическим городом" или "курортом", такие как Париж и Лион, собирают налог и используют его для поддержания туристической инфраструктуры.

Туристические налоги в Италии зависят от того, где вы находитесь. В Риме эта плата составляет от 3 евро до 7 евро ($3.40 до $7.94) за ночь в зависимости от типа помещения. Мэр Венеции ввел плату за вход в город в конце 2018 года в размере 10 евро ($11.34).

С учетом почти 130 миллионов туристов, прибывающих в Испанию каждый год, некоторые места в стране взимают дополнительную плату с посетителей. Во время пикового сезона это может быть фиксированная плата в размере 4 евро ($4,54) в день на человека. В Мадриде с вас не будет взиматься туристический налог, однако в Барселоне с посетителей взимается до 2.50 евро ($2.84) в день.

Туристический налог Швейцарии также варьируется в зависимости от местоположения. Стоимость за ночь с человека составляет 2.50 швейцарских франков ($2.50). В стоимость проживания обычно не включают туристический налог, он указывается в качестве отдельной суммы. Налог может быть включен в итоговый счет, который является общим для гостиниц. Налог также может быть оплачен отдельно, что является характерным для домов отдыха. В последнем случае вы будете платить налог арендодателю или местному туристическому агентству.

Туристический налог в Греции был введен в начале 2018 года и основан на количестве гостиничных звезд или количестве номеров, которые вы арендуете. Он составляет от 0.50 евро до 4 евро ($0.57 - $4.54) за номер.

Туристический налог Бельгии составляет до 7,50 евро за номер в сутки. Антверпен, Брюгге, Брюссель и многие другие города взимают плату за номер. Сбор иногда включают в стоимость номера в отелях, а иногда отделяют и делают его дополнительной платой.

Некоторые румынские города взимают городской налог. Отели в столице, Бухаресте, взимают налог в размере 1% от стоимости номера. Крупные города взимают городской налог, а горные и морские города взимают налог на спасение.

Туристический налог в Словении варьируется в зависимости от местоположения и класса отеля. Правила туристического налога изменились для Словении в начале 2019 года, когда она добавила налог на проживание [1]. Налог достигает 3,13 евро ($3,55) в сутки в крупных городах и курортных городах, включая Любляну и Блед , но стоит всего 1,57 евро ($1,78) для людей в возрасте от 7 до 18 лет или для тех кто проживает в хостелах или лагерях.

Туристический налог на посещение Бутана представляет собой фиксированную плату в размере от $200 до $250 в день, в зависимости от того, в какое время года вы посещаете, и вы платите его при бронировании своей поездки. Это охватывает многое, в том числе проживание, транспорт в

стране, услуги гида, питание и входные билеты.

Хотя высокий туристический налог в основном гарантирует, что Бутан никогда не попадет в список бюджетных направлений, он управляет количеством туристов, помогая сохранить культуру и природные ресурсы.

В Японии действует "налог Сайонара", который вступил в силу в январе 2019 года. Сбор в размере 1000 иен ($9,25), уплачиваемый международными туристами по мере их выезда из страны, используется для укрепления туристической инфраструктуры Японии до начала Летних Олимпийских игр 2020 года в Токио.

Японская национальная туристская организация заявила, что это позволит "создать более комфортную, без стресса, туристическую среду", "улучшить доступ к информации о самых разнообразных достопримечательностях Японии" и " развивать туристические ресурсы, используя уникальные культурные и природные ресурсы соответствующих регионов".

Иностранные гости в Новой Зеландии должны будут заплатить 35 новозеландских долларов ($23.94) каждый, за некоторыми исключениями, включая туристов из Австралии. Правительство хочет использовать эти деньги для сохранения и развития туристической инфраструктуры.

В Германии существует "налог на культуру" (kulturförderabgabe) и" постельный налог" (bettensteuer) в таких городах, как Франкфурт, Гамбург и Берлин . Налоги достигают 5 евро ($5.67) на человека в день или 5% от счета отеля.

В Австрии действует налог на ночлег. Налог на ночлег в Австрии отличается в зависимости от провинции. При посещении города Вена или Зальцбург взимается дополнительный сбор в размере 3,02% от стоимости проживания с человека за ночь.

В Болгарии действует туристический налог на ночлег. В зависимости от муниципалитета, туристический налог в Болгарии составляет от 0,20 Лева до 3 лева ($0,12 - $1,74) в сутки.

Туристический налог Хорватии оставался фиксированным с 2005 года, но туризм в страну растет благодаря съемкам "Игры престолов", и страна подняла налог на 25% в начале января 2019 года.

Это увеличение применяется в пик сезона летом и означает, что посетители будут платить 10 кун ($1.53) с человека за ночь, до 8 кун ($1.22), но любой, кто остается в кемпинге, все равно будет платить только 8 кун.

В Португалии с гостей в возрасте 13 лет и старше взимается небольшой туристический сбор в размере суточной стоимости проживания. Лиссабон и Порту оба взимают 2 евро ($2.27).

В Нидерландах действует земельный туристический налог и водный туристический налог . В Амстердаме это составляет 7% от стоимости гостиничного номера по состоянию на январь 2019 года. Кроме того, город ввел налог, специально для транзитных туристов, в том числе людей на

круизных судах, который составляет 8 евро ($9,07) за 24-часовой период.

В Будапеште посетители должны платить дополнительные 4% за ночь от стоимости своего номера.

Вы также увидите небольшую сумму, добавленную к вашему счету в Праге: 0.50 евро ($0.57) в сутки.

На большинстве Карибских островов туристический сбор добавляется к стоимости проживания в отеле или взимается при отъезде. Плата за вылет часто входит в стоимость авиабилета или круиза, и она составляет от $15 на Багамах до $51 в Антигуа и Барбуде.

Индонезия ввела официальный туристический налог в размере 10 долларов США, хотя дополнительные сборы уже некоторое время были включены в счета посетителей. Индонезия также вводит налог на вылет, который отличается в зависимости от аэропорта.

Малайзия взимает туристический налог в размере 10 малайзийских ринггитов ($2.45) с человека за ночь.

В нескольких штатах США, включая Калифорнию и Техас, есть налог на размещение, который вы платите при бронировании своего жилья. Налог взимается в гостиницах, мотелях, гостиницах и других подобных местах. Самый высокий гостиничный налог в стране находится в Хьюстоне, и составляет 17% от гостиничного счета.

Развивающимся странам в сфере туризма необходимо учитывать опыт мировых лидеров, с тем чтобы вобрать в себя лучшие практики в области налогообложения туризма, и, по возможности, попытаться применить полученный опыт для развития этой сферы.

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
М.Б.Колонов – ТДИУ кафедра мудири, и.ф.д., профессор

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИДА ТОВАР ВА БАҲО СИЁСАТИНИНГ АМАЛГА ОШИРИЛИШИ

Аннотация: мақолада рақамли иқтисодиёт шароитида маркетинг тадқиқотларида товар ва баҳо сиёсатининг амалга ошириш йўллари ёритилган. Бунда маркетинг тадқиқотлари товар ва баҳо сиёсатини ўзига хос хусусиятлари ва уларни амалга оширишнинг устувор вазифалари ҳам қараб чиқилган. Барча масалалар ҳам назарий ҳам амалий жиҳатдан қаралган бўлиб, мазкур йўналишларнинг тегишли ечимлари ҳам ўз ифодасини топган.

Калит сўзлар: рақамли технология, рақамли технология хизматлари, электрон почта, буюртмага ахборот излаш, онлайнли маълумотлар базалари, компакт-дисклар, компьютерли маълумотлар базаси, рақамли технология тезлиги, рақамли технология таснифи.

Аннотация: В статье описаны способы реализации продуктовой и ценовой политики в маркетинговых исследованиях в условиях цифровой экономики. При этом маркетинговые исследования также учитывают специфику продуктовой и

ценовой политики и приоритеты ее реализации. Все вопросы рассматриваются как теоретически, так и практически, а также отражены соответствующие решения этих направлений.

Ключевые слова: цифровые технологии, услуги цифровых технологий, электронная почта, поиск информации о заказе, онлайн-базы данных, компакт-диски, компьютерная база данных, скорость цифровых технологий, классификация цифровых технологий.

Abstract: The article describes the ways to implement product and pricing policy in marketing research in the digital economy. At the same time, marketing research also considers the specifics of product and pricing policies and the priorities for their implementation. All issues are considered both theoretically and practically, and the corresponding solutions of these directions are also reflected.

Keywords: digital technology, digital technology services, email, order information search, online databases, CDs, computer database, digital technology speed, digital technology classification.

Янги Ўзбекистоннинг ўзига хос хусусиятларидан бири барча соҳаларда замонавий ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш бўйича тегишли тадбирлар амалга оширилмоқда. Мазкур амалга оширилаётган чора-тадбирлар иқтисодиёт тармоқларини рақамлаштиришда, шу жумладан электрон тижоратни ривожлантиришда муайян натижаларга эришиш имконини бермоқда. Аммо шунга қарамай, мамлакатда электрон тижоратнинг тўлақонли бозорини яратишга, товарлар (хизматлар) ишлаб чиқарувчи маҳаллий корхоналарнинг ташқи бозорларга чиқишига тўсиқ бўлаётган қатор муаммо ва камчиликлар сақланиб қолмоқда. Ушбу муаммоларни бартараф қилиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 14 майдаги “Электрон тижоратни жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги, ПҚ-3724-сонли Қарори қабул қилинди. Ушбу ҳужжатда мазкур соҳага оид қатор камчиликлар ҳам эътироф этилди.

“биринчидан, электрон тижорат соҳасидаги муносабатларни ҳуқуқий тартибга солишнинг амалдаги тизими соҳа тараққиётининг жадал суръатлардаги ўзгаришларига мос келмайди ва ўз навбатида аҳоли кенг қатлами ва тадбиркорлик субъектлари учун электрон тижоратдан фойдаланиш имконини таъминламайди;

иккинчидан, маҳаллий тадбиркорлик субъектларига ташқи бозорларда тўлиқ рақобатлашиш, шунингдек, харажатларни оптималлаштириш имконини бермаётган электрон тижорат орқали товарлар (хизматлар)ни экспорт қилишнинг эскирган бюрократик тўсиқлари сақланиб қолмоқда;

учинчидан, электрон тижоратни ривожлантиришга йўналтирилган замонавий ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш жараёни лозим даражада йўлга қўйилмаган, бу эса иқтисодиётни рақамлаштириш ва тадбиркорлик фаолияти ривожланишининг тўхтаб туришига олиб келмоқда;

тўртинчидан, маҳаллий тўлов тизимларининг машҳур хорижий аналоглари билан интеграцияси йўқлиги, мамлакат тадбиркорлик

субъектларининг электрон тижорат соҳасидаги етакчи хорижий ташкилотлар билан тўлиқ халқаро ҳамкорликда ишлашларига, шунингдек, маҳаллий бозорнинг экспорт салоҳияти ва рақобатбардошлигига таъсир қилмоқда;

бешинчидан, электрон тижорат имкониятлари ва афзалликларини, жумладан, товарлар (хизматлар) учун, айниқса, жойларда нақд пулсиз ҳисоб-китобларни оммалаштириш даражаси пастлигича қолмоқда, бу эса хуфёна иқтисодиёт ҳажмининг ошишига ва давлат бюджетига солиқ тушумларининг камайишига олиб келмоқда;

олтинчидан, амалдаги солиққа тортиш тизими электрон тижорат соҳасидаги тадбиркорлик субъектлари, жумладан, ахборот воситачилари фаолиятини кенгайтиришни рағбатлантирмайди, бу эса Интернет тармоғи орқали маҳсулотларни хуфёна айирбошлаш ҳажми ошишига олиб келмоқда, шунингдек, ушбу соҳага инвестициялар ва замонавий технологияларни жалб қилишни чекламоқда”[14].Ушбу камчиликларни бартараф қилиш учун жуда катта чора-тадбирларни ишлаб чиқишни ва бир қанча илмий-тадқиқот ишларини олиб боришни тақозо қилади.

Ҳозирги глобаллашув даврида нарх сиёсатининг шаклланиши бир қанча тамойилларга асосланади. Бундай шароитда нарх билан боғлиқ маркетинг стратегиялари тўғри ишлаб чиқилган бўлиши лозим. Нарх сезувчанлигига таъсир кўрсатувчи омилларни чуқур ўрганиш нархнинг белгиланиши учун асос бўлади. Маҳсулотнинг (хизматнинг) сотилишида уларнинг бошланғич нархи муҳим аҳамиятга эга. Ушбу нарх маълум даражада рақобатчилар борлигини инобатга олган ҳолда белгилашни тақозо қилади. Буни амалга ошириш учун рақамли технологиянинг кучи, имконияти ва таъсиридан тўғри фойдаланишни тақозо қилади.

Яна шуни инобатга олиш лозимки, нархнинг корхона имкониятлари билан бевосита боғлиқлиги таъминланишига эришиш лозим. Чунки нарх шундай механизмки, ҳозирги рақобат шароитида фойдани кўзлаб нархни ошириб ҳам, товарни тезроқ сотиш учун нархни камайтириб ҳам бўлмайди. Шу туфайли нархни ўзгартириш учун вақтни ва жойни танлаш масаласи ҳам муҳим тадбирлардан биридир. Рақамли технологиядан кимошди савдоларини амалга оширишда ва улар нархнинг шаклланишидаги ролини кучайтиришда ҳам фойдаланиш мақсадга мувофиқ. Кимошди савдолари хусусиятлари, унинг ҳолати ва истиқболларини белгилаш учун ҳам рақамли технологиядан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Ҳозирги пайтда маркетинг тадқиқотларини амалга ошириш учун тақсимот тизимини ҳам ўрганишни тақозо қилади. Бунда тақсимот каналлари ва уларнинг функциялари, унинг даражаси, динамикаси ҳам ўрганилади. Рақамли технологияда тақсимот тизимини тузишнинг ўзига хос хусусиятлари очиб берилиши лозим.

Шулар сингари рақамли технологияда чакана савдони амалга ошириш

[14] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 14 майдаги “Электрон тижоратни жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги, ПҚ-3724-сонли Қарори. https://lex.uz/docs/3744594.

масаласи ҳам ҳозирги пайтда ўзининг ривожланиш босқичига кирмоқда. Рақамли технология-дўконлари дастурий таъминотининг асосий функциялари, товарга ҳақ тўлаш, товарни етказиб бериш каби масалалар ҳам ушбу муаммонинг таркибига киради. Бунда рақамли технология-дўконнинг фаолият кўрсатиш вариантини танлаш ҳам муҳим аҳамиятга эга. Бунда рақамли технология орқали реклама қилишда савдо рақамли технология-майдончаларини танлашга ҳам алоҳида аҳамият берилади.

Ҳозирги глобаллашув шароитида электрон тижорат соҳасида минтақавий ва халқаро ташкилотлар билан ҳамкорликни йўлга қўйиш лозим. Бу бўйича бир қанча чора-тадбирларни амалга ошириш ҳам зарур бўлади. Булар жумласига: ШҲТга аъзо давлатларнинг электрон тижорат бўйича Савдо-саноат ассоциацияси; электрон тижорат (ЭТИД) бўйича ЖСТнинг иш дастури; Тарифлар ва савдо бўйича бош битим (GATT, ЖСТ товарларини сотиш бўйича Кенгаш); Хизматларни сотиш бўйича бош битим (GATS, ЖСТ хизматларини сотиш бўйича кенгаш); Интеллектуал мулк аспектлари бўйича битим (TRIPS, ЖСТ ТРИПС бўйича Кенгаш) кабилар киради.

Замонавий маркетинг тадқиқотида рақамли технологияда коммуникатив сиёсатни ташкил этиш масаласи ҳам алоҳида муаммо сифатида қаралиши лозим. Чунки, рақамли технологияда коммуникатив функциялар, маркетинг коммуникациялар фаолияти тамойиллари ва улардан максимал фойда олиш учун фойдаланиш масалалари ҳам катта эътиборни талаб қилади. Бунда Web-сайтлар рақамли технологияда коммуникациялар тизимининг асоси сифатида қаралмоғи лозим. Компания web-сайти ва унинг рақамли технология коммуникациялар умумий дастуридаги ўрни бевосита самарали web-сайтларни яратишга боғлиқ. Бу жараён босқичма-босқич амалга оширилади.

Рақамли технологиянинг қулайлиги шундаки, унда бир қанча бизнес моделларидан фойдаланиш мумкин бўлади. Бунда мавжуд бизнесни қўллаб-қувватлаш моделлари билан бирга янги бизнес яратиш моделлари ҳам бўлиши мумкин. Рақамли технологияда бизнесни лойиҳалаштириш, уларни бажарувчиларни аниқлаш, мазкур лойиҳани молиялаштириш, рақамли технология хизматлари таъминотчиларини танлаш, Web-серверни жойлаштириш учун жой танлаш каби масалалар ҳам шу орқали ҳал бўлишини инобатга олинадиган бўлса, кўриш мумкинки, рақамли технологиянинг маркетинг тадқиқотларини такомиллаштиришда ҳам анча ҳиссаси бор экан.

Ташриф буюрувчиларни web-сайтга бирламчи жалб қилишнинг йўналишларидан бири, тематик web-серверларда жойлаштириш, мақсадли доирага эга серверларда пуллик рекламани жойлаштириш, телеконференцияларда иштирок этишдан иборатдир. Сайтга ташриф буюрувчиларни ушлаб қолиш учун уни ахборот билан тўлдириш, унинг тури ва шаклини кенгайтириш, сайт дизайнига аҳамият бериш, унинг ҳар томонлама жозибадорлигига эришиш, уларга қўшимча хизматларни тавсия этиш, товарларни сотиш жараёнида сотувдан олдинги ва кейинги хизматлар кўрсатиш тартибини келтириш каби тадбирлардан фойдаланишни тақозо қилади.

Таъкидлаш жоизки маркетинг тадқиқотларида рекламанинг ўрнини ўрганиш катта аҳамиятга эга. Бунда рақамли технологияда реклама, шу орқали сотувни рағбатлантириш ва жамоатчилик билан алоқаларни ўрнатиш самарали воситалардан бўлиб ҳисобланади.

Ҳозирги пайтда рақамли технологияда реклама, унинг турлари кенгайиб бормоқда. Рақамли технологияда реклама соҳасида бир қанча қарорлар қабул қилинди, унда реклама кампаниясининг мақсад ва вазифалари, улар самарадорлигини баҳолаш йўллари кўрсатиб берилган. Рақамли технологияда реклама воситалари ва улардан фойдаланиш усуллари, айниқса баннерли реклама, унинг ҳам усуллари, реклама майдонларини танлаш мезонлари, қидирув тизимлари ва каталогларда қайд этиш масалалари, шунингдек, уларнинг бошқа турлари ҳам алоҳида кўрсатилган.

И.Саламов – Самарқанд Ветеринария Медицинаси институти доценти, и.ф.н., доцент

А.А.Зубайдуллаев – Самарқанд Ветеринария Медицинаси институти катта ўқитувчиси, мутақил изланувчи,

Ф.Б.Жонибеков – Самарқанд Ветеринария Медицинаси институти катта ўқитувчиси, мутақил изланувчи

ЧОРВАЧИЛИКДА ХИЗМАТ ТУРЛАРИНИ ЖОРИЙ ЭТИШНИНГ ИҚТИСОДИЙ САМАРАДОРЛИКНИ ОШИРИШДАГИ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация: Ушбу илмий мақолада, чорвачиликда хизмат турларини жорий этишнинг иқтисодий самарадорлигини оширишдаги имкониятлари, мева-сабзавотчик тармоғи ўртасидаги муносабатлар, деҳқончиликнинг сабзавотчилик (жумладан бодиринг уруғчилигидаги янги илмий-амалий тавсиялар), мевачилик, узумчилик, чорвачиликнинг қорамолчилик ва балиқчилик йўналиши бўйича 2019 йилнинг иқтисодий таҳлил натижаларини таққослаш якунлари келтирилган.

Калит сўзлар: хизмат турлари, инфратузилма, чорвачилик, деҳқончилик, бодиринг,сабзи,тармоқ, инновация, технология, сублимация, таннарх, баҳо, рентабеллик даражаси ва ҳ.о.

Аннотация: В данной научной статье сравниваются результаты экономического анализа 2019 года в области садоводства (включая новые научные и практические рекомендации по семенам огурцов), садоводства, виноградарства, животноводства и рыболовства, взаимосвязи между плодоовощной отраслью, потенциала для увеличения экономическая эффективность животноводческих услуг.

Ключевые слова: виды услуг, инфраструктура, животноводство, сельское хозяйство, огурцы, морковь, промышленность, инновации, технологии, сублимация, стоимость, цена, уровень рентабельности и др.

Abstract: This research paper compares the 2019 economic analysis results in horticulture (including new scientific and practical guidance on cucumber seed), horticulture, viticulture, livestock and fisheries, the relationship between the fruit and

vegetable industry, and the potential to increase the cost-effectiveness of livestock services.

Keywords: types of services, infrastructure, livestock, agriculture, cucumbers, carrots, industry, innovation, technology, sublimation, cost, price, level of profitability, etc.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 17 августда “Чорвачиликни янада ривожлантириш, тармоқ фаолиятини мувофиқлаштириш ва самарадорлигини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида” ID-285 қарори, 2017 йил 18 октябрда 845-сонли “Чорвачилик ва балиқчилик тармоқларининг озуқа базасини мустаҳкамлаш чора-тадбирлари тўғрисида” ги Қарори қабул қилинган эди. Кейинги йилларда республикада чорвачилик ва балиқчилик тармоқларини ривожлантиришга, наслчилик ишини такомиллаштиришга, уларда етиштирилаётган маҳсулотларни кўпайтиришга катта эътибор қаратилмоқда. Ҳозирги вақтда мамлакатда 6 мингдан ортиқ чорвачилик ва 3 мингта балиқчилик хўжаликлари фаолият кўрсатмоқда. Дастлабки ҳисоб-китобларга кўра, 2019 йил якунлари бўйича 2 894 минг тонна гўшт, сунъий ҳовузларда 71 минг тонна балиқ етиштириш режалаштирилган бўлиб, улар ортиғи билан бажарилди. Деҳқончилик ва чорвачилик маҳсулотларини етиштиришда Самарқанд вилоятида истиқомат қилаётган аҳоли сони ва уларнинг ушбу маҳсулотларга бўлган йиллик истеъмол меъёрлари аниқланди. Чорвачилик ва деҳқончилик тармоқлари маҳсулотлари етиштиришда уларнинг турларини, хилма - хиллигини кўпайтириш имкониятлари мавжуддир. Самарқанд вилоятида 2020 йил якуни билан вилоятда ялпи худудий маҳсулот (ЯХМ) ҳажми 42.1 триллион сўмни ташкил этиб, ўсиш 2019 йилга нисбатан 1,9 фоиз бўлди. 2020 йилда 104,9 млн АҚШ доллари қийматидаги 133,5 минг тонна мева-сабзавот маҳсулотлари Россия, Хитой, Туркия, Украина, АҚШ, Польша, Германия, Канада каби 53 та давлатга экспорт қилинди. Лойиҳа қиймати 206,7 миллиард сўмлик умумий қуввати 20 минг тоннага эга 7 та мева-ссабзавот маҳсулотларини қайта ишлаш ва сақлаш корхоналари барпо этилиб, 205 та қўшимча иш ўринлари яратилди. вилоятда жами 44 та, жумладан 10 та пахта-тўқимачилик,15 та ғаллачилик, 13 та мева-сабзавотчилик, 5 та картошкачилик ва битта доривор ўсимликларни етиштирувчи кластер фаолияти йўлга қўйилиб, уларга 151,9 минг гектар ер майдони бириктириб берилди. Машҳур Америкалик шифокор Н. Уокер сабзи ҳақида кўплаб китоблар ёзган.Унинг сабзи тўғрисидаги берган баҳоси қуйидагича бўлган: “Сабзи даҳшатли рак касаллигига қарши курашда давримизнинг мўжизаси ҳисобланади”[2]-деб таърифлаган. Сабзи қуёнчилик уларнинг асосий озиқаларида бўлиб ҳисобланади. 2020 йилда “Бир маҳалла-бир маҳсулот” тамойили асосида 96 та маҳалла сабзавот, полиз ва бошқа қишлоқ хўжалик маҳсулотларини етиштиришга ихтисослаштирилди. Пилладан йилига тўрт марта ҳосил олиш эвазига 12 миллион АҚШ долларига тенг ипак ва ипак маҳсулотлари экспорт қилинмоқда.Сувни тежаш ва ундан самарали фойдаланиш мақсадида 12,2 минг гектар майдонда сув тежовчи технологиялар жорий этилди. Чорвачиликда балиқчилик йўналишини иқтисодий

таҳлил қилганимизда, 2019 йилда 4 324 тонна балиқ вилоятда етиштирилган, ушбу балиқ миқдорини етиштириш учун 53 105 миллион сўм харажат сарфланди, олинган ялпи пул тушуми 65 836 миллион сўм, истеъмолчиларга сотишдан олинган фойда 12 731 миллион сўм бўлди. Тармоқ рентабеллик даражаси 24,0 фоизни ташкил қилди. Деҳқончилик билан таққосласак, масалан, сабзавотчилик тармоғи бизда анча сердаромад тармоқ ҳисобланади. Балиқчиликга нисбатан 6,2 пунктга рентабеллик даражаси сабзавотчилик тармоғида юқоридир. Балиқчиликга кейинги йилларда вилоятда катта эътибор қаратилаётганлиги туфайли, тармоқ тез ривожланиш йўлига ўтмоқда. Самарқанд вилоятида 2020 йил якуни билан вилоятда ялпи худудий маҳсулот (ЯХМ) ҳажми 42.1 триллион сўмни ташкил этиб, ўсиш 2019 йилга нисбатан 1,9 фоиз бўлди. Агар бу кўрсаткични Бухоро вилояти билан солиштирсак, уларда ялпи худудий маҳсулот етиштириш 30 триллоин 300 млн сўмни,ўсиш 102 фоиз бўлди. Самарқанд вилоятига нисбатан ялпи худудий маҳсулот ҳажми 11,8 триллион сўмга камдир.

Хулоса ва таклифлар: **Хулоса: биринчидан,** Чорвачиликни ривожлантиришда ем–хашак базасини мустаҳкамлаш зарур.**Иккинчидан,** хорижий ва маҳаллий тажрибалардан фойдаланиш талаб даражасида эмас. **Учинчидан**, деҳқончилик экинлари ва маҳсулотлари қолдиқларидан самарали човачиликда омихта емга қўшиб беришда фойдаланиш имкониятларидан айниқса, шаҳарларда тўлиқ фойдаланилмаяпти. **Тўртинчидан,** гўшт етиштириш рентабеллик даражаси вилоятда 2018 йилда 10,1 фоизни, балиқчиликда 21,3 фоизни,сабзавотчиликда 26,6 фоизни, пахтачиликда -(-9,9%), ғаллачиликда-16,9%, тухум етиштиришда- 20,8%, асалчиликда-18,3%, балиқчиликда- 21,3%, полизчиликда-10,1%, сутчиликда-8,5%, ғаллачиликда-16,9%, сабзавотчиликда- 26,6%, узумчиликда- 31,9%, мевачиликда-30,9 %, полизчиликда- 28,2% ташкил этди[3].Хулоса қилганимизда, икки тармоқнинг барча йўналишларида рентабеллик даражаси ҳар хилдир. Паст рентабелик даражасига эга бўлган йўналишларда инновацион техника ва технологияларни хориж компаниялари, тадбиркорлари иштирокида юқори иқтисодий самара берадиган тармоқ ва йўналишларга чиқариш имкониятларидан фойдаланиш максадга мувофиқдир.

Таклифларимиз: 1) Вилоятдаги мавжуд фермер хўжаликларини кўп тармоқли фермер хўжаликларига айлантиришда,уларни моддий техника базаси билан таъминланишига имтиёзли кредитлар ажратиш; 2) Деҳқончилик тармоғи билан чорвачилик тармоғининг бир бутунлигига эътиборни қаратиш зарур,айниқса ўсимликлар ва озиқ-овқат қолдиқларини ҳар куни йиғиштириш ва чорвачилик тармоғи озиқасига ишлатиш ҳамда чорвачилик тармоғидаги гўнгларни органик ўғит сифатида чиритиб ерга бериш ва тупроқ унумдорлигини ошириш; 3) кадрлар тайёрлашга алоҳида эътиборни кучайтириш; 4) Жиззах вилоятининг Фориш туманида “Farish agro valley” МЧЖи томонидан минг бош “Заанен” зотли эчки боқишга мўлжалланган замонавий ферма барпо этилишини янада такомиллаштириш[2]. Ушбу фирмани фаолиятини кўз билан кўриш учун тадбиркорларни саёҳатини уюштириб

туришни ташкил этиш икки тармоқни ривожлантиришга асос бўлади; 5) “Дала-чорвачилик мажмуаси”, “ Дала-истеъмолчи” ва бошқа шаклдаги хизмат турларини жорий этиш ва ёшлар бандлигини таъминлашга кўмаклашиш

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1.Мирзиёев Ш.М. “Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз” китоби, Тошкент “Ўзбекистон” 2017. 296-бет.
2.*Машҳур Америкалик шифокор Н. Уокер сабзи ҳақида кўплаб китоблар ёзган. (Қаҳҳоров Б. Сабзи еган соғ бўлар: Сабзи Ўз. к/х журнали, 2002 йил №5 59-бет)
3.Самарқанд вилояти қишлоқ хўжалик ва статистика бошқармаларининг 2019-2020 йиллар якунлари бўйича ҳисоботлари..
4.Муаллифларнинг илмий-амалий изланишлари натижалари, матбуот, телеведения, радио ва шу соҳанинг ихлосмандлари билан уюштирилган суҳбатлар ва сўровномала.
5.Интернет маълумотлари ва бошқа манбалар.

И.С. Очилов – к.э.н, доцент ТГАУ
К.К. Бустонов– к.э.н., доцент ТГАУ

ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ

Аннотация: В данной статье рассматриваются перспективы цифровой экономики в аграрном секторе, а также анализируются связанные с развитием отрасли.

Ключевые слова: перспектива, цифровая экономика, развития, аграрный сектор, интенсивный, экспорт, импорт, товар, частный, партнерство.

Аннотация: Ушбу мақолада аграр тармоқда рақамли иқтисодиёт масалалари тадқиқ қилинади, шунингдек, соҳанинг ривожланиши ва истиқболлари таҳлил қилинади.

Калит сўзлар: истиқбол, рақамли иқтисодиёт, ривожланиш, аграр тармоқ, интенсив, экспорт, импорт, товар, хусусий, шериклик.

Abstract: This article discusses the prospects of digital economy development of the agricultural sector, as well as analyzes related to the development of the industry.

Keywords: perspective, digital economy, development, agricultural sector, intensive, export, import, product, private, partnership.

К 2020 году за счет запуска единой геоинформационной системы на основе спутниковых данных будет покрыта сельскохозяйственная территория площадью 10 тысяч квадратных километров, а в 2021-2022 годах — 250 тысяч квадратных километров. Кроме того, до конца этого года в рамках внедренной в водном хозяйстве системы учета воды «Умная вода» в оросительных системах страны будет установлено 90 цифровых устройств мониторинга воды, а к концу 2022 года — более 3800. К концу 2021 года будет разработана информационная система «Цифровое сельское хозяйство» и будет интегрировано более 2 0 информационных систем [4].

По нашим исследованием, увеличение на 10% охвата скоростным

интернетом обеспечить рост ВВП на 1%, а внедрение цифровых технологи повысит производительность предприятий до 15%, а урожайность в сельском хозяйстве — почти на треть.

Во всём мире цифровые технологии интенсивными темпами проникают во все сферы и в жизнь людей. 2020 год объявлен в Узбекистане Годом науки, просвещения и развития цифровой экономики, и в этом направлении начата масштабная работа. В частности, в Узбекистане будут реализованы 239 проектов по цифровизации сфер здравоохранения, кадастра, социальной защиты, сельского хозяйства, образования в 14 районах до конца текущего года и еще в 14 районах в первом квартале следующего года.

Сельское хозяйство, являясь ведущей отраслью экономики Узбекистана, обеспечивает занятость 3,6 млн человек (27 процента занятых по экономике в целом). Доля отрасли в валовом внутреннем продукте страны страны составляет 32 процента. Земли, используемые для сельскохозяйственного производства, занимают 45 процентов территории Республики, около 50 процентов населения проживает в сельской местности. Экспорт сельскохозяйственной продукции приносит Республике Узбекистан около 20-25 процентов совокупных экспортных доходов. В настоящее время более 180 видов агропродовольственной продукции экспортируются в 80 стран мира [14].

Современные агропродовольственные системы **сбора данных и информации** в секторе основаны на устаревших механизмах и практиках, разработанных в рамках централизованной плановой экономики. В результате оценка производства, урожая и производительности не соответствуют реальной ситуации на местах.

Сегодня наблюдается активное использование цифровых технологий во всех сферах экономики. Не является исключением и аграрная отрасль, играющая одну из ключевых ролей в повышении благосостояния государства. В этом направлении в Узбекистане проводится масштабная работа, инициирован ряд крупных проектов, нацеленных на цифровую трансформацию сельского хозяйства, которое коренным образом меняется, интенсивно внедряя в сферу передовые и инновационные решения. Большое значение в достижении поставленных целей имеет научный подход.

В современном мире цифровые технологии играют решающую роль во всех сферах. Несмотря на то, что в 2019 году в Международном индексе по развитию информационно-коммуникационных технологий наша страна поднялась на 8 позиций, мы все равно очень отстаем в этой области.

Реализация свыше 220 приоритетных проектов, предусматривающих совершенствование системы электронного правительства, дальнейшее развитие отечественного рынка программных продуктов и информационных технологий, цифровизацию сельского хозяйства, происходит непременно с учетом опыта развитых стран мира, в том числе США, Китая и ряда европейских государств.

В Поднебесной цифровизация за считанные годы вывела страну в лидеры по целому ряду показателей. КНР достигла ускоренного развития цифровых технологий как в бизнесе, так и в государственном управлении. Цифровая экономика охватывает на данный момент более 30 процентов ВВП страны. Реформы в этом направлении позволили создать почти три миллиона рабочих мест. Это один из ярких примеров того, насколько эффективна может быть цифровизация. Именно благодаря ей мир увидел огромный потенциал и привлекательность науки и техники.

Цифровая экономика призвана не просто повысить экономическую продуктивность в развивающихся странах, но и предоставить населению возможность для позитивных изменений. Цифровизация фактически объединяет мир, обеспечивая людей необходимой информацией и полезными технологиями.

Согласно имеющимся данным примерно у четырех миллиардов человек на планете нет доступа к Всемирной паутине. А это более половины населения Земли. И правительства таких стран должны непременно работать над развитием цифровой экономики, которая способна повысить уровень жизни людей, обеспечив их базовыми удобствами, ставшими привычными для жителей развитых государств.

Стратегии цифровизации сельского хозяйства в развивающихся странах должны сочетать создание инфраструктуры с социальными, организационными и политическими преобразованиями.

Для Узбекистана внедрение инноваций в сельское хозяйство должно быть не самоцелью или следованием современным трендам развития данной отрасли, а продуманной политикой, учитывающей климатические, географические, демографические особенности страны, специфику земледелия, общий технологический уровень развития экономики, сферы ИКТ, доступность интернета, особенно в сельской местности, готовность и желание сельхозпроизводителей применять технологии «умного» сельского хозяйства.

Кроме этого, необходимо учитывать, что основная доля плодоовощной и мясомолочной продукции (почти 90%) производится дехканскими (личными подсобными) хозяйствами, занимающимися мелкотоварным производством, где внедрение инноваций и современных информационных технологий должно сопровождаться, прежде всего, обеспечением их высокопродуктивными саженцами, семенами, знаниями по экономному расходованию удобрений, химикатов, применению капельного орошения, предоставлением возможности приобретения племенных пород скота, развития кормовой базы и постепенного внедрения пилотных проектов в рамках реализации программы «умного» сельского хозяйства.

При этом инновационная модернизация сельского хозяйства Узбекистана может осуществляться по следующим взаимодополняемым направлениям:

- внедрение инноваций в отдельные сегменты отрасли, например, использование современных методов и технологий выращивания и селекции семян востребованных культур, создание новых сортов и видов плодовых деревьев, переход на выращивание культур, приносящих наибольшую прибыль, биологические (с помощью насекомых) методы борьбы с вредителями и др.;

- внедрение инноваций и современных информационно-коммуникационных технологий с целью более широкого использования технических устройств и систем «интернета вещей» в обеспечение функционирования «умного» сельского хозяйства, включающего в себя цифровое картографирование полей, точное земледелие, создание «умных» теплиц, животноводческих и птицеводческих ферм и др.

Внедрение «умного» сельского хозяйства в Узбекистане должно прежде всего предусматривать более эффективное использование земельных и водных ресурсов, которое в конечном итоге должно привести к повышению производительности сельхозпродукции и снижению издержек по его производству.

При этом, учитывая демографическую ситуацию и проживание половины населения в сельской местности, повышение продуктивности сельского хозяйства должно сопровождаться не сокращением, а созданием новых рабочих мест в АПК.

Для условий Узбекистана важными направлениями внедрения инноваций и технологий, в частности, могут быть водосбережение (капельное орошение), семеноводство (селекция новых сортов), развитие тепличного хозяйства, снижение потерь урожая, хранение и переработка сельхозпродукции, сокращение «плеча» производитель–покупатель как внутри страны, так и на экспорт.

Список использованной литературы

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» от 7 февраля 2017 года № УП-4947.
2. Указ Президента Республики Узбекистан «Об утверждении Стратегии развития сельского хозяйства Республики Узбекистан на 2020-2030 годы» от 23 октября 2019 года № УП-5853.
3. Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по реализации в 2020 году задач, определенных в стратегии развития сельского хозяйства Республики Узбекистан на 2020-2030 годы» от 28 января 2020 года № ПП-4575.
4. Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по широкому внедрению цифровой экономики и электронного правительства» от 28 апреля 2020 года № ПП-4699
5. Квинт В.Л., Теория и практика стратегирования. /.-Т: Тасвир, 2018.-160 с.
6. Портер М. 2011. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов, 4-е изд. М.: Альпина Паблишер.
7. Румельт Р. 2014. Хорошая стратегия, плохая стратегия: в чем отличие и почему это важно. М.: Манн, Иванов и Фербер.

8. Дитериха М., Мерзлова А., Устойчивое развитие сельских территорий. Учебное пособие, - М.: Эллис Лак, 2013 г.
9. Муртазаев О., Ахроров Ф., Сельскохозяйственная экономика. Учебник, -Т.: “ILM ZIYO”, 2017 г.
10. Саидов М.Х. Узбекистан: Инвестици в человеческий капитал, партнёрство в сфере образования. – М.:Книжный дом газеты «Труд», 2006 г.
11. Саидов М.Х., Очилов И.С. Государственные программы и будущие стратегии Республики Узбекистан. Монография, -Т.: “Адабиёт учкунлари”, 2019 г.
12. Гнездова Ю.В., Романова Ю.А., Саидов М.Х. Новые горизонты сотрудничества России и Узбекистана на основе реализации национальных проектов и национальных программ. Монография. Издательско-торговая корпорация “Дашков и К*”. Москва: 2020. – 256 с.
13. Saidov M., Ochilov I., Khudaiberdieva F., Khakimov A. Processes for social and economic Development of the Network. International Journal of Scientific & Technology research, Volume 8, Issue 12, December 2019.
14. Saidov M., Ochilov I., Yangibaev H. Issues of the Perspective of Socio-Economic Development of the Agricultural Sector of the Republic Of Uzbekistan // Solid State Technology. Volume: 63 Issue: 4 Publication Year: 2020 Scopus. - PP 173-179.
15. Saidov M., Ochilov I., Yangibaev H. Cluster - An Innovative Structure Based on High Technologies in the Economy of Uzbekistan // Solid State Technology Volume: 63, Issue: 4, Publication Year: 2020 Scopus. - PP 205-212.
16. Ochilov I.S., Zhalilov Sh.H., Ataboeva D.Sh. Questions of development of agricultural sector republic of Uzbekistan // Электронный журнал «Столица Науки» ИЮНЬ 6(23), 2020.
17. Саидов М.Х., Очилов И.С. Университеты – гарантия развития общества. Вестник НУУз., ACTA NUUz, 2019, 1/2/1.
18. Саидов М.Х. Кластер. Халк сузи, 4 мая, 2020 г.
19. Киселев С.В. Вызовы и риски развития цифрового сельского хозяйства России, 2019.
20. http://www.stat.uz.
21. http://www.fao.org/3/ca4887ru/ca4887ru.pdf

Л.Х. Убайдуллаев– к.э.н., доцент кафедры Маркетинга, Наманганского инженерно-технологического института

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКСПОРТИРОВАНИЯ ФРУКТОВ И ОВОЩЕЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы экспортирования овощей и фруктов в Наманганской области. Экспорт сельскохозяйственной продукции, в т.ч. свежие, сушеные и консервированные фрукты и овощи, занимают значительную долю в экономике региона. Определены некоторые проблемы в повышении объема экспорта овощей и фруктов в условиях пандемии.

Ключевые слова: экспорт**,** фрукты, овощи, садоводство и виноградарство, рынок фруктов и овощей, производство, формирование и развитие экспорта, понимание рынка, проблемы.

Аннотация: Мақолада Наманган вилоятида мева-сабзавотларни экспорт қилиш масалалари ўрганилган. Ҳудуд иқтисодиётида қишлоқ хўжалик маҳсулотларини, айниқса, пишган, қуритилган ва консерваланган мева-сабзавотларни экспорт қилиш муҳим ўринни эгаллайди. Пандемия шароитида мева-сабзавотлар экспорти ҳажмини орттиришнинг айрим муаммолари аниқланган.

Калит сўзлар: экспорт**,** мевалар, сабзавотлар, боғдорчилик ва узумчилик, мева-сабзавотлар бозори, ишлаб чиқариш, экспоротни шакллантириш ва ривожлантириш,бозорни тушуниш,муаммолар.

Abstract: In article questions of export of vegetables and fruit in the Namangan area are considered. Export of agricultural production, including fresh, dried both tinned fruit and vegetables, occupy a considerable share in region economy. Some problems in increase of volume of export of vegetables and fruit in the conditions of a pandemic are defined.

Keywords: export, fruit, vegetables, gardening and wine growing, the market of fruit and vegetables, manufacture, formation and export development, understanding of the market, a problem.

В нашей стране обеспечивается устойчивый экономический рост за счет принимаемых мер по повышению эффективности реформ в обеспечении населения продовольственными товарами и продуктами. питания. В частности, в «Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы», утвержденной Указом Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года № ПФ-4947 особое внимание уделяется развитию интенсивного садоводства и виноградарства за счет посадки деревьев и увеличения производства экспортно-ориентированных фруктов и овощей, пользующихся спросом на мировых рынках”[15].

Однако пандемия, которая в течение года поражает мир в глобальном масштабе, оставляет значительный негативный отпечаток на экономики всех стран. Однако в условиях пандемии наша страна пытается добиться значительных положительных результатов в сельском хозяйстве. В этой связи, Президент Республики Узбекистана Ш.М.Мирзиёев отметил: «В результате таких реформ и структурных изменений в этом году, несмотря на негативное влияние мировой пандемии, около 1,5 млн. тонн фруктов и овощей на сумму более 822 млн. долларов США экспортируются в более чем 70 стран”[16].

В контексте инновационного подхода к экономическому развитию возрастает важность выращивания фруктов и виноградных продуктов, увеличения объемов и разнообразия потребления и развития их экспорта. Однако на рынке фруктов и винограда широкий спектр общих экономических интересов и отношений, который требует оптимального регулирования.

[15]Утверждена Указом Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года № ПФ-4947 «Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы».www.lex.uz.

[16]Из выступления Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева на торжественной церемонии, посвященной Дню работников сельского хозяйства .12.12.2020..https://president.uz/uz/lists/view

Таким образом, вышеперечисленные факторы повышают актуальность внедрения инновационных и современных технологий в субкомплексе плодоовощеводства и виноградарства, использования интенсивных способов разработки, производства и экспорта качественной конкурентоспособной плодоовощной продукции.

Сельское хозяйство, которое является неотъемлемой частью экономики Наманганской области, и является приоритетной отраслью региональной экономики. По предварительным данным, общий объем продукции (услуг) сельского, лесного и рыбного хозяйства в январе-сентябре 2020 года составил 13 279,7 миллиарда сумов или 104,4% к соответствующему периоду 2019 года, в том числе сельское хозяйство и животноводство, охота и услуги в этих сферах - 12 305,3 млрд. сумов (104,6%), лесное хозяйство - 951,9 млрд сумов (101,8%), рыболовство - 22,5 млрд сумов (86,7%). Доля Наманганской области в структуре сельского, лесного и рыбного хозяйства республики составила 7,4%.[17].

В настоящее время проводится большая работа направленная на увеличение объемов сельскохозяйственного производства. Следует отметить, что рост производства (выращивания) не приводит автоматически к увеличению экспорта. Причина в том, что при экспорте, в первую очередь, потенциальному потребителю нужно понимать, какой товар ему нужен и что ему нужно. Он также должен отвечать на такие вопросы, как настоящий потребитель и в какой стране он проживает. Кроме того, когда дело доходит до экспорта фруктов, важно заранее знать, как изменится потребительский спрос и спрос с момента посадки сада до сбора урожая (с годами). Например, в Евросоюзе практически нет спроса на овощи и фрукты, не относящихся к категории «премиум». Похожая ситуация в США и многих других развитых странах. Кроме того, в каждой стране есть особые требования и потребности в отношении различных характеристик фруктов с точки зрения их цвета, вкуса, калибра и других характеристик. Другими словами, каждый предприниматель должен начинать со стратегических решений, правильного понимания рынка при реализации экспорта. В противном случае на его продукцию может вообще не быть спроса[18]. Такие случаи очень распространены в нашей стране. Но выращивание урожая - это всего лишь меньше полдела. При выращивании фруктов и овощей очень важно учитывать такие факторы, как их качество (без потерь свойств или максимальной сохранности), определенные сроки хранения и упаковки. В большинстве случаев затраты и инвестиции в послеуборочный процесс превышают затраты на выращивание продукта, и часто такие затраты недостаточно учитываются.

В последние годы в сельском хозяйстве Наманганской области особое

[17]Данные Наманганского областного управления статистики. 2020 г.. www.namstat.uz.

[18]…менталитет тормозит развитие экспорта фруктов и овощей в Узбекистане.29.11.https://uzanalytics.com/iqtisodiet/6120/.

внимание уделяется вопросам выращивания овощей и фруктов и их экспорту.

Из выращенных сельскохозяйственных продуков как виноград, персики, вишня, абрикосы, сливы, яблоки, гранаты, груши, инжир, айва, финики, лимоны, клубнику, малину, смородину, изюм, чернослив, курага, грецкие орехи, миндаль, орехи, фисташки были экспортированы. Из свежих и сушеных овощей - помидоры, огурцы, морковь, капуста, баклажаны, редис, зеленый лук, картофель, чеснок, лук, сладкий перец, свекла, перец, (красный, болгарский) репа, фасоль, маш, горох, дыни, арбузы, тыквы были также экспортированы. В структуре экспорта значительную прибыль принес экспорт зелени. Экспорт укропа и петрушки в республику Казахстан и Россию составил 3554 тонны или 1691,2 тысячи долларов.

Таблица 1

Показатели экспорта овощей и фруктов Наманганской области

(По состоянию на 01.01.2021 г.)

№	Покозатели	Всего	Свежие	Сушеные
I	**Всего за год**			
	тонна	**126668**	102343	24325
	тысячи долларов	**110186**	71427	38759
II	**Названия стран**			
1	**Киргизистан**			
	тонна	**17309,6**	15282,6	2027
	тысячи долларов	**46186,8**	28355,5	17831,3
2	**Казахстан**			
	тонна	**64476,8**	56472,8	8004
	тысячи долларов	**30085,2**	25785,8	4299,4
3	**Россия**			
	тонна	**17467,5**	16103,5	1364
	тысячи долларов	**12733,7**	10960,5	1773,2
4	**Пакистан**			
	Тонна	**2462**	75	2387
	тысячи долларов	**3166**	11,2	3154,8
5	**Таджикистан**			
	Тонна	**1104**	960	144
	тысячи долларов	**1154,3**	1013,2	141,1
6	**Китай**			
	Тонна	**2787**	15	2772
	тысячи долларов	**2219,3**	48,3	2171
7	**Другие страны**			
	Тонна	**19720,2**	13432,2	6288
	тысячи долларов	**12912**	5254	7658

***: Таблица разработана автором на основании данных областного отдела экономики

Согласно данных таблицы, по итогам 2020 года экспорт фруктов и овощей Наманганской области составил 126 668 тонн на общую сумму 110 186 000 долларов. По итогам 2019 года объем экспорта фруктов и овощей

составил 137 232 тонны, что на конец 2020 года снизился на 10 564 тонн или на 7,7% по сравнению с предыдущим годом.

Наряду с положительными тенденциями в экспорте фруктов и овощей в сельском хозяйстве есть еще ряд вопросов и проблем, которые подлежат обязательному решению. Они включают в себя:

— в процессе разработки бизнес-планов в сельском хозяйстве не учитывается стоимость инфраструктуры хранения выращенной продукции и переработки её в готовый продукт для потребления обычно невысока на гектар полезных угодий, что дороже, чем вырастить сад;

— недостаточное использование существующего потенциала исследовательских работ по селекции овощей и фруктов в нашей стране,в том числе в Наманганской области или иначе отсутствует эффективная систе-мы создания новых многолетних сортов, востребованных на мировом рынке;

—отсутствие информационно-аналитических центров в регионах страны, которые даже не знают, какая продукция выращивается, где и кто экспортеры, все равно получают необходимое количество овощей и фруктов из первых рук;

—до конца недоведены вопросы упаковочного материала и производство привлекательных упаковок для выращенной и произведенной продукции;

—недостаточное развитие продовольственного рынка, присутствует диспропорция, дефицит, слабая конкуренция в перерабатывающей отрасли.

При увеличении производство сельскохозяйственной продукции, отвечающей требованиям международных стандартов обладающего высоком качеством, конкурентоспособностью и безопасностью, Узбекистан сможет экспортировать такую продукцию в любую страну мира, даже в страны с высоким спросом на качество и безопасность продукции. Страны Азии (особенно Индия, Китай и Юго-Восточная Азия), а также страны ЕС являются наиболее перспективными альтернативными рынками. Если говорить об орехах (земляных и грецких), замороженных и сушёных фруктах и овощах, то география экспорта может быть абсолютно безграничной. Агросектору экономики области необходимо и считаем целесообразным решение проблем по развитию садоводства и виноградарства, всей плодоовощной системы

Для более объёмного и целевого развития аграрного комплекса территориальной экономики должны быть изысканы целесообразные решения проблем в садоводстве, выращиванию и переработке плодоовощной продукции.

Список использованной литературы:

1. Указ Президента Республики Узбекистан № ПФ-4947 от 7 февраля 2017 года «Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы».. www.lex.uz.
2. Выступление Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева на торжественной церемонии, посвященной дню работников сельского хозяйства 12.12.2020. https://president.uz/uz/lists/view
3. Развитие экспорта фруктов и овощей в Узбекистане. https://uzanalytics.com/iqtisodiet/6120/
4.Данные Наманганского областного управления статистики. 2020 год. www.namstat.uz.

А.Н.Низамов – СамДУ, Тармоқлар иқтисодиёти кафедраси мудири
Б.М.Имомов – СамДУ магистранти

АҲОЛИ БАНДЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ НОСТАНДАРТ УСУЛЛАРИ

Аннатация. Мақолада аҳоли бандлигини янада ошириш ва камбағалликни қисқартириш бўйича фикр ва мулохазалар билдирилган. Ушбу муоммони ечишда ноанъанавий усуллардан кенг фойдаланиш бўйича таклифлар берилган.

Калит сўзлар: Аҳоли бандлиги,аҳолининг турмуш даражаси, камбағаллик даражаси, ностандарт усуллар, истеъмол саватчаси.

Аннотация. В статье представлены отзывы о дальнейшей занятости и сокращении бедности. Предлагается широкое использование нетрадиционных методов решения этой проблемы.

Ключевые слова: занятость, уровень жизни, уровень бедности, нестандартные методы, потребительская корзина.

Abstract. The article provides feedback on further employment and poverty reduction. Suggestions are made for the widespread use of non-traditional methods in solving this problem.

Keywords: Employment, living standards, poverty rate, non-standard methods, consumer basket.

Иқтисодиётнинг ривожланиши кўп жихатдан аҳолининг турмуш даражасидан бевосита боғлиқ бўлади. Шунинг учун ҳар қандай жамият аҳолининг кундалик эҳтиёжларини тўлароқ қондиришни ўз олдига асосий мақсад қилиб қўяди. Жамиятнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши иқтисодиётнинг ташкил этиш ҳолати, географик жойлашуви, иқлим шароити кабилар таъсир остида ҳар хил натижага эришади. Дунёда иккита бир хил натижага, ютуқга эришган давлатларни учратиб бўлмайди.

Мамлакатлар иқтисодиётини ривожланиш даражасига қараб аҳоли даромадлари ҳам ўзгаради. Халқ истеъмоли товарлари ва маиший хизматларининг баҳоларини ўзгаришига қараб, яшаш даражаси ва камбағалларнинг мавжудлиги ҳам турлича бўлади. Натижада камбағаллик даражаси, аҳолининг турмуш даражаси ва ҳар бир давлат иқтисодиётининг ривожланиш даражасига қараб ҳар хил бўлади.

Умуман олганда камбағаллик даражаси абсолют ва нисбий кўрсатгичларда хисобланади. Агар абсолют камбағаллик кишиларнинг ҳаёт кечириши учун зарур бўлган биологик эҳтиёжларнинг минимал миқдори билан ўлчанса, нисбий камбағаллик жамият аъзоларининг ўртача даромадларини 50-60 % миқдорида аниқланади. Халқаро банк экспертлари 15 та давлатларда валюта курси, харид килиш паретити, халқ истемоли товарлари ва маиший хизматларнинг нархи қабилига асосланиб дунёда камбағал ахоли сонини хисоблашни таклиф этган.

2015 йилнинг октябрь ойидаги Халқаро банк мутахассисларининг хисоб китобларига кўра камбағаллик даражаси кунига 1.9 АҚШ доллари миқдорида

белгиланди. Бу курсатгичга асосланиб дунёда 700 миллиондан зиёд камбағаллар аникланди[3].

Мамлакатимизда аҳоли манфаатини кўзлаган ҳолда бозор муносабатларини шакллантиришнинг ижтимоий йуналтирилган, ўзига хос моделини йулини танлади. Бунда аҳолининг турмуш даражаси ва фаровонлигини ошириш асосий мақсад қилиб қуйилди.

Ўзбекистон Республикасининг янада ривожлантириш бўйича 2017-2021 йиллардаги харакатлар стратегиясининг IV бандида аҳоли бандлиги ва реал даромадларини изчил ошириш ижтимоий соҳани ривожлантиришнинг устувор йуналишларидан бири деб алохида белгиланган[2].

Илк бор мамлакатимизда камбағаллик мавжудлиги тан олинди ва уларнинг сони 4-5 миллион киши атрофида деб этироф этилди[2].

Дунё аҳолисининг қарийиб ярми кунига 5,5 АҚШ доллари миқдоридан кам даромад билан яшайди. Халқаро банк гуруҳининг президенти Джим Ен Ким:“Камбағалликни 2030 йилда бартараф этиш ва дунё аҳолиси турмуш даражасини ошириш бизнинг асосий мақсадимиз бўлиб қолаверади” деб таъкидлади[4].

Давлатимиз рахбари Ш.М.Мирзиеёвнинг Олий мажлисга охирги мурожатномасида “Иқтисодий ислоҳатларнинг пировард мақсади камбағалликни қисқартириш ва аҳоли фаровонлигини оширишдан иборат бўлади.”-деб таъкидлади.

Шу билан бирга бу муаммога комплекс ёндашиб, ностандарт усулларни жорий этиш зарурлиги алохида қайд этилди.

Давлат дастури асосида оилавий тадбиркорликни йўлга қуйиш, жамият ишларига жалб этиш, томорқа хўжаликларда ўз-ўзини банд қилиш, ғалладан бўшаган ерларга такрорий экин экиш, янги ерларни ўзлаштириш, қурилиш объектларига ишга жойлаштириш каби ишларни амалга ошириш бажарилишини таъминлаш ва камбағалликни қисқартиришни асосий йуналишларидан бўлиб қолаверади.

Аҳоли бандлигини янада ошириш ва камбағалликни қисқартириш бўйича, бизнинг фикримизча, қуйидаги ноанъанавий усуллардан кенг фойдаланиш лозим
- «минимал истеъмол саватчасидан кам бўлган барча тўловлардан (пенсия, стипендия, ойлик маош) солиқ сақламаслик;
- айрим жарималар ўрнини қопловчи ёхуд ижтимоий ишларга жалб этиш амалётини кенг қуллаш;
- Ижтимоий ҳимояга мухтож аҳоли қатламини аниқлаш мақсадида “Оила даромадлари” ягона электрон ахборот платформасини яратиш;
- деҳқон, фермер хўжаликлари ва озиқ-овқат саноат корхоналарида вақтинчалик жалб қилинган ишчи-хизматчиларга натурал тўлов тизимларини жорий этиш;
- қишлоқ хўжалик махсулотларини хариди ва қайта ишловчи корхоналарнинг монопол фаолятига чек қўйиш ;
- истеъмолчилар кооперативларини барпо этиш ва ривожлантиришда иқтисодий механизмлардан кенг фойдаланиш;

- гўшт, сут,тухум,жун, тери каби қишлоқ хўжалик маҳсулотларини аҳолидан харид қилиш тизимини яратиш;
-марказлаштирилган тартибда аҳолидан ишлатилган яроқсиз ҳолга келган автомобиль шиналари, акуммулятор, батарея, кийим-кечак,макалатура ва темир-терсак кабиларни харид қилиш пунктларини барпо этиш.

Хулоса қилиб олганда аҳолининг бандлигини ошириш орқали камбағалликни қисқартириш буйича мавжуд бўлган анъанавий усуллардан фойдаланиш билан бирга қонун қоида доирасида ҳар қандай ноанъанавий усуллардан кенг фойдаланиш мақсадга муовиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1.”Ўзбекистон Республикасининг янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февраль ПФ-4947-сон
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга мурожатномаси Тошкент 2020 йил 24- январь
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга мурожатномаси Тошкент 2020 йил 28-декабрь.
4.Всемирний Банк. Пресс-Ремиз №2019/044/Дес-GPV

А.С. Кучаров– профессор ТГЭУ,
Н.Г. Акбаров - PhD ТГЭУ
Д.Н. Ишманова– ассистент ТГЭУ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ МЕТОДОВ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

Аннотация: Ўзбекистон Республикасининг ташқи иқтисодий сиёсати жаҳон иқтисодиётига самарали ва босқичма-босқич интеграциялашувидир. Сўнгги ислоҳотлар давомида ташқи иқтисодий фаолият миллий иқтисодиётнинг барқарор ва юқори рентабеллик соҳаларидан бирига айланди. Ташқи иқтисодий фаолиятдан олинадиган даромадлар мамлакат ялпи ички маҳсулоти ва республика бюджети даромадларининг салмоқли қисмини ташкил этади.

Калит сўзлар: ташқи иқтисодий сиёсати, жаҳон иқтисодиёти, интеграция, ислоҳот, ташқи иқтисодий фаолият, миллий иқтисодиёт, рентабеллик, ялпи ички маҳсулоти, республика бюджети

Аннотация: Внешнеэкономическая политика Республики Узбекистан – это эффективная и поэтапная интеграция в мировую экономику. Внешнеэкономическая деятельность за последние годы реформ превратилась в один из стабильных и высоко доходных секторов национальной экономики. Поступления от внешнеэкономической деятельности формируют значительную долю валового внутреннего продукта страны и доходов бюджета республики

Ключевые слова внешнеэкономическая политика, мировая экономика, внешнеэкономическая деятельность, реформа, национальная экономика, рентабелность, внутренний валовой продукт, бюджет республки.

Abstract: The foreign economic policy o the Republic of Uzbekistan is an effective and gradual integration into the world economy. Over the last years of reforms, foreign economic activity has became one of the stable and highly profitable sectors of the national economy.

Revenues from foreign economic activity form a significant share of the country’s gross domestic product and budget revenues of the republic.

Keywords: Foreign economic policy, world economy, foreign economic, reforms, profitable sectors, national economy, domestic product , budget revenues

Развитие экономических отношений Республики Узбекистан с другими странами мира в результате глобальных политических и экономических изменений, происходящих в республике за последние годы, с неизбежностью повлекли за собой расширение торгового сотрудничества субъектов внешнеэкономической деятельности нашей страны с зарубежными партнерами. Выразилось это как в увеличении объемов внешней торговли нашей страны, так и в появлении новых форм сотрудничества в данной сфере экономики.

Внешнеэкономическая политика Республики Узбекистан – это эффективная и поэтапная интеграция в мировую экономику. Внешнеэкономическая деятельность за последние годы реформ превратилась в один из стабильных и высоко доходных секторов национальной экономики. Поступления от внешнеэкономической деятельности формируют значительную долю валового внутреннего продукта страны и доходов бюджета республики.

Стабильное экономическое положение и последующее развитие в современных условиях невозможны без ведения внешней торговли. Обострение конкуренции на мировом рынке и повышение требований к технико-экономическим показателям товаров заставляют экспортеров активизировать работу по совершенствованию производства, форм и методов сбыта, создавать условия для осуществления новых форм внешнеэкономических взаимоотношений. Наличие ряда общих внешнеэкономических законов, приемлемых для всех территорий, не только предполагает, но и обусловливает существование специфических закономерностей, вызванных существенными различиями регионов. В условиях либерализации внешнеторговой деятельности отмечается резкое увеличение числа участников внешнеэкономической деятельности, потока товаров через границу. Вместе с тем иностранные и отечественные предприниматели стремятся извлечь для себя выгоду от международного обмена, подчас забывая об интересах государства и общества. Все это требует совершенствования системы государственных методов регулирования внешнеторговых операций путем усовершенствования действующих механизмов или внедрения современных действенных методов, основанных на новейших разработках в области ИКТ.

Функционирования валютного рынка Республики Узбекистан – это обеспечение успешной ее интеграции в международную финансовую систему, т.к. именно валютный рынок взначительно большей степени, чем другие сегменты финансовогорынка, связан с мировой экономикой. Следовательно, валютнаяполитика в области валютного регулирования и валютного

контролядолжна быть направлена на достижение национальных целей на валютном рынке.

Поскольку интеграция Узбекистана в мировую систему связана с валютным обеспечением рыночных реформ и стратегия рыночных преобразований, реализуемая в республике, имеет в качестве важной составляющей налаживание постоянно действующего механизма взаимодействия национальной экономики с мировым рынком капитала, то практическое внедрение этого механизма возможно лишь при активном взаимодействии отечественных финансовых институтов и корпораций с аналогичными зарубежными структурами, включенными в общемировой рынок капиталов.

Развитие экономических отношений Республики Узбекистан с другими странами мира в результате глобальных политических и экономических изменений, происходящих в республике за последние годы, с неизбежностью повлекли за собой расширение торгового сотрудничества субъектов внешнеэкономической деятельности нашей страны с зарубежными партнерами. Выразилось это как в увеличении объемов внешней торговли нашей страны, так и в появлении новых форм сотрудничества в данной сфере экономики.

В международной торговле информация, необходимая для получения документа счета-фактуры, основана не на едином общепринятом соглашении, в связи с чем на протяжении многих лет информация, необходимая для торговли, формировалась и оформлялась в различных формах. Чтобы оформить такой товаро сопроводительный документ, каждая страна принимает решение на основе национального законодательства, по мере необходимости. Например, в Республике Узбекистан минимальные требования к внешнеторговым контрактам и инвойсам утверждены в соответствии с Постановлением Кабинета Министров от 30 сентября 2003 г. № 416 «О мерах по дальнейшему совершенствованию мониторинга экспортно-импортных операций». Однако тот факт, что участники внешней торговли в нашей стране, основываясь на внутреннем законодательстве, будут диктовать условия отправителю, не окажет положительного влияния на торговлю. Кроме того, большинство нарушений, выявленных таможенными органами, связано с подделкой или заменой основного товаросопроводительного документа – инвойса.

В соответствии с Постановлением Кабинета Министров № 522 от 25 июня 2019 года «О мерах по улучшению использования электронных счетов в системе взаимных расчетов», с 1 января 2020 года все хозяйствующие субъекты обязаны заполнять электронные счета-фактуры. Эта новая процедура создаст прозрачность для проведения торговых операций на внутреннем рынке и упростит систему налогового учета в ближайшее время. Кроме того, это принципиально сэкономит много времени, сил и средств.

Такая система эффективно работает во многих развитых странах не только внутри страны, а также среди крупных организаций и регуляторов

международной торговли. В частности, основанная в Германии в 1986 году компания «SEEBURGER», в настоящее время имеет более 19 филиалов в Европе, Азии и Северной Америке и завоевал большое доверие участников бизнеса по созданию многочисленных электронных систем. Одной из наиболее эффективных систем, используемых компанией, является электронный обмен данными. Одним из ярких примеров этого является «Программа электронного документооборота», когда торговые операции между участниками осуществляются посредством электронной сертифицированной документации без использования бумажной. На протяжении более 20 лет более 8 000 крупнейших компаний мира официально используют электронные счета-фактуры в международной торговле.

Интеграция Республики Узбекистан в мировую экономику невозможна без внедрения и применения международных стандартов и норм. Действующие положения по осуществлению мониторинга внешнеторговых операций в Республике Узбекистан не сильно отличаются от положений, действовавших более десяти лет назад. Однако наша страна сделал огромный шаг по совершенствованию ведения внешней торговли, тем самым заметным фактом остаются механизмы контроля со стороны государственных органов, во многом еще зависящие от предоставления отчетности и бумажных подтверждений.

С целью создания действенного механизма по мониторингу внешнеторговых операций и контролю их обоснованности необходимо создать новую модель обмена имеющейся информации по осуществлению внешней торговли не только среди государственных органов, но и с мировым сообществом. Такой подход позволит более тщательно вести контроль и мониторинг по движению капитала в рамках международного товарооборота.

Ш.С. Олтаев – СамИСИ катта ўқитувчиси, и.ф.н.

МАМЛАКАТИМИЗДА ТАДБИРКОРЛИК СОҲАСИДА ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТНИ ҚЎЛЛАНИЛИШИНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация: ушбу мақолада мамлакатимизда тадбиркорлик соҳасида инновацион фаолиятни қўлланилишининг аҳамияти ва янгиланиб келаётган эҳтиёжларнинг мослашиш йўналишлари бўйича таклифлар келтирилган ҳамда янги техника ва технологиялардан фойдаланган ҳолда рақобатбардош маҳсулот ишлаб чиқариш масалалари ёритилган.

Калит сўзлар: инновация, новаторлик, инновацион ғоя, илғор технология, рақобатбардош маҳсулот, инновацион тадбиркорлик.

Аннотация: В данной статье представлены предложения о важности инновационной деятельности в сфере предпринимательства в нашей стране и адаптации к возникающим потребностям, а также производству конкурентоспособной продукции с использованием новых приемов и технологий.

Ключевые слова: инновация, инновация, инновационная идея, передовая технология, конкурентоспособный продукт, инновационное предпринимательство.

Abstract: This article presents proposals on the importance of innovative activities in the field of entrepreneurship in our country and the adaptation of emerging needs, as well as the production of competitive products using new techniques and technologies.

Keywords: innovation, innovation, innovative idea, advanced technology, competitive product, innovative entrepreneurship.

Жаҳон цивилизацияси тарихи тасдиқлашича, иқтисодиётни ривожлантиришнинг бош кучи бўлиб тадбиркорлик хизмат қилади. Тадбиркор ҳар қандай имкониятни бой бермасдан, ўз манфаатида ўзи учун иложи борича максимал ютуқ мақсадида, ҳеч қандай талофотлардан қўрқмай ташаббусни қўлга олувчи, кучли ва харакатчан инсондир. Тадбиркор бўлиш, демак, янги ишни амалга ошириш қарорини кабул қилишдир.

Тадбиркорлик, истеъмолчиларни турли товар ва хизматлар билан таъминлаш йўли билан, даромадни оширишга қаратилган турли фаолиятдир. Тадбиркорлик фаолияти доимий равишда ўз мулкий масъуллигидан, ўз қўрқув ва таваккаллигидан келиб чиқиб юритиладиган фаолият ҳисобланади. Ҳақиқий тадбиркор фақат ўз ғоясига эга бўлган инсонлардир, олимларни фикрига кўра, дунёдаги инсонларни фақат 15-20 фоизигина тадбиркордек фикр юритиш ва ҳаракат қилиш қобилиятига эгадирлар.

Тадбиркорлик тараққиёти новаторликдадир, яъни эскини ижодий ёндашув асосида бузиб, янгисини ижод этишдадир. Технология тараққиёти иқтисодий юксалишни бошқаради, новаторлик яъни доимий ижодий ёндашув ва яратувчанлик ривожланишни таъминлайди. Инноваторликни амалга оширувчиси бўлиб тадбиркор хизмат қилади, молиявий маблағлар эса уни таъминотини ташкил этади. Демак, тадбиркорлик ўз мазмун моҳиятига кўра ижодкорлик, яратувчанлик, янгиликни тадбиқ этмоқлик, ташаббускорлик негизида тадбиркорлик, уддабуронлик, интилувчанлик ва доимий ривожланмоқликни англатади. Ушбу жиҳатдан тадбиркорлик фаолияти инновация фаолиятидан бошқа нарса эмасдир. Ҳақиқий тадбиркорлик негизида новаторлик, янгиликни киритиш, ҳаётга тадбиқ этиш йўли билан ривожланишни таъминлаш ётади.

Тадбиркорликни инновацион фаолиятсиз тасаввур қилиб бўлмайди, ушбу жиҳатдан тадбиркорлик фаолияти оддий бизнесдан фарқ қилади. Тадбиркорлик тараққиёти новаторликдан, эркин бозор талабларини билмоқликда, уларни истиқболини ҳис этмоқликда, уларга мос товар ва хизматларни етказмоқликда ва шу йўл билан ўз мақсадларига эришмоқликдадир. Фақат инновацияларга таянган ҳолда тадбиркорликни юритиш тадбиркорлик фаолияти мақсадига хос бўлган ютуқларни ва юқори даромадни таъминлайди. Бунда тадбиркорлик фаолияти эркин рақобат муҳитида синмайди, у фаол ривожланади, тараққиётга эришади, юксалади. Ўз навбатида, Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2018 йилни Ўзбекистонда “Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни

қўллаб- қувватлаш йили” деб эълон қилиниши мамлакатимизнинг инновацион ривожланиши йўлида қўйилган муҳим қадам бўлди десак муболаға бўлмайди. Мамлакатда ҳудудларнинг ижтимоий-иқтисодий салоҳиятини ошириш ҳамда аҳоли ҳаёт даражаси ва фаровонлигининг барқарор ўсишига имкон берувчи фаол тадбиркорликни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш ва рағбатлантиришга, инновацион ғоя ва технологияларни жорий этишга, фан ва инновацион фаолият жадал ривожланиши учун зарур шарт-шароитларни яратишга алоҳида эътибор қаратилмокда. Таҳлил натижаларига кўра мамлакатда фаол тадбиркорлик ва инновацион фаолиятни ривожлантириш учун шарт-шароитларни янада яхшилашга, инновацион ғоя ва технологияларни жорий этишга, ишлаб чиқаришга иқтидорли тадбиркорларни жалб қилиниши ва бошқа масалалар шулар жумласидандир.

Маълумки, фаол тадбиркорлик деган тушунчанинг мазмунига Президентимиз 2020 йил 29 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномасида алоҳида изоҳ бериб ўтган эдилар. Жумладан, “Фаол тадбиркорлик бизнес фаолиятини инновацион, яъни замонавий ёндашувлар, илғор технология ва бошқарув усуллари асосида ташкил этадиган иқтисодий йўналишдир”.

Инновацион тадбиркорлик – бу янгилик яратиш мақсадида иқтисодиётдаги ҳали маълум бўлмаган ёки кенг тарқалмаган омиллардан фойдаланиш ёки уларни анъанавий омиллар билан янгича тарзда уйғунлаштириш орқали янгича ёндашув асосида олиб бориладиган тадбиркорлик фаолиятидир. Инновацион тадбиркорлик тадбиркорларнинг олдига ўзига хос талаблар қўяди, уларнинг доимий равишда ижод қилиши ва изланиши, янги билимларни ўзлаштириши ва амалиётга жорий этиши, янги технологияларни қидириши ва улардан самарали фойдаланишини тақозо этади.

Шу муносабат билан, мамлакат иқтисодиёти ривожланиши ёки хўжалик фаолияти самарадорлиги инновацион фаолият орқали амалга оширилади. Унда янги ғоялар шаклланади, ишлаб чиқариш эса янги техника ва технологиялар билан қуролланади, натижада рақобатдош маҳсулотлар яратилади.

Хулоса қилиб айтишимиз мумкинки, тадбиркорлик соҳасида инновацион фаолиятни йўлга қўйиш ва бундан оқилона фойдаланиш муҳим вазифалардан биридир. Ҳар бир тадбиркор ўз устида ишлаши, янгиликка интилиши, хорижий техника ва технологиялардан фойдаланган ҳолда иш фаолиятини юритиши лозим.

Фойдаланилган адабиётлар руйхати:

1. Ўзбекистон республикаси президентининг 2020 йил 29 декабрдаги олий мажлисга мурожаатномаси. – Тошкент: “Ўзбекистон” НМИУ, 2021 йил.
2. Пардаев М.Қ. Ҳар бир оилада тадбиркорлик – ўзини ўзи банд қилиш имконияти(амалий тавсия). Самарқанд 2018 йил.
3. Ўзбекистонда инновацион менежмент стратегияларини амалга ошириш тажрибаси илмий амалий конференция материаллари. 2018 й. 106 б.
4. Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси маълумотлари. www.stat.uz

III ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ МЕХАНИЗМЛАРИ, РИВОЖЛАНТИРИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ”

М.М.Мухаммедов – профессор СамИЭС, д.э.н.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ БЕДНОСТИ

Аннотация: В статье раскрывается особая роль сферы туристических услуг в формиповании уровня и качества жизни населения, в обеспечении занятости трудомм и ичточником доходов его малообеспеченных слоёв,обосновываются возможности туризма в повышении благосостояния народа, в сокращении бедности в стране.

Ключевые слова: сфера услуг, туризм, туристические услуги, уровень жизни, доходы, занятость, бедность, благосостояние.

Аннотация: Мақолада туристик хизматларнинг аҳоли турмуш даражаси ва сифати кўрсаткичларини шакллантиришдаги, кам даромадли аҳоли қатламларини иш билан ва даромад манбаи билан таъминлашдаги алоҳида аҳамияти, туризмни ривожлантириш асосида аҳоли турмуш фаровонлигини юксалтириш ва мамлакатда қашшоқликни қисқартириш имкониятлари очиб берилган.

Калит сўзлар: хизматлар соҳаси, туризм, туристик хизматлар, турмуш даражаси, даромадлар, бандлик, қашшоқлик, турмуш фаровонлиги.

Abstract: In article disclosure increasing possibilities wellbeing of life population in the basis development tourism services, individually importance forming it`s level of life population and quality index.

Keywords: service sector, tourism, tourist services, standard of living, income, employment, poverty, welfare.

Уровень жизни сложная социально-экономическая категория, которая зависит от множества разнообразных факторов: географические (т.е. территория, где проживает население и место ее расположения), демографические (численность и поло – возрастная структура населения), социальные (занятость населения, здравоохранение, образование и др.) и экономические (общий и среднедушевой ВВП, доходы, инфляция и др.), научно-технический прогресс экологические факторы и другие.

Весьма существенную роль на уровень жизни населения оказывает такой фактор, как эффективность социальной политики государства. После обретения своей независимости в Узбекистане повышение уровня жизни населения стало социально – приоритетной целью всех проводимых реформ и рыночных преобразований, важнейшим направлением проводимой

государством социальной политики. Средством достижения этой цели выступают рост общего объема и среднедушевого ВВП, а также оптимальный механизм его распределения на макро – и микро уровнях.

На современном этапе бурного развития глобализационных процессов, характерной особенностью которого является усиление межстрановой конкуренции, рост ВВП произойдет при наличии высококвалифицированных работников, обладающих большим интеллектуального капитала. Именно человеческий капитал стал решающим фактором экономического роста. Растущая экономика, основанная на инновациях нуждается как принципиально новой, высокопроизводительной технике, современным технологиями, так и в квалифицированных специалистах, обладающих высокими профессиональными знаниями, собственников своего человеческого капитала. При этом очень важно учитывать то важное обстоятельство, что стоимость жизни у высококвалифицированных работников значительно выше по сравнению с остальными, менее квалифицированными работниками. Высококвалифицированные работники – обладатели интеллектуального труда – больше тратят на образование и профессиональную подготовку, на восстановление жизненной энергии и работоспособности. Из-за высокого уровня интеллекта у них иная, более сложная структура потребностей (материальных, социальных, культурных, духовных), удовлетворение которых является важнейшим условиям развития человеческого капитала, следовательно, интенсивного экономического роста, у таких людей, как правило, более высокая потребность и в различных услугах.

Достижения в экономическом развитии и высокие темпы роста ВВП создали необходимые предпосылки для повышения уровня жизни людей, увеличения их реального дохода и заработной платы, обеспечения занятости населения, улучшения структуры его потребления, сокращения бедности и т.д. В настоящее время в Узбекистане сложилась положительная динамика роста располагаемых доходов в абсолютном измерении. В 2019 году по сравнению с 2018 годом ВВП страны увеличился на 5,6%. При этом совокупные доходы на душу населения возросли на 18,9%.[19]

Положительное влияния на социальную направленность экономики, на повышение уровня жизни населения и снижения уровня бедности оказывает сфера услуг. Её доля доля в общей сумме денежных расходов населения систематически растет. Ибо на фоне происходящих сдвигов в социально-экономической жизни общества и в результате совершенствования личности потребительское поведение и усилия по максимизации потребления материальных благ постепенно, но настойчиво уступает место стремлению к увеличению потребления различных услуг. Объём реализации услуг в 2019 году по сравнению с предыдущим годом возрос на 13,2% приросте объёма

[19] Узбекистан в цифрах. Статистический сборник Госкомстата РУ. Ташкент, 2020г. С.27.

розничного товарооборта 9.1%.[20]

В рамках проводимых широкомасштабных экономичских реформ в стране постепенно, но настойчиво складывается совершенно иная система потребительских ценностей, повышается роль социальных, интеллектуальных и культурных потребностей, увеличивается спрос на товары и услуги более высокого качества, используемые для решения социальных проблем. По мере роста совокупных доходов люди стали тратить больше средств на образование, отдых, укрепление здоровья, на развитии спорта, туризма

Особое место в решении проблем повышении уровня жизни населения и сокращения бедности занимает туризм. Он играет важную роль в развитии экономических и социальных процессов, оказывает большое влияние на формирование и развитие личности, повышению уровня занятости, увеличению реальных доходов населения, способствует решению актуальных проблем роста человеческого капитала.

Не случайно туризм стал одной из высокодоходных постиндустриальных технологий, бурно развивается в последнее время в экономически развитых странах, где уровень жизни населения очень высок. В отдельных странах туризм превратился в решающий фактор экономического роста и увеличения ВВП, основной источник формирования денежных доходов населения. Экономическая эффективность туризма определяется не только величиной ВВП, создаваемой в данной отрасли. Опыт развитых стран показывает, что развитие туризма имеет синергетический эффект для всей национальной экономики. По мнению специалистов, туризм имеет экономические связи с 53 смежными отраслями экономики. Он оказывает позитивное влияние на развитие таких отраслей и сфер экономики, как коммунальные и бытовые услуги, способствует расширению объемов услуг связи и транспорта. Развитие туризма влечет за собой рост объемов продукции промышленности, строительства и сельского хозяйства, увеличение объемов розничного товарооборота, включая оборот предприятий питания, оживлению народного ремесла и т.д.

Туризм по своей природе разнообразная деятельность непосредственно связанная с отдыхом, досугом, здоровьем и спортом, общением и культурой, образованием и природой, которая должна практиковаться как средство развития и совершенствования личности, как необходимое условия повышения уровня и качества жизни людей. В этом контексте он превращается в важнейший показатель высокого уровня и качества жизни, ради достижения которой в современных условиях используются все имеющиеся ресурсы и потенциал общества. Не случайно система показателей уровня жизни, изложенная и обоснованная сопоставлением с лучшими мировыми образцами, кроме общепризнанных индикаторов (потребление продовольственных товаров, занятость, жилищные условия и др.), включает

[20] Там же, С.28.

индикаторы, характеризующие обеспеченность населения различными видами услуг, включая, безусловно, и туристские услуги.

Влияние туризма на уровень и качество жизни населения целесообразно рассматривать с точки зрения краткосрочного и долгосрочного периодов развития. В краткосрочном периоде его влияние на уровень и качество жизни населения происходит посредством механизма перераспределения части доходов населения с высоким уровнем материального достатка в туристский сектор как за счет въездного туризма, то и за счет внутреннего. Предъявление спроса на услуги туризма со стороны зарубежных и отечественных туристов обуславливает формирование соответствующих сегментов рынка, стимулирует развитие отраслей туристской индустрии и создает, тем самым, необходимые условия для создания новых рабочих мест, роста доходов людей, занятых в данном секторе национальной экономики.

Весьма существенным является влияние туризма на уровень и качество жизни населения в долгосрочном периоде. Долгосрочное воздействие туризма проявляется в мультипликативном эффекте на развитие других отраслей национальной экономики. Расширение туристского сектора, привлечение инвестиций на развитие инфраструктуры туризма содействует развитую многих сопряженных отраслей экономики: промышленности, строительства, сельского хозяйства, торговли, общественного питания здоровоохранения: народных промыслов и др. Разумеется , что это создает все необходимые предпосылки для создания большого числа новых рабочих мест, роста доходов и занятости населения, повышению благосостояния как потребителей, так и производителей услуг туризма.

Отличительной особенностью рынка туристских услуг является то, что в отличие от многих видов услуг (например, в сферах образования, здравоохранения, торговли и общественного питания, быта и др.), спрос на эти услуги появляются, как правило, у тех людей, у которых доходы наверняка покрывают все расходы на другие, более важные цели (питание, здоровье, образование, бытовые условия), и еще образуются излишки, которых можно было бы направлять на оплату туристских услуг. Ради своего развития и самосовершенствования. Иными словами, спрос на туристские услуги невозможен без определенного материального достатка и высокого уровня доходов домохозяйств, без удовлетворения насущных, жизненно важных физиологических потребностей.

Таким образом, рост объема туристских услуг является результатом материального достатка людей, в то же время он как важный показатель уровня и качества жизни населения, способствует их повышению. Такова диалектическая в взаимосвязь и взаимовлияние между этими двумя важными показателями, особая роль туризма в достижении высокого уровня и качества жизни людей, в обеспечении трудозанятости людей, в росте их реальных доходов, в сокращении на этой основе уровня бедности в стране.

Н.С. Налбандян– и.о. директора Армянского института туризма –филиала Российской международной академии туризма (Республика Армения)
Ш. Сафаров– руководитель ООО “MED STUDIES”, (Республика Узбекистан)

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ, ВЫЗВАННЫЕ ПАНДЕМИЕЙ COVID-19, КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В АРМЕНИИ

Аннотация. Мақолада Covid-19 пандемияси ва унинг Арманистонда туризм-нинг ривожланишига таъсири ҳақидаги маълумотлар келтирилган. Одамлар феъл-атворида юз берган ижтимоий-психологик ва ҳулқий ўзгаришларга оид маълумотлар баён этилади. Ҳолатдан чиқиш йўллари кўрсатилган.
Калит сўзлар. Арманистонда туризм, ички туризм, COVID-19, Арменистон тоғлари, туризмда инновация, Марз Лори.
Аннотация. В статье представлены последствия, возникшие в следствии пандемии Covid-19 и повлиявшие на развитие туризма в Армении. Социально-психологические и поведенческие изменения в поведении людей. Предложены пути выхода из ситуации.
Ключевые слова: Туризм в Армении, внутренний туризм, COVID-19, Горы Армении, инновация в туризме, Марз Лори.
Abstract: The article presents the consequences of the Covid-19 pandemic and its impact on the development of tourism in Armenia. Socio-psychological and behavioral changes in human behavior. The ways out of the situation are suggested.
Keywords: Tourism in Armenia, Domestic tourism, COVID-19, Armenian Mountains, Tourism Innovation, Lori Region.

За последние десятилетия туризм стал одним из самых динамичных и быстрорастущих секторов мировой экономики. Его значение как источника занятости и развития местной экономики, культуры и товаров отражено в нескольких целях в области устойчивого развития. Туристская индустрия это совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков. Отрасль помогает создавать рабочие места напрямую и опосредо-ванно, особенно для женщин и молодёжи.

В 2019 году глобальная индустрия туризма обеспечивала (прямо и косвенно) около 330 млн рабочих мест, что эквивалентно 10,3% от общего уровня занятости, то есть одному из 10 рабочих мест в мире[1]. На каждое рабочее место, непосредственно созданное в сфере туризма, косвенно или опосредованно создаётся около полутора дополнительных рабочих мест. Одни лишь трудоёмкие подотрасли гостиниц и ресторанов дают работу 144

млн человек по всему миру[2]. В их число входят около 44 млн самозанятых работников и 7 млн работодателей[3]. Большинство туристических предприятий составляют микро, малые и средние предприятия (ММСП) с менее чем 50 работниками. Примерно 30% всей рабочей силы занято в компаниях с 2–9 работниками.

Пандемия имеет огромное воздействие на туристические предприятия и доходы их работников, оказывает разрушительное влияние на экономику и занятость в мире. Индустрия туризма сильно страдает от мер, необходимых для сдерживания пандемии, и маловероятно, что она вернётся к нормальному состоянию в ближайшее время.

Гостиницы, рестораны, туроператоры, авиаперевозчики и круизные компании приостановили свою деятельность на неопределённый срок. В связи с резким падением экономической активности работники трудоёмкой индустрии туризма сталкиваются с катастрофическим сокращением рабочего времени, потенциальной потерей работы и обостряющимися проблемами на пути к достойному труду.

Пандемия затронула весь мир, и вся сфера туризма как в мире, так и в Армении, зарегистрировала существенное падение показателей.

Согласно данным, предоставленным Комитетом, в 2019 году в Армению прибыло 4 миллиона 319 тысяч 618 визитеров. Это, в сравнении с 2018 годом, на 14,9% больше. Из этого числа в туристических целях в страну прибыл 1 миллион 894 тысячи 377 человек, что на 14,7% больше, чем в 2018 году.

Между тем только за январь-июнь 2019 года Армению посетили 770 тысяч 55 туристов. В первом квартале 2020 года (январь – март) в туристских целях в Армению прибыла 311 тысяч 264 туриста. Во втором квартале (апрель-июнь) в среднем ожидался приезд 364 тысяч 489 человек. Однако из-за закрытых границ, именно столько туристов не прибыли в нашу страну[4]. Эта глобальная проблема повлияла на поведение туристов и вызвала страхи связанные с безопасностью. Если раньше основной акцент делался на отдых у моря, в больших городах, посещении концертов, мероприятий, общении, то сейчас стали предпочитать уединенные места, где мало людей, с акцентом на оздоровление или востановлении сил. Польностью изменилась модель поведения туристов.

Комитет особое внимание уделяет решению проблем туристических мест и объектов на фоне активизации внутреннего туризма. Для выхода из сложившейся ситуации необходимо найти источники инновационных возможностей. Согласно исследованиям П. Друкера инновационная деятельность состоит в целенаправленном и организованном поиске перемен, а также в последовательном анализе тех возможностей, которые несут эти перемены для экономических и социальных нововведений. Наиболее распространенными являются семь источников инновационных возможностей: непредвиденное; несоответствие; насущная потребность или необходимость;

перемены в отраслевой или рыночной структуре; демография; изменения в восприятии, понимании и настроении; новые знания[5].

Для внутреннего туризма необходимо предложение таких новых мест, которые заинтересуют и психологически подавленных туристов: приятная атмосфера, по возможности нетронутая природа, безопасное место, новые интересы. Также интересен тот факт, что кроме городов уже известных оздоровительными программами (Джермук, Степанаван, Цахкадзор), активно начали развиваться однодневные туры, по не очень известным до этого направлениям. Многие забытые дестинации обрели вторую жизнь благодара социальным сетям (Fabebook, Instagram, Youtube) и необходимости переноса социальной активности в онлайн пространство.

Например: марз Лори расположен на северо-востоке Армении и граничит с Грузией. Марз славится своим прекрасным мягким климатом: горная цепь Лори-Памбак препятствует проникновению холодных ветров с севера. Лори может похвастаться также обилием рек - Памбак, Дзорагет, Дебет и Агстев пересекают этот живописный регион богатый плодородными землями, озёрами и минеральными источниками. В долинах рек растут вечнозеленые деревья и кустарники, а склоны горных хребтов покрыты субальпийской растительностью. Для Лори характерны обширные горные хребты, ступенчатые склоны, глубокие ущелья. Богатое культурное наследие этой области насчитывает десятки веков. В марзе находятся редчайшие образцы византийской архитектуры – монастыри Ахпат и Санаин, сооруженные в X веке и включенные в список Всемирного Наследия ЮНЕСКО[6].

В социальных сетях стала быстро распространяться информация и фотографии очень интересных направлений, которые до этого были неизвестны в силу территориальной труднодоступности. В результате данного маркетинга эти направления начали вызывать интерес у туристов.





Например: Озеро Цовер – живописный водоем, расположенный посреди зеленеющих холмов в регионе Лори. Местная природа очень красива, это тихое место великолепно подходит для всех, кто хочет отдохнуть от городского шума и суеты. Налаженная дорожно-транспортная инфраструктура Армении позволяет добраться до озера Цовер на личном автотранспорте, либо воспользовавшись услугами доступных туристических компаний, осуществляющих регулярные экскурсии и туры по достопримечательным местам страны.

Русская церковь располагается на территории села Амракиц, близ

Степанавана. Церковь Николая Чудотворца была основана в 1846 году и реконструирована в начале 1900-х годов. Здание церкви представляет собой прекрасный пример неорусского направления в архитектуре модерна.

Здесь создалось очень интересное психологические состояние, когда посетители с воодушевлением фотографировались и выгладывали фотографии в социальные сети, отмечая факт посещения, за один день сделав данное направление популярным.

Следующее направление – походы в армянские горы, которых в Армении очень много, к тому же с потрясаюшими вулканическими рельефами. Альпинизм стал следующей инновацией 2020 года. Самыми часто посещаемыми горамы стали:

- Гора Аждаак: Древний погасший вулкан Аждаак является самой высокой точкой Гегамского хребта (3597 м). На вершине находится кратерное озеро с прозрачной, кристально чистой водой, отсюда также открывается потрясающий вид на горы Арагац, Арарат, Атис и Араилер.
- Гора Артаниш: На северо-восточном берегу Севана в провинции Гегаркуник находится гора Артаниш (2461 м). Эта природная достопримечательность уникальна тем, что с вершины открывается невероятно красивый вид на озеро и окружающие горные хребты.
- Гора Ишханасар: Ишханасар – живописная горная цепь в Сюникской области с высшей точкой Большой Ишханасар (3550 метров). На склоне горы расположено красивейшее озеро Севлич (Черное озеро), где разводится армянская форель “ишхан”. Летом вода в озере прогревается настолько, что в ней вполне комфортно купаться.
- Гора Хуступ – самая высокая точка горного массива Хуступ-Катари. Гора расположена в Сюникской области, недалеко от города Капан. Высота горы Хуступ – 3205 метров.
- Гора Ухтасар: находящаяся близ города Сисиан – это далеко не простая гора. Склоны Ухтасар являют собой настоящий археологический музей под открытым небом. Здесь можно найти множество скал, испещренных тысячами древних петроглифов с изображением людей и животных. На месте кратера находится ледниковое озеро, возле которого круглый год лежит снег[7].

Единственным выходом из сложнейшей сложившейся ситуации, стала разработка инновационных маршрутов. С помощью цифровых технологий они стали доступнее и ближе для потребителя. В следствии этого туроператоры Армении смогли сохранить работу, обеспечить минимальную финансово-экономическую стабильность и противостоять вызовам пандемии. У людей всегда будет потребность в путешествиях и отдыхе, поэтому мы должны обеспечить способы удовлетворения этих потребностей не смотря на новые вызовы. Природа и природные ресурсы Армении позволяют постоянно разрабатывать новые маршруты и делать инновационные предложения. В этом деле очень помогают современные технологии, в том числе

цифровизация туристической индустрии, без которых уже не возможно представить нашу жизнь.

Выводы и предложения. Пандемия COVID-19 не могла не затронуть и Армению, последствия которой выражалась не только в существенном падении социально-экономических показателей, но и в ухудшении психологических характеристик населения. Обобщения опыта работы представителей туристической индустрии республики, в условиях пандемии, позволило выработать следующие рекомендации: - в условиях пандемии, считаем целесообразным разработать инновационные туристические маршруты для практически здоровых людей , позволяющие существенно снизить у них психологическую нагрузку , вызванную пандемией ;

- требования, предъявляемые к туристам по обеспечению строгого соблюдения ими карантинных условий в пути следования, а также в период пребывания в туристических дестинациях, должна не принудительной, а убедительной, щадящей ;

- в комплексе мер, направленных на совершенствованию организации и повышению качества и эффективности современной туристической индустрии цифровизация и широкое использование цифровых технологий должна занимать ведущее место, как инструмент, обеспечивающий рациональное управление туристической индустрией, особенно в условиях пандемии.

Список используемой литературы

1. TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2019 WORLD (https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/world2019.pdf)
2. Вестник МОТ. выпуск 2: COVID-19 и сфера труда, 7 апреля 2020 (https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-moscow/documents/briefingnote/wcms_742254.pdf)
3. Вестник МОТ. выпуск 2: COVID-19 и сфера труда, 29 апреля 2020 (https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-moscow/documents/briefingnote/wcms_743625.pdf)
4. MINISTRY OF ECONOMY OF THE REPUBLIC OF ARMENIAhttps://www.mineconomy.am/page/89
5. Новиков В.С. , «Инновации в туризме», 2010, -208с.-37
6. UNESCO, https://whc.unesco.org/en/list/777/
7. Туристская Армения, Геворгян Ф.А., 2006.-ст.172

Б.Н. Навруз-Зода – Бухоро давлат университети профессори, и.ф.д.

ТУРИЗМ БИЗНЕСИНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ ИННОВАЦИОН КЛАСТЕР МОДЕЛИ

Аннотация. Мақолада туризм соҳасида кластерлаштиришнинг ўзига хос хусусиятлари кўриб чиқилади ва ҳудудий туристик кластерини шакллантиришнинг муаллифлик модели тавсия этилади.

Калит сўзлари: туризм, туристик кластер, туристик кластерлаштириш, туристик дестинация, кластер ядроси, бизнес ҳамкорлари.

Аннотация. В статье рассматривается особенности кластеризации в сфере туризма и рекомендуется авторская модель формирования регионального туристского кластера.

Ключевые слова: туризм, туристический кластер, кластеризация в туризме, туристская дестинация, ядро кластера, бизнес партнёры.

Abstract. The article discusses the features of clustering in the field of tourism and recommends the author's model of formation a regional tourism cluster.

Key words: tourism, tourism cluster, clustering of tourism, tourist destination, the core of the cluster, business partners.

Иқтисодий кластерларини ривожлантириш назариясининг асосчиси, Гарвард университети бизнес мактаби профессори Майкл Портер “мамлакат рақобатбардошлигига унинг алоҳида фирмалари рақобатбардошлиги билан эмас, балки турли соҳалардаги фирмаларини бирлашмаси сифатидаги *кластерларнинг* халқаро рақобатбардошлиги нуқтаи назаридан қараш керак”[21], деб бежиз таъкидламаган. Чунки, бу фикрнинг амалий тасдиқи сифатида жаҳонда муваффақият билан фаолият кўрсатаётган кластерлар сони бўйича *энг яхши бешталикка* кирадиган мамлакатлари илғор тажрибаларининг таҳлили шуни кўрсатадики, Франция - парфюмерия ва косметика ишлаб чиқаришга ихтисослашган 96 та кластерлари; Италия – сопол кафеллари ишлаб чиқаришига ихтисослашган 206 та кластерлари; АҚШ –дастурий таъминоти яратишга ихтисослашган 380 та кластерлари; Буюк Британия – биотехнологияларига ихтисослашган 168 та кластерлари ва Ҳиндистон – компьютер технологияларга ихтисослашган 106 та кластерлари билан тегишли маҳсулот турлари бўйича дунёда шуҳрат қозонганлигининг асосий сабаби, ушбу мамлакатларда ихтисослашган инновацион кластерларининг самарали амал қилиб келаётганлиги билан чамбарчас боғлиқлигидадир[22].

Ўзбекистонда ҳам туристик хизматлар кўрсатишга ихтисослашган кластерларини шакллантириш ва ривожлантиришнинг инновацион технологиясини ўзлаштира олган тақдирда миллий туристик маҳсулотлари

[21]Майкл Портер. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. https://e-libra.ru/read/505455-konkurentnoe-preimuschestvo-kak-dostich-vysokogo-rezul-tata-i-obespechit-ego-ustoychivost.html [15.01.2020].

[22] Кластеры в современном мире: рейтинг самых развитых стран. https: //yandex.uz /turbo? text=https% 3A% 2F% 2Fppt. ru%2Fnews%2F134649 [15.02.2020]

билан жаҳон туристик хизматлар бозорида муваффақиятга эришиб, мамлакатимизни халқаро сайёҳлик марказига айлантириш имкони ошади.

Туризмда кластерлаштириш – бу туризм соҳасида бир-бири билан занжирсимон боғланган хизмат кўрсатувчи субъектлари фаолиятини самарадорлиги ва рақобатбардошлигини ошириш мақсади ҳудудий жиҳатдан яқин жойда тўпланиш жараёнидир. Туристик кластерларни шакллантириш деганда, биз туристларнинг кўзлаган сайёҳат мақсадларига биноан уларнинг сайёҳлик эҳтиёжларини қондира оладиган, инфра- ва инфотузилмага эга бўлган, мосланувчан туристик таклиф тизими билан характерланадиган *стратегик тижорат бирлиги* сифатидаги туристик кластерларни ташкил этиш жараёнини тушунамиз. Туристик кластерлаштиришдан асосий мақсад – сайёҳлик талаб ва таклифнинг уйғун бирлигини маркетинг усулида бошқариш тизимини яратиш ҳамда шакллантирадиган жозибадор туристик кластерларнинг рақобат устунлигини оширишдадир.

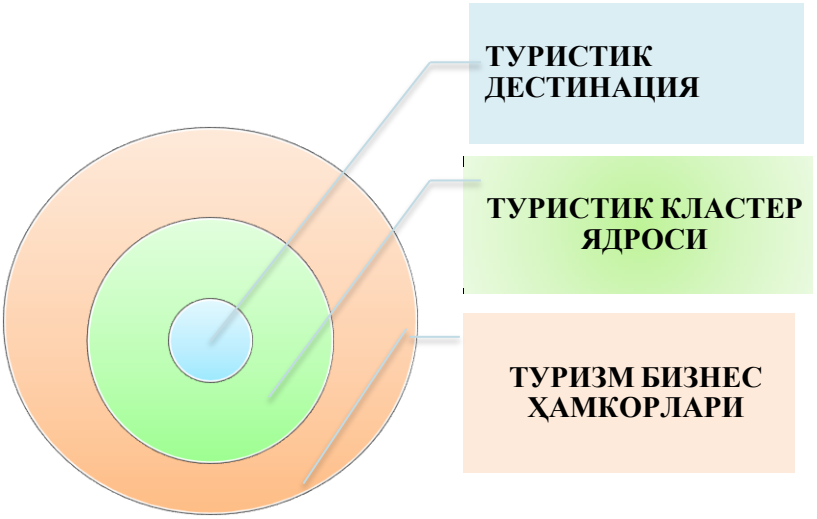
Туристик кластерлаштириш жараёнини амалга ошириш учун дастлаб сайёҳат мақсадини аниқлаб, кластерга кирадиган объектларини танлаб олиш керак бўлади. Сўнгра, туристик кластерларни шакллантирувчи асосий омилларини таҳлил қилиш ва кластерлаштиришнинг асосий тамойилларини асослаш лозим. Ниҳоятда, туристик кластерлаштиришнинг мезонларини ишлаб чиқилган ҳолда жозибали туристик кластерлари яратилади.

Кластерларни яратишда ҳамкорларни кластер тузилмасига ихтиёрий қатнашиш, кластер тизимидаги тадбиркорлик субъектлари ўз-ўзини ташкил этиш, бизнес ҳамкорлари ўртасида вертикал ва горизонтал алоқаларини оқилона нисбатини ўрната олиш, ички рақобат ва инновацион ривожланиш каби тамойилларга риоя қилиш талаб этилади.

Туризм соҳасида кластерларни шаклантирувчи муҳим аломат сифатида кластерга биршлаштириш ниятидаги хизмат кўрсатувчи субъектларнинг “географик яқинлиги” хизмат қилади. Иқтисодий ҳамкорлик ва тараққиёт ташкилоти (OECD) тавсиясига кўра кластерга киритиладиган корхоналар бир-биридан 200 км.дан узоқ радиусда жойлашмаган бўлиши кераклиги алоҳида таъкидланиб ўтилган[23]. Шунинг учун, туристик кластерларини ташкил этишда туристик дестинацияларни шакллантириш муҳим аҳамият касб этади. Бунда “туристик дестинация” деганда, сайёҳат мақсадини амалга оширадиган туристик ҳудуд назарда тутилади. Бундай ҳудудлар потенциал сайёҳлар томонидан шакллантирилади ва туристик кластерининг пойдевори сифатида хизмат қилади (1-расм).

Айнан туристик дестинациялар негизида кластер ядроси шакллантирилади ва **у** туроператор ва турагентлар, жойлаштириш объектлар, овқатланиш масканлар, ҳолдиқ чиқариш ва кўнгилочар жойлар, совға дўконлар, маиший хизмат уйи, транспорт корхонаси ва бошқа туризм тадбиркорлик субъектларидан таркиб топади.

[23] Smart guide to cluster policy. European Union, Belgium, 2016.60 p.URL of EU Cluster Portal: http://ec.europa.eu/growth/smes/cluster/ [23.04.20].



1-расм. Туристик кластернинг тузилиши[24]

Туристик кластернинг учинчи қатламидаги тузилма – бизнес ҳамкорлар ҳисобланади.Кластер доирасида банк-молия, таълим, инновация ва инвестицияларни ривожлантириш, хавсизлик ва соғликни таъминлаш информацион ахборот технологияларини қўллаш билан боғлиқ тадбиркорлик субъектлари ҳамжиҳатликда фаолият кўрсатадилар.

Шундай қилиб, Президентимиз Ш.Мирзиёевнинг иқтисодиёт соҳаларида кластер усулидан фойдаланиш ғоясини туризм соҳасида кенг кўламда қўллаш эвазига, ушбу соҳани Ўзбекистон иқтисодиётининг драйверига айлантириш имкони янада кенгаяди.

И.С.Тухлиев – СамИСИ, “Туризм” кафедраси профессори, и.ф.д.,
У.М.Носирова – СамИСИ, МТФ-119 гуруҳ магистранти

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ ГЕОАХБОРАТ ТИЗИМИНИ ҚЎЛЛАШ МЕХАНИЗМЛАРИ

Аннотация: Мақола туризм соҳасининг геоахборат тизимини ривожлантиришда рақамлаштириш технологиясини қўллаш хусусиятларига боғишланган. Шунингдек, мақолада иқтисодиётни рақамлаштириш жараё нида геоахборот билан таъминлашнинг стратегик мақсадлари белгиланган. Рақамли технологиялардан фойдаланган холда вилоятларда кенг профилдаги амалий геоахборот тизимини шакллантириш таклиф қилинган.

Калит сўзлар: туризмда геоахборат тизими, рақамли иқтисодиёт, рақамли технология, туристик фирма ва мехмонхоналар хизматларини рақамлаштириш.

Аннотация: В статье рассматриваются особенности внедрения цифро вых технологий в развитие геоинформационных систем(ГИС) туризма. В статье также

[24] Манба: муаллиф ишланмаси.

определены стратегические цели обеспечения цифровой экономики геоинформационноми системами. Даны предложения по формированию пратических ГИС широкого профиля в туризме.

Ключевые слова: геоинформационные системы в туризме, цифровая экономика, цифровые технологии, цифровизация туристских, гостиничных услуг.

Abstract: The article discusses the features of the implementation of digital technologies in the development of geographic information systems (GIS) tourism. The article also defines the strategic goals of providing the digital economy with geoinformation systems. Proposals are given for the formation of a wide-profile practical GIS in tourism.

Keywords: geoinformation systems in tourism, digital economy, digital technologies, digitalization of tourism and hotel services.

Дунё мамлакатлари ривожланишининг замонавий шартларидан бири ахборотлаштиришда электрон ҳукумат ва рақамли иқтисодиёт стратегиясини тезкор ва тўғри амалга ошириш билан боғлиқ бўлмоқда. Жамиятда иқтисодий-ижтимоий ўзгаришларни тизимли ва сифатли амалга оширишда, шу билан бирга ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳасини самарадорлигини оширишда иқтисодиётни рақамлаштириш долзарб масалалар қаторига киритилди.

Кейинги ўн йилликда дунё миқёсида саноат инқилоби билан боғлиқ анъанавий иқтисодиётдан рақамли иқтисодиётга ўтиш кескин суръатлар билан рўй бермоқда. Замонавий мамлакатларнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишидаги янги йўналишлар аввало Й.Шумпетер ғоясига асосланган инновацион иқтисодиёт[25], АҚШлик олим Д.Белл томонидан асосланган постиндустриал жамиятнинг ривожланиш тенденциялари[26], Ж.Хокинснинг билимлар иқтисодиёти ёки креатив иқтисодиёт назарияси[27], Й.Бенклернинг “Digital Economy” деб номланган илмий ишларида келтирилган концепцияларида илгари сурилган тармоқли иқтисодиёт[28] ҳамда Д.Тэпскотт томонидан киритилган рақамли иқтисодиёт[29]дан иборат бўлмоқда. Ўзбекистоннинг бугунги стратегик ривожланишида ҳам айнан рақамли иқтисодиёт концепцияси илгари сурилмоқда.

Иқтисодиёт тармоқлари, ижтимоий соҳа ва давлат бошқаруви тизимининг жадал рақамли ривожланишини таъминлаш, шу жумладан электрон давлат хизматларини кўрсатиш механизмларини янада такомиллаштириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5 октябрда “Рақамли Ўзбекистон- 2030” стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари

[25]ШумпетерЙ.А.Теория экономического развития. Капитализм,социализм и демократия.М.:Эксмо,2007.862 с.
[26]Белл Д.Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.:Academia, 1999.956 с.
[27]Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Penguin, 2001.
[28]BenklerY.The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom.New Haven, Conn: Yale University Press, 2006. 515 p.
[29]TapscottD.The digital economy: promise and peril in the age of networked intelligence. NewYork; Montreal: McGraw-Hill, 1996. 342 p.

тўғрисида”ги Фармони[30] қабул қилинди. Стратегия Ўзбе кистон Республикасининг рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни ривожлантиришнинг стратегик мақсадлари, устувор йўналишлари ҳамда ўрта ва узоқ муддатли истиқболли вазифаларини белгилайди. Шу туфайли тараққиётга эришиш учун рақамли билимлар ва замонавий ахборот технологияларини эгаллашимиз зарур. Бу бизга юксалишнинг энг қисқа йўлидан бориш имкониятини беради. Зеро, бугун дунёда барча соҳаларга ахборот технологиялари чуқур кириб бормоқда.

Шубҳасиз, Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида ҳам белгилаб берилган вазифаларга мувофиқ электрон ҳукуматни жорий қилиш ва рақамли иқтисодиётни барпо этиш стратегияси ўз ичига мамлакат даражасида қабул қилинган давлат дастурларидан тортиб уни амалга оширишга мўлжалланган барча лойиҳаларини ҳам қамраб олади.

Ўзбекистонда кейинги вақтда рақамли иқтисодиётни ривожлантириш бўйича изчил чора-тадбирлар амалга оширилмоқда, давлат органлари ва бошқа ташкилотларда электрон ҳужжат алмашинуви ҳамда жисмоний ва юридик шахсларга хизмат кўрсатиш учун электрон тижорат тизимлари босқичма-босқич жорий этилмоқда. Шу билан бирга, соҳадаги ишлар ҳақиқий аҳволининг таҳлили марказлашган маълумотлар тизимига интеграцияни таъминлайдиган ягона ахборот-технологик платформанинг мавжуд эмаслиги натижасида жорий этилаётган дастурий ҳужжатлар тарқоқ эканини кўрсатмоқда.

Рақамли иқтисодиётни жадал ривожлантириш учун шарт-шароитлар яратиш, давлат бошқаруви тизимини янада такомиллаштириш, ундан фойдаланиш имкониятларини кенгайтириш, замонавий инфратузилмани қўллаш мақсадида 2018 йил 21 ноябрда Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш. Мирзиёевнинг қарори қабул қилинган эди. Унга кўра рақамли иқтисодиётни ривожлантириш соҳасидаги, шу жумладан, «блокчейн» технологияларини жорий этиш билан боғлиқ лойиҳаларни давлат-хусусий шериклик шартларида амалга ошириш учун инвесторларнинг маблағларини жалб этиш ва бирлаштириш асосий вазифаларидан бири ҳисобланган давлат муассасаси шаклидаги «Рақамли ишонч» рақамли иқтисодиётни ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш жамғармаси ташкил этилди.

Рақамли иқтисодиётдаги геоахборот технологиялар тўғрисида кўпроқ тасаввурга эга бўлиш учун уларни аналог иқтисодиётнинг геофазовий технологиялари билан солиштириш мумкин. Туризмда, объектлар ва уларнинг қисмларининг жойлашишини турли хил тафсилотлар ва аниқликларнинг каталоглари, яъни виртуал дискрет моделлари каталоглари кўринишида тавсифловчи маълумотлар қаторлари яратилади.

Рақамли иқтисодиётни геоахборот билан таъминлашнинг янги

[30] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5 октябрда “Рақамли Ўзбекистон- 2030” стратегия сини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони // lex.uz.

ёндашувини амалга ошириш бир қатор стратегик мақсадларни белгилашга тўғри келади.

Жумладан иқтисодиётни рақамлаштиришда биринчи стратегик мақсад сифатида, геоахборот рақамли платформани яратишни белгилаш керак, бу фазовий муаммоларнинг барча жиҳатларини иқтисодиёт, ҳукумат, жамият ва алоҳида фуқаролар манфаатларини ҳал қилишни таъминлайди.

Иккинчи стратегик мақсад-геоахборат ресурсларни ўз ичига оладиган ҳақиқий ва виртуал фазовий объектларни компютер хариталари тизими сифатида ягона геоахборот маконни шакллантириш ва фойдаланиш учун яратилган геокогнитив технологиялар платформаси асосида ахборот-коммуникация воситалари ва геоахборот инфратузилмасини ишлаб чиқилади ва амалга оширилади. Бугунги кунда туризмда геоахборот технологияларни қўллаш одатий соҳа бўлиб ҳисобланади. Аммо мамлакатимизда геоахборот технологияларидан фойдаланган холда худудлардаги туристик-рекреацион объектлар бўйича электрон маълумотлар базасини яратиш ҳамда туристик фирма ва мехмонхоналар хизматларини рақамлаштириш жараёни бошланғич фазада ҳисобланади.

Ўзбекистон Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасида “...юртимизда 8 минг 200 дан зиёд маданий мерос объекти мавжуд бўлиб, туризм маршрутларига уларнинг атиги 500 таси киритилган. Ҳукумат уч ой муддатда зиёрат ва анъанавий туризмни ривожлантириш мумкин бўлган маршрутлардаги объектлар сонини 800 та га етказиш бўйича чора-тадбирларни белгиласин[31]...”деб такидладилар. Дархақиқат Ўзбекистон да янги уйғониш-Учинчи Ренессанс даврига пойдевор яратилиш шароитида мамлакатимизда туризмини жадал ривожлантириш учун уни самарали ташкил этишнинг инновацион усулларини қўллашни тақозо этмоқда, бундай усуллардан бири рақамлаштириш технологиялари ҳисобланади.

Ушбу масалани ҳал қилиш мақсадида Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти “Туризм” кафедраси олимлари томонидан геоахборот технологияларидан фойдаланган холда худудлардаги туристик-рекреацион объектлар бўйича электрон маълумотлар базасини яратиш ҳамда туристик фирма ва мехмонхоналар хизматларини рақамлаштириш жараёни бўйича илмий-тадқиқот ишлари олиб бормоқда.

Ўзбекистоннинг бой тарихий-маданий меъросга, ноёб табиий-туристик салоҳиятга эга бўлган минтақалари учун зарурий рақамли технологиялардан фойдаланган холда қуйидаги вазифаларни ечишга ёрдам берувчи кенг профилдаги амалий геоахборот тизимини шакллантиришни таклиф қиламиз:

- рақамли иқтисодиёт фаолияти доирасида ахборотга ишлов беришнинг миллий тизимларидан бири бўлган минтақавий туризм учун геоахборот тизимини яратиш;

[31] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиѐевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. https://president.uz/ru/lists/view/3324 (мурожаат санаси: 24.01.2020).

- туристик-рекреацион объектлар бўйича маълумотларни ҳамда туристик фирма ва мехмонхоналар хизматларини рақамлаштириш;
- геотуризм ва унинг объекти бўлган геопарклар тўғрисидаги маълумотлар базасини шакллантириш ва рақамлаштириш;
- экологик туризмни ривожлантиришда Ўзбекистоннинг алоҳида қўриқланадиган табиий худудлари учун геоахборот тизимининг универсиал моделини ишлаб чиқиш;
- геоахборот тизими асосида туризмнинг турли жараёнларини ва ҳодисаларини моделлаштириш;
- геотуризмнинг электрон ва рақамли хариталарини ишлаб чиқиш;
- туристлар учун геоахборот тизими ва интернет технологиялари асосида туризм хизматларининг мобил online иловаларини тайёрлаш;
- ВЕБ-геоахборот тизими–серверларининг технологик стратегияларини ишлаб чиқиш;
- геотуризм мутахассисларини тайёрлаш мақсадида дарслик ва ўқув қўлланмаларни тайёрлаш.

Б.И.Исроилов – ТДИУ профессори, и.ф.д.

ПАНДЕМИЯ ШАРОИТИДАГИ ТУРИЗМ ВА ИҚТИСОДИЙ ХАВФСИЗЛИК МУАММОЛАРИ

Аннотация: Туризм дунё иқтисодиётида ўзининг иқтисодиётнинг транспорт, йўл ва қурилиш, савдо ва хизмат кўрсатиш, миллий ҳунармандчилик ва маданият соҳаларни ривожлантириш омили ҳисобланади. Covid- 19 инфекцияси муносабати билан дунё мамлакатлари томонидан кириш, чиқиш, барча турдаги қатновларнинг таъқиқланиши ҳамда ишлаб чиқариш, савдо, хизмат кўрсатиш фаолиятларига жорий этилган чекловлар иқтисодий ўсиш, аҳоли бандлиги ва даромадларини кескин пасайишига сабаб бўлди. Мақолада Covid- 19 инфекция-сининг туризм соҳаси мисолида мамлакатлар, хусусан Ўзбекистон иқтисодиёти ҳамда иқтисодий хавфсизлигига даражасига салбий таъсирлари баён этилган.

Калит сўзлар: туризм, туризм субъектлари, инфекция, пандемия, иқтисодиёт, иқтисодий ўсиш, иқтисодий хавфсизлик, пандемия оқибатлари**.**

Аннотация: Туризм является фактором развития мировой экономики в сферах транспорта, дорог и строительства, торговли и услуг, национальных ремесел и культуры. Из-за вируса Covid-19 страны по всему миру запретили въезд, выезд, все виды поездок и наложили ограничения на производство, торговлю и услуги, что привело к резкому снижению экономического роста, занятости и доходов. В статье описывается негативное влияние распространения Covid-19 на уровень экономической безопасности стран, в частности Узбекистана, на примере туристической отрасли.

Ключевые слова: туризм, субъекты туризма, инфляция, экономической безопастность, исходы пандемия.

Abstract: Tourism is a factor in the development of the world economy in the areas of transport, roads and construction, trade and services, national crafts and culture. Due to

the Covid-19 infection, countries around the world have banned entry, exit, all types of travel and imposed restrictions on production, trade and services, resulting in a sharp decline in economic growth, employment and income. The article describes the negative impact of Covid-19 infection on the level of economic security of countries, in particular Uzbekistan, using the example of the tourism industry.

Keywords: tourism, tourism entities, inflation, economic security, pandemic outcomes.

XXI аср биринчи 20 йиллиги дунё иқтисодиёти ва жамияти учун жуда кўп ташвиш ҳамда молиявий зарарлар келтирган инқироз, эпедимия ва пандемия каби ҳодисалар билан характерланмоқда. Унинг келиб чиқиши объектив ва субъектив сабаблари муҳокамаси ҳамда айбдорлар бўйича хулоса масаласи сиёсатшуносларнинг вазифаси ҳисобланади. Олимлар ва амалиётчилар шу каби ҳодисаларнинг мамлакатлар иқтисодий ўсиши, аҳоли турмуши ва мамлакат иқтисодиёт хавфсизлиги даражаларига таъсирига баҳо бериши ҳамда улар оқибатини бартараф этиш йўлларини илмий асослаб бериши зарур ҳисобланади.

Иқтисодий ривожланишнинг классик назарияси вакиллари А. Смит, Д. Рикардо, А.Маршал, Г.Мальтус, С.Сисмонди [1], Ж. Гэлбрейт [2] ва Н.Д.Кондратьевлар [3] кризиснинг хусусиятлари тўғрисида ўз қарашларини баён этган.

Бутунжаҳон соғлиқни сақлаш ташкилоти томонидан 2020 йил мартида Хитойнинг Ухан шаҳрида аниқланган Covid-19 инфекцияси тарқалиш суръати юқорилиги ҳамда зарарланиш йўллари кўплиги сабабли дунёнинг барча давлатларини уни олдини олиш бўйича кескин чоралар кўришга чақирди. Инқироз оқибатида бир маромда фаолият юритиб келаётган тизим ишлаш тамойиллари бузилиши натижасида хаос (тартибсизлик)юзага келади. Ушбу тартибсизликларни бартараф этиш ва тизим фаолиятини йўлга қўйиш бўйича амалга оширилган ҳаракатлар оқибатида муқаддам мавжуд тизимдан фаолроқ, қисман янгиланган ёки бутунлай самарали янги тизим шаклланиши мумкин. Бунинг натижасида инқироз жамият (соҳа) ривожланиши учун туртки вазифасини бажарувчи омил бўлиб хизмат қилади.

Дунёнинг барча давлатлари инфекция тарқалишига қарши курашиш мақсадида инсонлар, транспортлар ҳаракатланишига чекловлар киритди ва барча оммавий тадбирларни номаълум муддатга кечиктириш чораларини кўрди. Халқаро қатновлар ва товар айланмаси қисқарди, тадбиркорлик субъектлари фаолияти ҳамда давлатлараро визалар бериш вақтинчалик тўхтатилди.

Пандемия муносабати билан дунёнинг қарийиб барча давлатларида ўрнатилган тўлиқ ва қисман чекловлар оқибатида 2020 йилда туризмнинг дунё ЯИМдаги улуши 2,2 трлн. АҚШ доллари ёки 2,8 фоизга камайди. Жорий этилган чекловлар дунё бўйича туризм соҳасида фаолият юритган 120 млн. кишини ишсиз қолишига сабаб бўлди. Мамлакатларга кириш ва чиқишнинг чекланиши ҳаво, темир йўл ва автотранспорт қатновларини тўхташи сабабли

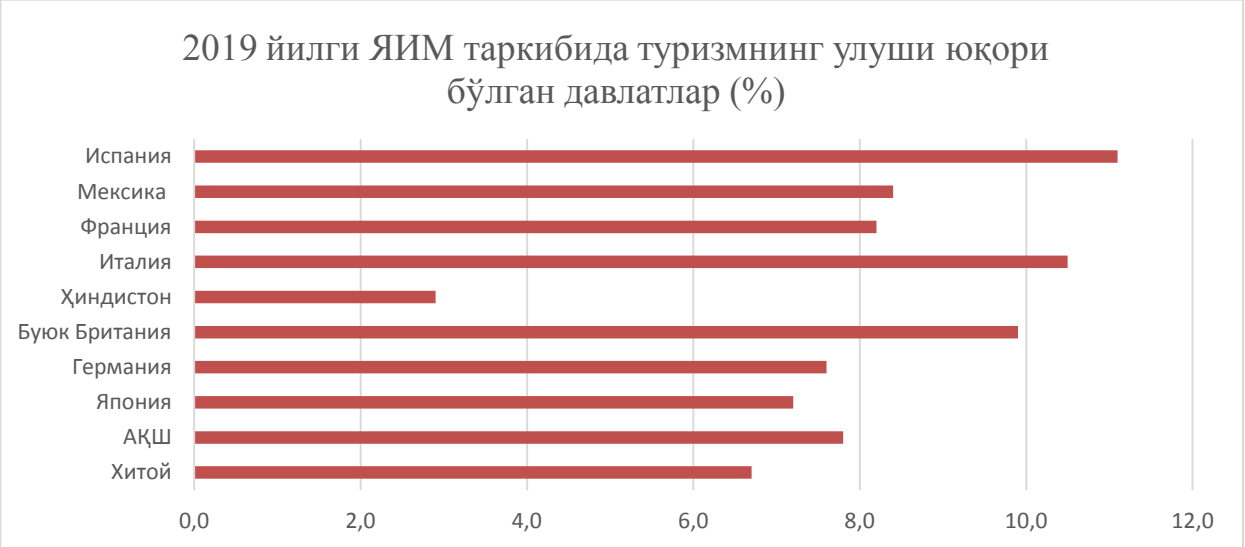
туристлар сони 2020 йилга нисбатан 56 фоизга қисқарди.

Cushman & Wakefield компанияси ҳисоб-китобларига кўра мамлакатларга кириш ва чиқишнинг чекланши ҳамда таъқиқланиши ҳисобига 2020 йил 1 –ярмида меҳмононалар даромади Санкт-Петербург шаҳрида 79 фоиз, Прагада – 73,6 фоиз, Римда – 73,3 фоизга камайган.

Дунё бўйича мавжуд 217 туристик йўналишларнинг пандемия туфайли Европада 83 фоизи, Шимолий ва Жанубий Америкада 80 фоизи, Осий-Тинчокеани мамлакатларида 70 фоизи, Яқин Шарқда 62 фоизи ва Африкада 57 фоизи бўйича фаолият тўлиқ таъқиқланган. Соҳа субъектларининг оладиган даромадлари 2020 йилнинг 5 ойи мобайнида 320 млрд. АҚШ долларига камайди[32]. Ушбу зарар миқдори 2008 йилдаги жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози оқибатида соҳага етказилган зарардан 3 баробар юқоридир.

Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан пандемия муносабати билан унинг жамият ва давлат иқтисодиётига салбий таъсирларини юмшатиш ҳамда аҳоли, тадбиркорлик субъектлари фаолиятини қўллаб-қувватлаш мақсадида бир қатор чора-тадбирлар кўрилди [4].

Мамлакатда туризм соҳасини ривожланиши билан бирга мос равишда унга боғлиқ бўлган транспорт, меҳмонхона, йўл қурилиши, миллий ҳунармандчилик ҳамда миллий маданият соҳалари ҳам тараққий этади ва янги иш ўринлари яратилишига хизмат қилади. Туризм мамлакатлар экспорт улушида ҳам муҳим аҳамиятга эга бўлиб, соҳаси улуши 2019 йил натижаларига кўра 7 фоизни ташкил этади. Халқаро туризм ташкилоти (UNWTO) маълумотлари бугун туризм дунё ЯИМда 10 фоиз улушга эга эканлиги, айрим мамлакатларда эса ЯИМнинг 20 фоизни ташкил этишини таъкидламоқда (1-расм).



1.Расм. ЯИМ таркибида туризм улуши юқори ўнлик мамлакатлар33

[32] World Tourism Organization (UNWTO), World Tourism Barometer, vol. 18, No. 4, June 2020, Madrid, URL: https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.

[33] https://knoema.com. маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси.

Дунё бўйича 217 туристик йўналишлар мавжуд бўлиб, Халқаро туризм ташкилоти (UNWTO) прогнозлари бўйича 2020 йилда 1млрд. 600 млн. киши ушбу йўналишлар бўйича сайёҳат қилиши ҳамда соҳадан олинадиган даромад миқдори дунё бўйича 2 трлн. АҚШ долларни ташкил этиши кутилган эди.

Туризм ҳам бошқа соҳалар қатори инсоният дуч келган барча турдаги сиёсий, иқтисодий-ижтимоий, сиёсий, экологик ва инфекциялар (Эйбола, Зика)ни ўз бошидан кечириб келмоқда. Лекин туризм субъектлари фаолиятида шу каби таъсирларига бардош берган соҳа COVID-19 инфекциясининг ўта хатарли ва тез тарқалиш хусусиятлари ҳамда оқибатларига дош бераолмай иқтисодий фалаж ҳолатга тушиб қолди.

Covid-19 инфекцяси кризисининг мамлакатлар иқтисодиётларига салбий таъсири инвестиция ҳажмлари миқдори камайишида ҳам ўз аксини топмоқда. Халқаро молия ташкилотлари ҳисоб-китобларига кўра тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар ҳажми туризм соҳасида 2020 йилда 2019 йилга нисбатан 40 фоизга, 2021 йилда эса 5-10 фоизга камайиши башорат қилинган[34].

Ўзбекистонда ҳам Covid-19 инфекцияси кризисининг салбий таъсири натижасида асосий капиталга киритилган инвестициялар пасайиш миқдори инқирозга қарши кураш жамғармасидан янги иш ўринларини яратиш мақсадида инвестиция лойиҳаларига 360 млн. АҚШдан ортиқ маблағлар қўшимча йўналтирилишига қарамасдан 2019 йилга нисбатан 2020 йил биринчи яримида инвестициялар ҳажми 12,8 фоизга камайган.

Ялпи ички маҳсулот мамлакат иқтисодий салоҳияти ва ижтимоий-иқтисодий жараёнлар самарадорлигини ўзида ифода этиши билан бир қаторда иқтисодий хавфсизликни таъминловчи муҳим кўрсаткич ҳам ҳисобланади. Мамлакат иқтисодий хавфсизлиги иқтисодий кўрсаткичлари ва улар чегаравий миқдорлари аҳамияти ҳамда ушбу меъёрлар даражасини сақлаш учун амалга оширилиши зарур чоралар тўғрисидаги ўз қарашларимизни муқаддам баён этганмиз [5-10].

Пандемия муносабати билан ўрнатилган чекловлар дунёнинг иқтисодиёти ривожланган мамлакатлари иқтисодий ўсиш суръатларига таъсири натижасида ялпи ички маҳсулот миқдори Хитойдан бошқа давлатларда салбий ўзгаришларга сабаб бўлди (2-расм).

Мамлакатимизда короновирус пандемиясининг иқтисодиёт субъектларига салбий таъсирини олдини олиш бўйича белгиланган ташкилий-иқтисодий механизмлар кенг кўламлигини қайд этиш зарур. Тадбиркорлик субъектлари тўлов қобилиятини мустаҳкамлаш мақсадида назарда тутилган кредит механизмлари иқтисодиёт тармоқлари барқарор ривожланишини таъминлаш учун хизмат қилди, деб ҳисоблаймиз.

Халқаро молия ташкилотлари томонидан Ўзбекистонда ЯИМ ўсиш суръати 2020 йил якунлари бўйича 1,5-2,5 фоиз даражада бўлиши прогноз

[34] UNCTAD, World Investment Report, 2020, pp.6 and 82, available at https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2769



2-Расм. Иқтисодиёти ривожланган давлат ЯИМ суръатлари.

қилинган эди. Лекин амалга оширилган чора-тадбирлар натижасида мамлакатимизда ЯИМ ҳажми ўсиши 5,6 фоизни ташкил этди[35]. Мамлакатимизда 2020 йилги ЯИМ ўсиш суратлари иқтисодий хавфсизликнинг чегаравий миқдорининг халқаро эътироф этилган энг кам (4 %) даражасидан юқорилигини қайд этиш лозим.

Мамлакатимизда туризм тармоғини жадал ривожлантириш масалаларига иқтисодий хавфсизликни таъминловчи иқтисодий ўсиш, бюджет даромадини шакллантириш, аҳоли бандлиги, хизматлар экспорти бўйича валюта тушумини таъминловчи ижобий омил сифатида катта эътибор қаратилмоқда. Шу сабабли 2021 йилда ҳам Covid-19 инфекциясининг иқтисодий хавфсизлик ва туризм соҳасига салбий таъсирини бартараф мақсадида:

- Ташқи қарздан фойдаланиш мақсадлиги ва самадорлигини оширишни назорат қилиш механизмини такомиллаштириш;
- Давлат харидлари тўғрисидаги қонунни ошкоралик ва шаффофлик даражасини ошириш бўйича такомиллаштириш;
- мамлакатда электрон туризмни ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш;
- пандемия сабабли соҳа берилган имтиёзларни мамлакатга четдан жалб этилган туристлар сонига мос равишда қўллаш;
- туристларни соғлиғини онлайн назорат қилиб бориш бўйича мобил илова ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. В.Е.Россик. Истоки экономического кризиса.\\Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 28 (209).Экономика. Вып.30.С.23–26.

2. Ж.К.Гэлбрейт. Великий крах 1929 года / Дж. К. Гэлбрейт ; пер. с англ. С. Э. Борич. Минск; Попурри, 2009.

3. Н.Д. Кондратьев. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения // Кондратьев, Н. Д. Избранные труды. М. : Экономика, 2002.

[35] Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий мажлисга мурожаатномаси./ Халқ сўзи 2020 йил 30 декабрь.

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 19 мартдаги “Коронавирус пандемияси ва глобал инқироз ҳолатларининг иқтисодиёт тармоқларига салбий таъсирини юмшатиш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида” ги ПФ-5969-сонли Фармони. "Ўзбекистон Республикаси ҚҲТ", 2020 йил 24 март, №11, 119-м.

5. B.I. Isroilov, U. Kh. Abduganiyev, B.B. Ibragimov. Financial Control of Public Procurement to Prevent Corruption in the Development of Digital Economy. https://www.atlantis-press.com/proceedings/mtde-20/125939770.

6. Sh.Uljaeva, B.I.Isroilov, B. Toshev, Kh.Botirova, B. Raxmonov. The Posts and Ranks Concerning to a Local and Religious Administration. International Journal of Psychosocial Rehabilitation, Vol. 24, Special Issue 1, 2020 ISSN: 1475-7192, DOI: 10.37200/IJPR/V24SP1/PR201184, Pages: 507-514.

7. B.I.Isroilov, B.B.Ibragimov. Isues of ising ekonomik analysis in ensuring tax control. Finance Journal, 2015, Pages 69-73.

8. М.Қ.Пардаев, И.Т.Абдикаримов, Б.И.Исроилов. Иқтисодий таҳлил. Т. Меҳнат.

9. Б.И.Исроилов, Н.Г.Каримов., Б.Ибрагимов. Роль информационного обеспечения в анализе состояния экономического безопасности. V Международной научно-практической online-конференции, Новополоцк, 26 ноября 2020 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2020. ISBN 978-985-531-720-4, № гос. регистрации 3061815625 от 23.05.2018.

10. B.I.Isroilov, B.B.U.Ibragimov, B.J.U.Ibrohimov. Problems of Ensuring Economic Security in the Context of Deepening Globalization and Digitalization. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201205.031.

Ў.Т.Мукимова – СамИСИ ассистенти,
Ф.А.Ахмеджанова – СамИСИ доценти, т.ф.н.

ПАНДЕМИЯДАН КЕЙИНГИ ДАВРДА ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАРНИ ИҚТИСОДИЁТГА ТАЪСИРИНИ ОШИРИШ

Аннотация: Мақолада пандемиядан кейинги туризмни тиклаш даврида рақамли иқтисодиёт шароитида Ўзбекистонга ташриф буюрувчи туристларни муносиб кутиб олиш ва талаб даражасида хизмат кўрсатишни ташкил этишда бир қатор муаммоларни, шу жумладан автомобил, темирйўл йўл соҳасида туристлар учун қулайликлар яратиш ва бошқа таклифлар келтириб ўтилган.

Калит сўзлар: Рақамли иқтисодиёт, турист, автомобиль йўллари, темир йўллар, ЯИМ, туристик хизматлар экспорти, Коронавирус пандемияси.

Аннотация: В статье рассматривается ряд вопросов восстановления постпандемического туризма в условиях цифровой экономики, организации достойного приема и востребованности туристов в Узбекистане, в том числе приведены предложения и создание удобство объектов для туристов в автомобильной, железнодорожной отрасли и другие.

Ключевые слова: Цифровая экономика, туризм, автомобильные дороги, железные дороги, ВВП, экспорт туристических услуг, пандемия коронавируса.

Abstract: The article discusses a number of issues of post-pandemic tourism recovery in the digital economy, the organization of a decent reception and demand for tourists in Uzbekistan, including proposals and the creation of facilities for tourists in the automotive, railway industry and others.

Keywords: Digital economy, tourism, highways, railways, GDP, export of tourist services, Coronavirus pandemic.

Бугун Ўзбекистонга дунёнинг қатор мамлакатларидан кўп сонли сайёҳларнинг келиши ижобий ҳол албатта. Бироқ, масаланинг иккинчи томони ҳам бор. Биз хорижий сайёҳларни муносиб кутиб олиш ва талаб даражасида хизмат кўрсатишга тайёрмизми? Улар ўз саёҳатлари давомида қайси жиҳатларга эътибор қаратишмоқда?

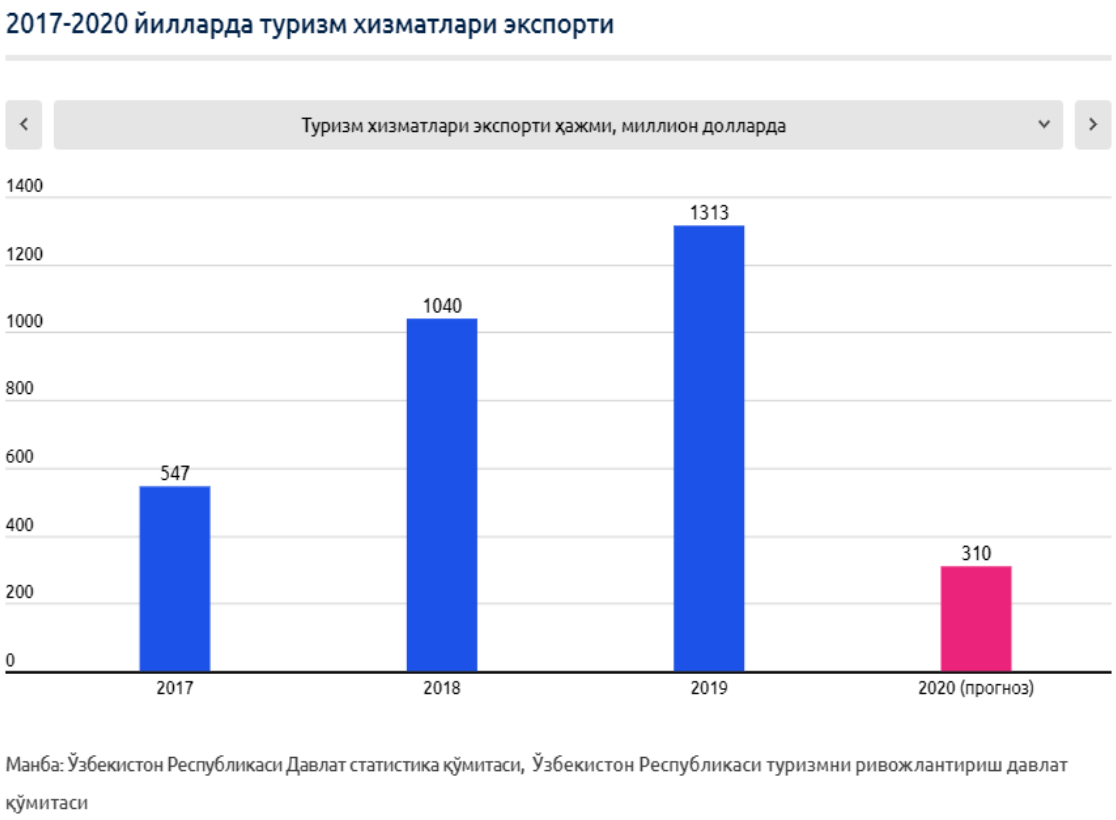
Маълумки, туристик ресурсларсиз туризмнинг ўзи бўлмайди. Масалан, табиий-иқлим, тарихий-маданий, маърифий, ижтимоий-маиший туризм объектлари бўлган ҳудудларда керакли инфратузилмани яратиш муҳим масалалардан бири ҳисобланади. Йўл қурилиши соҳаси мисолида олиб қаралса, албатта, сайёҳлар оддий йўловчилар эмаслиги, уларнинг саёҳати замон талабларига мос равишда бўлиши учун йўлларнинг сифат даражаси қай аҳволда эканлиги уларнинг равонлиги жиддий эътибор бериш зарурлигини талаб қилади. Сайёҳлар оқимининг ошиши – бу шунчаки бир оддий , эътиборсиз гап эмас. Йўллар, бозорлар мамлакатнинг иқтисодий ва маданий аҳволи қай даражада эканлигидан далолатдир. Турист - энг аввало дам олувчидир. Жамғарган пулидан харж килиб келган турист чарчоқ нима эканлигини билмаслиги керак. Унинг истеъмолчи эканлигини шу ерда ҳам зинҳор унутмаслигимиз лозим. Шу сабабли бу масала нафақат автомобиль йўллари, шунингдек, темир йўлларга хам тааллуклидир. Поезд рельсларидан тортиб, унинг ичидаги коммуникация ва муҳандислик тармоқларининг барчаси – туризм инфратузилмасининг таркибий бир қисми холос. Поезд купеларидаги иссиқлик даражаси, ёзда ва қишда бир хил температурадаги ҳолат – туризм хизмати сифатининг янада кўтарилишидаги энг асосий омиллардир. Турист ташриф буюрган давлатининг иқтисодий ва сиёсий мақомидан қатьий назар унинг оддий фуқароси эмас ва у юксак даражада хизмат кўрсатилишини истовчи (ва бунга ҳақли хам) истеъмолчи ҳисобланади. Мана шуни туризмдан мамлакат манфаатлари учун фойда келтирувчи ҳар бир туроператорлар эсдан чикармасликлари зарурдир. Нафақат автомобиль ёки темир йўллар, ҳатто туристлар учун махсус ажратилган йўллар хам талаб даражасида бўлмоги керак. Бу йўл алоҳида ажралиб туриши, туристларга ҳалақит берадиган даражада булмаслиги лозим. Бу каби масалалар бугунги кунда Ўзбекистонда туризм соҳасининг аҳамияти ва ривожланишининг қандай долзарб аҳамиятга эга эканлиги ҳақида қайғуришга ундайди.

Президентимизнинг Олий Мажлис Сенати ва Қонунчилик палатасига йўллаган Мурожаатномасида туризм ва спорт соҳалари бўйича ҳам устувор вазифа ва йўналишлар белгилаб берилган эди.

Туризм давлатимиз раҳбари томонидан иқтисодиётнинг стратегик аҳамиятга эга тармоғи сифатида қайд этилди, зиёрат ва тиббиёт туризми каби турларини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилди ва зарур кўрсатмалар берилди. Бу эса соҳа мутахассисларидан ишга бўлган муносабатини, дунёқарашни тубдан ўзгартиришни талаб этарди.

Давлатимиз раҳбариининг очиқ сиёсати Ўзбекистонда туризм соҳасини жадал ривожланишига кенг йўл очди. Аниқ мисол билан айтадиган бўлсак, 2017 йилдан то 2019 йилга қадар туризм соҳасидан олинган даромад – ушбу хизматлар экспорти ҳажми ҳамда уларнинг мамлакат ЯИМдаги улуши 2,5 баробар ошди. 2019 йилда туризм хизматлари экспорти умумий ҳажмининг ЯИМга нисбати 2,3 фоизни ташкил қилди. [36]

Маълумотларга қараганда, Грузияда туризмнинг ЯИМдаги улуши 11,6 фоизни ташкил этади. Шу маънода иқтисодиёти ранг-баранг Ўзбекистонда айни соҳа сўнгги бир неча йил давомида жадал ривожланиши, ундан тушадиган даромаднинг умумий ҳажми бир неча миллиард долларга етиши мумкин эди. Бироқ, 2020 йил бошида дунё бўйлаб тарқала бошлаган коронавирус пандемияси ушбу режаларни четга суриб қўйди. Жаҳондаги барча мамлакатлар туризмида бошланган инқироз Ўзбекистонни ҳам четлаб ўтмади. 2019 йилда туристик хизматлар экспорти ҳажми 1,3-1,4 миллиард долларни ташкил қилган эди (Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси маълумотларига кўра – $1,3 млрд., Давлат статистика қўмитаси маълумотларига кўра – $1,4 млрд.). Жорий йилнинг 1-ярим йиллигида эса туристик хизматлар экспортидан тушган даромад жами 203,5 миллион АҚШ долларига етди. Ушбу даромаднинг 99,5 фоизи ($202,4 млн.) 2020 йилнинг 1-чорагига тўғри келади, 2-чоракда бу кўрсаткич атиги 1,1 миллион долларга тенг бўлди.[37]



Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси, Ўзбекистон Республикаси туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси

[36] Stat.uz
[37] Stat.uz

Халқаро туризмни ташкил этишга нисбатан март-апрель ойларида қўлланган чекловлар эса 1 октябрдан бошлаб юмшатилди. 2020 йилнинг сўнгги чорагида (октябрь-декабрь) халқаро қатновлар тикланган тақдирда ҳам туризм хизматлари экспорти ҳажмининг сезиларли даражада тикланиши эҳтимоли кам бўлди. Сабаби, йил бошидан буён давом этиб келаётган коронавирус пандемияси ва унинг оқибатлари потенциал сайёҳлар онгига ҳамда дунё бўйлаб сайр қилиш режаларига жиддий кўрсатди. Буларнинг барчасини инобатга олган ҳолда йил охиригача ташқи туризмнинг молиявий кўрсаткичлари салмоқли миқдорда ўзгармаслигини ва 2020 йил учун туризм хизматлари экспортидан тушадиган даромадлар $300 млн. атрофида бўлишини прогноз қилиш мумкин бўлди. Бу ўтган йилги кўрсаткич билан солиштирганда 4,5 баробар кам, дегани эди.

Президентимизнинг 2020 йил 28 майдаги “Коронавирус пандемиясининг салбий таъсирини камайтириш учун туризм соҳасини қўллаб-қувватлашга доир кечиктириб бўлмайдиган чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармонига мувофиқ, соҳада фаолият юритувчи бизнес субъектларига кўплаб имтиёзлар берилди. Фойда солиғининг 50 фоиз камайтирилиши, зарарни кейинги даврга кўчириш ҳуқуқи, сайёҳлардан олинадиган йиғимни тўхтатиб туриш, олиб келинган сайёҳлар учун мукофот тариқасида субсидиялар бериш, туроператорларнинг авиа ва темирйўл чипталари учун харажатларини субсидиялар билан қоплаш, туроператорлар, турагентлар, шунингдек, меҳмонларга тунаш учун жой берувчи корхоналар учун қўшимча ёрдам чоралари шулар жумдасидандир. Бундан ташқари, туроператорлар ва меҳмонхоналарга харажатларни маълум даражада қоплаш ва ходимларга маош бериб турилиши учун Туризмни ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш жамғармасидан фоизсиз қарзлар ажратилиши ҳам белгиланди.

Бошқа иқтисодий соҳалардан фарқли ўлароқ, туризмни тиклаш ва жонлантириш бевосита туристлар оқимига, соҳадаги хизматлар экспорти ҳажми эса – хориждан ташриф буюрган фуқаролар сонига боғлиқ. Мамлакат ҳукуматининг туризмни тиклаш ва уни жонлантиришга қаратилган изчил саъй-ҳаракатларига қарамай, вазиятни қисқа муддатда ўзгартириш юқорида қайд этилган омиллар сабаб – қийин масала. Бутун жаҳонда коронавирус инфекцияси ҳамон тарқалмоқда, пандемия чекинишидан ҳали-бери дарак йўқ. Бугун Ўзбекистонга ташриф буюрадиганлар улушининг катта қисмини ташкил қилувчи Марказий Осиё мамлакатлари ва Россияда ҳам аҳвол шундай давом этяпти. Шу боис, 2020 йилни туризм ва унга ёндош бошқа соҳаларда бой берилган йил, дейиш мумкин.

“Forbes” Америка сайёҳлик уюшмаси президенти Рожер Дов сўзларига асосланиб бир қатор хорижий мутахассислар COVID-19 пандемиясидан кейин дунё туризмининг келажагини тахмин қилишди. Уларнинг таъкидлашича, бутун дунё бўйлаб онлайн брон қилиш соҳасида инқироз юзага келади. Масалан, “Expedia” паст талаб туфайли аллақачон жиддий

йўқотишларни бошдан кечирмоқда. Компаниялар ходимларни қисқартиришга мажбур бўлишади, қачон иш жойлари қайта тикланиши эса номаълум. Аммо “Airbnb” каби хусусий ижара ташкилотлари яхшироқ ҳолатда бўлиши мумкин. Ваҳоланки, коронавирус пандемиясидан кейин одамлар бир неча ҳафта давомида хусусий уйлар ва меҳмонхоналарни танлашади. Бундан ташқари, коронавирус круиз компанияларига ҳам жуда салбий таъсир кўрсатиши кутилмоқда. Бунинг сабаби ҳам инфекция хавфи бўлади.

Ўзбекистонда “рақамли иқтисодиёт” атамаси миллий қонунчилигимизда яқин йиллардан бери қўлланилмоқда. Рақамли иқтисодиёт республикамизда қандай ривожланмоқда, бу борада алоҳида олиб борилган тадқиқотчиларнинг хулосасига кўра бизда Телеграм ботларидан фаол фойдаланмоқдалар. Шунингдек, турли интернет дўконлар, электрон тўлов тизимлари ҳам фаол ривожланиб бормоқда. Демак, фуқароларимиз электрон битимларни амалга оширишга ишонаяптилар. Фақат ҳозирги кунгача фойдаланувчилар катта харажатлар талаб қилмайдиган кичик битимларни амалга оширмоқдалар, ўртача харид ҳажмини оширишга эса унчалик тайёр эмаслар.

Пандемиядан кейинги туризмни тиклаш даврида туристик хизматлар бўйича йирик шартномалар, молиявий операцияларни рақамли технологиялар орқали амалга оширишни ривожлантиришни қўллаб қувватлашга эҳтиёж сезилади. Туристик хизмат кўрсатиш соҳасида рақамли иқтисодиётни қўллашнинг қулайликлари қуйидагилардан иборат: туристик хизматлар сотиб олиш учун харажатлар камаяди (масалан, олдиндан меҳмонхонани бронлаш, авиабилет); туристик хизматлар (Турпакетлар) ҳақида кўпроқ ва тезроқ маълумот олинади; рақамли дунёдаги туристик хизматларнинг жаҳон бозорига чиқиш имкониятлари катта бўлади; фидбек (туристлар фикрини)ни тез олиш ҳисобига турмаршрутлар ва хизматлар жадал такомиллаштирилади; хизмат кўрсатиш тезроқ, сифатлироқ, қулайроқ бўлади.

Бунинг учун туристик хизмат кўрсатувчиларнинг туризм маданияти ва масъулиятини ошириш, уларнинг қизиқишларини инобатга олган ҳолда қўшимча комплекс хизматларни ишлаб чиқиш ва асосийси уларда кейинчалик яна Ўзбекистонга келишга ундайдиган илиқ таассуротларни қолдиришни уддалаш лозим. Пандемиядан кейинги бундай туризм фаолиятининг асосий ютуғи бўлиб юксак сифатли хизмат кўрсатиш билан бирга маънавий-маърифий дунёқарашини бойитадиган онлайн-медиа контентларни яратиш муҳим аҳамиятга эга.

К.А.Маматкулова – старший преподаватель кафедры «Обучения языкам» СамИЭС,
А.Хотамов – студент группы Мн-217 СамИЭС

ГЛАВНЫЕ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ ФРАНЦИИ

Аннотация: В статье рассматриваются главные достопримечательности Франции. Во Франции сосредоточено огромное количество культурных ценностей, практически каждый город, а иногда и небольшие деревеньки, представляют собой настоящие музей истории и культуры. Кроме бесчисленных памятников культуры и древних цивилизаций, страна обладает прекрасными природными условиями - белоснежными склонами альпийских гор, прекрасными пляжами атлантического и средиземноморского побережий, средневековыми замками, обширными виноградниками и др.

Ключевые слова: памятники и достопримечательности, культурно-исторический потенциал, цивилизация, мегаполис, замки, альпийские луга.

Annotatsiya: Maqolada Frantsiyaning asosiy diqqatga sazovor joylari ko'rsatib berilgan. Ko'p sonli madaniy qadriyatlar Frantsiyada to'plangan bo’lib, deyarli har bir shahar va ba'zan kichik qishloqlar haqiqiy tarix va madaniyat muzeyidir. Madaniyat va qadimiy tsivilizatsiyalarning son-sanoqsiz yodgorliklaridan tashqari, mamlakat ajoyib tabiiy sharoitlarga ega - Alp tog'larining qor-oppoq yon bag'irlari, Atlantika va O'rta er dengizi sohillarining go'zal plyajlari, o'rta asr qal'alari, ulkan uzumzorlari va boshqalar.

Kalit so'zlar: yodgorliklar va diqqatga sazovor joylar, madaniy va tarixiy salohiyat, tsivilizatsiya, megapolis, qal'alar, tog' o'tloqlari.

Abstract: The article examines the main sights of France. A huge number of cultural values are concentrated in France, almost every city, and sometimes small villages, is a real museum of history and culture. In addition to countless monuments of culture and ancient civilizations, the country has excellent natural conditions - snow-white slopes of the Alpine mountains, beautiful beaches of the Atlantic and Mediterranean coasts, medieval castles, vast vineyards, etc.

Key words: monuments and sights, cultural and historical potential, civilization, metropolis, castles, alpine meadows.

Франция — самая посещаемая страна в мире. Это вполне оправдано, так как страна богата разнообразными памятниками и достопримечательностями, ценимыми туристами и зачастую уникальными. Представление о богатстве культурно-исторического потенциала страны дает перечень объектов, занесенных в Список всемирного наследия ЮНЕСКО. Но наличие в стране ресурсного потенциала, даже самого богатого, недостаточно для развития туризма. Наряду с природным и историко-цивилизационным факторами, важной предпосылкой туристской деятельности является высокий уровень социально-экономического развития страны.

Во Франции сосредоточено огромное количество культурных ценностей, практически каждый город, а иногда и небольшие деревеньки, представляют собой настоящие музей истории и культуры. Кроме

бесчисленных памятников культуры и древних цивилизаций, страна обладает прекрасными природными условиями - белоснежными склонами альпийских гор, прекрасными пляжами атлантического и средиземноморского побережий, средневековыми замками, обширными виноградниками и очаровательными старыми винокурнями, а также множеством мест, связанных с жизнью и деятельностью различных исторических деятелей. Эта страна имеет огромные возможности для развития почти всех видов туризма.

Франция — это не только Париж и Эйфелева башня, хотя эти символы заслуживают своего внимания. Она гораздо больше. Это удивительная страна, которую можно открывать для себя бесконечное множество раз.

Тут и современные мегаполисы, и средневековые деревушки, и природные локации. Это побережья и центральные регионы, которые так не похожи друг на друга — у каждого своя история, традиции и колорит. Здесь вас ждет изумительная кухня и вино, разнообразие архитектурных стилей, широкие чистые пляжи, лавандовые поля, альпийские луга и снежные горные вершины. Вопрос стоит не в том, что посмотреть, а в том, как же все успеть. Но если вы посетите главные достопримечательности Франции, то обязательно влюбитесь в эту страну, и захотите вернуться.

Итак, список мест Франции, которые стоит увидеть хотя бы раз в жизни.

Экскурсия познакомит вас с историей этого вечно молодого двухтысячелетнего города и позволит оценить его разнообразие и гармоничность.

В ходе экскурсии вы узнаете об основных исторических и архитектурных памятниках, таких как: Дворец правосудия, Консьержери, Сорбонну, Люксембургский сад, Пантеон, Площадь Согласия, Елисейские поля, Триумфальную арку, Трокадеро, Эйфелеву башню, Марсово поле, Ансамбль Инвалидов, Мост Александра III, Малый и Большой дворцы, Вандомскую площадь, церковь Святой Магдалины, Старую Парижскую Оперу и Площадь Бастилии, новый современный центр Ла Дефанс. Многие старые кварталы Парижа недоступны для машин, поэтому именно пешеходные экскурсии позволяют поближе узнать город.

Кому не знакомо название Чрево Парижа? С XII века там располагался рынок, который превратился постепенно в рынок оптовый, описанный Эмилем Золя в романе «Чрево Парижа». Рынок был перенесён в пригород в 1969 году, но квартал интересен своей особенной атмосферой, церковью Святого Евстахия, фонтаном Невинных Мучеников, а также выросшим неподалёку в 1977 году Центром Жоржа Помпиду и площадью Игоря Стравинского. Еще одно знакомое название - Гревская Площадь – центр городской жизни со Средних веков, где в наши дни находится Городская Ратуша. Рядом остров Сите – колыбель Парижа, где ещё в III веке до нашей эры осело кельтское племя паризиев. Западная часть острова всегда принадлежала власти земной: сначала здесь был дворец римских губернаторов, позднее дворец королей Франции, а теперь дворец Правосудия.

А на востоке острова всегда располагалось представительство «власти духовной», воплощённой теперь в Соборе Парижской Богоматери – Кафедральном Соборе Епископа Парижского.

Левый берег Сены издавна называют Латинским кварталом. Это район студентов и интеллектуалов, учебных заведений и книжных магазинов. В настоящее время Латинский квартал известен своими пешеходными улочками, где много ресторанов традиционной французской кухни.

Один из самых живописных и любопытных районов Парижа. В течение всего X1X и начала XX веков он был своего рода Меккой богемного мира, церковь Святого Петра на Холме, площадь Холма с её художниками и шаржистами, прилегающими улочками, где в каждой вывеске, в каждой репродукции оживает уникальная история Монмартра.

Впрочем, прелесть Монмартра не только в его истории, а в том, что этот квартал сумел сохранить свою душу: жители квартала знают друг друга, встречаются в маленьких бистро, обустраивают квартальные вечеринки и праздники, как, например, сбор винограда на Монмартре в первый выходной октября. Некоторые ресторанчики и кинотеатры здесь принадлежат людям кино и театра.

Проходя через века, Лувр изменял своё назначение и свой облик, и у каждого в восприятии Лувр – свой, индивидуальный. Был он когда-то и крепостью, и главной резиденцией королей Франции, и Академией Изящных Искусств. Королевский дворец стал музеем в 1793 году после революции, когда вход в Лувр был открыт для широкой публики. Теперь это один из крупнейших музеев мира, и здесь представлены тысячи произведений искусства.

В настоящее время во Дворце Лувра размещено несколько музеев или так называемых отделов - Древнего Востока, Египта, греческих и римских древностей, мировой скульптуры и живописи.

Экскурсия по Лувру познакомит вас с такими шедеврами, как Мона Лиза Леонардо да Винчи, Венера Милосская и Ника Самофракийская, а также раскроет для вас многие тайны живописи, скульптуры и истории искусства в Европе.

Версаль – столица Франции в течение 107 лет самый большой дворец Европы. Каприз молодого Короля-Солнца или тонко продуманная политика? Слава о создателях Версаля разнеслась по всей Европе и не нуждается в дальнейшем подкреплении, но не менее интересна и жизнь при королевском дворе в Версале XVII века. Маршрут проходит через анфиладу из 7 салонов: большие королевские апартаменты, где давались приемы Королем-Солнцем, знаменитую зеркальную галерею и парадные апартаменты королевы, в которых жизнь первой дамы королевства протекала как отлаженное по часам театральное представление. Здесь собраны картины известных европейских мастеров, мебель и гобелены той эпохи. После экскурсии по королевским

апартаментам можно насладиться Версальским парком с его цветочными партерами, статуями, скрытыми рощицами или прогулкой в карете.

Музей парфюмерии Фрагонар, расположенный вблизи Гранд Опера, назван в честь французского живописца и гравера Жана Оноре Фрагонара и по праву считается уникальным музеем Парижа. Это не только храм ароматов, но и элегантный салон красоты и роскоши. В музее три отдела, в которых представлены ароматы со всего мира, предметы дизайна и украшения для дома, и отдел, где можно приобрести украшения из полудрагоценных камней, а также одежду из натурального хлопка и шелка. После экскурсии вы сможете приобрести продукцию Фрагонар (духи, одеколоны, крема, мыло и т.д.) по фабричным ценам.

Фонтенбло – одна из старейший королевских резиденций.Со средних веков там уже охотились короли Франции, и до наших дней дошёл донжон XIII века – самая старая укреплённая часть Фонтенбло, где находилась спальня короля. При Франциске I в Фонтенбло работали итальянские художники, там же зародилась первая школа французского Ренессанса. До сих пор сохранились фрески Приматиче и Россо XVI века. При Генрихе IV Наваррском там также работали известные мастера, и создалась вторая школа Фонтенбло. Кроме того, Фонтенбло – одна из четырёх любимых резиденций Наполеона I. Там он подписал своё первое отречение 6 апреля 1814 года. Знакомство в Фонтенбло с королевскими и императорскими апартаментами, а также парком, часть которого разбита по принципу французского сада, а часть по принципу английского сада - настоящее открытие для любителей истории и искусства.

Наиболее интересным туристическим местом является замок Шантии – дворец к северу от Парижа, уникальный во многих отношениях. Дворец расположен на бывшем островке посреди пруда – до сих пор его окружают водоемы и каналы. Владельцами дворца – семьями Монморанси, Бурбонов, Конде и Орлеанских - там была собрана коллекция живописи, которая по ценности работ стоит на втором месте после Лувра. В коллекции - картины Рафаэля, Пьеро ди Косимо, есть здесь и мозаики из Помпеи, и витражи из Экуана. Генрих Орлеанский создал в Шантии библиотеку из 30 000 книг и 700 редчайших манускриптов. В конюшнях Шантии, которые сами по себе произведение искусства XVIII века, расположился Живой Музей Лошади. Это самые знаменитые конюшни Франции. Их можно посетить и сегодня, равно как и скачки, регулярно проводимые в Шантии. Посещение Больших апартаментов, обустроенных для принцев Конде в Малом Дворце XVI века, и посещение Музея Конде во дворце XIX века с парком - прекрасная возможность познакомиться с интерьерами того времени и произведениями искусства. Помимо поклонников искусства и знатоков лошадей Шантии заинтересует и гурманов, поскольку здешние взбитые сливки славятся на всю Францию. Не случайно, само слово "шантии" во французском языке является синонимом взбитых сливок.

Европейский Диснейленд находится в 32 км от Парижа. Это волшебный мир, созданный не только для детей, но и для их родителей, для семейного отдыха и совместного пребывания в сказочном королевстве. Диснейленд - это не просто парк развлечений, а целая страна, которая занимает 1943 гектара и условно поделена на пять "республик": страну приключений - Adventureland, страну фантазий - Fantasyland, страну открытий - Discoveryland, "пограничную" страну - Frontierland ("Дикий Запад") и главную улицу - Main Street. Ковбои, индейцы и золотоискатели, привидения и фантомы, персонажи любимых мультфильмов и сказочные герои будут целый день рядом с вами, пока вы будете развлекаться на всевозможных аттракционах, принимать участие в Параде или просто обедать в сказочном ресторане. Куда бы ни привели вас приключения, необычайная обстановка и незабываемые впечатления вам гарантированы!

Аквабульвар – самый крупный в Европе водный парк с пляжами на открытом воздухе и под стеклянной крышей – настоящий тропический рай, находится практически в центре Парижа. Здесь вас ждет мир водных развлечений и аттракционов: множество бассейнов, один из которых с искусственными волнами, горки большие и маленькие, водопады, гейзеры, солярий, сауна, джакузи. Круглый год температура воды и воздуха составляет +29 градусов. Аквабульвар - это еще и целый комплекс спортивных сооружений, множество ресторанов, кафе, баров и магазинов. Посещение этого водного рая – настоящий праздник для детей и взрослых.

Без преувеличения, достопримечательностей во Франции тысячи. Страна расположена в западной Европе между Атлантическим океаном и Средиземным морем. Есть общие границы со многими европейскими странами, а экономическая стабильность и высокий уровень жизни населения являются одними из первых в мире.

Франция для туристов предстает, как страна наполненная возвышенной романтикой, утонченным стилем и тонким вкусом прекрасного. История этой страны многогранна, кухня изысканна, а достопримечательности давно получили мировую известность и славу.

Список использованной литературы:

1. Масляк П.О., Олейник Я.Б., Степаненко А.В. Словарь – справочник ученика по экономической и социальной географии мира. – К.: Либра, 1996.
2. Энциклопедический справочник: Все страны мира. – М: Вече, 2001.
3. Энциклопедия для детей: Дополнительный том: История 20 века. Зарубежные страны. М.: Аванта +, 2002.
4. Страны мира: краткий энциклопедический справочник / Авт. – сост.: В.А. Аникеев. Издательский Дом А. Громова; Минск; Современный литератор, 2000.

З.Б. Навруз-зода– Бухоро давлат университети иқтисодиёт кафедраси катта ўқитувчиси

“ЕТТИ ПИР ЗИЁРАТ КЛАСТЕРИ” БРЕНДИ ВА УНИНГ ХАЛҚАРО МИҚЁСДА НУФУЗИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация. Мақолада суфийлик зиёрат туристик хизматларни кўрсатишга ихтисослашган “Бухорйи Шарифнинг Етти Пир зиёрат кластери” брендининг тузилишини кўриб чиқиб, унинг халқаро миқёсда нуфузини оширишга қатарилган чора-тадбирлари тавсия этилади.

Калит сўзлар: зиёрат туризми, зиёрат кластери,бренд,туристик ҳудуд, “Парвоз этувчи қалб”.

Аннотация: В статье рассматривается структура бренда паломнического кластера “Семи Пиров Благородной Бухары”, специализирующегося на предоставлении суфийских паломническо-туристических услуг и рекомендуются меры по повышению его престижа на международном уровне.

Ключевые слова:паломнический туризм, паломнический кластер, бренд, туристская дестинация,”Летающая душа”.

Abstract: The article examines the brand structure of the pilgrimage cluster "Seven Pirs of Noble Bukhara", which specializes in providing Sufi pilgrimage tourist services, and recommends measures to increase its prestige at the international level.

Keywords: pilgrimage tourism, pilgrimage cluster, brand, tourist destination, "Flying Soul".

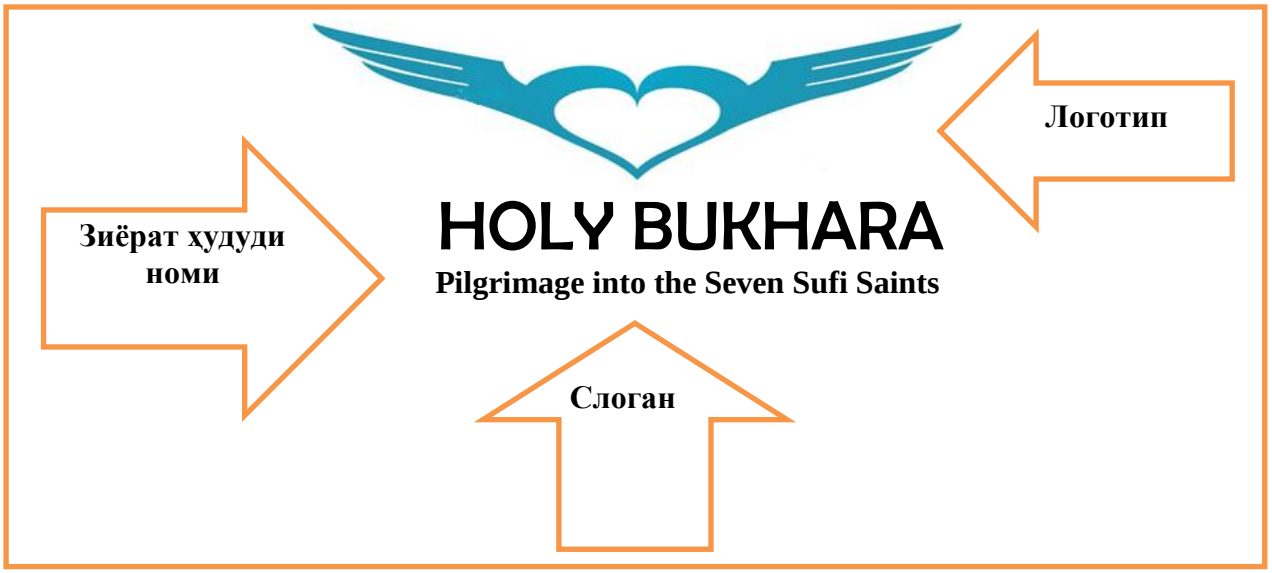
Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2021 йилдаги Олий Мажлисга ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномасида “Туризмни ривожлантириш бўйича 2021 йилда ҳам изчил ислоҳотларни давом эттирамиз.Айниқса, зиёрат туризми ва ички туризмни ривожлантиришга алоҳида эътибор берилади”[38], деб таъкидлади. Ушбу стратегик вазифани муваффақият билан бажариш учун хорижда синалган ва туризм соҳасини ҳудудий жиҳатдан самарали ташкил этиш ва хизмат кўрсатувчи субъектларининг қўшилган қиймат занжири билан боғланишини таъминлашга қодир бўлган кластер ёндашувида зиёрат туризмини ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади.

Бухоро вилоятида суфийлик зиёрат туристик хизматларини кўрсатишга ихтисослашган “Етти Пир зиёрат кластери”ни тузиш ва халқаро миқёсда нуфузини ошириш жараёнида унинг брендини тузиш муҳим ҳисобланади. Мазкур кластер брендининг таркибий тузилиши Н.С.Ибрагимов томонидан тавсия этилган туристик ҳудуд бренди формуласи асосида шакллантириш мақадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Ушбу формулага кўра туристик ҳудуд бренди “Туристик ҳудуд номи + Слоган(шиор) + Логотип”[39] таркибий

[38] Президент Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. https://president.uz/uz/lists/view/4056 [29.12.2020].

[39] Ибрагимов Н.С. Туристик ҳудудни барқарор ривожлантиришнинг устувор йўналишлари.Бухоро.Durdona. 2020. Б:153.

қисмлардан иборат бўлиши маъқул. “Етти Пир” зиёрат кластери брендини шакллантиришда биз зиёрат ҳудуди номи сифатида – “Бухорйи Шариф” (Holy Bukhara) ни танладик. Слоган ёхуд шиор сифатида “Етти Пир суфийлик зиёрати” (Pilgrimage into the Seven Sufi Saints**)** иборасини ва логотип сифатида эса “Парвоз этувчи қалб” рамзини танлашни мақсадга мувофиқ деб ҳисобладик.Биз “Етти Пир” зиёрат кластери брендини қуйидаги кўринишда тавсия этамиз (1-расмга қаранг).



1-расм. “Етти Пир кластери” бренди[40]

“Етти Пир зиёрат кластери” ва унинг брендини халқаро миқёсда рақобатбардошлигини ошириш учун қуйидаги чора-тадбирларини амалга оширилиши биз тавсия этамиз:

1.Ислом ҳамкорлик ташкилоти ва фан-маданият (ISESCO)нинг қарорига кўра 2020 йил 1 январдан эътиборан қадимий ва навқирон Бухоро шаҳри Ислом маданияти пойтахти унвонини қабул қилиб олиши ва ушбу брендининг халқаро миқёсда нуфузини ошириш учун ҳудудда мавжуд бўлган кўпгина муқаддас жой ва табаррук қадамжоларнинг зиёратчилар нигоҳидан жозибадорлигини ошириш, “Етти Пир” зиёрат кластерининг таклиф тизимини диверсификатциялаш ва ҳудудга наф келтира олишга қаратилган чора-тадбирларни ишлаб чиқиб, амалга ошириш.

2.“Хожагон-Нақшбандия” таълимоти олтин ҳалқаси намояндаларининг табаррук масканлари тўғрисида мукаммал маълумолар банкини яратиб, Бухоро вилоя-тининг “Етти Пир” зиёрат кластерининг электрон платформасига киритиш.

[40] Манба: муаллиф ишланмаси.

3.“Етти Пир” зиёрати кластери хизматларга оқилона нарх ўрнатиш стратегияларини қўллаш. Бундай хизматларга нарх ўрнатиш жараёнида нархни шакллантиришнинг “харажат плюс ўртача фойда” усулига асосланишни йўлга қўйиш.

4. Зиёрат туризмига мослаштирилган зиёрат-воситачилик маркетинг хизматларини республикамизда ташкил қилиш эвазига кириш зиёрат туризми жадал ривожлантириш.

5.“Етти Пир” зиёрат кластери хизматларига бўлган талабни ўрганиш, зиёратчиларни турли аломатлари билан сегментлаштириш; мақсадли зиёратчи гуруҳларининг хулқ-атворлари ва талаб-эҳтиёжларини ўзига хусусиятлари аниқлаш каби маркетинг чора-тадбирларни кўриш.

6. “Етти Пир” зиёратгоҳлари йўл ёқаларида пир-.....ларнинг тариқатларини реклама шаклида жойлаштириб, ташвиқот-тарғибот ишларини фаоллаштириш.

7.Етти Пири комиллари ҳаётлари ва тасаввуфий ғояларини ўзбек, инглиз, араб тилларида қисқача матнларини тузиб, ҳар бир зиёратгоҳда QR-кодлаштиришни ташкил этиш.

8.Олий ўқув юртларида зиёрат туризми таълим йўналишлари ва магистратура мутахассисликлари бўйича кадрларни тайёрлашни йўлга қўйиш.

9.Етти Пир муқаддас қадамжоларда фаолият кўрсатадиган имом-хатиблар учун зиёрат туризми бўйича маҳорат дарсларини ташкил этиш.

10.Бухоро вилоятидаги “Етти Пир” зиёрат дестинацияси (ҳудуди)ни Ўзбекистон ҳукумати томонидан ЮНЕСКОнинг Инсоният номоддий мероси репрезентатив рўйхатига киритиш учун тайёргарлик ишларини кўриш.

Шундай қилиб**,** Ўзбекистоннинг янги – “ Бухоройи Шарифнинг Етти Пир зиёрати” туристик йўналиши бўйлаб суфийлик зиёратига ихтисослашган кластерни ташкил этилиши натижасида, Бухоро вилоятининг 5 та туманида умумий узунлиги қарйиб 120 километр масофада тарқоқ жойлашган еттита пири комиллар зиёратгоҳларини ягона сайёҳлик маршрутига бирлашиш имкони яратилади. Тарқоқ жойлашиб келган зиёратгоҳларни кластерлаштириш механизмини қўллаш туфайли ягона кластер доирасида бирлатириш натижасида “Етти Пир” зиёратгоҳлари бўйлаб ички ва ташқи зиёратчиларининг оқимини кескин оширишга олиб келади.

И.Х.Насимов – доцент Международный университет туризма «Шелковый путь», Ph.D,
С.А.Тураева – магистрант Международный университет туризма «Шелковый путь»

УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ ИМИДЖА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: В статье рассматриваются различные подходы к определению понятия «имидж», проблема и особенности формирование имиджа в гостиничном предприятии, основные элементы имиджа, условия и факторы, влияющие на создание внутреннего и внешнего образа гостиницы. Именно через имидж до широкой публики доводится мысль, что коммерческая деятельность гостиницы имеет своей целью качественное удовлетворение потребностей людей. Сформировавшийся образ гостиничного предприятии говорит о его имидже среди потребителей услуг. Главной особенностью формирования имиджа гостиничного предприятия является зависимость восприятия данной гостиницы от туристской дестинации, на которой она располагается, немаловажная роль заключена в визуализации имиджа предприятия, уровне инновационности, качества оказываемых услуг и др.

Ключевые слова: *имидж, формирование, гостиничное предприятие, услуги, особенности, конкурентоспособность, специфика.*

Annotatsiya: Maqolada "imidj" tushunchasini ta'riflashga turli xil yondashuvlar, mehmonxona xo’jaligida tasvirni shakllantirish muammosi va xususiyatlari, tasvirning asosiy elementlari, ichki va tashqi imidjni yaratishga ta'sir qiluvchi omillar va omillar muhokama qilinadi. mehmonxona. Aynan tasvir orqali mehmonxonaning tijorat faoliyati odamlarning ehtiyojlarini sifatli qondirishga qaratilgan g'oya keng jamoatchilikka etkaziladi. Mehmonxona xo’jaligining shakllangan imidji uning xizmatlar iste'molchilari orasida obro'si haqida gapiradi. Mehmonxona xo’jaligi imidjini shakllantirishning asosiy xususiyati ushbu mehmonxonani idrok etishning u joylashgan turistik manzilga bog'liqligidir, taqdim etilayotgan xizmatlarning sifati va boshqalar.

Kalit so'zlar: *imidj, shakllanish, mehmonxona xo’jaligi, xizmatlari, xususiyatlari, raqobatbardoshligi, o'ziga xosligi.*

Abstract: The article discusses various approaches to the definition of the concept of "image", the problem and features of the formation of the image in a hotel company, the main elements of the image, conditions and factors influencing the creation of the internal and external image of the hotel. It is through the image that the idea is conveyed to the general public that the commercial activity of the hotel is aimed at satisfying people's needs in a quality manner. The formed image of the hotel company speaks about its image among consumers of services.The main feature of the formation of the image of a hotel enterprise is the dependence of the perception of this hotel on the tourist destination on which it is located. An important role lies in the visualization of the enterprise image, the level of innovation, the quality of services provided, etc.

Key words: *image, formation, hotel company, services, features, competitiveness, specificity.*

Имидж – это создаваемый различными графическими и коммуни-

кационными средствами образ, отражающий реальность и воображаемые характеристики, которые вызывают в сознании целевой аудитории определенные необходимые установки относительно предприятия, в том числе являются способом привлечения клиентов, вызывая у них ощущение доверия. История возникновения имиджа уходит в далекую древность, разделяясь при этом на две точки зрения относительно самого термина. Некоторые исследователи полагают, что слово «имидж» произошло от латинского «imago», что в переводе значит «образ», а также от слова «imitari», что означает имитировать. В связи с этим толковый словарь рассматривает имидж как искусственную имитацию, преподнесение внешней формы объекта [8, с. 103].

Часть исследователей же придерживается мнения о том, что термин происходит от английского слова «image», которое переводится как «образ, изображение, подобие», а также как «создавать изображение, отображать, символизировать» [4, 7]

Рыночная трансформация экономики Узбекистана, насыщение рынка товаров и услуг, создание конкурентной среды актуализируют необходимость использования фирмами маркетинговых технологий, одним из элементов которых является формирование и укрепление корпоративного имиджа. Особое значение он приобретает для сферы услуг, ибо в силу специфики самих услуг потребители при выборе их производителя все больше опираются на его имидж, деловую репутацию. Главной особенностью формирования имиджа гостиничного предприятия является зависимость восприятия данной гостиницы от туристской дестинации, на которой она располагается. Такой подход заключается на присвоении каждому гостиничному предприятию имиджа всего курорта и всех находящихся там гостиничных предприятий в целом, поскольку у туриста, скорее всего, уже есть сформированное представление о дестинации, которое основывается не только на туристской привлекательности региона, а и совершенно посторонних аспектах, таких как, например, особенности менталитета населения, уровень экономического развития или политическая обстановка, которые так или иначе способны оказывать влияние на ключевые характеристики выбора гостиницы клиентом.

Инструменты формирования имиджа предприятия – это, прежде всего PR и реклама; а также к ним относят торговую марку, фирменные знаки, дизайн продукции и интерьер офисов, внешний облик персонала, этические нормы, на которые предприятие ориентируется в своей деятельности. Кроме того, фирменными могут являться основные характеристики производимого и реализуемого товара. При этом имидж предприятия складывается из двух компонентов: рационального и эмоционального. Рациональная составляющая связана с текущей производственно-сбытовой деятельностью, а эмоциональная – с восприятием образа компания. [5,7].

Как правило, если мы говорим об имидже организации, мы подразуме-

ваем корпоративный имидж. Корпоративный имидж – это образ организации, который нужно транслировать потенциальным клиентам (то, какое впечатление вы хотите произвести). Эффективный корпоративный имидж может строится только на основе целостной микрокультуры, существующей компании. [8, с.17] Корпоративная культура – это внутреннее состояние организации. В наиболее общем виде она обычно определяется как система коллективно разделяемых ценностей, убеждений, традиций, стереотипов и норм поведения. Если расшифровать это понятие, мы получим конкретные проявления элементов корпоративной культуры той или иной организации. Например, в качестве ценности может быть принят тезис «качественное обслуживание», в качестве формальной философии – «клиент всегда прав», в качестве групповых норм – обращение по именам или ненормированный рабочий день. В ходе совместной деятельности в организации вырабатывается система оценок, влияющих на восприятие ситуации, людей и картины мира в целом. Возникают корпоративные правила игры, нарушение которых рассматривается как девиация и оценивается как «некорпоративное поведение». Освоение и выполнение этих корпоративных «правил игры» является как условием корпоративного членства, так и в конечном счете фактором карьерного роста. Корпоративные ритуалы, корпоративный тезаурус, корпоративные символы и метафоры – все эти компоненты очерчивают границы данной корпорации и составляют основу ее идентичности. Они создают основу для формирования общности на основе оппозиции «мы - они», которая при более резкой поляризации трансформируется в оппозицию «свои – чужие». [6, с.219]

Формирование имиджа производится в соответствии с мастер-планом, который состоит из 4 основных частей:

- создание фундамента;
- внешнего имиджа;
- внутреннего имиджа;
- неосязаемого имиджа.

Каждая из частей направлена на достижение трех главных задач:

1. Достижение высокого уровня компетенции и эффективная работа с покупателем.
2. Поддержание имиджа успешной компании, который заставляет покупателя поверить в вас.
3. Установление эмоциональной связи с покупателем и обществом [7, с.158]

Мастер план поможет построить прочный фундамент формирования эффективного внутреннего и внешнего имиджа.

✓ Осязаемый имидж – то, что покупатель может увидеть, понюхать, услышать, потрогать, и попробовать, то есть, по сути дела товар или продукция компании.

✓ Неосязаемый имидж - ответная реакция покупателя на осязаемое, на обслуживание и отношение к нему сотрудников компании, сервис. Неосязаемый имидж – это также отношение персонала к работе и его эмоциональный настрой, которые влияют на репутацию компании так же, как и более осязаемые, видимые элементы имиджа. Именно сотрудники фирмы представляют ее перед покупателем, создают важнейшую эмоциональную связь компании с клиентами.

✓ Внутренний имидж – атмосфера внутри компании, позитивное и негативное отношение сотрудников к руководителям и политике компании, которая выражается прежде всего в степени преданности сотрудников своей фирме.

✓ Внешний имидж – воздействие первых трех факторов плюс общественное мнение, формируемое рекламной компанией, качеством продукции, связями со средствами массовой информации и общественной работой.

✓ Создание положительного имиджа – нечто большее, чем просто хорошая рекламная компания, это – сложный и многосторонний план, все части которого взаимосвязаны и взаимозависимы. План наиболее эффективен тогда, когда все его разделы работают вместе. Таким образом, Мастер-план поможет оценить ситуацию, сложившуюся в компании.

На данный момент известны 10 правил, которые могут создать благоприятный имидж гостиничного предприятия.

1. Проведение мониторинга отзывов в Интернете о гостинице.
2. Привлекать и информировать сотрудников.
3. Быть проактивными.
4. Убеждать удовлетворенных клиентов писать отзывы.
5. Анализировать / улучшать.
6. Использовать отзывы гостей. Помнить, что отзывы могут оказывать большое влияние. Автоматизировать сбор информации.
7. Добавить виджеты.
8. Участвовать в дискуссиях на форумах, в блогах, социальных сетях [10].
9. В формировании имиджа гостиничного предприятия, участвуют все виды рекламы и PR, здесь главное средство поддержания и создания образа гостиницы — это фирменный стиль, который стоит очень дорого.
10. Фирменный стиль — это набор цветовых, графических, словес-ных, типографических, дизайнерских постоянных элементов, обеспечи-вающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления [9].

Таким образом, имидж гостиницы состоит из разных элементов, которые, чтобы эффективно функционировать, должны быть единым целым. Немаловажную роль при этом имеет внутренний имидж отеля, т. е. образ-представление и отношение, которые сложились в среде работников. Деятельность по формированию внутреннего имиджа гостиницы очень сложна. Она направлена на формирование определенных настроений, чувств,

отношений. Пренебрегать ей экономически нецелесообразно и неразумно. Среди главных задач, связанных с созданием внутреннего имиджа отеля, можно выделить следующие:

– эффективная система внутрикорпоративной коммуникации);

– формирование организационной культуры (продвижение и определение во внутренней среде основных ценностей организации;

– поддержание и создание благоприятного социально

— психологического климата (взаимоотношений в коллективе) [11].

Таким образом, анализ ситуации на рынке гостиничных услуг позволяет сделать вывод о том, что конкурентная борьба сейчас в основном ведется не между гостиницами, а между их имиджами. Имидж отеля должен соответствовать реально существующему образу, отличаться от образов других гостиниц, быть динамичным, чтобы не устаревать и не выходить из моды, и в то же время казаться неизменным. Имидж гостиницы должен быть эффективным и привлекательным для всех гостей.

Список использованной литературы:

1. Back, K.J., Parks, S.C., 2003. A brand loyalty model involving cognitive, affective, and conative brand loyalty and customer satisfaction. Journal of Hospitality & Tourism Research 27, 419-435.
3. Горчакова Р.Р. Имидж организаций // Актуальные вопросы экономических наук. 2014. №25-1. С.82-86.
4. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий. Учебное пособие (Издание 3-е, исправленное и дополненное), М., ЮРАЙТ, 2017.
5. Dzhandzhugazova E.A., Zaitseva N.A., Larionova A.A., Pervunin S.N.The Russian hotel market: condition and development under the crisis. Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Т. 6. № 3. С. 289-297.
6. Даулинг, Г. Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности [Текст] / Г. Даулинг. – М..: Имилж-Контакт. 2003. – 368 с.
7. Джи, Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение [Текст] / Б. Джи. – Спб.: Питер.2000. – 370 с.
7. Джанджугазова Е.А. Инновационный комплекс маркетинга гостиницы: «семь чувственных нот гостеприимства. Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. Т. 2. № 3. С. 17-27.
8. Калиева О.М., Хасанова Ю.С. К Дискуссии о сущности корпоративного имиджа // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук . 2014. №4. С.103-106.
9. Макиенко А. Л., Харитонова Н. В. Бренд отеля и его значение в формировании позитивного имиджа (на примере «Hilton Garden Inn Perm»)/ А. Л. Макиенко А. Л., Харитонова Н. В. В сборнике: География и туризм. Сборник научных трудов. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет». — Пермь, 2014. С. 141–149.
10. Сидорина Т. В. Метод оценки имиджа организации / Т. В. Сидорина // Наука в современном мире: приоритеты развития. — 2016.- № 1 (2). — С. 116–118.
11. Хаялеева Э. М. Имидж как фактор конкурентоспособности гостиничного предприятия / Э. М. Хаялеева // В сборнике: Россия молодая Сборник материалов VII Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным участием. 2015.

M.Matniyozov – assistant teacher at Ugench State University
D.Qodirova – 2nd year student at Urgench State University,
G.Yuldoshev – 2nd year student at Urgench State University

THE ROLE OF THE KHOJA UBBON SHRINE IN THE DEVELOPMENT OF PILGRIMAGE TOURISM IN OUR COUNTRY AND IN GETTING RID OF VITILIGO

Abstract: This article examines the development of the Hoja Ubbon Shrine, which combines pilgrimage tourism and health tourism with the visits of pilgrims and patients with vitiligo.

Keywords: tourism, pilgrimage tourism, health tourism, pilgrimage, vitiligo.

Annotatsiya: Ushbu maqolada ziyoratchilarni va "vitiligo" kasalligiga chalingan bemorlarni tashrif buyurishi bilan ziyorat turizmi va sog'lomlashtiruvchi turizmni o'zida mujassamlashtirgan Xoja Ubbon ziyoratgohini rivojlantirish tadqiq etilgan.

Kalit so'zlar: turizm, ziyorat turizmi, sog'lomlashtiruvchi turizm, ziyoratchi, vitiligo.

Аннотация: В этой статье рассматривается развитие святилища Ходжа Уббон, которое сочетает паломнический туризм и оздоровительный туризм с посещениями паломников и пациентов с витилиго.

Ключевые слова: туризм, паломнический туризм, оздоровительный туризм, паломничество, витилиго.

Introduction. The fields that make a country popular in the world the most and the fastest are: sports, science, and art and tourism. There are many types of tourism such as: pilgrimage tourism, eco-tourism, sports tourism and others. In recent years, tourism has made a huge contribution to world exports, accounting for 11 percent of global GDP. The COVID-19 pandemic has caused significant damage to tourism. As the President of the Republic of Uzbekistan Sh. Mirziyoyev noted: “Uzbekistan is a country that is convenient for both travel and pilgrimage, because our ancestors, who are known and famous all over the world, have always lived in our homeland. Interest in the rich spiritual and cultural heritage left by them in the international arena is huge. To further develop the industry, first of all, it is a must to improve the necessary infrastructure. "We can proudly say that our ancestors left an indelible mark on the world, that is, made a great contribution to world civilization. Every inch of Uzbekistan is sacred, every inch of land is a place of pilgrimage." There are three main types of visiting tourism:

Pilgrimage, Excursions on religious topics, Specialized excursions that bring together pilgrims and tourists.

There are more than one and a half billion Muslims in the world. Pilgrimage for Muslims - Visiting religious sites for the purpose of visiting Islamic monuments, visiting holy shrines and making donations. In our country, this is called “Ziyorat”, and it strengthened the aspirations of Muslims around the world to our country. The number of tourists visiting the holy shrines in Uzbekistan, as well as those traveling from abroad for religious and pilgrimage purposes has increased

significantly. In 2018, the number of foreigners visiting the Republic of Uzbekistan increased by 2.3 times compared to 2017. The growth of pilgrimage tourism will further increase the material potential of our country. Pilgrimage tourism is an integral part of modern tourism.

Literature review: Pilgrimage tourism is one of the most rapidly developing tourist destinations in Uzbekistan, which has all the opportunities for this, John Elsner (1992). Pilgrimage is not just sightseeing: it is, first of all, to feel the spirit of the great, to draw strength from the spiritual environment, to understand the status and attitude of the great, the most eternal truth about life and living, to enrich the soul with this truth, Xudoyarov.A (2019). Besides, we are cured of some diseases in the world that even scientists cannot find a cure for, in such great places, Dadamuhamedov. A (2019).

One such shrine is the shrine of Hoja Ubbon. The Khoja Ubbon shrine is located in the Urgench Desert, about 50 kilometers northeast of Bukhara. Bukhara has long been a city rich in ancient monuments, B.Ruzmetov et al (2020). Examples include the Khan's Palace, the ARK Fortress, the Labi Pool Ensemble, the Kalon Minaret, and the Seven Pir Shrines. The shrine of Khoja Ubban ibn Usman ibn Affan was one of the most sacred places in the Bukhara oasis since the introduction of Islam for the first time, where a huge historical building – a spring - was built in the XIV century. Hoja Ubban ibn 'Uthman ibn Affan was a jurist, hadith scholar, reciter, and guardian who lived in the late seventh and early eighth centuries and was educated by the Companions of the Prophet (SAW). He was given the prophecy to cure various diseases. When Genghis Khan came to Uzbek lands, he ordered leprosy as well as viltigo patients to gather in a small area under Samarkand. No one understood why, especially Uzbeks in Samarkand and Bukhara were terrified of vitiligo. A rich man lived at the time and had a nine-year-old son. In him, vitiligo began to appear and grow. Fearing the bad words, the father ordered his servants to throw him into the desert, but the boy survived. He walked for a long time and fainted. The child was found by a saint who lived in the desert and healed people. The saint found the child and kept him in his house. The boy helped him with household chores, drank water from a spring, and in turn was bathed in the sun. The child recovered from vitiligo. The area around the site of the Khoja Ubbon shrine was inhabited in the early AD and later became a place of pilgrimage. Life went on here because there was a well of healing water and people were healed from its water. Hoja Ubbon has long been a place famous for its healing waters. Patients from all over the country come here to be treated for vitiligo. To prevent and completely cure the appearance of white spots on the skin of some people due to lack of vitamins and various consequences, sunlight in this area, the healing water of the spring and the healing properties of the soil are used. Those seeking healing from other regions are treated from March to October. The treatment process includes drinking well water and sunbathing from 7:00 to 10:00 and from 16:00 to 19:00. The water of the well at Hoja Ubbon is rich in minerals, has a slightly bitter taste, and has been used to treat people suffering from skin diseases.

According to scientists, the sun is the most convenient place to treat skin diseases by spreading a lot of red infrareds in the area. At first glance, the place is reminiscent of a medieval abandoned village with muddy hospitals, divided into small rooms where 3-5 people live and cook for themselves. However, there is a shop here that sells amenities, gas and electricity, and even products and household necessities.

Conclusion. The healing properties of the well water, sunlight, and soil have not been fully studied on a scientific basis. Of course, in the future it is necessary to conduct scientific research, to scientifically substantiate the importance of this place, to turn this place into a real place of treatment and rest. First of all, it is necessary to modernize the Khoja Ubbon complex and the roads leading to it, to build new buildings here, to completely reorganize it on the basis of modern medical standards. The level of infrastructure development in Uzbekistan is not meeting the needs of foreign tourists. Therefore, the number of tourists visiting Uzbekistan is much lower than the number of tourists visiting other developed and developing countries. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan "On the development of pilgrimage tourism in our country" dated December 2, 2016 No 4861, August 16, 2017 "Priority measures for the development of tourism in 2018-2019 Resolution No. 3217 "On measures to accelerate the development of tourism in Bukhara region and the city of Bukhara in 2017-2019" and Resolution No. PP 2980 "On the reconstruction of historical sites in the region" and the task of rehabilitating the neglected lands around them. However, due to the COVID-19 pandemic, these studies have not been fully implemented. The COVID-19 pandemic has had a negative impact not only on the tourism sector, but on all sectors, and has led to a slowdown in the world economy.

References

1. Bakhtiyor Ruzmetov, Sherzodbek Ruzmetov, Shoxzod Bakhtiyarov (2020), *Journal of Critical Reviews*. Regional characteristics of the development of pilgrimage tourism in Uzbekistan and in the main points of the great Silk Road.
2. John Elsner 1992 Pausanias: A Greek Pilgrim in the Roman World Oxford University Press
3. Dadamuhamedov, Alimjon (2019) "The role of information and communications technologies in pilgrimage tourism in Uzbekistan," *The Light of Islam*: Vol. 2019 : Iss. 1 , Article 17. Available at: https://uzjournals.edu.uz/iiau/vol2019/iss1/17
4. Xudoyarov, Anvar PhD (2019) "Specific organizational and economic aspects of the development of pilgrimage tourism in uzbekistan," *The Light of Islam*: Vol. 2019 : Iss. 4 , Article 39.Available at: https://uzjournals.edu.uz/iiau/vol2019/iss4/39
5. Muhamedov Odil Lapasovich, Nematov Ozodbek Nematovich,Zikirov Bakhtiyor Yakubovich, Usmanov Mashrab Rustamovich, Fayzulla Tolipov.(2019). Historical and ethnographic characteristics and socio-spiritual factors of visiting tourism in uzbekistan. doi: 10.31838/jcr.07.06.11
6. Uzbek Tourism (2020). Analytical materials of Uzbek Tourism State Committed of Uzbekistan. Available at https://uzbektourism.uz/en/research [accessed November 3, 2020]
7. Lex.uz. (2020). *Resolution of the President of Uzbekistan on Additional measures to the development of tourism sector in following the requirements of the strengthened sanitary-epidemiological security regime* №4755. Available online: https://www.lex.uz/docs/-4862987 [accessed on 19 June 2020].

К.А.Маматкулова – старший преподаватель кафедры «Обучения языкам» СамИЭС
А.Хотамов – студент группы Мн-217 СамИЭС

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАНАДЕ

Аннотация: Туризм является одним из способов познания природы, культуры, обычаев, традиций, языков, народностей, истории и мира в целом. Среди туристов особую популярность приобрел экскурсионный туризм, представляющий собой самые разнообразные походы, поездки и путешествия, целью которых является ознакомление с памятниками архитектуры, природы или важными достопримечательностями страны. В статье рассказывается об особенностях развития туризма в Канаде.

Ключевые слова: федеративное государство, конституционная монархия, мореплаватель, содружество, доход, темпы роста, фактор, сектор.

Annotasiya: Turizm bu tabiatni, madaniyatni, urf-odatlarni, tillarni, millatlarni, tarixni va umuman olamni anglash usullaridan biridir. Sayyohlar orasida ekskursiya turizmi o'ziga xos mashhurlikka erishdi, bu turli xil sayohatlar bo'lib, ularning maqsadi mamlakatning me'morchiligi, tabiati yoki diqqatga sazovor joylari va yodgorliklari bilan tanishishdir. Maqolada Kanadada turizmni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari tasvirlangan.

Kalit so'zlar: federal davlat, konstitutsiyaviy monarxiya, navigator, hamdo'stlik, daromad, o'sish sur'atlari, omil, sektor.

Abstract: Tourism is one of the ways of learning about nature, culture, customs, traditions, languages, nationalities, history and the world in general. Among tourists, excursion tourism has gained particular popularity, which is a wide variety of hikes, trips and trips, the purpose of which is to get acquainted with the monuments of architecture, nature or important sights of the country. The article describes the peculiarities of tourism development in Canada.

Keywords: federal state, constitutional monarchy, navigator, commonwealth, income, growth rates, factor, sector.

Канада - федеративное государство, занимающее большую часть материка Северной Америки и примыкающие многочисленные острова. Слово «Канада» было впервые упомянуто французским мореплавателем Жаком Картье в 1535. Жители индейской деревни Стадакона (находившейся на месте современного города Квебек) называли так земли, принадлежавшие их племени. Впоследствии французы использовали это название для обозначения своих владений по р.Св. Лаврентия, причем их северо-западная граница не была точно установлена.

Первая французская колония на р.Св. Лаврентия официально стала именоваться Квебек, а название «Канада» англичанами стало использоваться в более широком смысле. В 1791 было введено разделение на Верхнюю и Нижнюю Канаду, что соответствует современным провинциям Онтарио и Квебек. В 1867 название «Канада» распространилось на вновь созданную

федерацию. Канада представляет собой конституционную монархию, входящую в состав британского Содружества. В административном отношении она делится на 10 провинций и 3 территории.

Канада - одна из ведущих стран мира, занявшая в 2017 г. 11 место по объему въездного туристического потока и доходам от туризма и 12 место - по расходам канадских туристов за рубежом. Доля Канады в туристических прибытиях и убытиях мира составляет 2,5%, в туристических доходах и расходах – 2,1%.

Рекреационно-географическое положение Канады определяется позитивными и негативными факторами. Среди позитивных следует выделить следующие. Во-первых, положение в Азиатско-Тихоокеанском регионе, самом динамичном в социально-экономическом и туристическом отношении регионе мира. Доля западного сектора АТР (Восточная и Юго-Восточная Азия, Австралазия и Океания) выросла с 1-3% до 17-19% от общемировых объемов основных туристических показателей. Темпы развития туризма в Американском секторе АТР несколько ниже. Во-вторых, наличие по соседству такого туристического гиганта, как США. Соединенные Штаты Америки - мировой лидер по доходам и расходам на международном туристском рынке. Туристический вес страны в Американском секторе АТР по разным показателям составляет 60-70%. Это определяет высокую зависимость въездного и выездного туризма Канады от этой страны. В-третьих, наличие обширного выхода к морям трех океанов. До появления реактивных самолетов и аэробусов море играло важную роль в перевозках туристов, особенно на европейском направлении. Развитие морских видов туризма ограничено северным положением страны. Однако живописность морских побережий, наличие на берегу природных и культурных памятников является основой развития круизного туризма, в том числе в Арктике. В-четвертых, значительные размеры страны. Размеры – это не только запасы земельных ресурсов, они определяют разнообразие рекреационных ресурсов (несколько природных поясов, горные, равнинные и приокеанические территории).

Такой фактор, как неравномерность размещения населения, социальной и транспортной инфраструктуры имеет как положительное, так и отрицательное значение. Благодаря тому, что значительная часть территории страны - малоосвоенные и «дикие» территории, существуют прекрасные условия для природных видов туризма. С другой стороны локальный характер развития социальной и транспортной инфраструктуры ограничивает возможности организации туристической деятельности на обширных территориях.

К негативным факторам следует отнести, в первую очередь, относительную удаленность Канады от основных туристических рынков мира (за исключением США) – Европы (более половины мирового туристического потока) и Восточной Азии (более 10% мирового потока, преимущественно из

Японии и Китая). Во-вторых, наличие сухопутной границы только с одной страной (США). Сочетание этих двух факторов ограничивает географию и размеры туристических потоков в\из Канады и обуславливает абсолютное доминирование США во взаимных людских и валютных туристических потоках.

Характеристику рекреационных ресурсов кратко и достаточно точно дает известная фраза, что в «Канаде много географии и мало истории». В мировой туристической специализации Канада выделяется в первую очередь развитием природных видов туризма, как массовых (посещение национальных парков), так и элитных (экстремальный туризм). В Канаде великолепно развит экологический туризм. Не случайно в 2002 году, который был объявлен ЮНЕСКО годом экологического туризма, в Квебеке был проведен Всемирный саммит по экотуризму, в котором приняли участие более 1000 делегатов из 132 стран. Организационными центрами природного туризма являются в первую очередь национальные парки, наиболее известны – Банф, Дайносор, Глейшер, Иохо, Баффало.

Удельный вес Канады в туриндустрии Азиатско-Тихоокеанского региона в туристических потоках составляет 8,7%, в туристическом валютном обороте – 5,0%. Значение Канады в туристической системе АТР в последнее время снижается из-за очень быстрого развития туризма в азиатском секторе АТР. Кроме того, туризм Канады сильно пострадал от теракта в США 11 сентября 2001 г. и эпидемии атипичной пневмонии в 2003 г и эпидемии Covid-19 в 2020 г. В эти периоды значительно сократились как въезд, так и выезд туристов. Если в 2000 г. канадцы потратили за границей 12,1 млрд. долл., в 2001 г. – 11,6 млрд., то в 2003 г. – 9,9 млрд. долл. По расходам на туризм Канада за это время переместилась с 8 на 12 место в мире. Только за 2003 г. мировой рейтинг Канады по туристическим прибытиям снизился с 8 места до 11.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе Канада длительное время уступала только США по количеству иностранных туристов. Бурное развитие въездного туризма в Китае вывело его на 5 место в мире и второе в регионе. В ближайшие годы Китай выйдет на первое место в регионе, а возможно и в мире. В ближайшие годы Канада уступит третье место Мексике, потенциал которой во въездном туризме выше. Другие страны АТР пока значительно уступают Канаде во въездном туризме, но следует учитывать, что темпы развития туриндустрии в Таиланде, Гонконге и особенно в Малайзии значительно выше

Позиции Канады в туристических доходах АТР более скромные. Абсолютным лидером по доходам от туризма являются США, которые в два раза опережают Испанию, занимающую вторую строчку в мировом рейтинге и в три раза Китай. По туристическим доходам Канаду обошли Китай и Гонконг, в ближайшее десятилетие ее должны обогнать еще несколько стран АТР. Основная причина низкого удельного веса Канады в туристических

доходах связана с кратковременностью поездок в страну, т.к. основная часть прибытий происходит из приграничных районов США.

Хотя в Канаде, как и в других высокоразвитых северных государствах преобладает выездной туризм, позиции страны в АТР по расходам на туризм еще более скромные. Это также связано с преобладанием кратковременных поездок канадцев в приграничные районы США. Напомним, что расходы канадцев за рубежом с 2001 г. значительно сократились.

Туристическое сальдо Канады стабильно отрицательное. Оно росло в 1980-начале 1990-х гг. достигнув в 1992 г.- 6,4 млрд. кан. дол. (более 5 млрд. дол. США). В дальнейшем сальдо улучшалось и в настоящее время составляет -0,2 млрд. дол. США.

Въездной и выездной туризм Канады имеют четко выраженную сезонность, обусловленную климатическими условиями страны. Пик посещаемости Канады приходится на самые теплые месяцы июль-август, в каждый из этих месяцев прибытия составляют более 3 млн. иностранцев, в то время как в январе лишь 0,7 млн. туристов. Сезонность в выезде канадцев за границу зависит от направления поездок. В северные приграничные штаты США канадцы направляются преимущественно в летнее время, в южные штаты (Флорида, Калифорния и Гавайи) – в зимнее. Хотя в количественном отношении на лето приходится треть годового выездного потока, зимние туристические расходы Канады в 1,5 раза выше из-за дальности поездок.

Выездной поток Канады в основном направлен в США - 73,9% (2017 г.). Подавляющая часть канадцев направляется в приграничные штаты: Нью-Йорк (2,2 млн.чел.), Вашингтон (1,6), Мичиган (1,2). Из 10 самых популярных у канадцев штатов США 7 являются приграничными. Данную закономерность нарушают только Флорида (1,6 млн.), Калифорния (0,9), куда канадцы направляются в основном для морского отдыха, и штат Невада (0,6), известный крупнейшим развлекательным и игорным центром Лас-Вегас. Длительность пребывания канадцев в приграничных районах в США в основном ограничена «уикендом» и составляет в среднем 2-3 дня. Ради отдыха на море выезжают надолго: Флорида (21 день), Гавайи (13), Калифорния (9). В итоге только во Флориде канадские туристы оставляют 2,1 млрд. долл., в Калифорнии 0,8 млрд., на Гавайях 0,6 млрд. долл., что больше чем в любом другом штате США.

В межрегиональных поездках канадцев самая посещаемая страна – Великобритания, на которую приходится примерно 4% турпотока. Это легко объясняется историческими и культурными связями и родством языка. Более 3% выездного потока приходится на Мексику, ближайшую после США страну, посещение которой возможно и наземным транспортом. Мексика является важным экономическим партнером Канады, интерес представляют также ее морские курорты и культурные достопримечательности. Несмотря на исторические связи и общность языка, на Францию приходится всего 2,5%. К числу наиболее популярных дестинаций выездного туризма Канады

относятся островные государства Карибского бассейна, специализирующиеся на морском туризме: Куба (1,9%), Доминиканская Республика (1,4%). В десятку ведущих дестинаций канадских туристов входят Германия, Италия, Нидерланды, и только во второй десятке популярных направлений представлены страны западного сектора АТР: Китай, Гонконг, Япония и Австралия. Однако именно эти страны лидируют по расходам канадцев за границей. За одну поездку средний канадский турист оставляет в Австралии (2,1 тыс.долл.), Китае (1,7 тыс.), Японии (1,5 тыс.). Это в основном связано с удаленностью стран и длительностью пребывания в них. Так средний турист останавливается в этих странах соответственно на 32, 21 и 13 дней, в то время как в Мексике на 10 дней, в США в среднем на 7 дней.

Выше отмечена особая роль США как лидера на канадском рынке выездного туризма. В туристических прибытиях в Канаду доля США еще выше и составляет 80,6%. Позиции и доля Великобритании, Франции и Германии соответствуют описанной выше географии убытий. Однако в туристических прибытиях в Канаду существенно выше доля стран АТР: Япония (2,1%), Мексика (0,8%), Республика Корея (0,7%), Австралия (0,7%), Гонконг (0,6%). Больше всего денег за один день пребывания в Канаде оставляют японцы - 136 дол., туристы из США – 130 дол., большинство других стран - менее 100 дол. [4,5]. Однако больше всего денег за поездку в Канаду оставляет китайские туристы – почти 2000 дол., что обусловлено продолжительностью их пребывания в Канаде (26 дней), больше чем представитель любой другой страны. Это, видимо, этнические поездки к китайцам, проживающим в Канаде. Значительная часть поездок китайцев, индийцев, отчасти корейцев - лидеров по длительности пребывания в стране, видимо, связана с поиском заработка, но при этом истинная цель поездки в Канаду скрывается под «туризмом».

Основные направления приезда иностранных туристов в Канаду – города Торонто (3,7 млн. чел.), Ванкувер и Монреаль. Четвертое место по популярности среди туристов принадлежит двум небольшим городам-спутникам Сент-Кентеринс и Ниагара и связано с приездом на водопад Ниагара. Ниагара – самый известный и посещаемый водопад мира, при этом канадская часть водопада более живописна. Данный ресурс активно эксплуатируется туризмом, вблизи водопада построены многочисленные отели, предприятия развлечения, смотровые площадки, канатные дороги. Посмотреть на водопад ежегодно приезжает до 2 млн. человек [4]. Это притом, что в города Квебек, Виктория, Оттава прибывает менее чем по 1 млн. туристов в год.

Среди туристских целей иностранных гостей отмечается очень высокий интерес к природе – 21%. Почти 12% туристов посещают национальные парки, 2,3% туристов приезжает ради сплавов по рекам на каяках, каноэ или плотах. Популярны также рыбалка, отдых на природе, спортивные маршруты, экскурсии на природу – 6,7%. Одной из главных целей посещения страны

является «осмотр достопримечательностей», где также немалую долю составляют природные объекты, например Ниагара. Таким образом, по доле природной составляющей в целях иностранного туризма, Канада - ведущая среди высокоразвитых стран мира. Среди целей приезда выделяется также «шопинг» (19,7%), что также выделяет Канаду среди развитых стран. Это обусловлено краткосрочными приграничными поездками жителей США. Высока также доля лиц, приехавших в Канаду навестить знакомых и родственников (12,7%), что естественно для переселенческой страны.

Таким образом, Канада является страной с высокоразвитой индустрией туризма, в которой объемы въездного и выездного туризма находятся в относительном равновесии. В последние десятилетия в Канаде преобладал выездной туризм и, по оценкам, до 2025 г. он сохранит лидерство. По данным ВТО среди мировых лидеров выездного туризма Канада будет занимать девятое место, что составит более 30 млн. туристов или 2% мирового туристического потока. Во въездном туризме к 2025 г. ожидается, что Канада отодвинется на 15-16 место. В тоже время для для нас очень полезен опыт Канады в территориальной организации туризма малоосвоенных пространств.

Список использованной литературы:

1. Масляк П.О., Олейник Я.Б., Степаненко А.В. Словарь – справочник ученика по экономической и социальной географии мира. – К.: Либра, 1996.
2. Энциклопедический справочник: Все страны мира. – М: Вече, 2001.
3. Энциклопедия для детей: Дополнительный том: История 20 века. Зарубежные страны. М.: Аванта +, 2002.
4. Страны мира: краткий энциклопедический справочник / Авт. – сост.: В.А. Аникеев. Издательский Дом А. Громова; Минск; Современный литератор, 2000.

Азизбек Ниязов – независимый соискатель
Умид Ашуров – магистр, эдвайзер в Международном Университете туризма «Шелковый путь»

РОЛЬ АНИМАТОРОВ И ТИМБИЛДИНГА В РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ САМАРКАНДА

Аннотация: Предпосылки для создания научно-образовательной базы для обучения и переквалификации специалистов, организующих и проводящих различного рода интерактивных мероприятий для туристов (аниматоров) и корпоративных развлечений (тимбилдинг)

Ключевые слова: въездной туризм, сфера услуг, аниматоры, тимбилдинг, досуг туристов, Самарканд, центр подготовки, развлечение.

Annotatsiya:Turistlar) va korporativ o'yin-kulgilar uchun turli xil interaktiv tadbirlarni tashkil etuvchi mutaxassis - animatorlarlarni va timbilding – murabbiylarini tayyorlash va qayta tayyorlash uchun ilmiy-o'quv bazasini yaratish omillari va shartlari

Kalit so'zlar: kirish turizm, xizmat ko'rsatish sohasi, animatorlar, jamoani shakllantirish bo'yicha murabbiylar, sayyohlar, bo'sh vaqt, Samarqand, o'quv markazi, ko'ngil ochar tadbirlar.

Abstract: Prerequisites for creating a scientific and educational base for training and retraining of specialists (animators) who organize and conduct various kinds of interactive events for tourists.

Keywords: inbound tourism, service sector, animators, team building coaches, leisure time for tourists, Samarkand, training center, entertainment.

В первый раз понятие «анимация» употребили во Франции в начале XX века. Тогда оно трактовалось как деятельность, усилившая внимание к культуре и творчеству. Нельзя сказать, что до этого момента анимации, как таковой, не существовало. Она имела иные наименования, всевозможные методы проявления. Большое количество современных досуговых занятий корнями уходят в древние шаманские технологии и ритуалы, игровые воздействия и всевозможные торжественные события прошедшего времени[2]

Российские ученые Е.С.Засимович и И.И. Волобуева в своей работе «Новый язык туризма – анимация» пишут: «*Сущность анимации раскрывается через понимание её исторического развития, которое прошло путь от организации досуговой деятельности до анимации как профессии, составляющей туристского продукта и неотъемлемой части экономики впечатлений*» и характеризуют типы анимации, анимационные программы, представляют их классификация по наиболее важным критериям и приводят примеры анимационных мероприятий, в которых отражены историко-культурные особенности отдельных стран[3].

В настоящее время мировую туристическую отрасль просто невозможно представить без сферы развлечений, обогащающих культурную программу для занятия досуга туристов.

Человек, потенциальный потребитель услуг туристической индустрии, который выбирает место проведения своего отпуска, безусловно, ставит перед собой первоочередную задачу отдохнуть, расслабиться, отвлечься от повседневных забот и проблем, получить положительные эмоции и заряд энергии для дальнейшей жизни. Именно психологическое состояние, настроение и эмоции определяют чувство удовлетворенности от проведенного в отпуске времени[4].

Наиболее выделяющимися в этой части являются такие центры мирового туризма, как Турция, Греция и страны Юго-Восточной Азии.

Высококачественная анимация, организованная на программной основе, является ядром концепции и основным конкурентным преимуществом ультрасовременных прибрежных и загородных отелей, санаториев, туристских баз. Оказание анимационных услуг в едином комплексе обслуживания гостей по системе «все включено» позволяет этим предприятиям быть признанными лучшими и высоко конкурентоспособными. Анимационные программы при этом выстраиваются в соответствии с концепциями предприятий сферы гостеприимства, соответствуют их уровню, служат «маркером» высокого уровня качества обслуживания и позиционируются как конкурентные преимущества[5]

Наряду с аниматорскими программами, в туризме появился еще один вид услуг, называемый «тимбилдингом».

Под термином **тимбилдинг** *(дословно с английского teambuilding – командообразование) принято понимать множество мероприятий (корпоративные праздники, командные игры, психологические игровые тренинги), направленных на сплочение и улучшение морально-психологического духа коллектива, создание единой, преданной корпорации (фирме) команды, повышение отдачи от слаженной совместной работы, что в конечном итоге приводит к успехам и финансовому благополучию корпорации в целом.*

Наиболее эффективным, ярким и запоминающимся событием, как правило, является корпоративный выезд на природу, совмещенный с активным отдыхом в виде увлекательных спортивных или интеллектуальных игр и даже экстремальных приключений по специальным сценариям.[6]

Идея командных методов работы заимствована из мира спорта и стала активно внедряться в практику менеджмента в 60 — 70 годы XX века.

Наиболее приближенный к тому тимбилдингу, который применяется в современных компаниях, появился в Америке в 50-х годах XX века. Тогда общеизвестным видом укрепления коллектива было событие, когда сотрудники переодевались в костюмы исторических персонажей и выполняли коллективные задания — вырабатывался «командный дух». В ходе разыгрывания сценок или выполнения заданий сотрудники находили новые точки соприкосновения, лучше узнавали друг друга, что помогало им в совместном труде.

Виды тимбилдинга:

спортивный;

исторический (ролевые игры, в которых воссоздаются события прошлого);

творческий (выполняются креативные задания, которые открывают в сотрудниках творческие резервы);

психологический (игры на понимание друг друга, выявление лидера, тренинги на сплочение).[7]

К сожалению, в настоящее время за редким исключением случайных развлекательных программ, в Самарканде не существует базы профессиональных аниматорских услуг и тимбилдинга, что негативно сказывается на имидже города, как туристического центра, так как посещающие туристы не знают, как занять свой досуг. В результате отсутствия предложений в сфере развлечений, молодое поколение туристов редко выбирают туры в Самарканд и в Узбекистан в целом. Стоит признать, сейчас руководством Узбекистана принимаются меры для создания инфраструктуры и развития сферы развлечений, но не уделяется

должного внимания аниматорам и тимбилдингу, как отдельной структуре сферы развлечений.

Благодаря развитию сферы услуг для проведения свадеб и корпоративов, в последнее время в Самарканде начали появляться предпосылки, в виде частных компаний («Алладин», «Карабас-Барабас», «Showman.z»), предоставляющих аниматорские услуги для проведения детских мероприятий. Также единичные туристические компании пробуют организовать корпоративные мероприятия в формате «Тимбилдинг». Это можно считать первым шагом для дальнейшего развития.

Но для полного развития, следует, в первую очередь, создать научно-техническую базу, на основе которой необходимо организовать учебные центры по подготовке профессиональных аниматоров и специалистов по «тимбилдингу».

Анимационные услуги можно представить в виде:

- анимированных туристических маршрутов, с использованием определенной тематической программы (литературная, музыкальная, театральная, фольклорная);
- дополнительных программ, которые созданы в качестве «поддержки» при форсмажорных обстоятельствах;
- гостиничная анимация, предусмотренная для привлечения туристов в гостиницы и отели на развлекательные программы на их территории.

Следует отметить, что удовлетворенность туристов зависит не только от правильно выбранной анимационной программы, но и от профессионализма работы аниматоров. Специалисты, занимающиеся предоставлением аниматорских услуг должны быть не только специалистами своего дела, но также быть хорошими психологами и обладать такими свойствами как коммуникабельность, чуткость, добродушие, уважение, терпеливость, находчивость, чувство юмора. Наряду с этим, аниматоры должны владеть основами педагогики, риторики и быть стрессоустойчивыми. Аниматоры должны обращать внимание на такие характеристики людей, как: национальность, религиозную принадлежность, особенности мировоззрения, пол, возраст, и так далее.

Для подготовки подобных специалистов, необходимо привлечь профессиональных аниматоров, которые обучат молодых ребят, способных создать и разнообразить развлекательные шоу-программы для культурного досуга туристов

В целях создания Центра аниматоров в Самарканде предлагается принять следующие меры:

- Создать научно-практическую методологическую основу, с учетом последних мировых достижений популярных туристических центров;
- Привлечение опытных отечественных и зарубежных специалистов;
- Объявление и набор учеников из числа выпускников колледжей;
- Обучение теории;

- Закрепление знаний в практике, путем организации мероприятий на местах;
- Аттестация учеников;
- Командировка лучших учеников в одну из стран с развитой системой аниматоров;

При создании аниматорских программ, следует учитывать исторический имидж Самарканда, что способствует развитию сюжетных интерактивных квестов и игр, «перемещающих» гостей в историю древнего Самарканда. На основе целесообразно внедрение таких программ, раскрывающих богатую культуру и историю края и связанную с популярными легендами. В качестве маркетингового хода и популяризации исторических личностей и достопримечательностей Самарканда, аниматорские программы можно назвать «Тайны дворцов Тамерлана», «Заветы Биби Ханым» или «Предсказания Улугбека».

Мистификация и применение эффекта Клиффхэнгера поможет привлечь большую аудиторию для участия и оставит незабываемые впечатления у участников.

Заключение. При успешной реализации проекта в существующих гостиницах, ресторанах и других доступных туристических объектах Самарканда и Узбекистана в целом, будут созданы разнообразные интересные шоу-программы для развлечения туристов. Наряду с этим, планируется создание новых передвижных театров и анимационных точек. Благодаря проекту, обретут специальность и работу безработные выпускники колледжей. В результате обучения профессиональных специалистов в сфере предоставления аниматорских и корпоративных тимбилдинг-услуг, в Самарканде смогут насыщено и интересно проводить своё время молодое поколение туристов, что в свою очередь положительно отразится на увеличении количества молодых туристов и их семей, последующей экономической выгодой для всех представителей туристической отрасли региона.

Список использованной литературы:

2. Егорова Е.Н., Исаева К.В. Особенности маркетинга в экскурсионном туризме Краснодарского края // Евразийское Научное Объединение. 2017. Т. 2. № 2 (24). С. 109-111.
3. Засимович Е.С., Волобуева И.И. Новый язык туризма – анимация. // Современные проблемы сервиса и туризма. 2010. №4. С.41-48. (https://tourlib.net/statti_tourism/zasimovich2.htm)
4. Морева С. Н. Система подготовки кадров как ос-нова профессиональной компетентности специалистов сферы сервиса и туризма // Социально-экономические явления и процессы. Тамбов, 2011г. - № 12. – С. 97.
5. И.И. Булыгина, Е.Н. Гаранина, Н.И. Гаранин Анимация в сфере гостеприимства//Учебное пособие. КНОРУС • МОСКВА • 2018. С6
6. Тимбилдинг в Узбекистане. Корпоративный отдых в Узбекистане. Teambuilding (TBU 01) https://centralasia-adventures.com/ru/uzbekistan/teambuilding_tours/teambuilding_in_uzbekistan.html
7. Что такое тимбилдинг? https://dengodel.com/management/22-chto-takoe-timbilding.htm

И.Р.Бердиқулова – СамИСИ катта ўқитувчиси

САМАРҚАНД ВИЛОЯТИ ҲУДУДЛАРИДА ТУРИЗМ БОЗОРИНИ ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ҚИЛИШНИНГ АҲАМИЯТИ ВА ЗАРУРИЯТИ

Аннотация. Мақолада Самарқанд вилояти ҳудудларида туризм бозорини диверсификация қилишнинг аҳамияти ва зарурияти очиб берилган. Жумладан, Самарқанд вилоятининг Ургут ва Қўшработ туманларининг туристик салоҳиятидан фойдаланиш имкониятлари қисқача ёритиб ўтилди.

Калитли сўзлар: туризм, ҳудуд, диверсификация, ҳунармадчилик маркази, инфратузилма, миллий таомлар, яйлов туризми, гастрономик туризм, фестивал, миллий ҳунармандчилик.

Аннотация. В статье раскрывается важность и необходимость диверсификации туристического рынка Самаркандской области. В частности, кратко освещены возможности использования туристического потенциала Ургутского и Кошрабатского районов Самаркандской области.

Ключевые слова: туризм, регион, диверсификация, ремесленный центр, инфраструктура, национальная кухня, пастбищный туризм, гастрономический туризм, фестиваль, народные промыслы.

Annotation. The article reveals the importance and necessity of diversifying the tourism market of the Samarkand region. In particular, the possibilities of using the tourist potential of the Urgut and Koshrabat districts of the Samarkand region are briefly highlighted.

Keywords: tourism, region, diversification, craft center, infrastructure, national cuisine, pasture tourism, gastronomic tourism, festival, handicrafts.

Туризм бозорини диверсификация қилишнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштиришнинг асосий йўналишларидан бири сифатида ички ва кирувчи туристлар учун экологик туризмнинг яйлов туризмини жорий қилиб, унда тегишли инфратузилмаларни яратиш ва бевосита шу жойнинг ўзида далада пишириладиган миллий таомларни тайёрлаш технологиясини кўрсатиш ва уларга миллий гастрономик туризмни ҳам намойиш қилиш мумкин. Жумладан:

- Самарқанд вилоятининг Ургут ва Қўшработ туманларидаги яйловли ҳудудларда ўтов кўринишидаги меҳмон уйларини ташкил қилиш, уларни муқобил энергия манбалари билан таъминлаш, гастрономик туризмнинг кўриниши сифатида бир нечта турдаги миллий таомлар турларини тайёрлаш ва меҳмонларга тортиқ қилиш технологияларини ишлаб чиқиш, Ургут ва Қўшработ туманларидаги мавжуд туристларни жалб қиладиган ички имкониятлардан тўлиғича фойдаланиш ва бошқаларни келтириб ўтиш мумкин. Бунда Ургут туманидаги яйловли ҳудудлар туризмидан ташқари яна гастрономик туризм, рекреацион туризм, диний туризм, тарихий археологик обидалар туризми, Ургут бозорини, ҳунармандчилик марказларини саёҳат қилиш каби турмаршрутларни ўз ичига қамраб олиши мумкин.

Самарқанд вилояти Ургут тумани Ургут шаҳрида жойлашган “Ҳунармандлар маркази”ни ташкил ыилиниши заминида қадим Мовароуннаҳрнинг Самарқанд, Бухоро, Андижон, Термиз, Шаҳрисабз, Қарши, Тошкент ва бошқа кўпгина шаҳарлари ўзининг топографик қиёфаси, аҳолисининг касб-кори, ички ва ташқи алоқалари билан ўрта аср Шарқининг ҳунармандчилик ривож топган аҳоли гавжум савдо марказларига айлантирган. Юқорида номлари келтирилган шаҳарлар қаторида бугунги Ургут шаҳрида ҳам ҳунармандчиликнинг кўп турлари ривож топиб, аҳоли бандлигини, айниқса хотин-қизлар бандлигини таъминлашда муҳим омил ҳисобланиб келган. Ургут хотин-қизлари учун ягона тасвирлаш воситаси бўлган каштачилик, улар ички дунёсини, руҳий ҳолатини акс эттирувчи бирдан – бир восита ҳисобланган.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2017 йил 26 январдаги “Самарқанд вилояти ҳудудларини ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш, аҳоли турмуш даражасини янада яхшилашга доир қўшимча чора-тадбирлар дастури тўғрисида”ги 38-сонли қарори билан тасдиқланган дастурнинг 2 бўлими, 14 бандида Ургут шаҳрида халқимизнинг қадимий урф–одатлари ва анъаналари, ҳунармандчиликнинг йўқолиб бораётган турларини қайта тиклаб, хорижий сайёҳларга намойиш этишни йўлга қўйиш вазифаси белгиланган. Ургут шаҳрида “Хунармандлар маркази (кўчаси)”ни ташкил қилинишида аввало маҳаллий ҳунармандчиликнинг тарихий жойлашувидан келиб чиқиб, марказ барпо этиладиган кўча аниқланди. Марказни миллий тусда замонавий инфратузилма объектларини (савдо расталари, устахоналар, дам олиш ва маҳорат дарслари ўтиш нуқталари, маълумотлар бюроси, санитария-гигиена шахобчалари) барпо этган ҳолда ишга туширилди. “Хунармандлар маркази (кўчаси)” туристик маршрутларга киритилди ҳамда сайёҳлик ташкилотлари билан биргаликда ушбу объектларга сайёҳларни жалб қилиш чоралари кўрилди. Ҳунармандчилик буюмлари сайёҳларни кўз олдида тайёрланиб сотили, бозор расталари ва дўконлари шарқона архитектура қоидаларига қатъий риоя қилиниб қурилади.

Шу билан биргаликда ишлаб чиқилган чора-тадбирларнинг бажарилиш механизмлари, барпо этиладиган объектлар ва ташкил этиладиган хизматларга қуйидагиларни киритишимиз мумкин:

1) Марказда савдо ва ҳунармандчилик расталари, умумий овқатланиш шаҳобчаси, фаввора, сувенир дўконлари, устахоналар, китоб дўкони, мусиқа асбоблари дўкони, дам олиш ва маҳорат дарслари ўтиш нуқталари, маълумотлар бюроси, санитария-гигиена шаҳобчалари жойлаштирилиши кўзда тутилди.

2) Ургут шаҳрига ташриф буюрган сайёҳлар учун қадимий ҳунарманчилик макони бўлган туманнинг ўзига хос ҳунармандчилик турлари, шу билан бирга қўшни Сурхондарё, Қашқадарё вилоятлари, Фарғона водийси шаҳар ва туманларида тайёрланган темирчилик, заргарлик, мисгарлик, ганчкорлик, ёғоч ўймакорлиги, кулолчилик буюмлари, турли матолар кўргазмалари ташкил қилиниши жадаллаштирилди.

Бундай ишларнинг амалга оширилишида кутилаётган натижалар қуйидагилардан иборат бўлди:

1) Миллий ҳунармандчилик энг аввало ўзи шаклланган ушбу ҳудудда ривожланиб боради, айнан шу ерга хос белгилари билан Самарқанд ва Бухоро шаҳарлари, Риштон, Чуст туманлари амалиётидан фарқ қиладиган, асрлар бўйи йиғилиб, авлоддан-авлодга авайлаб асраб келинган анъаналар доирасидаги бу поёнсиз бойлик, ундаги чексиз хилма-хиллик, бу ўзига хос халқ санъатининг бебаҳо хусусияти бўлиб қолади.

2) Йуқолиб бораётган касб ва ҳунарлар қайта тикланади, юртимизга ташриф буюрадиган сайёҳлар сони ошиб, ёшларимиз иш билан таъминланади, ёшларда тарихимизга ҳурмат ва ватанпарварлик руҳи ўйғонади, Ургут шаҳрига ташриф буюрган маҳаллий ва чет эл сайёҳлари учун янги туристик йўналиш барпо этилади, меҳмонлар учун ажойиб сайр килинадиган ва эсдалик учун совғалар ҳарид қилинадиган масканлар яратилиши инобатга олинди ва бажарилди.

3) Ўзбекистон халқ ҳунармандчилиги соҳаси доирасида ташкил этиладиган тадбирлар, конференциялар иштирокчилари ва мутахассисларини қадимий Ургут шаҳри азалий ҳунармандчилиги билан яқиндан таништириш учун ташриф буюрадиган объект сифатида хизмат қилади. Шу соҳада уй шароитида ва касаначилик асосида меҳнат қилиб келаётган тадбиркорларга қўшимча даромад манбаи яратилиши ҳам кўзда тутилди.

4) Ҳунармандчилик йўналиши бўйича таҳсил олаётган ўрта махсус, касб-ҳунар коллежлари талаба ва ўқувчиларининг амалиёт ўташ маскани вужудга келтирилиши ва келгусида уларнинг бандлигини таъминлашнинг самарали шакли йўлга қўйилиши асосий вазифа сифатида белгиланган.

Қўшработ туманида яйлов туризмини амалга ошириш давомида рекреацион туризм ҳамда Қўшрабод туманида етиштириладиган узум маҳсулотлари, узум навлари ва майиз маҳсулотлари бўйича (илмий ва тиббий) гастрономик туризмдан кенг фойдаланиш ва август-сентябр ойларида ташкиллаштириладиган “Кишмиш” фестивалида туристларнинг иштирокини таъминлаш ҳам туризм бозорини диверсификация қилишнинг маълум бир кўринишларидан бири ҳисобланади. Жумладан, “Кишмиш” фестивали доирасида: Қўшработ туманида ва бошқа ҳудудларда етиштирилган узум маҳсулотларини териш, улардан майиз маҳсулотини тайёрлаш жараёнларини намойиш этиш; маданий-кўнгилочар тадбирларни ташкил қилиш; узумчилик анъаналарига бағишланган кўргазмалар, турли навдаги узум, майиз ҳамда миллий таомлар дегустацияларини ташкил этиш кабилардир.

Туризм бозорини диверсификация қилишнинг мана шундай кўринишлари ёрдамида пандемия шароитида бўлса-да, мамлакатимизга ташриф буюриши мумкин бўлган туристларда албатта қизиқиш ўйғониши бунинг асосида эса туристлар оқимини кўпайтириш ҳамда фойдаланилмай қолган ҳудудлардан ҳам туризм бозорини диверсификация қилиш орқали самарали фойдаланиш ҳозирги куннинг долзарб масалаларидан бири бўлиб қолмоқда.

Sh.B.Navruz-zoda – Buxoro davlat universiteti tayanch doktoranti

RAQAMLI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH SHAROITIDA RESTORAN ISHINI TASHKIL ETISHNING SMART SHAKLLARI

Annotatsiya: Maqolada koronavirus pandemiyadan keying davrda restoran xizmatlarining raqamli xizmat turlarini ko`rsatishning innovatsion shakllari ko`rib chiqiladi.

Kalit so`zlari: turizm, restoran biznesi, virtual restoran, mobil ofitsiant, molekulyar oshxona.

Аннотация. В статье рассматриваются инновационные формы предоставления цифровых ресторанных услуг в период после коронавирусной пандемии.

Ключевые слова: туризм, ресторанный бизнес, виртуальный ресторан, мобильный официант, молекулярная кухня.

Abstract. The article discusses innovative forms of providing digital restaurant services in the period after the coronavirus pandemic.

Keywords: tourism, restaurant business, virtual restaurant, mobile waiter, molecular cuisine.

Koronavirus pandemiya davrida eng ko`p zarar ko`rgan itisodiyot tarmoqlaridan turizm sohasi hisoblanadi. Jahon sayohlik tashkiloti (UNWTO) ma`lumotlariga ko`ra, 2020 yilda dunyo turizm industriyasining yuqotishlari qariyib 1,0 mlrd. AQSh dollarini tashkil etib, sayohlarning soni 70 foizdan osiq kamaydi[41]. Pandemiyadan keyingi davrda turistlarning say`-harakatlari o`zgarmoqda, ular uydan turib virtual tarzda sayohat qilishni, davlat ichidan chiqmasdan va kichik guruh bo`lib sayohatni afzal ko`rishga intilmoqdalar. Bunday sharoitda turizmni umuman, uning tarkibiy qismi sifatida restoran biznesini xususan, jonlantirish va sekin-astalik bilan rivojlantirishning raqamlashtirishga asoslangan faoliyat turlarini o`rganish bugunni kunning dolzarb muammosini tashkil etadi.

“Restoran biznesi[42] – bu ikki so’z ya’ni restoran va biznes. Restoran tomoni - bu oziq-ovqat va xizmat ko'rsatish bo’lsa, biznes tomoni esa mijozlarni qabul qilish va bu mijozlarning qayta qayta tashrifini ta’minlashdan iboratdir. Agar yaxshi oshpaz restoranni muvaffaqiyatli boshqarishni xohlasa, uning ishi nafaqat mazali taomlar tayyorlash, balki xaridorlarni jalb qilish va ularni ushlab turish ekanligini tushunishi kerak. Bu har qanday biznes uchun amal qiladi. Nima qilishingiz yoki nima sotishingizdan qat’iy nazar agar mijozlaringiz bo'lmasa, biznesingiz ham yo'q degani”.

Quyida yangi restoranni rejalashtirish, moliyalashtirish va boshqarishda as qotadigan bir nechta restoran egalari o’z tijorat sirlari bilan bo’lishganlarini keltirib o’tamiz. Ulardan biri Kim Strengari Filadelfiada o’zining uch muvaffaqqiyatli restoraniga ega.

Postpandemiya davrida muvaffaqqiyatli restoran biznesiga ega bo’lish uchun

[41] https://www.unwto.org [06.11.2020]
[42] https://www.restoran.ru/msk/article-list/restorannyy-biznes-eto-dva-slova/

ma’lum maqsadga ega bo’lish; mustahkam biznes-rejaning mavjudligi; menyungizni sinab ko’ring; yordamchilarni yollang; mablag’ va tushumlarni boshqaring; marketingni davom ettish kabi tavsiyalarga rioya qilish kerak.[43]

Koronavirus pandemiya davrida restolanlarning yangi - virtual shakli rivoj topdi. **Virtual restoran** – tobora ommalashib borayotgan ovqatlanish korxonalarining yangi turi bo’lib, bu an'anaviy "yopiq" restoran formatidan voz kechish va uning o'rniga oziq-ovqat etkazib berishga e'tibor berish imkoniyatidir[44]. Virtual restoran faqat taom yetkazib berishga mo’ljallangan. Unda oldindan stol buyurtma qilish mumkin bo’lgan odatiy restoran binosi mavjud emas. Taom buyurtma berish uchun uydan chiqish shart emas, internet bo’lsa bo’di. Ma’lum bir sayt yoki mobil ilova orqali buyurtmani amalga oshirsa bo’ladi.

Virtual restoran qayerda joylashgan bo’ladi? Joylashuv haqida gap ketganda, virtual restoran boshqa ovqatlanish korxonalariga nisbatan yana bir afzallikga ega. Mijozlarni jalb qilish uchun ijaraga olish qimmatga tushadigan eng yaxshi joyni qidirish shart emas. Oshxona va boshqa xizmat ko'rsatish xonalari uchun joy topish yetarli bo'ladi, faqatgina mijozlarga yetkazib berish uchun qulay hudud bo’lishi kerak, ammo bu ham muhim omil emas.Virtual restoranlarning an'anaviy restoranlar bilan taqqoslaganimizda bir qancha imkoniyatlarini ko’ramiz:

✓ **Kontseptsiyaning moslashuvchanligi**. Internetda mobil ilovada yoki veb-saytda mavjud bo'lish degani, xohlagan vaqtda belgini, bosma materiallarni va hokazolarni yangilash haqida qayg'urmasdan menyuni o'zgartira olish mumkin.

✓ **Kamroq moliyaviy sarmoyalar.** Virtual restoranda ishlatilmaydigan barcha qimmatbaho buyumlar haqida o'ylab ko'ring: dekor, menyu, mebellar, stol-stullar, idish-tovoqlar va qo’shimcha xodimlar.

✓ **Tajriba qilish imkoniyati.** Virtual restoranlar restoran biznesi marketingida va xizmatida yangi kontseptsiyalar bilan tajriba o'tkazish uchun ajoyib imkoniyatdir. Ulardan ba'zilari ishlamasa ham, ularni osonlikcha tark etish mumkin. Masalan, choy menyusini kengaytirib va yangi mahsulotlarga bo'lgan talabni tekshirib ko’rish mumkin.

✓ Mijozlar uchun iltifotlardan foydalanishning **qo'shimcha imkoniyatlari**, o'z brendingizni tasavvur qilish osonroq (brendli mahsulotlar).

✓ Buyurtmachilarga portsiyalangan oziq-ovqat mahsulotlarini, masalan, souslar, murabbo, choynakdagi asal, paketdagi choy va boshqalarni taklif qilish osonroq, bu esa o'z navbatida buyurtmaning o'rtacha qiymatini oshiradi.

Yangi texnologiyalarni joriy etish bo'yicha umumiy ovqatlantirish korxonalari yetakchilar qatoriga kiradi. Gastronomik yirik kompaniyalarning yangiliklari insonlarni hayratga solyapti. Hozirgi kunda ushbu sohada SMART texnologiyalardan foydalanish urfga kirmoqda. COVID-19 butun insoniyatga katta zarar yetkazdi. Ammo mutaxassislarning ta'kidlashicha, bu biz uchun yangi texnologiyalarga yo'l ochdi.

Barcha ovqatlanish korxonalarida foydalanish mumkin bo'lgan "Mobil

[43] https://articles.bplans.com/start-successful-restaurant-guide/
[44] Что такое виртуальный ресторан? https://pomodorobrand.top/stati/chto-takoe-virtualnyj-restoran 24.01.2021 г.

ofitsiant"[45] dasturi ishlab chiqildi. Bu restorandagi barcha menyuni yuklab olish va uni yangilab turish, buyurtmani darhol oshxonaga o'tkazish va buyurtma yetkazib berishga tayyor bo'lgandan keyin xabarnoma olish imkonini beradi. Umuman olganda, "Mobil ofitsiant" ish jarayonini raqamli muhitga to'liq o'tkazishga imkon beradi.

Barchamiz 3D bosib chiqarish turli sohalarda mustahkam o'rnashganiga odatlanganmiz. Ammo oziq-ovqat mahsulotlarini bosib chiqarish haqida nima deyish mumkin? Ha, oziq-ovqat printerlari allaqachon mavjud va garchi hozirgi paytda bularning barchasi katta tajribaga o'xshasada, ehtimol 10-20 yil ichida ofitsiant sizga plastinkada menyudan bosilgan taomni olib keladi .

Moley Robotics kompaniyasi oshpaz-robot qurilmasini ishlab chiqdi. U salatlar va dengiz maxsulotlarini tayyorlashda juda yaxshi. Kelajakda u modernizatsiya qilinadi va "oshpaz" darajasiga ko'tariladi - robot idishlarni yuvish mashinasiga iflos idishlarni olib tashlash, kerakli retseptni tanlash va pishirish vaqtini mobil dastur yordamida masofadan turib belgilashni amalga oshiradi.

Molekulyar oshxona – bu hatto texnologiya emas, butun bir san'at. Restorandagi molekulyar oshxonaning vazifasi - bu hayratlanarli, ajablantiradigan va yangi his-tuyg'ular. Gap shundaki, tanish taomga juda nostandart usulda xizmat qilish kerak. Ko'pincha bu biz ko'rishga odatlangan qismlar emas - ba'zida yaratilish hajmi bo'yicha faqat bir choy qoshiqni oladi. Ammo bunday idishlarning narxi hali ham ancha yuqori.Aslida, molekulyar oshxona - bu har qanday mahsulotning ta'mini, hidini va hatto shaklini o'zgartirish qobiliyatidir. Hech qachon non ichishga urinib ko'rganmisiz? Endi nafaqat tasavvur qilish, balki sinab ko'rish ham mumkin.

Shunday qilib, postpandemiya davrida sayohlarga ovqatlanish xizmatlarni ko`rsatishning sifat va samaradorligini oshirish maqsadida virtual restoran tizimini rivojlantirish va umumiy ovqatlanish maskanlarida smart xizmat turlarini kengaytirish maqsadga muvofiq bo`ladi.

К.М. Ибодов– Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таянч докторанти

РЕСТОРАН ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИНИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИ ОШИРИШДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЛИК МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: ушбу мақолада ресторан хизматлари соҳасини рақобатбардош-лиги оширишда давлат-хусусий шериклик механизмини такомиллаштириш масалалари ёритилган. Ресторан хизматлари соҳасида ДХШ шакллантириш ва ривожлантириш, ДХШ тамойиллари асосида ресторан хизматларини ташкил этиш модели ва ресторан хизматлари соҳасини рақобатбардошлигини оширишнинг замонавий институционал механизми таклиф қилинган.

Калит сўзлар: ресторан хизматлари соҳаси, давлат-хусусий шерикчилик,

[45] Умный ресторан. [45] https://www. mirdostupa.ru

“ҳукумат-бизнес-аҳоли” тизими ДХШ концепцияси, инклюзив талаб.

Аннотация. Данной статье раскрыты совершенствование механизма государственно-частного партнерство конкурентоспособности сферы ресторанных услуг. Предложены модель организация и оказания ресторанных услуг, принципы формирования и развития ГЧП, институциональный механизм повышения конкурентоспособности ресторанных услуг.

Ключевые слова. государственно-частного партнерство в сфере ресторанных услуг, государственно-частное партнерство, система “государствор-бизнес-населения” концепция ГЧП, инклюзивный спрос.

Abstract. This article reveals the improvement of the mechanism of public-private partnership for the competitiveness of the sphere of restaurant services. A model for the organization and provision of restaurant services, the principles of the formation and development of PPP, an institutional mechanism for increasing the competitiveness of restaurant services are proposed.

Keywords. Public-private partnership the sphere of restaurant services, Public-private partnership, The system “state-business-population”, The concept of PPP, Inclusive demand.

Ресторан хизматлари соҳаси рақобатбардошлигини оширишнинг маркетинг стратегиясини – аҳолининг ушбу хизматларга бўлган талабини юқори даражада қондиришга эришиш, соҳада инновацион ривожланиш тенденциялари асосида хизмат кўрсатишни ташкил этиш ва шу асосда аҳолининг турмуш даражаси ва сифатини ҳамда бандлик даражасини оширишга қаратилгандир.

Замонавий иқтисодиётнинг хизматлар соҳасида, жумладан ресторан хизматлари соҳасида ҳам ДХШ роли ортиб бормоқда. Бунинг асосий сабаби бир томондан хизматлар соҳасига йўналтирилаётган инвестициялар ҳажми ва таркибидаги туб ўзгаришлар бўлса, иккинчи томондан жаҳоннинг аксарият мамлакатларида, жумладан бизнинг мамлакатимизда ҳам хизмат кўрсатишнинг юқори даражасига эришиш, рақобатбардош хизмат турларининг таклиф этилиши кўзатилмоқда. Демак, ДХШ муносабатлари шаклланиш жараёнидаги мамлакатларда ҳам ушбу муносабатларни йўлга қўйиш зарурати мавжуд экан.

Шуни ҳам алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, бугунги кунда аҳолининг барча қатламларининг ҳам юқори даражада ташкил этилган ресторан хизматларига бўлган талабини қондириш имконияти йўқ. Айниқса мактабгача ва умумий ўрта таълим тизими ҳамда нафақа ёшдаги кишиларнинг ушбу хизматларга бўлган инклюзив талабини қондиришда нафақат Самарқанд вилоятида, балки республика миқёсида ҳам самарали ташкилий-иқтисодий механизм ишлаб чиқилмаган.

Фикримизча, ресторан хизматлари соҳасини инновацион ривожлантириш, аҳолининг барча қатламларининг ушбу хизмат тураларига бўлган талабини юқори даражада қондиришда давлат-хусусий шерикчилик муносабатларини йўлга қўйиш ҳамда такомиллаштириш стратегик вазифалардан бири сифатида қаралиши мақсадга мувофиқ.

Дж. Делмон фикрича, ДХШ “давлат ва хусусий тузилмаларнинг ҳар қандаш шаклдаги юридик ва шартномавий муносабатлари бўлиб, хизматлар соҳаси инфратузилмасини шакллантириш ёки ривожлантиришга хизмат қилади. давлат хариди ва буюртмаси бундан мустасно” [46].

В.Орловнинг фикрига кўра, ДХШ ижтимоий-иқтисодий муносабатларнинг капиталлашув шакли бўлиб, мулкчилик тизимининг бошқасига алмашинуви асосида “ҳукумат-бизнес-аҳоли” тизимида иқтисодий муносабатларнинг янгича сифат хусусиятини шакллантиришга хизмат қилади[47].

Давлат-хусусий шерикчилик –давлат шериги ва хусусий шерикнинг муайян муддатга юридик жиҳатдан расмийлаштирилган, давлат-хусусий шериклик лойиҳасини амалга ошириш учун ўз ресурсларини бирлаштиришига асосланган ҳамкорлиги дир. Ўз навбатида давлат-хусусий шериклик лойиҳаси – иқтисодий, ижтимоий ва инфратузилмавий вазифаларни ҳал этишга қаратилган, хусусий инвестицияларни жалб этиш ва (ёки) илғор бошқарув тажрибасини жорий этиш асосида амалга ошириладиган тадбирлар мажмуи ҳисобланади[48].

Фикримизча, ресторан хизматлари соҳасида ДХШ муносабатлари – бу мавжуд салоҳият, жумладан мулк, капитал ва иш тажрибасидан ҳамкорликда фойдаланиш муносабатлари бўлиб, бунинг натижасида ресторан хизматларининг сифатининг ортишига ва аҳолининг барча қатламларида ушбу хизмат турларига бўлган эҳтиёжнинг юқори даражада қондирилишига эришиш, аҳолининг турмуш фаровонлигининг ошиши ва ниҳоят ушбу иқтисодий муносабатлар асосида янгича самарали тизим ва иқтисодий категориянинг шаклланишидир.

Аҳолининг барча қатламларининг ресторан хизматларига бўлган талабини юқори даражада қондириш, замонавий хизмат кўрсатиш усулларини қўллаш ва техника ва технологиялар ҳамда жараёнлардан фойдаланишда инновацион лойиҳаларнинг аҳамияти жуда катта бўлиб, аҳолига сифатли ва оммабоп хизматлар кўрсатишни таъминлашга хизмат қилади. Фикримизча, ресторан хизматлари соҳасида ДХШ шакллантириш ва ривожлантиришни қуйидаги ёндашув асосида амалга оширилиши мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз (1-расм).

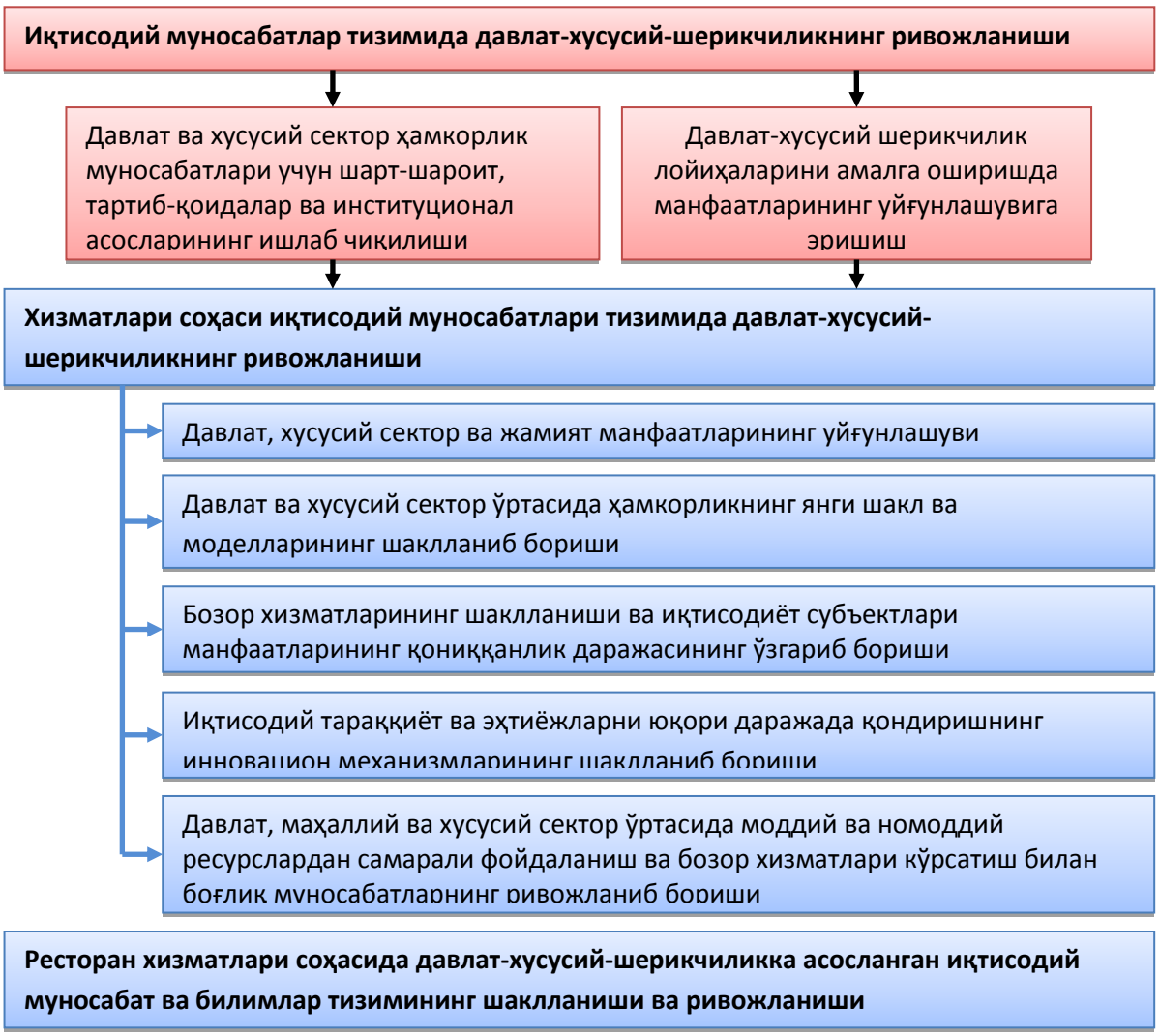
Тадқиқот натижалари асосида ресторан хизматлари соҳасини янада ривожлантиришда, айниқса, мактабгача, умумий ўрта таълим тизимида ДХШ муносабатлари учун ресурс таъминотини шакллантириш ва хизматлар кўрсатишни ташкил этиш таклиф қилинади. Бу борада фаст-фуд сегментида кейтеринг (етказиб бериш) хизматларини ривожлантириш истиқболли йўналиш ҳисобланади.

---

[46] Делмонд Д. Государственно-частное партнёрство в инфраструктуре: практическое руководство для органов государственной власти / Д.Делмонд. -Астана: ИЦ «Апельсин», 2010. - 261с.

[47] Орлов В.В. Государственно-частное партнерство в системе экономических отношений. Автореф. дисс.. канд. экон. наук: 08.00.01; 08.00.05/ В.В. Орлов. -Иваново, 2012. -25с.

[48] Ўзбекистон Республикасининг “Давлат-хусусий шериклик тўғрисида” Қонуни, 2019 йил 26 апрел

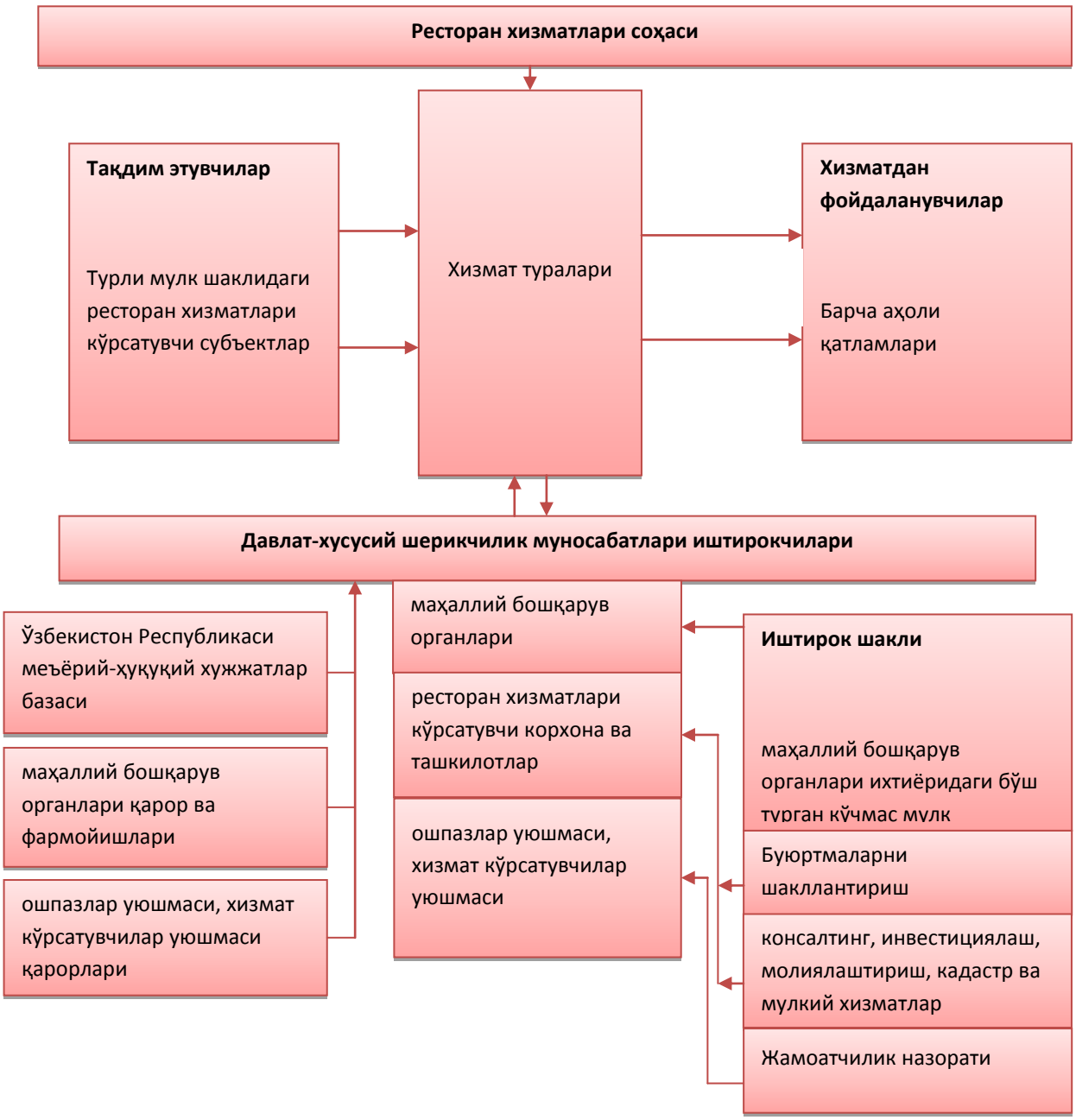


1-расм. Ресторан хизматлари соҳасида ДХШ шакллантириш ва ривожлантириш

Ресторан хизматлари соҳасида ДХШ муносабатларини шакллантиришда аҳолининг ресторан хизматларига бўлган талабини аниқлаш учун зарурий маълумотлар (хизматлар ассортименти, ҳажми, қиймати ва сифати), бозор иштирокчилари (сони, кўрсатиладиган хизматлар ҳажми, мулк шакли); иштирокчиларнинг ресторан хизматлари бозори конъюнктурасига таъсири; молиявий ресурсларнинг самарали тақсимланиши, ресторан хизматлари турлари тўғрисидаги маълумотларни тизимли равишда тўплаш ва таҳлил қилиш лозим бўлади. Ўтказилган тадқиқотлар асосида ДХШ тамойиллари асосида ресторан хизматлари кўрсатиш модели таклиф қиламиз. (2-расм).

Ресторан хизматлари соҳасини рақобатбардошлиги оширишда давлат-хусусий шериклик механизмини такомиллаштиришда:

– ДХШ концепцияси маҳаллий даражада амалдаги қонунчилик ва меъёрий-ҳуқуқий хужжатлар асосида ҳамкорликни ривожлантиришга қаратилган институционал базани шакллантириш;

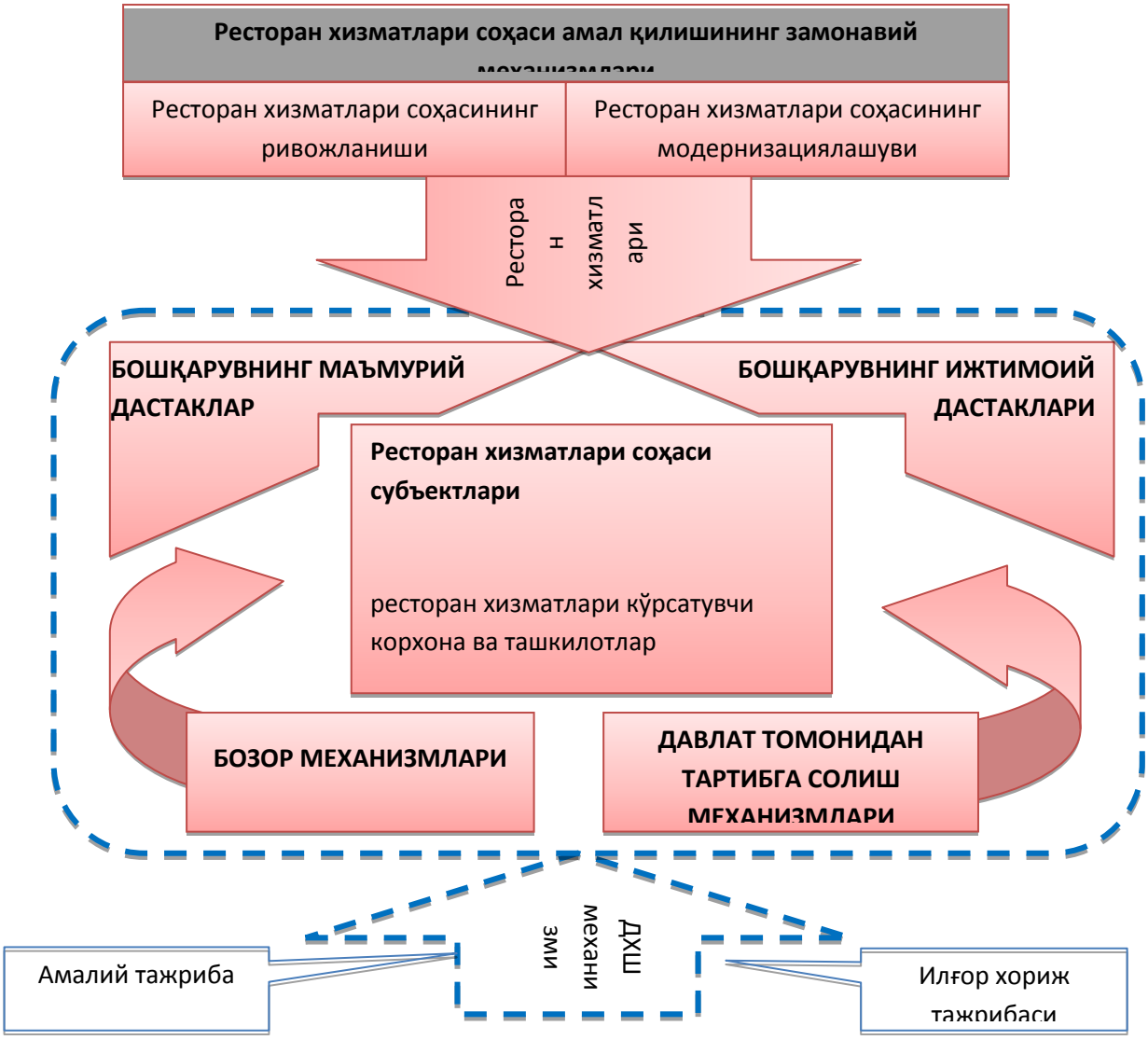


2-расм. ДХШ тамойиллари асосида ресторан хизматларини ташкил этиш модели[49]

– хорижнинг илғор тажрибаларидан кенг фойдаланган ҳолда ресторан хизматлари соҳасида янги шаклдаги бозор механизмларини амалга оширишнинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш (3-расм);

Маҳаллий бошқарув ва ресторан хизматлари соҳаси субъектларининг макро- (давлат, институционал) ва микро- (маҳаллий, тадбиркорлик, жамоатчилик) даражада бюджет маблағларига эҳтиёж сезмаган ҳолда рақобат муҳитида хусусий сектор маблағларини инвестиция сифатида жалб қилиш ҳамда харажатларнинг маълум қисмини хизматларни тижоратлаштириш асосида камайтириш;

[49] Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган



3-расм. Ресторан хизматлари соҳасини рақобатбардошлигини оширишнинг институционал механизми[50]

– ДХШ муносабатларининг самарадорлигини оширишда илғор тажрибаларга асосланиш;

– буюртмаларнинг танлов асосида расмийлаштирилиши, кўчмас мулкдан фойдаланишда концессия, лизинг, ижара битимларига асосланиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

[50] Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

К.А.Маматкулова – старший преподаватель кафедры «Обучения языкам» СамИЭС.
У.Абдурасулов – студент группы Бх-318 СамИЭС

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В КАНАДЕ

Аннотация: В статье рассматривается различные экологические туры туризма в Канаде. Экологический туризма – форма устойчивого туризма, сфокусированная на посещениях относительно нетронутых антропогенным воздействием природных территорий.

Ключевые слова: экологический туризм, туристический маршрут, кельтская музыка, искусство моряков, морская кухня, национальные парки и заповедники.

Annotasiya: Maqolada Kanadadagi turli xil ekologik turizm ekskursiyalari ko'rsatib berilgan. Ekologik turizm - bu antropogen ta'sirga ko'ra nisbatan teginilmagan tabiiy hududlarga tashrif buyurishga yo'naltirilgan barqaror turizm shaklidir.

Kalit so’zlar: ekologik turizm, piyoda yurish yo'li, kelt musiqasi, den-gizchilar san'ati, dengiz mahsulotlari, milliy bog'lar va qo'riqxonalar.

Abstract: The article discusses various ecological tourism tours in Canada. Ecological tourism is a form of sustainable tourism focused on visits to relatively untouched natural areas by anthropogenic impact.

Keywords: ecological tourism, tourist route, Celtic music, art of sailors, seafood, national parks and reserves.

Экологический туризма – форма устойчивого туризма, сфокусированная на посещениях относительно нетронутых антропогенным воздействием природных территорий.

Канада – прекрасное место для путешествия! Здесь множество интересных фестивалей, туристических маршрутов и достопримечательностей на любой вкус. Главное экологический чистый воздух и нетронутая природа.

Туризм в Канаду представляет собой обширный вопрос, который требует подробного освещения. Канада настолько велика и разнообразна достопримечательностями, что обойтись одной туристической поездкой, чтобы осмотреть всю страну, вряд ли возможно. Для того, кто впервые собирается посетить северную часть американского материка, наилучший вариант — сконцентрировать свой тур в Канаду на одном — двух её особенно интересных регионах и досконально изучить их. Каждый из канадских регионов уникален и может продемонстрировать гостям различные особенности канадской жизни. В то же время, все части страны объединены одинаково высоким качеством услуг, предоставляемых туристам, так что отдых в Канаде доставит истинное удовольствие даже самому требовательному и бывалому путешественнику.

Туры в Восточную Канаду. К Атлантическим провинциям Восточной Канады относятся Нью-Брансуик (New Brunswick), Остров Принца Эдуарда (Prince Edward Island — P.E.I.), Новая Шотландия (Nova Scotia) и остров Ньюфаундленд (Newfoundland) и полуостров Лабрадор (Labrador). Эта группа

провинций, исключая Ньюфаундленд и Лабрадор, также зовется Приморской (The Maritimes). Близость к воде настолько повлияла на культуру и историю этих провинций, что, кажется, что океан и суша сливаются здесь в единое целое. Здесь расположено множество культурных достопримечательностей, интересных для посещения во время туристической поездки в Канаду: кельтская музыка и искусство моряков, пестрящая красками природа и великолепная морская кухня. Во время отдыха в этой части Канады стоит посетить портовый город Галифакс с его потрясающей гаванью, ознакомиться с дикой природой национального парка Грос Морн (Gros Morne National Park), расположенного на территории Ньюфаундленда и Лабрадора.

В тур по Атлантическим провинциям Канады также можно включить посещение самого длинного крытого моста в мире, построенного в Хартленде (Hartlend) в провинции Нью-Брансуик.

Квебек и Онтарио — обязательный маршрут для поездки в Канаду. Несмотря на то, что каждая часть Канады достойна посещения во время туристической поездки, Квебек (Quebec) — пожалуй, самая уникальная из них: во многом, благодаря наследию французов. Хотя французские эмигранты расселились по всей территории страны, Квебек является наглядной демонстрацией их присутствия в Канаде: это заметно не только в архитектуре зданий, но и во всей атмосфере провинции. Особенно много интересных мест для гостя, решившегося на туризм в Канаду, связано с большой рекой Сент-Лоуренс (St Lawrence River), русло которой рассекает провинцию. К многочисленным достопримечательностям Квебека относятся также великолепные леса и национальные парки и заповедники, равно как и сногсшибательные фиорды реки Сагеней (Saguenay River).

Поездка в Канаду не может обойтись без посещения двух главных городов Квебека — Монреаля (Monreal) и Квебек-Сити (Quebec City). Оба эти города славятся своеобразными достопримечательностями, необычными фестивалями, прекрасно сохранившимися историческими памятниками и утонченностью, мало свойственной какой-либо ещё части северной Америки.

Онтарио (Ontario) — где находится федеральное правительство — является культурным и экономическим центром Канады. В Онтарио значительно более высокая плотность населения и промышленности, чем в других провинциях, что, соответственно, объясняет её доминирующее положение по отношению к другим частям страны. Планируя туристическую поездку в Канаду, обязательно нужно включить в маршрут крупнейший канадский населенный пункт — Торонто (Toronto), считающийся также одним из самых красивых городов мира. Совершая тур по Онтарио, нельзя упустить из виду и Оттаву (Ottawa)- столицу Канады, равно как и знаменитый Ниагарский водопад (Niagara Falls). Одни лишь эти три достопримечательности делают Онтарио самым популярным местом туризма в Канаду. Однако, и кроме этого, в Онтарио есть что посмотреть ценителю природного ландшафта. В отличие от большинства городских территорий,

провинция богата разнообразным ландшафтом и пейзажами: от виноградников на юге до нетронутой человеком дикой природы на севере.

Ваш отдых в Канаде будет потрясающим, если вы решите посетить северо-западную часть Онтарио с её бесчисленным количеством красивейших озер и пышных лесов. Достоин посещения во время поездки в Канаду и местный парк Элонгвин в западной части Онтарио (Alonguin Provincial Park) — место, популярное среди любителей поплавать на байдарке, славится своими красивыми озерными пляжами. Так называемые степные провинции Канады (Prairie Provinces) — это Манитоба (Manitoba), Саскачеван (Saskatchewan) и Альберта (Alberta). Эти провинции также нередко называют «хлебной корзиной мира» («the world's bread basket») за то, что они снабжают пшеницей и другими зерновыми культурами миллионы людей. Вид бескрайних полей, не кончающихся до горизонта, линию которого лишь изредка прерывает одинокий элеватор, сделает вашу поездку в Канаду незабываемой. Однако пшеничные поля — не единственная достопримечательность степных провинций, где также есть большие озера, прекрасно подходящие для рыбной ловли и отдыха на пляже (к примеру, озеро Виннипег в Манитобе — Lake Winnipeg).

Степные провинции также известными своими крупными, шумными городами: Калгари (Calgary), ежегодно проводящий всемирно известный сельскохозяйственный праздник Калгари Стемпид (Calgary Stampede); Эдмонтон (Edmonton), с его крупнейшим в мире торговым центром; Виннипег (Winnipeg) — родина Королевского Балета Виннипега (Royal Winnipeg Ballet). Интересным ваш отдых в Канаде сделает и посещение других населенных пунктов провинций, более тихих и, потому, обладающих особым стилем жизни и культурой, богатых лесами, парками и заповедными зонами. А любители экзотики могут сесть на поезд в Манитобе и прокатиться до города Черчилл (Churchill) в Гудзоновом заливе (Hudson Bay), чтобы вживую увидеть полярных медведей и понаблюдать за белыми китами — белугами.

Канадские скалистые горы (Canadian Rockies) расположены в юго-западной части Альберты и юго-восточной части Британской Колумбии. Люди со всего мира, покупающие туры в Канаду, приезжают сюда, чтобы испытать неповторимые ощущения, катаясь на горных лыжах и любуясь высотой величественных скал, вечнозеленых лесов и заснеженных вершин. Здесь вы испытаете истинное единение с природой, почувствовав себя единственным живым существом на многие мили вокруг. И зимой и летом Канадские горы привлекают туристов обилием достопримечательностей. Катанье на горных лыжах в Канаде — событие феноменальное. Неважно, насколько виртуозно вы катаетесь — здесь найдется походящий маршрут как для любителей, так и для профессионалов.

Значительная часть Канадских скалистых гор испещрена различными национальными парками, наиболее известные из которых — Национальный Парк Банф (Banff National Park) и Национальный Парк Джаспер (Jasper

National Park) в горах провинции Альберта. В каждом из парков расположен одноименный населенный пункт со всеми необходимыми условиями для размещения туристов, включая отели класса «люкс» и недорогие кемпинги, прекрасные возможности для проведения свободного времени — музеи, театры, магазины и художественные галереи. Для тех, кто выбирает более тихий, изолированный от шумной толпы отдых в Канаде, в Скалистых горах найдется множество удаленных от людской суеты местечек, также оборудованных для проживания с полным комфортом. Часть гор, расположенная в Британской Колумбии, предлагает те же туристические удобства, однако отличается своей специфической атмосферой, к тому же погода здесь несколько теплее.

Британская Колумбия. Без посещения Британской Колумбии ваш отдых в Канаде будет неполным. Здесь вы найдет всевозможные виды ландшафтов и развлечений. Особая достопримечательность провинции — Ванкувер (Vancouver), расположенный на побережье, в обрамлении горных пиков. В городе вы найдете бесчисленное множество вещей, которые стоят того, чтобы быть увиденными во время тура в Канаду: магазины, музеи, галереи и великолепные парки. Другой заслуживающий внимания город провинции - местная столица Виктория (Victoria), которую называют «маленькой Англией в Канаде». Особую известность здесь снискал парк Бучарт Гарденс (Butchart Gar-dens) и Королевский музей Британской Колумбии (Royal British Columbia Museum).

Для ознакомления с Северной Канадой (Northern Canada) стоит запланировать отдельную поездку, не связанную с туризмом в Канаду в целом. Эта часть страны живет своей жизнью и имеет свой собственный мир, состоящий из трех территорий: Юкон (Yukon), Северо-западные территории (Northwest territories) и Нунавут (Nunavut). Привлекательной для туристов эта часть Канады является, в первую очередь, из-за своей недоступности: проехав по шоссе можно проникнуть лишь в Юкон и некоторые части Северо-западных территорий. В Нунавут, являвшийся ранее частью Северо-западных территорий, попасть можно только воздушным путем. Эта изолированность придаст особое очарование и дух приключений туристической поездке в Канаду.

Отдых в Северной Канаде отличается обилием возможностей полюбоваться дикой природой и её феноменами. Кроме рыбалки на берегах чистейших рек и побережье океана, вы можете насладиться общением с местными жителями, поучаствовать в их повседневной жизни и национальных праздниках. Административные центры Елоунайф (Yellowknife) и Игалут (Igaluit) — хоть и небольшие населенные пункты — представляют собой интересные самобытные места для туристической поездки. Совершая тур в Северную Канаду, у вас есть шанс увидеть два природных феномена: незаходящее солнце в середине лета, когда здесь проводится множество фестивалей и празднеств, и северное сияние — лучше всего заметное в период с конца августа по январь. Уникальные природные красоты, редчайшие виды представителей флоры и фауны – все это простирается на 10

тысяч кв. километров. Природа парка Джаспер завораживает своей первозданностью и уникальностью, неслучайно ежегодно парк встречает 2 миллиона туристов, желающих в ходе зеленого туризма в Канаде посмотреть дикие леса, где можно встретить около 1300 видов редких растений.

В заключении хотел сказать, надо развивать такие виды туризма. В Узбекистане тоже есть такие места, где нетронуто человеком. Но таких местах мало кто знает. Поэтому нам тоже в Узбекистане нужно развивать этот вид туризма. Узбекистан богат природно-климатическим потенциалом: горы с многочисленными пещерами, ледники и озера в Ташкентской области и Ферганской долине, степи, пустыни и оазисы в Навоийской и Бухарской областях, горные пейзажи в Кашкадарьинской и Сурхандарьинской областях, аридные ландшафты Кызылкума, крупные водоемы с богатой орнитофауной в Каракалпакстане, Джизакской и Сырдарьинской областях. Мы должны развивать экотуризм в нашей стране!

Список использованной литературы:

1. Масляк П.О., Олейник Я.Б., Степаненко А.В. Словарь – справочник ученика по экономической и социальной географии мира. – К.: Либра, 1996.
2. Энциклопедический справочник: Все страны мира. – М: Вече, 2001.
3. Энциклопедия для детей: Дополнительный том: История 20 века. Зарубежные страны. М.: Аванта +, 2002.
4. Страны мира: краткий энциклопедический справочник / Авт. – сост.: В.А. Аникеев. Издательский Дом А. Громова; Минск; Современный литератор, 2000.

IV ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГНИ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Б.Р.Пардаев – “Ипак йўли” туризм халқаро университети эдвайзери.

МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИДА ЭЛЕКТРОН БИЗНЕС ВА ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТНИ АМАЛГА ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мақолада маркетинг тадқиқотларини рақамли технология орқали электрон бизнес ва электрон тижоратни амалга ошириш йўллари ёритилган. Бунда маркетинг тадқиқотлари электрон бизнес ва электрон тижоратни амалга оширишнинг устувор вазифалари ҳам қараб чиқилган. Барча масалалар назарий жиҳатдан қаралган бўлиб, амалий йўналишларда тегишли ечимларни топишда қандай ёндошув қилиш лозимлиги ҳам ўз ифодасини топган.

Калит сўзлар: рақамли технология, рақамли технология хизматлари, электрон почта, рақамли технология таснифи, маркетинг қарорлари, рақамли технология ва маркетинг тадқиқотлари, сайтлар, анкеталар тўлдириш, электрон бизнес, электрон тижорат.

Аннотация: В данной статье рассматриваются способы проведения маркетинговых исследований посредством электронного бизнеса и электронной коммерции с помощью цифровых технологий. Также рассматриваются ключевые этапы, приоритеты электронного бизнеса и электронной коммерции. Все вопросы были рассмотрены теоретически и отражены в подходе к поиску подходящих решений в практических областях.

Ключевые слова: цифровые технологии, службы цифровых технологий, электронная почта, законы маркетинга, классификация цифровых технологий, маркетинговые исследования, сайты, заполнение анкет, электронный бизнес и электронная коммерция.

Abstract: This article discusses ways of conducting marketing research through e-business and e-commerce using digital technologies. Key milestones, e-business and e-commerce priorities are also discussed. All issues were considered theoretically and reflected in the approach to finding suitable solutions in practical areas.

Keywords: digital technology, digital technology services, email, marketing laws, digital classification, marketing research, websites, questionnaires, e-business and e-commerce

Ҳозирги пайтда бизнес оламига электрон бизнес ва электрон тижорат тушунчалари ҳам кириб келди. Шу туфайли ушбу масалани ўрганишда электрон бизнеснинг пайдо бўлиши ва ривожланиши, уларнинг миқёси ва

ривожланиш истиқболлари нафақат назарий, балки амалий жиҳатдан ҳам қараб чиқишни тақозо қилади. Электрон бизнес тоифаларидан, бизнес-истеъмолчи, истеъмолчи-бизнес, бизнес-маъмурият, истеъмолчи-маъмурият каби боғлиқликларнинг мазмуни очиб берилиши мақсадга мувофиқ. Бунда рақамли технология маркетингнинг анъанавий маркетингдан фарқи ва ўзига хос хусусиятлари ҳам ўрганилиши лозим бўлади.

Дунё миқёсида глобал тармоқда замонавий маркетингда стратегик ва тактик режалаштириш масаласи ҳам мазкур соҳада ўрганилиши лозим бўлган муҳим ва устувор масалалардан биридир. Рақамли технология хизматлари таркибида Off-line ва on-line хизматларидан фойдаланиш нафақат вақтни, балки масофани ва шу билан боғлиқ бўлган катта ҳажмдаги харажатларни тежаш имконини беради. Ҳозирги пайтда кундалик ҳаётимизда кенг ўрин эгаллаб бораётган электрон почта хизматидан ҳам фойдаланиш жуда кўп муаммоларни ҳал қилиш имконини бермоқда. Мазкур мавзуни ўрганишда телеконференцияларни ўтказиш масаласига ҳам аҳамият берилишини тақозо қилади.

Замонавий ахборот технологияларидан турли жўнатмалар рўйхати, чатлар, рақамли технология-пейжерлар, ахборот тўплаш хизматлари каби имкониятлардан ҳам фойдаланиш мақсадга мувофиқ. Аммо шуни эътироф этиш керакки, глобаллашув даврида рақамли технология тармоғида ахборот хавфсизлигини таъминлаш масаласи ҳам ўта жиддий. Бунинг учун конфиденциаллик, аутентификация, тўлиқлик, шифрлаш каби имкониятлари ҳам мавжуд. Шифрлашнинг симметрик ва носимметрик усулларидан фойдаланиш йўлларини эътибордан четда қолдириб бўлмайдиган масалалар сирасига киради. Шунингдек, ҳар бир ходимнинг рақамли имзоси ҳам мавжуд. Ҳозирги пайтда электрон сертификатлар, протоколлар ва хавфсизлик стандартларидан ҳам фойдаланишни ўрганиш мақсадга мувофиқ.

Рақамли технологияда маркетинг масалалари қаралганда тўлов тизимларига ҳам аҳамият берилиши лозим. Бунда электрон тўловларнинг асосий хусусиятлари билан бирга кредит тизимлари, дебет тизимлари ва электрон пуллар каби тушунчаларга ҳам алоҳида аҳамият берилади.

Маркетинг тадқиқотларида индивидуал истеъмолчилар билан ўзаро алоқалар масаласи ҳам эътибордан четда қолиб кетмаслиги лозим. Айнан глобаллашув даврида рақамли технология мулоқот доирасини кенгайтириш масаласи ҳам долзарб масалалар сирасига киради. Буларни инобатга олиб, аҳолининг рақамли технологиядаги иқтисодий фаоллигини ошириш ва мулоқат доирасини кенгайтиришга қаратилган тадбирларни ҳам ривожлантиришни тақозо қилади. Маркетингда мулоқот доираси манфаатлари ҳам инобатга олинади ва шу йўл билан рақамли технологияга чиқилишини таъминлаш лозим.

Рақамли технологиянинг коммуникатив тавсифномаларини ёритишда асосий эътибор, унинг маълум маънода анъанавий оммавий ахборот воситаларидан фарқ қилишига алоҳида аҳамият берилади. Бунда рақамли

технология коммуникация моделлари, интерактивлик, гиперматн, мультимедиа, тармоқ навигацияси каби масалаларга ҳам алоҳида аҳамият берилишини тақозо қилади.

Глобаллашув даврида мижозлар билан ўзаро муносабатларни бошқаришда CRM тизимлари ва уларнинг таркиби, функциялари ва модулларига ҳам аҳамият берилади. Ҳозирги пайтда рақамли технологиядан фойдаланувчилар навигацияси, уларнинг сайтлари, Web-сайтлар, қидирув тизимлари, якуний сайтлар, корпоратив сайтлар, ахборот сайтлари ҳам мазкур мавзунинг устувор йўналишларидан биридир. Шу туфайли рақамли технология орқали маркетинг тадқиқотларини ўтказиш учун ҳар бир ходим ҳозирги пайтда ахборот технологияларининг илғор усулларини билмоғи, улардан ўз фаолиятларида фойдаланмоғи лозим. Чунки бугунги кунда, айниқса келажак истиқболда барча масалалар юзасидан илғор технологиялар ҳукумронлиги ошиб бораётган паллада, маркетинг тадқиқотларининг ҳам орқада қолиб кетишига йўл қўйиб бўлмайди.

Шулардан келиб чиқиб, рақамли технологияда маркетинг тадқиқотларини ташкил этиш масаласига алоҳида аҳамият берилиши лозим. Бунинг учун энг аввало, маркетинг ахборот тизими (МАТ) шаклланади ва ахборотлар қайта ишланади. Бунда ички ҳисобот тизими, маркетинг кузатув тизими, ахборотларни тақсимлаш, маркетинг каналлари ва маркетинг тадқиқотлари тизими ҳам тегишли ҳолатда ўрганилиши лозим. Чунки, глобаллашув даврида рақамли технологияда маркетинг тадқиқотларини ташкил этиш ўзига хос хусусиятларга эга. Юқоридаги масалаларни ҳал қилмасдан унинг хусусиятларини тўлиқ англаш бироз мураккаб бўлади. Маркетинг тадқиқотлари ўтказиш учун рақамли технология воситалари, ахборот манбалари, маълумот тўплаш усуллари керак бўлади ва бунда рақамли технология-сўровларидан фойдаланиш анча муаммони ҳал қилиш имконини беради.

Рақамли технологияда ахборот излаш воситалари ва усуллари орқали ахборот ресурсларидан фойдаланган ҳолда қидирув тизимларини танлаш, улардан фойдаланган ҳолда ахборот излаш ҳамда улар асосида ахборот ресурслари таҳлилини амалга ошириш мумкин. Бунда асосий маълумотлар рақамли технологияда сўровлар ўтказиш йўли билан шакллантирилади. Бунда сўров ўтказиш жойлари ва кимлардан сўров олиш аниқ белгиланиши шарт, чунки ушбу ҳолатлар маркетинг тадқиқотлари мақсадига мос келган бўлиши лозим. Бунда энг аввало, сўров варақаси тузилади, Web-сайтга ташриф буюрувчилар ҳақида маркетинг ахбороти олинади, булардан фойдаланувчиларни таниб олиш усулларини қўллаган ҳолда ташриф буюрувчилар ҳақида статистик маълумотларга эга бўлинади ва улар таббий равишда тадқиқотнинг мақсадидан келиб чиққан ҳолда қайта ишланади.

Маркетинг тадқиқотларини амалга ошириш учун рақамли технологияда товар сиёсати ва хизматлар бозори ҳам ўрганилади. Бунда товар ва товар сиёсати тушунчасининг моҳиятини очиб беришдан, товарнинг маркетинг муҳити, рақамли технология орқали сотиш учун энг самарали товар

гуруҳлари, товарланинг таснифланиши,товарнинг ҳаётийлик даври, уларнинг рақобатбардошлиги каби масалалар. Сервис хизматини ташкил этиш. Янги товарларни ишлаб чиқиш. Юқори технологиялар соҳасида янги маҳсулот ишлаб чиқиш босқичларини тезлаштириш.

Глобаллашув даврида рақамли технологияда товарнинг ҳаётийлик даври ва маркетинг муҳитига таъсири, сотувдан олдинги ва кейинги хизмат кўрсатишни яхшилаш учун рақамли технологиянинг қўлланиши билан боғлиқ масалалар ҳам мазкур мавзуда устувор ўринга эга бўлиши лозим. Чунки, рақамли технология орқали кўрсатилувчи хизматлар бозори, рақамли технологияда хизматларни молиялаштириш, рақамли технология орқали банк хизматлари, рақамли технология орқали валюта ва фонд бозорларида ишлаш, рақамли технология-суғурта масалалари ҳам илғор замонавий усуллар орқали амалга оширилмоқда. Бундай шароитда рақамли технология орқали алоқа, рақамли технология хизматидан фойдаланиш ҳаётимизнинг барча соҳаларида устуворликни эгаллаб бораверади.

Маркетинг тадқиқотларида нарх сиёсати ҳам муҳим аҳамият касб этади. Чунки харидор товарни жонли кўриб танлашдан кўра рақамли технологияда кўрганлиги ўртасида фарқ, харидорда бироз ишончсизликни туғдириши мумкин. Шу туфайли ушбу масалага ҳам алоҳида аҳмият берилиб, харидорлар ишончини қозониш бўйича тегишли тадбирларни амалга ошириш лозим бўлади. Бунда рақамли технология тадқиқоти нафақат иқтисодий, балки муҳим ижтимоий самарадорликка, яъни харидорлар ишончига сазовар бўлиш руҳиятини шакллантиради. Худди шундай ҳолат ҳамиша сақланиб қолиш чораларини кўришни тақозо қилади.

О.М.Пардаев – СамИСИ профессори в.б., и.ф.д.,
М.О.Мамаюнусова – СамИСИ таянч докторанти

ЖАМОА МЕҲНАТИДА ПЕРСОНАЛНИ ТАНЛАШ, ТАЙЁРЛАШ ВА БОШҚАРИШ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ

Аннотация: мақолада корхоналарни бошқаришда жамоа меҳнатида иш жараёнида персонални мотивлаштириш, сўнгра ташкилотнинг кадрлари рўйхатига киритиш, уни ривожлантириш ва баҳолаш дастурлари, персонални танлаш, тайёрлаш ва бошқариш технологиялари илмий ўрганиб чиқилган.

Калит сўзлар: жамоа меҳнати, персонал, мотивлаштириш, баҳолаш дастури, бошқариш технологиялари, меҳнат самарадорлиги.

Аннотация: В статье научно исследуются технологии мотивации персонала в процессе совместной работы в управлении предприятиями, затем включение их в штат организации, программы его развития и оценки, подбор персонала, технологии обучения и управления.

Ключевые слова: командная работа, персонал, мотивация, программа оценки, технологии управления, эффективность труда.

Abstract: The article scientifically examines the technology of motivating personnel in the process of teamwork in the management of enterprises, then their inclusion in the

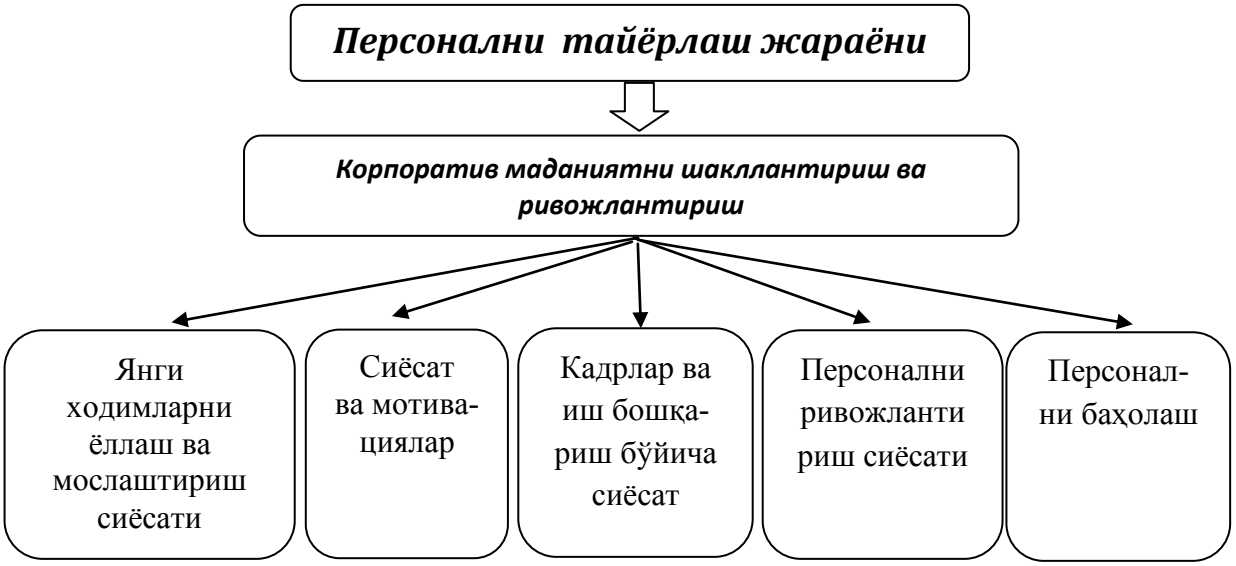
list of personnel of the organization, its development and evaluation programs, personnel selection, training and management technologies.

Keywords: teamwork, personnel, motivation, evaluation program, management technologies, labor efficiency.

Бозор иқтисодиёти шароитида жамоа меҳнатида персонални бошқариш корхона фаолияти натижасига кучли таъсирини кўрсатади. Чунки жамоа меҳнатининг самарадорлиги, натижавийлиги персонални танлаш ва тайёрлаш билан узвий боғлиқ ҳисобланиб, жамоадаги ходимларнинг меҳнати уларнинг олдиларидаги мақсадларга эришишидаги умумлашган, ягона меҳнат ҳисобланади[51].

Илмий-амалий тадқиқотлардан маълумки, ҳар қандай ижодий жамоада 5% атрофида ижодий шахслар, 25% билимдон кишилар, 20% таҳлилчилар ва 50% оддий ижрочилар бўлади. Ижодий гуруҳларнинг раҳбарлари демократлар, пессимистлар, диктаторлар ёки ташкилотчилар сифатида тавсифланади.

Бу тадқиқотлар натижасининг энг муҳим хулосалари шундан иборатки, ташкилотнинг жисмоний меҳнатларини юқорида кўрсатилган 50% оддий ходимлар-персоналлар бажарадилар. Шунинг учун ҳам менежментнинг назариячилари ва амалиётчилари бошқарув туғилишидан бошлаб унинг назариячилари менежментнинг асосий субъекти бўлган-одамларни самарали бошқаришни тадқиқ қилиб келмоқдалар (1-расм).



1-расм. Персонални танлаш ва тайёрлашнинг оддий тизими

Келтирилган 1-расмда ташкилотларда персонални тайёрлаш жараёни “корпоратив маданиятни шакллантириш ва ривожлантириш дастури” асосида олиб борилиши тавсия қилинмоқда. Бу дастур ўз таркибига 5 та ёки

[51]Аверин А.В. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации учебное пособие.М.:Изд. РАГС, 2013.-224 с.: Волгин А.П. Управление персоналом в условиях рыночной экономики. Учебное пособие.М.: Дело, 2013.-356 с.: Лукашевич В. Основы управления персоналом. Учебное пособие. КноРУС.М.:2016.-346 с.:

узлуксизлик бўйича режалаштирилган йўналишни, жараённи ёки сиёсатни олади. Янги ходимларни ёллаш ва мослаштириш сиёсатида янги ходимларни танлаш икки усулда амалга оширилиши маълум жараён. Буларнинг *биринчиси* - иш ахтариб келувчилар, иккинчиси - ташкилотнинг эълонлари бўйича ишга келувчилар ҳисобланади.

Иш ахтариб келувчилар ташкилотнинг эълонлари бўйича ишга келувчиларни тўғридан-тўғри ишга қабул қилиш даври ҳозирга келиб ўзининг муддатини ўтаб бўлди. Жамият тараққиётидаги ҳозирги даврда тўғридан-тўғри ишга қабул қилиш ташкилотларни самарали бошқаришда кўпдан-кўп тўсиқларга дуч келтириши ҳам маълум бўлди.

Шунинг учун ҳам, ҳозирда ходимни ишга ёллаш ва уни ишга мослаштириш жараёни ўта синчковлик билан (суҳбат, соҳани билиши, қобилияти, шу иш юзасидан ахборотланганлиги, маълумоти, оилавий аҳволи, яшаш манзили, иш стажи ва бошқ..) амалга оширилиши талаб қилинмоқда

Иккинчи жараёнда персонални мотивлаштириш, сўнгра ташкилотнинг кадрлари рўйхатига киритиш, уни ривожланти-риш ва баҳолаш дастурлари амалга оширилади. Келтирилган тизим бўйича ходимларни ривожлантириш (ўқитиш, малакала-рини ошириш, янги технологиялар ва ахборотлар билан таъминлаш ва бошқ..) га алоҳида эътибор берилади. Биздаги ташкилотларнинг деярли кўпчилигида бу тизимга эътибор берилмаганлигидан корхоналарда ҳам, ташкилотларда ҳам ишчиларнинг қўнимсизлиги одатий ҳоллардан бўлиб қолмоқда.

Ташкилотда персонални танлаш ва тайёрлаш тизимида режалаштирилган “персонални баҳолаш” ташкилот жамоасини талаб даражаларда шакллантиришга қаратилган. Ташкилот ходими ташкилот раҳбариятининг унга бўлган муносабатлари ва уни ташкилотда ишлашга тайёрлаганлигини чуқур ҳис этиши, сезиши натижасида у ўзини баҳолаш танловларидан муваффақият билан ўтади. Чунки унда ташкилотда ишлаб қолишга қатъий қарор пайдо бўлган.

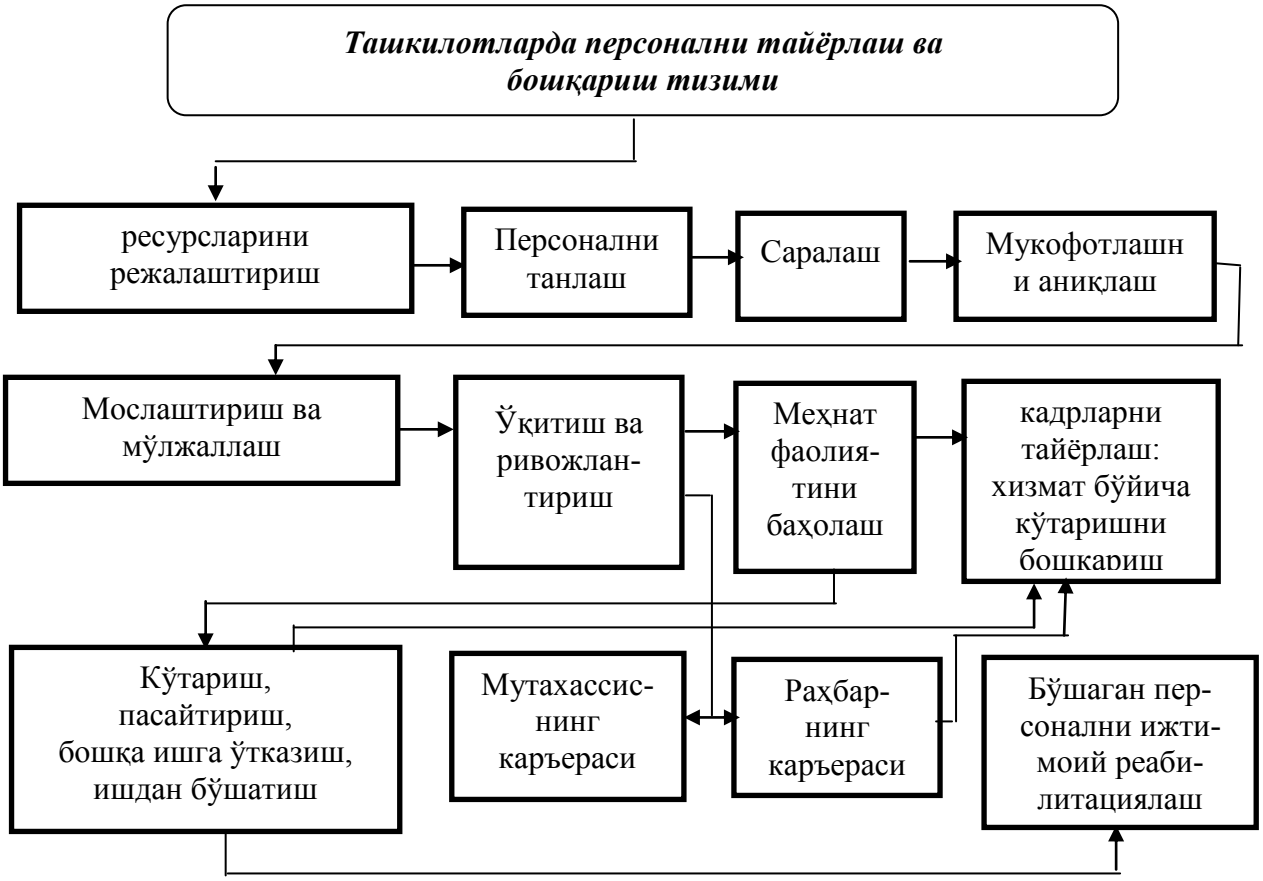
Шу тариқа ташкилотнинг жамоаси шакллантирилади ва бу жараён тўхтовсиз давом эттирилади. Европа давлатларида, АҚШ, Канада, Хитой, Япония каби давлатларда ташкилотларнинг меҳнат жамоасини шакллантиришга биринчи навбатдаги вазифа сифатида қаралади.

Бу давлатлар айниқса, Европа давлатлари ва АҚШ вақт ўтиши билан жамият менежментининг ватанлари ҳисобланади. Бу давлатлардаги бошқарув биринчи навбатда ўз давлатлари-нинг иқтисодиётини кўтариш йўли билан халқининг яшаш фаравонлигини оширишга қаратилган. Шунинг учун ҳам бу давлатларда менежментни такомиллаштириш узлуксиз равишда жиддий тадқиқотлар йўналишларига айлантирилган ва таш-килотларда ходимларни тайёрлашнинг усуллари ва тизимлари мукаммал равишда ишлаб чиқилган (2-расм).

Ушбу тизимдаги талабларни ўрганишдан маълум бўладики, ташкилотнинг олдига қўйилган мақсад ва вазифаларни бажариш учун

биринчи навбатда меҳнат жамоасини шакллантириш керак. Ташкилот учун ходимларни мақсадли танлашнинг биринчи босқичи меҳнат ресурсларини режалаштиришга қаратилаяпти. Бу масала кўриб чиқилгандан кейингина персонални танлаш босқичига ўтилмоқда.

Персонални танлашнинг икки босқичда (танлаш ва сара-лаш) ўтказилишининг ўзи ишга кирувчиларнинг ўз маъсулияти-ни оширишга мажбур



2-расм. Ташкилотларда персонални мажмуали тайёрлаш ва бошқаришнинг мураккаб тизими

эканлигини англатади. Тизимдаги: мослаштириш ва мўлжаллаш; ўқитиш ва ривожлантириш ва меҳнат фаолиятини баҳолаш ҳам ходимни ривожлантиришга, қўллаб-қувватлашга қаратилган. Агар инсоний муносабатлар мактабининг назарияси ва амалиётига эътибор қилсак, таш-килотнинг самарали ишлаши фақатгина инсон ресурсларига боғлиқ эканлигини англаймиз.

Ғарб давлатларида, АҚШ ва Японияда жамоа меҳнатини ташкил қилишда биринчи навбатда персонални тайёрлаш муҳим омиллардан эканлиги маълум бўлади. Ушбу тизимда ташкилотнинг самарали фаолият кўрсатиши учун жамоани шакллантиришда ходимнинг ўрнига қанчалик кучли эътибор бериш лозим эканлиги келтирилган. Жамоада меҳнат қилувчи ходим бошқарув қарорларини қабул қилиш жараёнларига ҳам қатнашиши кераклиги белгиланган. Ташкилотда меҳнат қилувчи ходимнинг бошқарув

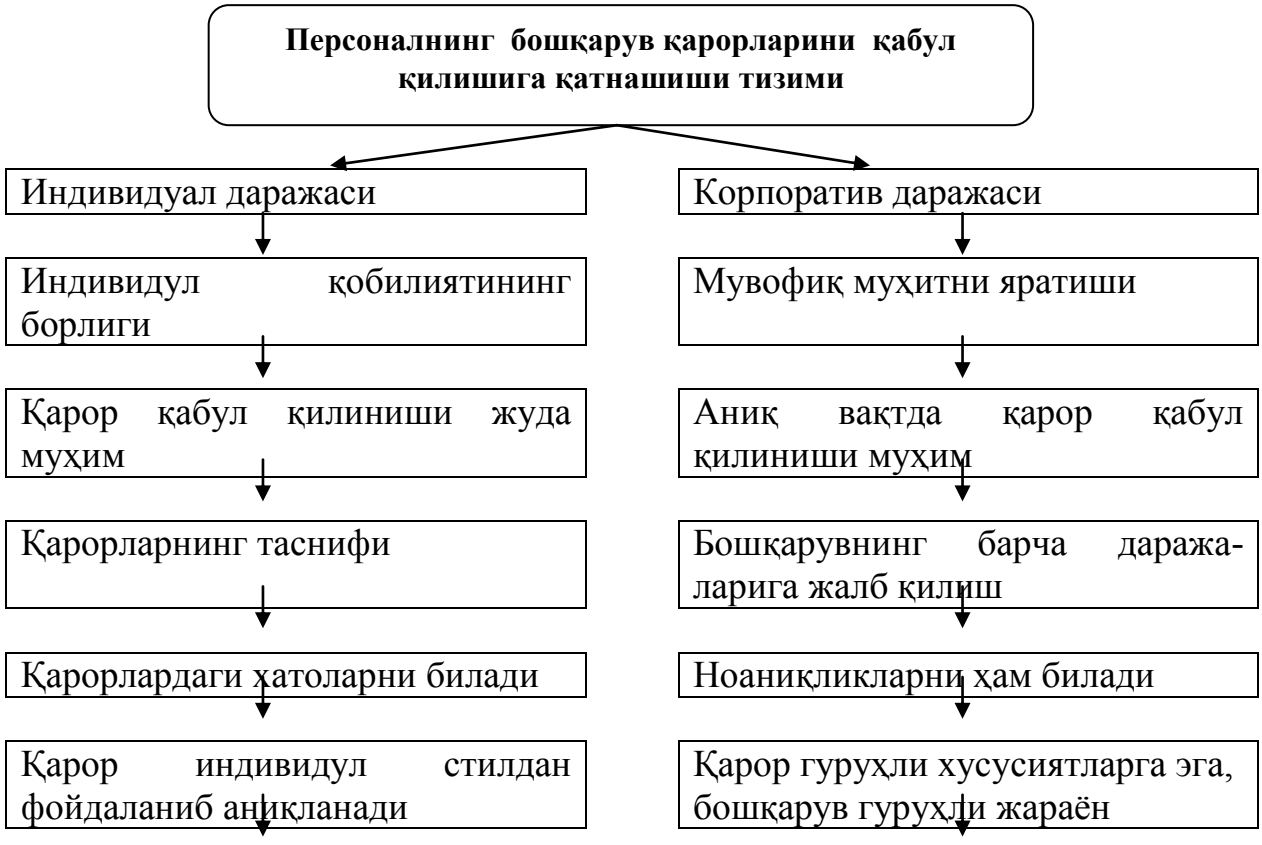
қарорларини қабул қилишга қатнашиши ташкилотда демократик бошқарувнинг тўлиқ тантанасини ифодалайди.

Ташкилотда персонални бошқариш технологиялари. Асримизнинг замонавий технологияларини яратиш халқ хўжалигининг барча соҳаларида, тармоқларида ва йўналишла-рида шиддат билан ривожланмоқда. Бугуннинг технологиялари эртага эскириб қолмоқда деган сўзлар, мавзулар ҳам оддий суҳбатларга айланаяпти. Шунинг учун ҳам, ташкилотларда ва корхоналарда меҳнат жамоасини шакллантиришда персонални танлаш ва тарбиялашнинг муҳимлиги долзарб илмий-амалий тадқиқотларни талаб қилмоқда.

Ташкилотларда персонални тайёрлаш ва бошқариш технологиялари яратилган. Ташкилотлар бу технологияларни ўз ташкилотида жорий қилиш имкониятлари бўйича қўлламоқда. Шу билан бирга ташкилотларда персонални бошқариш технологиялари доимий равишда такомиллаштирилиб борилмоқда.

Персонални бошқаришнинг замонавий технологиялари ҳар қандай корхонанинг олдидаги кўплаб вазифаларни ечиш имко-ниятларини яратади. Янги технологиялар ва усуллар ёрдамида корхонанинг жорий ва стратегик вазифалари бажарилади, ишларни бажаришнинг самарадорлиги таъминланади.

Агар корхона меҳнат жамоасини профессионал ишчилар билан шакллантирса, бу корхона ўзи йўналишидаги корхоналар ўртасида албатта етакчилик ўринларини эгаллайди. Бу учун эса персонални бошқариш технологияларига жиддий эътиборни қаратиш талаб қилинади (3-расм).





3-расм. Персоналнинг бошқарув қарорларини қабул қилишда қатнашиши даражалари бўйича таснифи

Менежментнинг асосий технологик усулларининг ичида қуйидаги энг муҳимларини ажратиш мумкин[52]:

- кадрларни танлашда асосий эътиборни ишчанлик ва шахсий сифатларни батафсил ўрганишга қаратиш;
- кадрлар бўйича мутахассис персонални танлаш ва саралаш ишларида жуда кўплаб усуллар ва технологияларни қўллаши ва фойдаланиши керак;
- янги ходимнинг самарали мослашишига ҳар тарафлама ёрдам бериш.

Қайд қилинган умумий тизимлар бўйича кўплаб технологиялар ишлаб чиқилган. Персонални кадрлар бўйича бошқарув технологияларининг элементлари қуйидагича:

- персонални ёллаш, танлаш ва саралаштириш режасини тузиб чиқиш;
- ходимнинг ишловчанлиги ва уддабуронлигини баҳолаш;
- касби бўйича фойдаланишни мўлжаллаш;
- ходимни мослаштириш тизимини ва шароитини яратиш;
- ишчанликдаги лавозимликни ривожлантириш;
- ноёб ходимларни йўқотиб қўйиш хавфини пасайтириш;
- бошқарув лавозимларига кўтаришни мўлжаллаш;
- раҳбарлар таркибига заҳира раҳбарларни тайёрлаб бориш;
- фаолиятни мотивлаштириш;
- бошқарув муҳитида ҳуқуқий-меъёрий ҳужжатлардан, усул ва услублардан тўлиқ ахборотланганлик шароитларини яратиш.

Персонални бошқариш технологияларининг турлари: персонални бошқариш технологияларининг барчаси ягона, бириккан ва бирлашган жамоа тизимини яратиш учун қўлланилади. Менежментнинг кадрлар амалиётида асосан қуйидаги технологиялар кўпроқ қўлланилади:

- бошқарув технологияси (танлаш амалга оширилади, кадрларни жой-жойига қўйиш, ишчанликни баҳолаш, меҳнатни ташкил қилишнинг асосларини ишлаб чиқиш);

[52] Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации.Учебное пособие. М.:ЮНИТИ, 2013. -560 с.: Спивак В.А. Организационное поведение и управление персоналом,Учебное пособие.СПб.: Питер, 2014. -416 с.: Десслер, Гари. Управление персоналом.Учебное пособие под ред. Р.И. Шленова. — М.: Издательство «БИНОМ», 2014. -432 с.

- бошқариш ва ривожлантириш технологияси (ўқитиш ва малакаларини ошириш амалга оширилади, аттестация ўтказилади, ишга янгиликлар киритилади, жорий қилинади);
- хулқ-атворни бошқариш технологияси (мотивлаштириш тизими ишлаб чиқилади, низоларни тезкор усулда ечиш усуллари, амалиёти яратилади, корпоратив, ташкилий маданият ва ишчанлик этикаси муносабатлари шакллантирилади).

Келтирилган барча технологияларда ходимнинг профессионал тайёрланганлиги асос қилиб олинади. Ходимнинг зиммасига мақсадли вазифалар қўйилади, барча ходимларнинг самарали ишлаши учун мувофиқлаштирувчи шароитлар яратилади ва албатта охирги натижа диққат билан кўриб чиқилади ва персоналлар баҳоланади.

Персонални бошқаришда ижтимоий технологиялар: бу технология ташкилотнинг мақсадларини ҳисобга олган ҳолда аниқ ходимлар ва алоҳида гуруҳларда қўлланилади. Замонавий менежмент ташкилотда бу технологияни қўллаганда персонал-нинг меҳнат фаолияти учун қулай шароитларни яратишни, ижтимоий муҳофазаланганлигини ҳисобга олади. Жамоанинг ижтимоий соҳадаги эҳтиёжлари, мотивлаштиришнинг барча тизимлари қайта кўриб чиқилади ва қўшимча назорат учун жамоавий гуруҳлар тузилади.

Персонални бошқаришнинг ижтимоий технологиялари ташкилотнинг фаолияти барқарор, иқтисодий кўрсаткичлар бир маромда бўлганда кутиладиган самараларни беради. Ташкилот-нинг бундай шароитида кадрлар хизмати ижтимоий бошқарув технологияларини жорий қилиш қарорларини қабул қилади ва амалга оширади.

Персонални бошқаришда замонавий ижтимоий технологияларни қўллаш жараёнлари натижасида қуйидагилар таъминланади:

- танлаш, ёллаш ва назорат;
- аттестациялар тизимларининг қўйилиши;
- профессионал таълимни қувватлаш;
- кадрлар заҳирасини янгилаш;
- ижтимоий ҳимояларни таъминлаш;
- тиббий суғурталаш;
- имтиёзларни тақсимлаш;
- нафақани таъминлаш.

Персонални бошқаришда ижтимоий технологияларни қўллашда қуйидаги умумлашган йирик натижаларга эришган-ликларини кўплаб ташкилотлар қайд қилишади:

- меҳнат унумдорлиги кескин ошади;
- чиқарилаётган маҳсулотларнинг рентабеллиги таъминла-нади;
- барча персоналлар фаолиятида юқори натижалар бўйича барқарор бир текислик юзага келади;
- ҳар бир ходимда охирги натижа бўйича манфаатдорликка қизиқиш кучаяди;

- мустаҳкам ҳамкорликдаги жамоа яратилади.

Персонални бошқариш технологиялари вақт талабига мувофиқ доимий равишда такомиллаштирилиб борилиши керак. Чунки, янги технологиялар ва илғор тажрибалар ташкилотларда, корхоналарда янги шароитларни келтириб чиқариши аниқ воқеълик ҳисобланади. Янги шароитга мослашиш учун албатта усуллар, такомиллаштирилган ёки янги технологиялар керак бўлади.

Жамоа меҳнатини ташкил қилишда раҳбарнинг ўрни "стили". «Стил» грекча сўз бўлиб, аввалига доскага ёзувда ишлатиладиган ёзув таёқчаси дейилган, кейинчалик «ёзув» маъносида таржима қилинган. Шундан келиб чиқиб, раҳбарлик стили – менежернинг ҳаракати деб тушуниш мумкин. Стил – раҳбарликнинг доимий равишда ўзгариб турадиган методлари тизимидир. Ташкилотда раҳбарлик стили доимий равишда ўзгариб туришга мажбурдир. Чунки, ташкилотнинг бутун фаолияти истеъмолчиларнинг миқдорига қатъий равишда боғлиқ бўлади.

Истеъмолчиларнинг кўпайиши ташкилотнинг заҳирадаги имкониятларини ҳам ишга туширади ва ўзига хос «босим» ҳосил бўлганлигидан раҳбарлик стили ҳам вақтинча ўзгаради. Раҳбарлик методи анча турғун ҳолатдаги деярли бир усулдаги бошқаришдир. Бу усулда раҳбарлик асосан марказлашган раҳбариятнинг кўрсатмаларига сўзсиз итоат қилиш ва сўзсиз ижро қилишга асосланади.

Раҳбарлик стили ишлаб чиқариш билан боғлиқ ҳолларда кўп ишлатилиб келинаётган анъанавий методларга буйсунмай-ди. Бу вазиятда раҳбарлик стили билан раҳбарлик методлари ўртасида қарама-қаршиликлар келиб чиқади. Лекин, бу вақтинчалик жараён ҳисобланади.

«Раҳбарлик стили» - менежернинг амалий фаолиятида усуллар, услублар, шакллар ва омилларнинг турғун бири-бири билан ўзаро алоқада, ўзаро ҳамкорликда бутун ва ягона тизимни ҳосил қилиш ҳаракатидир.

Ташкилот менежери раҳбарлик стилини қўллаб ташки-лотнинг топшириқларини бажарганида маълум бўлган раҳбар-лик методларини қўллайди. Бу ҳолатда раҳбарнинг интел-лектуал қобилияти, ақли ва тажрибаси қўл келади. Шу ўринда таъкидлаш лозимки, раҳбарлик стилида ҳам, раҳбарлик методида ҳам ҳозиргача ишлаб чиқилган ёки тан олинган «идеал» усулнинг ўзи ҳам йўқ, бўлиши ҳам мумкин эмас.

Раҳбарлик стили менежернинг ўз олдига қўйган вазифасига қараб қуйидаги стил ёки методни ёки бошқарувни қўллаши мумкин[53]:

1. Бошқармоқ – раҳбар ўз буйсунувчиларига аниқ кўрсат-малар беради ва топшириқнинг бажарилишини сидқидилдан кузатади.

2. Йўналтирмоқ – менежер топшириқнинг бажарилишини кузатади ва бошқаради, бошқарувдаги ечимни ходимлар билан муҳокама қилади, улардан

[53] Круи М. Основы риск -менеджмента.Люберцы: Юрайт, 2016. -390 с.: Ҳайитбоев Р., Пардаев О. Туризмнинг менежменти. Самарқанд, 2010.-46 б.

таклифлар кутади, ўз ташаббусини қувватлашни хоҳлайди.

3. Қувватлаш – менежер ходимларга вазифаларни бажариш-да ёрдам кўрсатади, улар билан масъулиятни бўлишади, вазифасини тўғри бажаришда ҳамкорлик қилади.

4. Ваколатга ишониш – менежер ўз ваколатларида масала-ларни ҳал қилишда уларга масъулиятни ҳам беради. Бундай ҳаракатлар туристик фирманинг мақсади ва вазифалари фойдаси учун қилинади.

Албатта, авторитар бошқарув фирмада бошқарувнинг марказлашишига, раҳбарнинг мутлоқ ҳокимлигига олиб келади. Советлар иттифоқи бошқарувидан бу маълум. Авторитар раҳбарлик стили ҳам, методи ҳам ривожланишни таъминлай олмайди. Бошқарувнинг ривожланишида демократик –(демос–халқ, кратос– бошқарув) стил истиқболли ҳисобланади. Жамоа меҳнати ҳодиса ва жараёнлар, ижтимоий–иқтисодий мақсадларни кўзлагани учун ташкилот раҳбарида ҳам, менежерида ҳам ва унинг барча ходимларида ҳам озгина «ҳумрайиш» ва озгина «асабийлашиши» ҳам бутун фаолиятга салбий таъсир этишни яхшилаб тушуниш шарт бўлади.

Sh.A.Musayeva – assistant professor SamIES
D.I.Usmonova – PhD doctor of economic science SamIES
F.Sh.Usmanov – student SamIES

FEATURES OF MARKETING RESEARCH IN THE SERVICE SECTOR

Abstract: This article is devoted to the study of the characteristic features of the organization of marketing research in the service market. The author lists the features of the service market as an object of marketing activities and concludes that it is necessary to develop the methodology of marketing research.

Keywords: service market, marketing, marketing research.

Аннотация. Данная статья посвящена изучению характерных особенностей организации маркетинговых исследований на рынке услуг. Автором перечислены особенности рынка услуг, как объекта маркетинговой деятельности и сделан вывод о необходимости развития методологии маркетинговых исследований.

Ключевые слова: рынок услуг, маркетинг, маркетинговые исследования.

Аннотация: мазкур мақола хизматлар бозорида маркетинг тадқиқотларини ташкил қилишнинг ўзига хос ҳусусиятларини ўрганишга бағишланган. Муаллиф томонидан маркетинг фаолияти объекти сифатида хизматлар бозорининг ҳусусиятлари санаб ўтилган ва маркетинг тадқиқотлари услубиятини ривожлантириш хақида хулосага келинган.

Калит сўзлар: хизматлар бозори, маркетинг, маркетинг тадқиқотлари.

In the action strategy for the development of the economy of the Republic of Uzbekistan, much attention is paid to improving the service sector, since consumers demand not only the quality of products, but also a culture of service, which is impossible without the development of this sector. Moreover, given that in

developed countries, services are the leading sector of the economy of most developed countries. For example, in the countries of North Africa, Europe and Asia (Japan and South Korea), the number of employees working in the service sector exceeds the number of those employed in all other industries combined. The public and private sector in these countries accounts for 60-70% of the total national production.[54] Whereas in Uzbekistan the share of services in GDP is about 50%.

Service marketing is the action through which services offered on the market reach customers; a process recognized to assist potential consumers in assessing the services provided, allows scientific justification of decisions on the production, sale and promotion of services on the market, makes it possible to adequately assess and predict the market situation, develop a strategy and tactics of competition. The nature of the service sector, the features that distinguish a service from a material product, determines the specifics of the service market, which is considered in unity with the product market as one of the varieties, subject to the general laws of a market economy. Although the market for services has much in common with the market for goods, there are some features of market coordination due to the specific nature of the service, which requires a special approach to business and marketing activities designed to meet the demand for services.

The features of the services market are, first of all:

- in the high dynamics of market processes - the provision of services is aimed at the direct satisfaction of human needs;
- in territorial segmentation
- the forms of service provision, the demand and conditions for the functioning of enterprises for the provision of services, the demand and conditions for the operation of enterprises for the provision of services depend on the characteristics of the territory covered by the specific market;
- in a high rate of capital turnover - one of the main advantages of a business in the service sector, which is a consequence of a shorter production cycle;
- in high sensitivity to changes in market conditions - a property caused by the impossibility of storing, storing and transporting services, as well as the temporal and spatial coincidence of their production and consumption
- in the specifics of the organization of production of services - with greater mobility, small and medium-sized enterprises that are producers of services have ample opportunities for flexible response to changes in the market situation;
- in the specifics of the process of providing services - the personal contact of the manufacturer and the consumer, on the one hand, creates conditions for the expansion of communication ties, and on the other hand, increases the requirements for professional and qualification qualities, experience, ethics and general culture of the manufacturer;
- a high degree of differentiation of services - diversification, personification and individualization of demand for services is considered as the most important

[54] www.marketingresearch.com

incentive for innovation in the service sector, since the complex structure of demand causes the emergence of new, non-standard services; ---the search for a new service is becoming a permanent process, which is increasingly developing as market demand is saturated;

- in the uncertainty of the result of activities for the provision of services - the result of activities for the provision of services, which in many cases is subject to the influence of various qualities of the manufacturer, cannot be predetermined with sufficient accuracy; the final assessment of the result is possible only after the consumption of the service;

- services are often contrasted with products, although the role of service in industry is increasing, which may include equipment repair, after-sales service and other services related to the sale of goods. We can say that in many cases there is a product element in the service, just as with product sales there is a service element. The close interweaving of the sale of goods and the provision of services makes it difficult to distinguish and record services - the service sector is usually more protected by the state from foreign competition than the sphere of material production. Moreover, in many countries, transport and communications, financial and insurance services, science, education, health care, utilities are traditionally in full or partial state ownership or are strictly controlled or regulated by the state. The import of services, according to the governments of many countries, can pose a threat to national security and sovereignty, therefore, it is regulated more strictly than trade in goods.

Thus, the market for services in comparison with the market for goods is characterized by greater conjuncture and unpredictability. Here the question of the survival of an economic entity is acute. Among the factors shaping the market for services, one can single out: the level of development of equipment and technology, raw material potential, the level of demand for services, the level of market prices, the tax regime and the level of subsidies. The development of telecommunications and computerization reduce the need for personal contacts in the implementation of services. With technological progress, locality is being overcome, the market is becoming more open. more international. The service market most of all meets the requirements of a free market of the classical type; it lends itself the least to monopolization because the production of services is dispersed. The most common form of organizing the production of services is small businesses based on private and collective property. The profitability of the production of services is ensured not so much by economies of scale of production as by savings in the variety and quality of services. The peculiarity of marketing research in the service sector in modern times is that it is necessary to take into account the specifics of the globalization process as the main development trend. This is a multifaceted process, as we see it, due to the structural complexity of the service markets, which has a pronounced industry specificity. In recent years, the situation has changed dramatically. Under the influence of a number of new phenomena, conditions have been formed for the active integration of many services into the global economic

space. The primary role in the elimination or mitigation of traditionally high barriers on this path belongs to scientific and technological progress, primarily a powerful breakthrough in the development of information transformation of the production of services.

From the standpoint of globalization, delocalization (separation from the national soil) of many types of services, as well as a gap in the time of service production and its consumption, are especially important. It became possible to accumulate, store and transmit services over a distance, to consume them in various forms and at any time, including in real time. Many types of services have acquired the ability to be objects of foreign trade, and the world economic space has opened up for growing flows of telecommunications services, finance and education, a wide range of business and professional services, etc

Broad prospects for the globalization of services are opening up with the development of the Internet. The global network initially has a cross-border character, removes spatial and temporal barriers in international contacts between producers and consumers of services. On its basis, a radically new model of their mass consumption is being formed. The volume of transactions is steadily growing as users' access to Internet services increases, the computer literacy of the population increases, the principles and norms of legal regulation of transactions in a specific market environment are developed, measures are taken to protect intellectual property and individual rights, etc. Under the new conditions, mobile communications, a number of transport sectors (primarily aviation), and the financial sector progressed rapidly (the number of companies increased, including due to the entry of small and medium-sized firms into the market, the range of services expanded, and their prices dropped significantly). Technological and institutional shifts in these sectors not only stimulated cross-border and other forms of trade in services, but also served as a catalyst for the overall process of globalization, bringing under it a more technologically advanced and cost-effective infrastructure.

If in the past the leading positions in the structure of this sector in developed countries were occupied by trade, household, recreational and a number of other services, today a group of high-tech types of business and professional services, telecommunications, as well as education, health care, and culture have come to the fore. In combination with knowledge-intensive industries, they form, along with modernized traditional industries (trade and transport), an actively developing core of the modern economy and largely determine the dynamics, quality parameters, and competitiveness of both the service sector and the entire economy.

It is noteworthy that the "spurt" of services to foreign markets in recent years is largely associated with the expansion of "advanced" services - telecommunications, financial sector, information, computer, consulting, management, marketing, engineering and construction, auditing, educational and a number of others. This group of industries has a growing and often decisive influence on the dynamics, structural and qualitative characteristics of the

internationalization of services and gives a powerful acceleration to the overall process of globalization.

Making a general conclusion, we can say that the ongoing marketing research in the service sector requires even more a more qualified approach, taking into account new trends in the global economy, which in turn requires modern personnel in the field of marketing to constantly improve their knowledge.

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

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИДА БОШҚАРУВНИНГ УМУМИЙ АСОСЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада хизмат кўрсатиш корхоналарида бошқарув жараёни, келгусидаги стратегик режаларидан кўзланган асосий мақсад, ходимлар хавфсизлигини таъминлаш йўллари кўрсатиб ўтилган.

Калит сўзлар: хизмат кўрсатиш, бошқарув, мақсад, даромад, хавфсизлик.

Аннотация: В статье описывается процесс управления в обслуживающих предприятиях, основные цели будущих стратегических планов, способы обеспечения безопасности сотрудников.

Ключевые слова: услуга, управление, цель, доход, безопасность.

Abstract: This article describes the management process in service enterprises, the main goal of future strategic plans, ways to ensure employee safety.

Keywords: service, management, purpose, revenue, security.

Хизмат кўрсатиш корхоналаридаги бошқарув жараёни иқтисодиётнинг барча тармоқларидаги ҳар қандай корхоналар бошқарувидаги кўпгина умумий тавсиф бошқарувини ўз ичига олади. Кўпгина ташкилотлардагидек, бошқарув жараёни бу ерда ҳам меҳнатни тўғри тақсимланиши билан боғлиқдир, шунингдек хизмат ишлаб чиқаришнинг тақсимланиши кичик бўлимларга, секторларга ва ҳоказоларга ҳам боғлиқдир.

Энг аввало, биз хизмат кўрсатиш корхоналарида ўз ўрни бўлган бошқарув жараёнининг асосларини кўриб чиқамиз.

Бошқарувнинг асосий функциялари қуйидагилар:

- ишлаб чиқариш фаолияти мақсад ва вазифаларининг ривожланиши;
- мақсадга томон интилишни ва режалаштиришни ва вазифаларнинг ечими;
- қарорлар қабул қилиш;
- қарорларни тарқатиш–буйруқларни ишлаб чиқиш, хизмат кўрсатиш ходимининг функционал мажбуриятлари ва вазифаларининг бўлиб берилиши, буйруқларнинг бажарилиши жараёнини кузатиб бориш;
- кўзда тутилган режа ва буйруқларнинг бажарилишини назорат қилиш ва ҳоказо.

Бундан ташқари, хизмат доирасидаги бошқарув қишлоқ хўжалиги ва

хом-ашё бошқаруви асосларини алоҳида аниқлаб беришга ёрдам беради. Шунингдек, сиёсий умумий ташкилотларда ҳам хизмат даражасидаги бошқарувнинг ривожланиши вазифаларнинг тўғри тақсимланишига хизмат қилади.

Шу билан бир вақтда бошқарув катта гуруҳ ходимларининг талаб ва эҳтиёжларини қондиришга эътиборни қаратади. Лекин ишлаб чиқарувчи ва талабгор шахсларнинг муносабати тўлалигича бозор алмашинувига, олди-бердисига мос келавермайди. Улар орасида социал, маданий, психологик компонентлар юзага келиб, бу бир-бирига кучли таъсир ўтказишга айланади. Бошқа сўз билан айтганда, хизмат ташкилотлари бошқарув ишида технологик – ишлаб чиқаришнинг жараёнлари биргина эмас, бир неча ҳолатларда хизмат корхоналари фаолиятини аниқлаб бера олади. Уларнинг барчаси хизмат менежментларининг умумлашган ҳолдаги ташкилотлар бошқаруви орасидаги фарқни келтириб чиқаради. Энди ўз қарашларимиз билан хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналаридаги бошқарув жараёнларини кўриб чиқамиз.

Умумий менежмент таҳлилидан бошласакда, бу таҳлил корхонага сиёсий ривожланиш ҳамда рақобатбардошлиги билан боғлиқ бошқарув стратегияси билан маҳкам қўшилиб кетган. Бунда умумий бошқарув характерида кўпгина нарсалар корхона фаолияти ўлчамларига, ходимларнинг сонига ва ҳуқуқий-ташкилий формаларига боғлиқ бўлади. Йирик акционерлик компанияларда, 50 кишилик акционерларга эга бўлганларнинг юқори раҳбарияти директор, қўмита ва бошқарув йиғилишига қўйилади. Директорлар маслаҳати йиғилишида умумий сиёсат ишлаб чиқилади, бошқарма уни ҳавола қилади ва бош менежер (бош администратор, директор, бошқарувчи) ўзларининг қўлида ташкилот, фирма ва филиалларининг барча нуқталарини ушлаб туради.

Ўртача хизмат кўрсатиш корхоналарида бошқарувнинг юқори бўғини ўзининг кичик административ кучлари сифатида тақдим этади. Бунда фақатгина раҳбариятга қарашли корхона қарорларини қабул қилувчи 3-7 кишилар ҳақида сўз боради. Шундай қилиб раҳбарият гуруҳини юқори лавозимдаги шахс (директор ёки бошқарувчи) ташкил қилади, бир ёки бир неча ўринбосар ва бош менежерлар корхона асосий таркибини бошқаради (булар ишлаб чиқариш бошқарувчиси ёки хизмат кўрсатиш жараёнининг бошлиғи, кадрлар бўйича инспектор).

Кичик корхоналарда бошқарувнинг барча хусусиятлари қоидага биноан фақатгина бир шахсга қаратилган бўлади.

Энди хизмат кўрсатиш корхонаси юқори бўғини менежментининг вазифаларини кўриб чиқамиз:

- корхона фаолияти режаси, ривожланиш миқёси мақсадларини ишлаб чиқиш;
- корхонанинг бозор миқёсини баҳолаш ва унинг фаолиятидаги самарадорликни аниқлаш;
- умумий раҳбарият ва ташкилий-бажариш характерларини амалга ошириш;

- жамоат ичидаги ва жамоа ташқи муҳитидаги коммуникатив-координация функцияларини сақлаш;
- ходимлар ва улар фаолиятидаги асосий йўналишни назорат турлари орқали қўллаш;
- корхона ва хизмат кўрсатиш ишларида умумий хавфсизликни таъминлаш;
- компаниянинг бошқа умумий жамият, ҳокимият биргаликда ишлайдиган одамлар билан алоқани ривожлантириш;
- ҳозирги замон талабига жавоб берадиган, аҳамиятга эга, бизнес талабларига боғлиқ ишга тааллуқли ахборотларни йиғиш, таҳлил қилиш ва ундан фойдаланиш.

Юқорида қайд этилган вазифалар якка тартибдаги корхоналарга мос келмайди ва шунинг учун менежментнинг юқори звеносини ташкил этувчилар кўпроқ фойда кўришлари мумкин.

Мақсад деганда корхона ривожланиш ҳолатидаги яқин келажак ва узоқ истиқболлари кўзда тутилади. Ишлаб чиқариш жараёнлар ҳаракатини, фирма, компания қачон, қандай мақсадда эканлигини аниқлаб беради. Мақсадлар бош, иккинчи даражали, умумий ёки хусусий, узоқ муддатли ва қисқа муддатли, тугалланган ва назоратли бўлиши мумкин.

Ҳар қандай компания бизнесида асосий мақсад қилиб ривожланиш, бозор рақобатбардошлилигини сақлаб қолишдир. Бу асосий мақсадни аниқлаб беришда бошқа мақсад ўрин эгаллайди, бу – даромад.

Менежмент корхонадаги даромад фирма борлигининг сабабчиси эмас, балки унинг фаолият натижаси эканлиги учун шароит яратиб бериши керак.

Даромаднинг ўсишига олиб борадиган умумий мақсадларга қуйидагилар киради:

- фаолият турларини йиғишда рентабелликдан фойдаланиш;
- фирма ривожланишда янги йўналишларни, фаолиятдаги янги хизмат турларни ишлаб чиқиш;
- фирмада иқтисодий барқарорлик ҳолатини ва унинг ишдаги хавфсизликни ҳар томонлама таъминлаш;

Махсус ва ўзига хос аниқ мақсадларга қуйидагилар киради:

- даромад маркази, сифатида алоҳида қисмлар рентабеллигини аниқлаш;
- компания фаолиятида асосий турлардаги мақсадлар;
- компания филиалларидаги мақсад.

Юқори менежментнинг асосий вазифаларидан бири – корхонанинг яқин 2-4 йилдаги ва 5 ёки ундан ортиқроқ йилдаги режалар мақсадини аниқлаш. Бу ҳолатда менежмент қўйилган мақсадни ақл билан ўз олдига мақсад қилиб қўйиши ва унга етишиши ҳолатини кўради.

Мақсадлар корхона (фирма) стратегиясини ишлаб чиқишда асосий рол ўйнайди. Хизмат кўрсатиш корхонаси стратегияси – бу корхонанинг мақсадини аниқлашга ва шакллантиришга кўмаклашади. Бунга корпоратив топшириқлар, кўзланган аниқ мақсадларни баҳолаш ва уларга эришиш масалаларини ечиш киради.

Ҳар бир фирманинг ўз вазифаси – мақсади бор. Лекин ҳамма фирмалар учун умумий бўлган асосий мақсад: омон қолиш ва фойда. Ҳар хил хизмат кўрсатиш корхоналари ривожланишида бир хил йўлни танлашмайди. Бунда менежер ўзининг ақлини ишга солиб ўзи учун шароит яратади, бу уни ҳеч ким кўрмайдиган шароитда фирмада альтернатив фаолиятини ишлаб чиқади.

Стратегияни ишлаб чиқиш қуйидаги вазифаларни ечиш билан боғлиқ:

- стратегик мақсадларни ишлаб чиқиш;
- альтернатив фаолиятни баҳолаш;
- ички имкониятларни баҳолаш ва ташқи муносабатларни корхона томонидан ечимини топиш;
- маркетинг фаолиятидаги асосий тенденцияларни таҳлил қилиш;
- корхона фаолиятини мақсад ва режада белгиланган турли ҳисобларни юритишни баҳолаш;
- программа, бюджет, режаларга тайёргарлик кўриш.

Хизмат кўрсатиш корхонаси ўзининг келгуси режаларини мақсадига қарата аниқлайди. Бунда турли стратегиялар келиб чиқиши мумкин: бозор маҳсулоти, стратегик маркетинг, рақобатчилик стратегияси, янги услубдаги инвестицион стратегия. Кўрсатилган стратегия турлари бир-бири билан кесишиши ҳам мумкин. Қоидага мувофиқ, уларнинг ўрни фирманинг ички ҳолатларидан келиб чиққан ҳолда ўзгариб туради.

Инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида шуни ҳисобга олиш керакка, ҳар қандай мақсад ва режанинг муаллифи келажакда нима бўлишини аниқ тасаввур қила олиши зарур. Шунинг учун менеджер бу ёки у режани амалга ошираётиб, ҳар доим уларнинг натижаларининг яхшилигига ишонч ҳосил қилиши керак, лекин кўпинча режа билан натижа ҳамма вақт ҳам бир-бири билан тўғри келавермайди. Асосийси шундаки, стратегик режалаштириш кўпинча натижани аниқ режалаштириш мажмуаси ҳар томонлама ташкилотнинг топшириқларини амалга оширишга ва мақсадга эришишни таъминлайдиган йўналишда бўлмоғи керак. Стратегик режа фирманинг раҳбарияти томонидан ишлаб чиқилади. Уни амалга оширишда бошқарувнинг барча савиясидаги ходимлар қатнашиши керак.

Хизмат корхонаси менежерлари кабинет раҳбарлари бўлиши мумкин эмас. Уларнинг иш мазмуни, ходимлар, мижоз, бизнес ишчилари билан ҳамиша учрашувда, ҳаракатда бўлиши керак. Уларнинг эътиборидан сифатли хизмат қилишни таъминлаш кунлик масала эканлиги четдан қолмаслиги зарур.

Ҳар қандай хизмат компания ва фирманинг асосий эътибори корхона ва бизнеснинг хавфсизликни таъминлашга қаратилган бўлиши керак. Бу борада сўз ҳамма томонлама хавфсизликка ёндошиш, айниқса, хизмат кўрсатиш жараёнида. Шундай қилиб, хавфсизликни таъминлаш жиноий элементларга қарши бўлиш ва ишчи, рақобатчиларнинг виждонан ишламасликларининг олдини олишга ёрдам беради.

Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш корхоналарининг тажрибасига суянган ҳолда фирма раҳбарияти шуни ҳисобга олиш керакки, ўзларининг

фирмаларининг хавфсизлигини таъминлаш керак:

- хавфсизликни таъминлашнинг узлуксизлиги – бу иш вақтида ҳам, фирма ёпилганидан кейин ҳам давом этиши;
- муҳофазанинг фаоллиги;
- қонуний, яъни ҳар бир нарсанинг қонунга мувофиқ бажарилиши.

Хулоса қилиб шуни айтишимиз мумкинки, хизмат кўрсатиш корхона раҳбариятининг асосий ғамхўрлиги – жамоа ишчиларининг бирлиги, ходимларнинг моддий ва маънавий манфаатдорлиги ҳамда ходимларга барча шароитларини яхшилаш кабилар киради. Ана шундагина хизмат кўрсатиш корхонаси бошқаруви мукаммал деб айтишимизга асос бўлади.

Ш.А.Мусаева – СамИСИ доценти, и.ф.н.,
П. Убайдуллаева – СамИСИ, ММР-120 гуруҳ магистранти

ИШЛАБ ЧИҚАРИШ КОРХОНАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШДА ИННОВАЦИОН МАРКЕТИНГ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация. Мазкур мақолада инновацион маркетингнинг мазмун-моҳияти ҳамда ривожланиш омиллари кўрсатиб берилган. Инновацион маркетингнинг замонавий таърифидан келиб чиққан холда муаллиф томонидан маркетинг технологияларнинг корхоналарда қўллаш ҳусусиятлари очиб берилган.

Калит сўзлар: маркетинг, инновацион маркетинг, инновацион маркетинг технологиялари.

Аннотация. В данной статье показаны сущность и факторы развития инновационного маркетинга. Исходя из современного определения инновационного маркетинга автором раскрыты особенности применения маркетинговых технологий на предприятии.

Ключевые слова: маркетинг, инновационный маркетинг, инновационные маркетинговые технологии.

Abstract. This article shows the essence and development factors of innovative marketing. Based on the modern definition of innovative marketing, the author reveals the features of the use of marketing technologies at the enterprise.

Keywords: marketing, innovative marketing, innovative marketing technologies.

Бозор иқтисодиёти бизнес-моделларнинг ва технологиянинг юқори суръатда ўсиши, маҳсулотларнинг ҳаётийлик даврининг тезлашишида ўз аксини топиб бормоқда. Шу сабабли, ҳар бир корхона ўз товарининг рақобатбардошлигини оширишга интилмоқда. Маълумки, корхона рақобатбардошлигини ошириш йўлларидан бири инновацияларни яратиш, ишлаб чиқиш ва улардан фойдаланиш ҳисобланади. Бу эса, ўз навбатида, бозор доимий ўзгариши шароитларида инновацион маркетингни қўллаш нечоғлик зарурлигини кўрсатади. Корхонанинг бозор муҳитидаги фаолияти унинг мижозлари томонидан белгиланади. Шундай экан, бизнес ривожла-

ниши, аввало, корхона мижозларига боғлиқ бўлади. Агар мижозлар корхонанинг товар ва хизматларини уларни яратиш учун кетган харажатларга нисбатан кўпроқ баҳоласа, корхона бизнеси тобора ривожланиб боради, Акс ҳолда, корхона инқирозга юз тутади ёки ташқи ёрдам олишга мажбур бўлади.

Корхонани ўзининг маркетинг фаолиятида инновациялардан фойдаланиши истеъмолчилар талабини тўлиқ қондириш ҳамда янги бозорларни эгаллаш имкониятини беради. Маркетинг ва инновация тушунчалари ҳозир куннинг янгилиги эмас. Бу тушунчаларни ўтган асрда ҳам тадбиркор ва сиёсатчилар ўз фаолиятларида қўллаб келиб, долзарблигини таъкидлаб ўтганлар. Ўша вақтда бу бўйича умумий тушунчалар бўлсада, "инновацион маркетинг" нима ёки инновация ҳақида сўз кетганда янги кўринишдаги озиқ-овқат ва истеъмол товарлари, техника ва технологияларга оид, шу ғояларни ижтимоий кўринишда бўлиши, маҳсулот ёки хизматларни осон ва самарали тижоратлаштириш деган фикрлар олға сурилган.[55]

Бугунги кунда "инновацион маркетинг" маркетинг фаолиятида энг керакли бўлган йўналиш ҳисобланиб, унга кенгроқ талқинда таъриф берилмоқда, яъни: "Инновацион маркетинг – бу янги товар ва хизматлар бозорини яратишга, кенгайтиришга ва уни сақлаб туришга йўналтирилган маркетинг технологияси мажмуасидир". Бошқача қилиб айтганда, инновацион маркетинг – бу корхонада анъанавий маркетингнинг усул ва шаклларини доимий равишда такомиллаштириб боришга қаратилган маркетинг концепциясидир. Ундан кўзланган асосий мақсад инновацияларни бозорга киритиш стратегиясини ишлаб чиқиш ва янги маҳсулотни бозорда мустаҳкам ўрин эгаллашини таъминлашдан иборат.

Инновацион маркетинг, биринчи навбатда, янги маҳсулот (хизмат), ускуна ва технологияларни ишлаб чиқиш ҳамда уларни бозорда сотиш учун янги маркетинг усулларидан фойдаланиш билан боғлиқ. Инновацион маркетинг рақобатчиларига нисбатан кўпроқ фойда олишни истаган корхоналар учун муҳим бўлиб, инновацияларга ва янгиликларга асосланган устун рақобат стратегиясини шакллантиради. Шунингдек, инновацион маркетинг фақатгина бозордаги янги маҳсулотни ёки мавжуд маҳсулотни сотиш эмас, балки янги технологиялардан: янги маҳсулот ёки технологик жараён бўйича ихтиро ва ноу-хаулар учун лицензияларни сотиш ҳамда уни тайёрлаш учун ускуналарни такомиллаштиришни назарда тутади. Шундай экан, инновацион маркетингнинг объекти сифатида интеллектуал мулк, янги материаллар ва таркибий қисмлар, янги маҳсулотлар, янги жараёнлар, янги бозорлар, товар ва хизматларни силжитишнинг янги усуллари, бошқарувчининг янгича ташкилий шаклларини кўрсатиб ўтиш мумкин.

Инновацион маркетинг муваффақияти бир қанча омилларга боғлиқ бўлиб, уларга қуйидагиларни мисол қилиш мумкин:

- уни ўтказиш сифати;

[55]Эргашходжаева Ш.Дж. Инновацион маркетинг. Дарслик.- Т.: Иқтисодиёт, 2013. – 148б.

- ишлаб чиқариш жараёнидаги инновация имкониятлари;
- янги товарлар ишлаб чиқариш имконияти;
- маркетологларнинг малака даражаси;
- юқори самара келтирувчи рекламани яратиш;
- талабни шакллантириш бўйича тўғри дастур ишлаб чиқиш ва ҳоказо.

Инновацион маркетинг технологиялари қуйидагиларни ўз ичига қамраб олади:

- инновация бозорида маркетинг тадқиқотларини ўтказиш;
- инновацияга бўлган потенциал саноат истеъмоли талаби таҳлили;
- истеъмолчи позициясидан инновация таҳлили;
- инновацияни функционал - қийматли ва параметрик таҳлили;
- бозорлардаги рақобат таҳлили;
- бозорда инновацияни позициялаштириш;
- инновация бозорини тест синовидан ўтказиш;
- тубдан янги эҳтиёжлар билан инновация учун талабни шакллантириш бўйича дастур ишлаб чиқиш;
- реклама ва унинг самарадорлиги;
- сотишни рағбатлантириш усуллари;
- инновация рискларини таҳлили;
- нарх тузилиши ва нархни ташкил этилиши таҳлили;
- инновацияни етказиб бериш учун шартномалар тузиш;
- етказиб бериш бўйича сотиш тизимини шакллантириш;
- кафолатли ва кафолатдан кейинги хизматни ташкил этиш.

Инновацион маркетинг технологияларини ўз вақтида самарали жорий этилиши янги товарни ишлаб чиқиш билан боғлиқ рискларни пасайтиради, потенциал талабни баҳолаш, бозорнинг мақсадли сегментини аниқлаш имконини беради. Замонавий бозор шароитида инновацион маркетинг инновацион фаолиятнинг бир тури сифатида юзага келар экан, бунда, янги маҳсулот ва хизмат турларини ишлаб чиқиш жараёнларини ўзлаштиришда кўпроқ эътибор ушбу инновацион маҳсулотларни баҳолашга эмас, балки бозорни ўрганишга қаратилади. Бу эса, ўз навбатида, инновацион маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг янги маҳсулотлари ёки кўрсатадиган хизматларини самарали ва муваффақиятли бозорга силжитишда инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланишнинг муҳим аҳамият касб этишини кўрсатади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Gary Armstrong. Philip Kotler. Michael Marker. Marketing in introduction. England, 2016, paperback: 720 pages, Pearson.
2. Philip Kotler. Kavin Lane Ketler. Marketing Management. Pearson Education, Inc. publishing as Prestige Hall, USA,2012y.
3. Баранчеев В.П. Маркетинг инноваций.– М.: Благовест, 2007. – 254
4. Секерин В.Д. Инновационный маркетинг: Учебник. – М.: ИНФРА, 2012. – 238 с.

О.С.Казаков – Наманган муҳандислик-технология институти, Маркетинг кафедраси доценти, и.ф.н.

ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА МЕНЕЖМЕНТ МАСАЛАЛАРИ ВА ЕЧИМЛАРИ

Аннотация. Мақолада мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасининг ўзига хос бўлган ҳусусиятлари ва ривожланиши олдида турган масалалар ўрганилган. Соҳада замонавий менежментни жорий этиш йўл-йўриқлари кўрсатилган

Калит сўзлар: инновацион иқтисодиёт, хизмат кўрсатиш соҳаси, менежмент, бошқарув тизими, бошқарувчига талаблар

Аннотация. В статье изучены особенности сферы обслуживания в нашей республике и вопросы дальнейшего развития этой сферы экономики. Предложены пути внедрения современного менеджмента в этой сфере.

Ключевые слова: инновационная экономика, сфера обслуживания, менеджмент,система управления,требования к управляющим

Abstract: In article features of sphere of service in our republic and questions of the further development of this sphere of economy are studied. Ways of introduction of modern management to this sphere are offered.

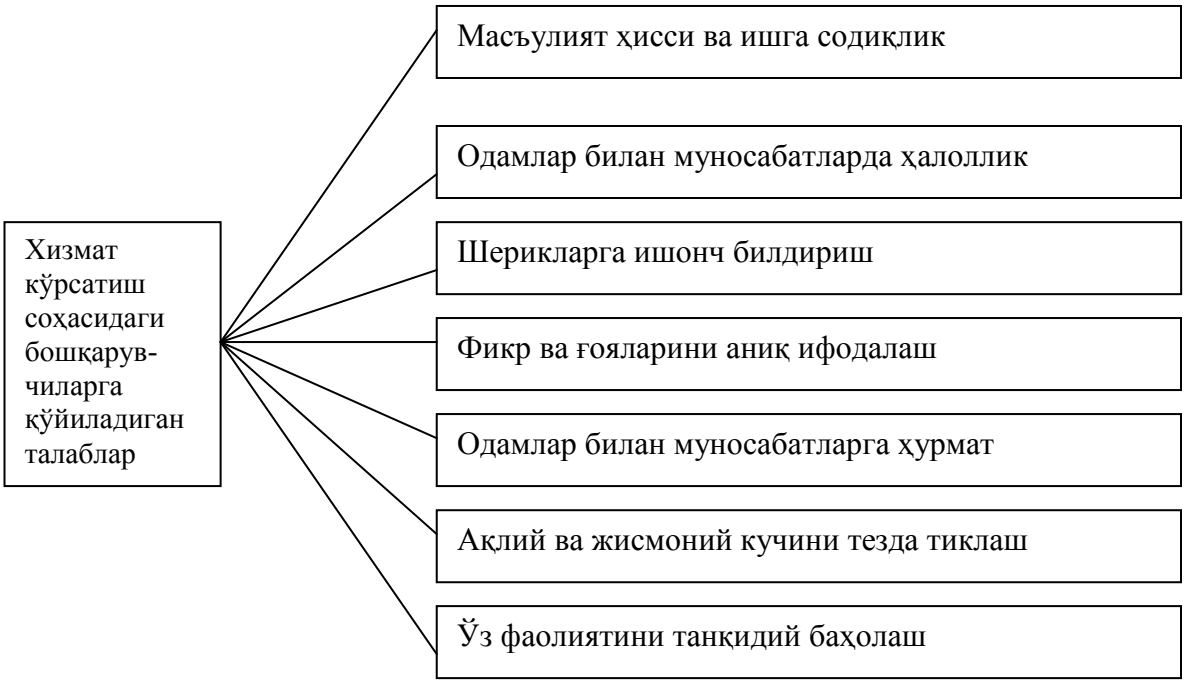
Keywords: innovative economy, service sphere, management, a control system, requirements to managing directors

Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш, бу соҳада олиб борилаётган ислоҳотларни чуқурлаштириш, у орқали мамлакат аҳолисининг ҳаёт даражаси, ижтимоий-сиёсий ва маданий савиясини ошириш мустақилликнинг биринчи йилларидан бошлаб мамлакатимиз раҳбариятининг диққат марказида бўлиб келаётган устувор масала ҳисобланади. Хизмат кўрсатиш соҳасининг бугунги кундаги ривожи ва истиқболи бу соҳада менежмент фаолиятини ривожлантиришга кўп жиҳатдан боғлиқдир.

Ушбу муҳим ва долзарб ҳисобланган вазифаларни бажарилиши хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият юритаётган корхона ва ташкилотлар, хўжаликларда фаолият самарасини янада оширишга ҳаракат қилишни, улардаги бошқарув фаолиятини замонавий менежмент даражасига кўтаришни талаб қилмоқда. Айниқса, бугунги кунда соҳадаги инновацион фаолият турлари билан шуғулланувчи ташкилотларда бошқарув фаолиятини такомиллаштиришга эътибор қаратилиши мақсадга мувофиқдир. Ушбу йўналишда фаолият юритувчи ташкилотларнинг самарадорлиги ва улар хизматларининг рақобатбардошлилиги ҳам биринчи навбатда уларда замонавий бошқарувни жорий қилишга боғлиқдир.

Ушбу тизимдаги ташкилотлар фаолиятида банд бўлган бошқарувчиларнинг малакавий даражасига қўйиладиган талаблар - уларни одамлар билан ишлай олиш қобилиятлари ва ўзларини ўзлари бошқара олиш қобилиятлари билан боғлиқдир. Менежер ўз вазифасини бажариш чоғида кўплаб одамлар билан мулоқотга киришади, ҳамкасабалар билан, қўл остидагилар билан, раҳбарлар билан, истеъмолчилар, таъминотчилар ва

бошқалар билан муносабатларга киришадилар. Турли-туман характер ва даражадаги одамлар билан ишлаш учун менежерлар ўзига хос ҳусусиятлар, ноёб қобилиятга эга бўлишлари, шахсий сифатларни намоён қилишлари, мулоқотга киришаётганлар ўртасида ишонч ва хурматга эга бўлишлари талаб этилади. Бу гуруҳ талаблари қуйидагилардан иборат (1-расм):



1-расм. Хизмат кўрсатиш соҳасида бошқарув тизими ва ундаги фаолиятнинг назарий асослари ҳамда бошқарувчиларга қўйиладиган талаблар

а) масъулият ҳисси ва ишга содиқлик;
б) одамлар билан муносабатда ҳалоллик;
в) шерикларга ишонч билдириш;
г) ўз фикр ва ғояларини аниқ ифодалай олиш;
д) одамлар билан муносабатларга ҳурмат билан қараш;
е) ўзининг ақлий ва жисмоний кучини тезда тиклай олиш кобилияти;
ж) ўз фаолиятини танқидий нуқтаи-назаридан баҳолай олиш.

Авваламбор, бошқарув фаолиятини тўғри ва самарали тарзда йўлга қўйиб олиб, кейин ривожланиш тўғрисида сўз юритиш лозим. Бугунги кунда жаҳон мамлакатларини қамраб олган пандемия шароитида юзага келган иқтисодий инқироз хизмат кўрсатишда ва у билан боғлиқ соҳаларда амалга оширилаётган ислоҳотлар натижаларига таъсир кўрсатишини олдини олиш учун, авваламбор, бу соҳадаги иқтисодий ислоҳотларнинг мазмунини ўрганиш лозим. Мамлакатимизда иқтисодиёт ривожланиши йўлида иқтисодий ислоҳотлар амалга оширилмоқда. Хизмат кўрсатиш соҳасини ислоҳ қилишга қаратилган чора-тадбирлар тизимида фаолиятни ташкил этишнинг янги шаклларини ривожлантиришга катта эътибор берилмоқда. Мавжуд ресурслардан самарали фойдаланиш ҳамда ишлаб чиқариш

самарадорлигини ошириш учун ишлаб чиқариш салоҳиятидан ва ундаги ресурслардан тўлароқ фойдаланишни йўлга қўйиш лозим бўлади. Ишлаб чиқариш салоҳиятидан ва ресурслардан самарали тарзда фойдаланиш омиллари ҳар томонлама ўрганилиши, таҳлил этилиши, бир-бири билан алоқалари ўрнатилиши шарт. Иқтисодий салоҳият ва ундан самарали тарзда фойдаланиш комплекс холда кўриб чиқилмоғи лозим. Ушбу тушунча кенг қамровли бўлиб, ташкилотга киришдаги ресурсларни ҳар бирлигидан мақсадга мувофиқ фойдаланишни, жой-жойига қўйишни, ҳар бир бирлик ресурсдан олинадиган хизмат даражасини орттириш билан биргаликда, сифатли хизмат кўрсатишни ҳам назарда тутади. Шу билан биргаликда, хизмат кўрсатишдаги ҳар бир ресурсдан фойдаланиш қўйилган стретегик мақсадга етишишни таъминлаши ва кўпроқ фойда олишини таъминлаши лозим. Хизмат кўрсатишнинг иқтисодий салоҳиятидан самарали фойдаланиш улардаги асосий воситаларни жойлаштирилишига, ўз вақтида ва сифатли таъмирлашга, меҳнатни илмий асосда ташкил этишга, меҳнат тақсимоти ва ҳамкорлигини йўлга қўйишга, иш жойини тўғри ва оқилона тартибини яратишга, иш усулларини такомиллаштиришга олиб бориши лозим.

Хулоса қилиб шуни айтишимиз мумкинки, хизмат кўрсатиш соҳасининг бугунги кундаги ривожи ва истиқболи бу соҳада менежмент фаолиятини ривожлантиришга кўп жиҳатдан боғлиқлигини ҳисобга олиб, бу соҳада олиб борилаётган бошқарув фаолияти ҳар бир ресурсдан фойдаланиш хизмат кўрсатиш корхонаси ўз олдига қўйган стретегик мақсадга етишишни ва кўпроқ фойда олишини таъминлаши, ҳар бир бирлик ресурсдан олинадиган хизмат даражасини орттиришга, хизмат кўрсатиш корхоналаридаги асосий воситаларни жойлаштирилишига, ўз вақтида ва сифатли таъмирлашга, меҳнатни илмий асосда ташкил этишга, меҳнат тақсимоти ва ҳамкорлигини йўлга қўйишга, иш жойини тўғри ва оқилона тартибини яратишга, иш усулларини такомиллаштиришга олиб бориши лозим. Хизмат кўрсатиш корхоналарида менежментнинг функцияларидан фойдаланган холда бошқарув қарорларини қабул қилишда бу вазифаларга устуворлик қаратилиши мақсадга мувофиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ғуломов С.С. ва бошқалар. Тадбиркорлик ва кичик бизнес. – Т.: «Меҳнат», 2002 . – Б. 337.
2. Зайнутдинов Ш.Н. ва бошқалар. Менежмент асослари. –Т.: «Молия», 2002.–Б. 8.
3. Казаков О.С., Ахмедходжаев Х.Т. Менежмент асослари. Ўқув қўлланма. Тошкент “Илм-Зиё” нашриёти 2017 й. 18,0 б.т.
4. Казаков О.С. Маҳаллий хом ашёлардан юқори самарали маҳсулотларни ишлаб чиқариш. 2017 й. НамМТИ, Илмий журнал, 4 б.
5. Казаков О.С., Исмаилов Р.Б., Убайдуллаев Л. Основы экономики и менеджмента. Учебное пособие. Наманган «Наманган», 2020 г. 20,0 б.т.
6. Казаков О.С. Improving the management activity of the fruit and vegetable industry. Журнал “Theoretical & Applied Science”№ 12/ 2018 interprises 6 б.
7. Наманган вилояти Давлат статистика бошқармаси маълумотлари.

Ш.С.Олтаев – СамИСИ катта ўқитувчиси и.ф.н.

МАМЛАКАТИМИЗДА ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТНИ БОШҚАРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ ТУЗИЛМАЛАРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: Мақолада мамлакатимизда инновацион фаолиятни бошқаришнинг ташкилий тузилмаларини шакллантириш йўллари кўрсатиб ўтилган. Инновацион жараённинг хавф-хатарли биринчи босқичини кичик ва ўрта корхоналар амалга оширадилар. Бунда улар янги маҳсулотни ишлаб чиқиш ҳамда бозорга олиб чиқиш бўйича масъулиятини тўла ўз зиммаларига оладилар.

Калит сўзлар: инновацион жараён, маҳсулот ишлаб чиқариш, илмий-техника салоҳияти, рақамли иқтисодиёт, инновацион фаолият, моддий бойликлар.

Аннотация: В статье показаны пути формирования организационной структуры управления инновациями в нашей стране. Рискованный первый этап инновационного процесса проводят малые и средние предприятия. В то же время они берут на себя полную ответственность за разработку и маркетинг новых продуктов.

Ключевые слова: инновационный процесс, производство, научно-технический потенциал, цифровая экономика, инновационная деятельность, материальные блага.

Abstract: The article shows the ways to form the organizational structure of innovation management in our country. The risky first stage of the innovation process is carried out by small and medium enterprises. At the same time, they take full responsibility for the development and marketing of new products.

Keywords: innovation process, production, scientific and technical potential, digital economy, innovative activity, material wealth.

Лойиҳанинг муваффақиятли чиқиши маълум бўлгач, уни якунлаш учун йирик корхоналар ишга киришадилар, ҳамда янги маҳсулотни ишлаб чиқаришга жорий эта бошлайдилар. Шундай қилиб йирик ва майда корхоналар бир-бирларини ўзаро тўлдирадидар. Бу эса янгилик киритишнинг бутун циклини- фундаментал изланишлардан тортиб, янги маҳсулотни кенг кўламда турли кўринишларда ишлаб чиқаришга жорий этишигача оптимал-лаштиради, маблағ ва илмий-техника салоҳиятини унумли тақсимлайди, рақамли иқтисодиётга ўтиш шароитида, иқтисодиётнинг энг оптимал тар-кибини яратади, ғоя, билим, тажриба ва технологиялар билан алмашинишини таъминлайди. Афсуски, бизнинг мамлакатимизда шаклланган инновация жараёнининг ташкилий шакллари юқорилардагилардан фарқ қилади.

Республика корхоналаридаги инновацион фаолиятнинг таҳлили йирик корхоналарда майда корхоналардагига нисбатан ушбу жараён фаолроқ олиб борилаётганини кўрсатади. Янгиликларнинг асосий қисми мазкур фаолият олиб бориш учун кенгроқ иқтисодий имкониятга эга бўлган йирик корхоналар томонидан етказиб берилмоқда.

Янги технологиялар яратиш борасида ҳам йирик корхоналар фаолроқ ишламоқда. Моддий бойликларни тежаш, меҳнат харажатларини қисқарти-

риш, атроф-муҳитга зарарли чиқиндилар чиқаришни камайтириш, ишчилар-ларнинг ижтимоий-маиший шароитларини яхшилашда акс этган технологик кўрсаткичлар борасида ҳам йирик корхоналарда аҳвол бир мунча яхши.

Майда корхоналарда инновациялар - инвестиция жараёнларига туртки беради, деган умид ҳали ўзини оқлагани йўқ. Илмий соҳага йўналтирилган кичик корхоналар бугунги кунда инновация жараёнларининг йирик илмий-техник базасига айланмаган.

Бу ҳолатни кичик корхоналар асосий ва айланма капитал ҳажмини кўпайтириш орқали фойдани орттиришга ва шу тарзда, бозордаги мавқеини мустаҳкамлашга қаратаётганликлари билан изоҳлаш мумкиндир. Айни вақтда баъзи йирик корхоналар инновацион фаолиятга нафақат иқтисодий, балки техник ва технологик унум олиш мақсадида ресурслар жалб қилиш имкониятига эга. Инновацион фаолиятга тўсқинлик қилиб турган омиллар қаторида корхоналар молиявий маблағларнинг етишмаслиги, юқори солиқ ставкалари, буюртмачининг тўлов лаёқатсизлиги, инвестиция ва кредитлаш-нинг ноқулай шарт-шароитлари мавжудлигини юқорида айтиб ўтган эдик.

Ушбу тўсиқларни, бизнинг фикримизча, қуйидагилар бартараф этиши мумкин:

- **биринчидан**, илмий изланиш учун зарур маблағлар бўлган, бир неча йўналиш бўйича инновация фаолияти олиб борувчи, бир лойиҳадан кўрилган зарарни бошқа лойиҳа ҳисобидан чиқариб олиш имкониятига эга бўлган йирик ишлаб чиқариш фирмалари, холдинг уюшмалари.
- **иккинчидан**, давлат ёки минтақавий дастурлар сифатидаги дастурий-мақсадли шакллар. Улар одатда нафақат фойда олиш, балки бошқа кенг кўламли мақсадларни кўзлайдилар.
- **учинчидан,** Венчур (таҳликали) фирмалар таваккал капитал, кучли давлат ёки минтақавий кўмак мавжудлиги шарти билан. Бу холда венчур фирмаси сифатида кичик корхона бўлиши ҳам мумкин.
- **тўртинчидан,** горизонтал ва вертикал интеграциянинг чатишган усули. Бунга мисол килиб авиация молиявий саноат гуруҳини келтириш мумкин. Бирлашишнинг мазкур шакли айни вақтда илм талаб этиладиган мураккаб маҳсулот (ёки маҳсулотлар туркумини) яратиш инновация циклининг таъминоти, ҳам корхоналар гуруҳининг ташқи бозордаги мавқеини мустаҳкамлаш масалаларини ҳал этади. Бундай молиявий-саноат гуруҳини ташкил этиш истиқболли ҳисобланади, негаки бу корхонанинг технологик даражасини кўтариши мумкин.
- **бешинчидан**, вертикал интеграция. Бу ҳолатда корхоналараро технологик алмашинув мавжуд бўлиб, бу алмашинув оралиқ маҳсулот етказиб беришдаги узилишлар (монопол ҳукмронлик туфайли)нинг олдини олади. Айни вақтда шу каби маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи корхоналар ўртасида маълум рақобат юзага келади ва бу ҳам маҳсулот яратилишига ҳамда уни сифатини яхшилашга кўмаклашади.
- **олтинчидан,** диверсификация, яъни бир компаниянинг иккинчи бир

компания томонидан ютиб юбориши асосида бирлаштирилган компания гуруҳи.

Корпоратив доирада махсус инновация тузилмалари ташкил этиш зарур. Корхона ва ташкилотнинг илмий технологик салоҳиятини таъминлаб амалга ошириб турувчи илмий-тадқиқот ва технологик марказлар шундай тузилмалар сифатида хизмат қилиши мумкин. Йирик корпорациялар қошида инновация бўлинмалари ташкил этиш борасидаги ривожланган ғарб давлатларининг тажрибасидан фойдаланиш ҳам мумкин. Бозор рақобатида фирма ичидаги илмий изланишларнинг мустақил тадқиқот ташкилотларида амалга оширилган изланишлардан кўра юкори самарадорлигидан далолат беради.

Шундай қилиб, давлат хусусийлаштириш жарёнида йирик корпорацияларда инновация тадбиркорлигининг шакланишига туртки бериши мумкин. Энг аввало бу ишлаб чиқариш мажмуалари доирасидаги технологик жиҳатдан бир бирига боғлик бўлган йирик корхоналарни хусусийлаштиришга тааллуқли. Айни вақтда бу жараён фаолият юритиб турган ишлаб чиқариш таркибларини бузилишига, технологик ва ишлаб чиқариш алоқаларининг узилишига олиб келмаслиги керак.

Фойдаланган адабиётлар руйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2020 йил 29 декабрдаги Олий Мажлисга мурожаатномаси. Тошкент, 2020 йил.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сон “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги фармонининг 1-иловаси “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҳаракатлар стратегияси”. – Т.: Ўзбекистон, 2018.
3. Пардаев М.Қ. Инновацион иқтисодиёт шароитида корхонада харажатлар самарадорлигини бошқаришда тежамкорлик режимига амал қилишнинг асосий йўналишлари. СамИСИ Сервис илмий-амалий журнал, №3, 2020 йил.

З.И.Усманова – СамИСИ, Маркетинг кафедраси доценти в.б., и.ф.н.,
К.А.Пардаева – СамИСИ, ММР-119 гуруҳ магистранти

ЎЗБЕКИСТОНДА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ МАҲСУЛОТЛАРИНИ ЭКСПОРТ ҚИЛИШДА МАРКЕТИНГ ТАМОЙИЛЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ

Аннотация: Мақолада қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини экспорт салоҳиятини ошириш, ташқи бозорларга тайёр рақобатбардош маҳсулотлар билан чиқишда маркетинг стратегиялардан фойдаланиш масалалари ёритилган

Калит сўзлар: экспортни кенгайтириш, экспорт салоҳияти, органик маҳсулотлар, ташқи бозорлар конъюнктураси, рақобатбардошлик, маркетинг стратегиялари

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы повышения экспортного потенциала сельскохозяйственной продукции, использования маркетинговых

стратегий для завоевания внешних рынков производством готовой конкурентоспособной продукцией.

Ключевые слова: расширение экспорта, экспортный потенциал, органические продукты, условия внешнего рынка, конкурентос пособность.

Abstract: The article discusses the issues of increasing the export potential of agricultural products, the use of marketing strategies to conquer foreign markets by producing finished competitive products.

Key words: export expansion, export potential, organic products, external market conditions, competitiveness, marketing strategies.

Мамлакатимизда бугунги кунда қишлоқ хўжалиги маҳсулотлар экспортини кенгайтириш ва янада ривожлантириш масалаларига алоҳида эътибор қаратилмоқда. Корхоналар экспорт салоҳиятини ошириш, ташқи бозорларга тайёр рақобатбардош маҳсулотлар билан чиқиш, экспортда қўшимча қийматга эга товарлар улушини кўпайтириш ҳамда жаҳон бозорида мустаҳкам ўрин эгаллаш бўйича иқтисодий ислоҳотлар жадал олиб борилмоқда. Ҳаракатлар стратегиясида, экспортга мўлжалланган юқори даражада маҳаллийлаштиришга йўналтирилган иқтисодиётнинг истиқболли соҳаларини ривожлантириш дастурини тасдиқлаш алоҳида кўрсатилган.

Бу борада 2020 йилда 18 май қабул қилинган ПФ-5995 “Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг сифат ва хавфсизлик кўрсаткичлари халқаро стандартларга мувофиқлигини таъминлашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида Президент Фармони” мазкур ишларни амалга ошириш, янги ишлаб чиқариш қувватларини барпо этиш ва модернизация қилиш, рақобатдош, экспортбоп маҳсулотлар ишлаб чиқиш учун замонавий технологияларни жорий этишга хизмат қилади. Мазкур Фармонда кўпроқ органик қишлоқ хўжалиги маҳсулотларига эътибор берилмоқда.

Экспертларнинг баҳолашига кўра, дунё органик маҳсулотлари бозорида сўнгги 5 йил давомида йилига ўртача 15 фоиздан ўсишга эришилиб, 2022 йилда савдо айланмаси 212 млрд. АҚШ доллари (жаҳон қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариши умумий ҳажмининг 20 фоизи)ни ташкил этиши прогноз қилинган.

Республикамиздаги «Sunny Fruit Production» МЧЖ томонидан 2017- 2019 йилларда жами 1848 тонна органик майиз етиштирилиб, Россия Федерацияси, Франция, Германия, Голландия, Италия ва Греция мамлакатларига майизнинг анъанавий турига нисбатан 14,7 фоизга юқори нархларда экспорт қилинган ва 4,1 баробар кўпроқ соф фойда олинган.

Шу каби, 2019 йилда АҚШ бозорларида 1 тонна органик пахта хом ашёси анъанавий турига нисбатан 155 доллардан 225 долларгача юқори нархларда баҳоланган. Маълумки, 2018–2021 йилларга мўлжалланган экспорт фаолиятини ривожлантириш концепцияси бўйича Ўзбекистон Республикаси Президенти қарорини қабул қилиш натижасида қуйидагилар асосий вазифалар ҳисобланади[56] :

[56] 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича

юқори қийматга эга маҳсулотларни экспорт қилишни кенгайтириш; Ўзбекистон учун савдо алоқаларини ривожлантириш борасидаги мақсадли бозорларни аниқлаш;

ташқи бозорлар конъюнктурасини ўрганиш асосида катта ҳажмдаги экспортбоп товарларни ишлаб чиқаришни янада ривожлантириш;

ташқи бозорларни маркетингга хос ўрганиш усулини ривожлантиришни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш;

белгиланган бозорларни асосий иштирокчилар билан узвий ўзаро ҳамкорлик ўрнатиш орқали миллий маҳсулотлар билан таъминлаш;

халқаро сифат стандартларини (ISO 9001) кенг жорий этиш, ишлаб чиқарувчиларни ташқи бозорларда маҳсулотларни стандартлаштириш ва сертификатлаштириш тўғрисидаги маълумотлар билан таништириш ва ҳоказолар.

Бундан келиб чиқиб, ҳозирги кунда Республикамиз экспорт салоҳиятини кучайтириш мақсадида ташқи бозорларга маҳсулот етказиб бериш ҳажмини кўпайтириш, экспорт қилинувчи маҳсулотлар тури ва географиясини кенгайтириш, экспорт фаолиятига янги корхоналарни жалб этишга алоҳида эътибор қаратилмоқда.

Айнан, инновацион иқтисодиёт шароитида озиқ-овқат саноати корхоналари, хусусан “Ўзбекозиқовқатхолдинг” холдинг компаниясига қарашли корхоналарнинг маҳсулотлари экспортини кенгайтириш, корхоналарнинг ташқи бозорга чиқиш бўйича маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш бугунги кунда долзарб аҳамият касб этмоқда. Бу ўринда Ўзбекистон Республикаси Президентининг қилинган ПФ-5995 “Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг сифат ва хавфсизлик кўрсаткичлари халқаро стандартларга мувофиқлигини таъминлашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ги қарори ўз вақтида қабул қилинган муҳим меъёрий ҳужжат бўлиб, ушбу қарор билан хўжалик юритувчи субъектларнинг мева-сабзавот маҳсулотларини экспорт қилиши тартиб-таомилларини янада соддалаштириш, жисмоний шахслар томонидан уларни ишлаб чиқаришни рағбатлантириш назарда тутилган. Ушбу қарор орқали ташқи иқтисодий фаолиятни янада либераллаштириш, экспорт қилинувчи янги мева-сабзавот маҳсулотлари, узум, полиз, дуккакли экинлар, шунингдек, қуритилган сабзавот ва меваларнинг ҳажмини кўпайтириш ва турларини кенгайтириш учун қулай шароитлар яратиш, маҳаллий мева-сабзавот маҳсулотларининг жаҳон бозорларидаги рақобатбардошлигини оширишга эришилади. Мамлакатимизда озиқ-овқат саноати корхоналари сони 9700 тани ташкил этмоқда[57]. Мавжуд озиқ-овқат саноати корхоналарининг холдинг компанияси таркибига жалб этилиши албатта компаниянинг даромадлари ўсиши ҳамда экспорт миқдорининг ўсишига олиб келади. Фаолиятни таҳлил қилар

Ҳаракатлар стратегиясини “Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили”да амалга оширишга оид давлат дастурини ўрганиш бўйича илмий-услубий рисола. – Т.: “Маънавият” нашриёти, 2017. 213 б.

[57] Мирзиёев Ш.М. Халққа хизмат қилиш, одамларнинг манфаатларини таъминлаш - раҳбарлар фаолиятининг асосий мезонидир. - // Халқ сўзи, 2017 йил 13 апрель, №73 (6767).

эканмиз, компаниянинг ишлаб чиқариш кўрсаткичлари билан яқиндан танишиш орқали эришилган натижа ва қўйилган хатоларни англаб олиш мумкин. Ўзбекистонда 2005 йилда озиқ-овқат маҳсулотлари чакана савдоси 5577,4 млрд.сўмни ташкил этган бўлса, 2017 йилда бу кўрсаткич, 92707,4 млрд.сўмни ташкил этиб, таҳлил йилларида 126 % дан ошган. Жами чакана савдо айланмаси таркибида озиқ-овқат товарларининг улуши эса 2005 йилдаги 51,9 % дан, 47,7 фоизга ошган. Ўзбекистонда 2005 йилда озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқариш жами саноатнинг 8,2 фоизини ташкил этиб, унинг ҳажми 904,3 млрд сўмни ташкил этган бўлса, 2017 йилда бу кўрсаткич мос равишда 19,6 фоиз ҳамда 144185,3 сўмни ташкил этди. Мазкур лойиҳаларда янги технологияларни жорий этиш ва хом-ашёни чуқур қайта ишлашга алоҳида эътибор берилади ва уларнинг аксарияти қишлоқ жойларда амалга оширилади. Мамлакатимиз Президенти томонидан экспортни кучайтиришга алоҳида эътибор берилмоқда.

Мамлакатимизда озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ва экспорт фаолиятини оширишда қуйидаги ишларни амалга тавсия этилади: - хорижий мамлакатларда ўтказиладиган кўргазмаларда иштирок этиш; - йирик компанияларнинг илғор технологик ускуналарини жалб этиш; 40 - озиқ-овқат ишлаб чикарувчи халқаро трансмиллий компаниялар билан ҳамкорликни йўлга қўйиш лозим. 2019 йилда юртимизда 25 миллион тоннагача экспортбоп қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари етиштирилади. Эндиликда дунё бозорини мунтазам равишда таҳлил қилувчи, нарх-навони ўрганиб борувчи, асосийси, Ўзбекистон экспорт қилувчи қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари учун “Ўзагроэкспорт” фаолияти йўлга қўйилди. Айни пайтда ушбу ташкилот ҳақиқий бозор нархларини шакллантиришда фаоллик юритмоқда. Биргина мисол, жорий йилда гилос 4 долларгача бўлган нархда экспорт қилинмоқда. Ўтган йили эса, унинг баҳоси 2 доллар атрофида эди. Айни пайтда 180 турдаги мева-сабзавотлар сайёрамизнинг 80 давлати, хусусан, Россия, Хитой, Жанубий Корея, Япония, Европа иттифоқи мамлакатлари, Туркия ва бошқа давлатларга етказилмоқда. Биргина ҳозирги кунда Хитой ҳамда Кореяга 15 минг тоннадан ортиқ гилос етказиб бериш бўйича шартномалар имзоланди. Умуман, жорий йилда 2 млрд. АҚШ долларилик маҳсулот экспорт қилиш, яқин йилларда бу кўрсаткични 5 млрд. АҚШ долларига етказиш кўзда тутилган. Мева-сабзавот маҳсулотлари ва уларни қайта ишлаш экспорт ҳажми 708,8 млн.АҚШ долларини ташкил этди, ёки ўтган 2016 йилга нисбатан 15,6 фоизга ошди. Жаҳон бозорида маҳсулотларимизга бўлган талаб юқори. Шунга мос равишда етиштирилган мева-сабзавотларни сақлаш ва етказиб бериш масалаларини ҳам ҳал этиш лозим. Шу маънода, замонавий сақлаш хоналари, логистика ва харидорларга маҳсулотларни етказиб бериш учун сиғими 800 минг тоннадан ортиқ 1300 та совутиш камераси ҳамда омбори фаолият юритмоқда. Жорий йилда 197 та совутиш хонаси ва камера қуриш режалаштирилган. Республикамизнинг олтита ҳудудида замонавий логитика маркази қуриш бўйича лойиҳа ишлари бошлаб юборилган.

Маълумки, ишлаб чиқарувчи ва қайта ишловчи корхоналар асосий эътиборни маҳсулот сифатини яхшилашга қаратиши лозим, бу эса ўз навбатида, маҳсулотга талаб ва рақобатбардошлик даражаси ошишига, сотиш ҳажмини кўпайиши, корхонанинг ташқи бозордаги мавқеи мустаҳкамланишига ижобий таъсир кўрсатади. Хулоса қилиб айтиш мумкинки, бугунги кунда мамлакатимиз озиқ-овқат саноати корхоналарининг ташқи бозорларга чиқиши бўйича имкониятларни кенгайтириш, уларнинг экспорт салоҳиятини оширишда маркетинг тадқиқотлари усулларидан кенг фойдаланишни ташкил этиш ва уни такомиллаштиришга қаратилган чора-тадбирларни қўллаш лозим.

Н.Б.Яҳёхонов – СамИСИ таянч докторанти

ХИЗМАТ КЎРСАТУВЧИ СУБЪЕКТЛАР ФАОЛИЯТИГА РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИ ЖОРИЙ ЭТИШНИНГ ОБЪЕКТИВ ЗАРУРЛИГИ

Аннотация: мақолада рақамли иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатувчи субъектлар фаолиятига рақамли маркетинг технологияларини жорий этишнинг объектив зарурлиги ва унинг аҳамияти асосланган. Шунингдек рақамли маркетингнинг ўзига хос жиҳатлари ва назарий масалалари ёритилган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, “Рақамли Ўзбекистон-2030”, рақамли маркетинг, рақамли маркетинг технологиялари, SEO, SEM, SMM, SMS, MMS, CRM.

Аннотация: в статье обоснована объективная необходимость и значение внедрения цифровых маркетинговых технологий в деятельность субъектов оказывающие услуги в условиях цифровой экономики. А также освещены теоретические вопросы и специфические аспекты цифрового маркетинга.

Ключевые слова: цифровая экономика, “Цифровой Узбекистан-2030”, цифровой маркетинг, технологии цифрового маркетинга, SEO, SEM, SMM, SMS, MMS, CRM.

Abstract: the article substantiates the objective necessity and importance of the introduction of digital marketing technologies in the activities of entities providing services in the digital economy. It also covers theoretical issues and specific aspects of digital marketing.

Keywords: digital economy, “Digital Uzbekistan-2030”, digital marketing, digital marketing technologies, SEO, SEM, SMM, SMS, MMS, CRM.

Ҳозирги даврда рақамли иқтисодиёт ва у билан боғлиқ бўлган бир қанча самарадор технологиялар хусусан, рақамли маркетинг технологиялари ҳаётимизга шиддат билан кириб келмоқда. Рақамли иқтисодиётнинг изчил ривожланишининг биринчи ва энг муҳим омили – бу унинг ҳуқуқий асосини яратишдир. Ҳудди шунинг учун ҳам давлат ва жамият тараққиётини янада жадаллаштириш мақсадида республикамиз раҳбарияти бир қанча муҳим қарорларни қабул қилди.

Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020-йил 5-октябр куни “Рақамли Ўзбекистон — 2030” стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6079-сонли Фармони қабул қилинди[58].

«Рақамли Ўзбекистон — 2030» стратегияси иқтисодиёт тармоқлари, ижтимоий соҳа ва давлат бошқаруви тизимининг жадал рақамли ривожланишини таъминлаш, шу жумладан рақамли маркетинг технологияларини хизмат кўрсатувчи субъектлар фаолиятига жорий қилиш орқали савдо хажмини ошириш, халқаро бозорга чиқиш, миллий брендларнинг жаҳон бозорида рақобатбардошлигини таъминлаш, бизнес субъектларида соғлом рақобат муҳитини яратиш, истеъмолчилар эҳтиёжларини максимал даражада самаралироқ қондириш, истеъмолчиларга товар ва хизматларни силжитишдаги харажатларни тежаш ва таннархни камайтириш, ишлаб чиқариш ва тақсимот жараёнидаги логистик занжирни оптималлаштириш ва моделлаштириш ҳамда уларни механизмларини янада такомиллаштиришни тақазо қилмоқда.

Замонавий иқтисодиётда рақамлаштириш, рақамли технологиялардан фойдаланиш, хусусан рақамли истеъмолчи, рақамли сотувчи, рақамли товар ва рақамли маркетинг технологияларини ўрганиш, уларни такомиллаштириш ва хизмат кўрсатувчи субъектлар фаолиятига жорий этиш энг муҳим масалалардан бири ҳисобланади.

Бугунги кунда дунёда кўплаб компаниялар рақамли маркетинг технологияларидан кенг фойдаланиб келмоқда. Ҳусусан, Apple, Alphabet, Microsoft, Amazon, Google, Alibaba Group, Twitter, Facebook, Johnson & Johnson, Instagram, You Tube, Feberlic, Oriflame ва бошқа компанияларни мисол келтиришимиз мумкин. Рақамли маркетингни жадал ривожланишини биргина интернет орқали хизмат кўрсатувчи Амазон компанияси мисолида кўришимиз мумкин. Унинг акциялари атиги 12 ой ичида 59 фоизга ўсиб, компания раҳбари Джефф Безосга 39,2 миллиард доллар фойда келтирди.

"Рақамли маркетинг" атамаси 1990-йилларда қўлланила бошланган. Аммо унинг илдизи 1980-йилларнинг ўрталарида, SoftAd Group (ҳозирги ChannelNet) компанияси реклама ишлаб чиққанида пайдо бўлди[59].

Рақамли оммавий ахборот воситаларининг жадал ривожланиши маркетинг ва реклама учун янги имкониятлар яратди. Рақамли каналларга эга мобил қурилмалардан кенг фойдаланиш рақамли рекламанинг экспонент ўсишига олиб келди. Ҳозирги вақтда "рақамли маркетинг" атамаси кўплаб мамлакатларда катта қизиқиш уйғотди. АҚШда "рақамли маркетинг", Италияда "веб-маркетинг", Франсияда "веб-маркетинг" ёки "рақамли маркетинг", Буюк Британия, Россия ва бошқа кўплаб мамлакатларда "рақамли маркетинг" атамаси кенг қўлланилади.

Рақамли маркетинг – бу компанияни тарғиб қилиш ва истеъмолчиларни

[58] https://lex.uz/docs/5030957
[59] https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_marketing#History

жалб қилиш учун рақамли технологиялардан фойдаланишни назарда тутади. Ушбу турдаги маркетинг радио, мобил технологиялар, телевидения интернет муҳитида қўлланилади. Рақамли маркетинг нафақат интернетдан, балки маркетингнинг бошқа турларидан ҳам комплекс фойдаланадиган маркетингдир[60].

Рақамли маркетинг – потентциал мижозларни жалб қилиш ва уларни истеъмолчилар сифатида сақлаб қолиш учун рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда товарлар ва хизматларнинг мақсадли ва интерактив маркетингини белгилаш учун ишлатиладиган умумий атамадир. Рақамли маркетингнинг асосий вазифалари брендни тарғиб қилиш ва сотишни турли йўллар билан оширишдир. Рақамли маркетинг товарларни, хизматларни ва брендларни реклама қилиш учун маркетинг тактикасининг катта танловини ўз ичига олади.

Рақамли маркетингнинг асосий технологияларига қидирув тизимини оптималлаштириш (SEO), қидирув маркетинги (SEM), контент маркетинги, таъсир маркетинги (инфлуенсер маркетинги), таркиб яратишни автоматлаштириш, электрон тижорат маркетинги, ижтимоий медиа маркетинги (SMM), тўғридан-тўғри почта, контекстли рекламалар киради. Электрон китоблар, дастурлар, ўйинлар ва рақамли маҳсулотларнинг бошқа шакллардаги рекламалар ҳам рақамли маркетингнинг асосий фаолиятлари ҳисобланади. Бундан ташқари, интернет тармоғига бевосита уланмаган каналлардан ҳам фойдаланилади. Улар уяли телефонлар (SMS ва MMS), тескари териш, қўнғироқ оҳанглари ва бошқалар. Рақамли маркетингнинг асосий йўналиши мижозларга йўналтирилган ёндашувдир.

Хулоса қилиб айтганда жамият ривожланишининг ҳозирги босқичида, барча соҳаларни рақамлаштириш, рақамли технологиялардан фойдаланиш, уларни тегишли соҳаларга тизимли равишда жорий этиш ва такомиллаштириш орқали юксак натижаларга эришишимиз мумкин. Хусусан, хизмат кўрсатувчи субъектлар фаолиятига рақамли маркетинг технологияларини жорий этиш ва уни такомиллаштириш орқали иқтисодий ва ижтимоий самарадорликка эришишимиз мумкин. Бунинг учун қуйдаги ишларни амалга оширишимиз лозим:

- хизмат кўрсатувчи субъектлар фаолиятига рақамли маркетинг технологияларини жорий қилишнинг концептуал асослари ва тизимли механизмини ишлаб чиқиш;
- рақамли маркетинг технологияларини хизмат кўрсатувчи субъектлар фаолиятига жорий этиш лойиҳаларини моделлаштириш бўйича концептуал йўналишларни ишлаб чиқиш;
- савдо ҳажмини ошириш ва мижозларга хизмат кўрсатишни яхшилаш мақсадида буюртмачилар (мижозлар) билан ўзаро муносабат CRM механизмларини такомиллаштириш;
- рақамли маркетинг соҳасида малакали кадрлар тайёрлаш, ўқув жараёнининг даражаси ва сифатини тубдан яхшилаш, мутахассисларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш ҳамда юқори малакали хорижий мутахассисларни жалб этиш.

[60] Digital-маркетинг: что это такое? / А. С. Селиверстов, Д. Е. Митрофанов, А. А. Буцкая [и др.]. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 6 (140). — С. 289-291. — URL: https://moluch.ru/archive/140/39450/

Z.I. Madiyeva – TDIU tayanch doktoranti

INTERNETDA MARKETING TADQIQOTLARINI TASHKIL ETISH

Annotatsiya: Maqolada Internetda marketing tadqiqotlarini tashkil etishning o'ziga xos xususiyatlari, marketing tadqiqotlarida birlamchi va ikkilamchi axborotlarni yig'ish jarayoni, Internet orqali so'rovnomalar o'tkazishni tashkil etish, axborot manbalarini qidirish yoritib berilgan.

Tayanch so'zlar: marketing tadqiqotlari, birlamchi marketing axborotlari, ikkilamchi marketing axborotlari, so'rovnoma, anketa.

Аннотация: В статье описаны особенности организации маркетинговых исследований в сети Интернет, процесс сбора первичной и вторичной информации в маркетинговых исследованиях, организация опросов через Интернет, поиск источников информации.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, первичная маркетинговая информация, вторичная маркетинговая информация, опрос, анкета.

Abstract: The article describes the peculiarities of the organization of marketing research on the Internet, the process of collecting primary and secondary information in marketing research, the organization of surveys on the Internet, the search for information sources.

Keywords: marketing research, primary marketing information, secondary marketing information, survey, questionnaire.

Marketing tadqiqotlari zamonaviy korxonaning marketing axborot tizimining asosiy vositalaridan biridir. Faqat ularning yordami bilan bozorni o'rganish, iste'molchilarning afzalliklarini tahlil qilish, sotishni prognoz qilish, reklama samaradorligini baholash va boshqa ko'plab vazifalarni hal qilish mumkin. Internet, dunyoning etakchi kompaniyalari va iste'molchilarning keng qatlamlarining aksariyat qismini aks ettiruvchi, deyarli barcha bilim sohalarida katta hajmdagi ma'lumotlarni o'z ichiga olgan vosita sifatida marketing tadqiqotlari uchun samarali foydalanilishi mumkin.

Marketing tadqiqotlari - bu kompaniyaning biznesida operativ va strategik qarorlar qabul qilish uchun ma'lumotlarni izlash, yig'ish, qayta ishlash va ma'lumot tayyorlash jarayoni.

Internetda bozor tadqiqotlarini o'tkazishda ma'lumotlar manbalari va ma'lumot to'plash usullari an'anaviy tadqiqotlardan eng katta farqlarga ega. O'quv dizayni birlamchi va ikkilamchi ma'lumotlardan foydalanishni o'z ichiga olishi mumkin. Dastlabki ma'lumotlar ushbu loyihani amalga oshirishda ma'lum bir maqsad uchun to'planadi. Ikkilamchi ma'lumotlar - bu ma'lum bir shaklda mavjud bo'lgan, boshqa maqsadlar uchun olingan ma'lumotlar.

Odatda, tadqiqot ikkinchi darajali ma'lumotlarni tahlil qilishdan boshlanadi, bu muammoni to'liq yoki qisman hal qilish uchun foydali bo'lishi mumkin va birlamchi ma'lumotlarni qimmat yig'ish xarajatlarini kamaytiradi. Qanday bo'lmasin, ikkilamchi ma'lumotlar tadqiqot uchun boshlang'ich nuqtani taqdim etadi, shu bilan birga nisbatan arzon va tayyor.

Ikkilamchi ma’lumotlarning asosiy manbalari an’anaviy ma’lumotlar bilan bir qatorda:

- Korxona faoliyati to’g’risidagi ichki ma’lumotlar, ularga kirish, shuningdek ularni tahlil qilish uchun bir qator funktsiyalar korporativ yoki ixtisoslashgan axborot tizimlari tufayli amalga oshiriladi;
- Internet orqali mavjud bo’lgan ma’lumotlar. Bunday holda, manbalar web-sahifalar va web-saytlar, ma’lumotlar bazalari, yangiliklar guruhlari va fayl serverlari bo’lishi mumkin.

Agar kerakli ma’lumotlarni ikkilamchi manbalardan olish imkoni bo’lmasa yoki ular to’liq bo’lmagan, etarlicha aniq bo’lmagan, ishonchsiz yoki oddiygina eskirgan bo’lsa, dastlabki ma’lumotlarni yig’ishga murojaat qilish kerak. Dastlabki ma’lumotlarni to’plashning asosiy usullari bu suhbatlar, kuzatuvlar va tajribalar.

Amaldagi ma’lumotlarni yig’ish usullari o’tkazilayotgan tadqiqot turiga qarab farqlanadi - birlamchi yoki ikkilamchi.

Ikkilamchi marketing tadqiqotlarida Internetda kerakli ma’lumotlarni qidirish usullari birinchi o’ringa chiqadi. Bugungi kunda uni topishning asosiy vositalari qidiruv tizimlari va kataloglaridir. Bir qator holatlarda, ulardan foydalanish etarli darajada samara bermaganida, tematik saytlarda, “sariq sahifalarda” va boshqa bir qator manbalarda “qo’lda” qidiruv qo’llaniladi. Qidiruv usullari ushbu bobning keyingi qismida batafsilroq muhokama qilinadi.

Birlamchi ma’lumot to’plashda ma’lumotlarni yig’ishning asosiy usullari Internet-so’rovlar, kuzatuvlar va tajribalardir.

Internet-so’rovnomalar - ularni o’tkazishning eng keng tarqalgan usuli - bu so’roq qilish. ***So’rovnoma*** - bu savollar to’plami bo’lib, unga respondentlarning, ya’ni so’rovnoma uchun tanlangan shaxslarning javoblari olinishi kerak. Ushbu vosita juda moslashuvchan va ko’p qirrali bo’lganligi sababli, bu birlamchi ma’lumotlarni to’plashning eng keng tarqalgan vositasi;

www.mail.ru web-saytidagi bepul elektron pochta xizmatidan foydalanishga qaror qilgan foydalanuvchilarni to’ldirishga taklif qilingan so’rovnomaning bir qismini taqdim etadi.

Anketalarning an’anaviy turlarida bo’lgani kabi, har bir Internet tadqiqotidan oldin unda ishlatiladigan anketalarni sinchkovlik bilan ishlab chiqish va sinab ko’rish kerak. Ularning kompilyatsiyasiga professional bo’lmagan yondoshish muqarrar ravishda haqiqiy rasmning buzilishiga olib keladi yoki olingan natijalar oqilona talqin qilishga imkon bermaydi.

Ushbu turdagi tadqiqot ushbu bobning “Internet-so’rovlarni o’tkazish” deb nomlangan keyingi qismlaridan biriga bag’ishlangan.

Kuzatish - bu marketing tadqiqotlarining bir shakli bo’lib, uning yordamida ob’ekt yoki sub’ektning xatti-harakatlarini muntazam, tizimli o’rganish amalga oshiriladi. Kuzatuv, so’rovnomadan farqli o’laroq, kuzatilayotgan ob’ektning axborotni uzatishga tayyorligiga bog’liq emas va bu uning xatti-harakatlari bilan bog’liq voqealarni yoki maxsus daqiqalarni ochiq yoki yashirin yig’ish va ro’yxatdan o’tkazish jarayonidir. Kuzatishlar, masalan, xaridorlarning xususiyatlari

va xulq-atvori bo’lishi mumkin;

Ushbu uslub firmalar tomonidan o’zlarining web-serverlari bilan olib boriladigan marketing tadqiqotlarini o’z ichiga oladi. Ular web-serverning log fayllaridan yoki cookie-fayllardan foydalangan holda texnologiyalar yordamida olingan ma’lumotlarni yig’ish va keyingi tahlil qilishdan iborat. Ushbu ma’lumotlar tashrif buyuruvchilarning xatti-harakatlari, ularning sahifalar orqali o’tish tartibi yoki web-serverga tashriflar statistikasi bilan bog’liq bo’lishi mumkin. Agar saytga qidiruv tizimi joylashtirilgan bo’lsa, foydalanuvchilar tomonidan kiritilgan so’rovlar qo’shimcha ravishda to’planishi va tahlil qilinishi mumkin.

Serverga tashriflar statistikasini tahlil qilish qobiliyati eng samarali marketing vositalaridan biridir. Respondentlarning faol ishtirokini talab qiladigan so’rovlarni o’tkazishdan farqli o’laroq, statistikani tahlil qilish tashrif buyuruvchilarni harakatga jalb qilmasdan qimmatli ma’lumotlarni to’plash imkonini beradi.

Eksperiment - ilmiy nuqtai nazardan eng qat’iy - sababiy aloqalarni o’rnatishga qaratilgan eksperimental o’rganish. Tajriba sub’ektlari maxsus tanlangan bo’lishi kerak va ularning javoblaridagi statistik jihatdan muhim farqlarni aniqlash uchun tashqi muhit ustidan nazorat sharoitida rejalashtirilgan ta’sir o’tkazilishi kerak. Tadqiqotchilar ahamiyatsiz tashqi omillarni "kesib tashlash" yoki nazorat qilishni o’zlashtirgan darajada, kuzatilgan ta’sirlar eksperiment o’tkazuvchilarning ob’ektga ta’siri bilan o’zaro bog’liq bo’lishi mumkin. Hodisalar o’rtasidagi tanqidiy tahlildan so’ng shu tarzda o’rnatilgan aloqalarni sababchi deb hisoblash mumkin va eksperiment maqsadlariga erishiladi.

Internetdan foydalangan holda ikkilamchi marketing tadqiqotlarini olib borishning asosiy jihatlaridan biri bu ma’lumot manbalarini topishdir. Bugungi kunda Internetdagi yuz millionlab saytlar vazifani ancha qiyinlashtirmoqda. Ushbu jarayonni engillashtirish va uni yanada samarali qilish uchun ushbu bo’limda Internetda ma’lumot topish muammosini hal qilishning yondashuvi tasvirlangan.

Avvalo, Internetda u yoki bu ma’lumotni topish imkoniyati uning resurslarini qamrab olishning to’liqligi bilan belgilanadi. Ko’pincha, qidiruvni amalga oshirish mumkin bo’lgan manbalardan maksimal darajada foydalanishni talab qiladi, bu nafaqat web-saytlar, balki ma’lumotlar bazalari, mintaqaviy telekonferentsiyalar, FTP arxivlari va boshqalar bo’lishi mumkin. Bu holda, barchani bilish bugungi kunda mavjud bo’lgan Internet-resurslarning asosiy turlari, ularning tarkibining texnik va tematik xususiyatlarini va ularga kirishning o’ziga xos xususiyatlarini tushungan holda.

Resurslarni qamrab olishning to’liqligi bilan bir qatorda qidirish sifati topilgan ma’lumotlarning ishonchliligi bilan belgilanadi. Uning ishonchliligini nazorat qilish turli xil usullar bilan amalga oshirilishi mumkin, ular alternativ ma’lumot manbalarini topish va tekshirishni, boshqa manbalar tomonidan foydalanish chastotasini belgilashni, hujjatning holatini va u joylashgan saytni aniqlashni, material muallifining vakolati va mavqei to’g’risida ma’lumot olish va boshqalarni o’z ichiga oladi.

Ҳ.Н.Очилова – СамИСИ, ММН-119 гуруҳ магистранти,
С.Ғ.Амирова – Пастдарғом тумани 39-умумтаълим мактаби ўқитувчиси

ОЛИЙ ТАЪЛИМДА ПЕДАГОГ-ХОДИМЛАРНИ БОШҚАРИШДА ЗАМОНАВИЙ МЕНЕЖМЕНТ УСУЛЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мазкур мақолада бошқарувнинг усуллари, уларни педагог-ходимларни бошқаришда қай тарзда ва қандай йўналишларда олий таълимда қўлланилиши, замонавий менежмент усулларидан фойдаланиш ҳамда самарадорликка эришиш йўллари ёритиб берилган.

Калит сўзлар: таълим, олий таълим, педагог-ходим, бошқарув усуллари, ташкилий-маъмурий усуллар, иқтисодий усуллар, ижтимоий-руҳий усуллар.

Аннотация: В данной статье описаны методы управления, как и в каких сферах они могут быть использованы в управлении преподавателями в высшей школе, использование современных методов управления и способы достижения эффективности.

Ключевые слова: образование, высшее образование, педагог-работник, методы управления, организационно-управленческие методы, экономические методы; социально-психологические методы.

Abstract: This article describes the methods of management, how and in what areas they can be used in the management of teachers in higher education, the use of modern management methods and ways to achieve efficiency.

Keywords: education, higher education, pedagogical staff, management methods, organizational-administrative methods, economic methods; socio-psychological methods.

Олий таълим тизимида бошқарувнинг олий мақсади, рақобатбардош кадрларни тайёрлашга қаратилган бўлади. Бошқарув усуллари бу ходимларга ва умуман меҳнат жамоаларига таъсир кўрсатиш воситалари бўлиб, булар қуйилган мақсадларга эришиш жараёнида ушбу ходимлар ва жамоаларнинг меҳнат фаолиятларини такомиллаштириш ҳамда ривожлантиришни назарда тутади. Бунда педагогларнинг барча ҳаракатлари таълим сифатини оширишга қаратилган бўлиши лозим. Аммо бунга эришишнинг турли йўллари ва усуллари мавжуд. Буларни амалга ошириш мақсадида киришган педагогларнинг ҳам турли усуллари ва ёндошувлари мавжуд. Шу туфайли бошқарув масаласига бир хилда, бир йўналишда қараб бўлмайди.

Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги қонуннинг 11-моддаси Олий таълимга бағишланган бўлиб, унда “Олий таълим бакалавриат таълим йўналишлари ва магистратура мутахассисликлари бўйича юқори малакали кадрлар тайёрланишини таъминлайди”[61] деб кўрсатилган. Шундай экан олий таълимнинг энг асосий вазифаси рақобатбардош кадрлар тайёрлашдир. Рақобатбардош кадрлар тайёрлаш учун эса чуқур билимга эга ва ўз билимини талабаларга етказа оладиган педагогларни ишга қабул қилиш

[61]Қонунчилик палатаси томонидан 2020 йил 19 майда қабул қилинган, Сенат томонидан 2020 йил 7 августда маъқулланган Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги қонуни.

ва улар билан шартномалар тузиш кераклигини кўрсатади.

Олий таълим тизимида ходимларни танлаш, ишга қабул қилиш ва уларни бошқариш ҳам бошқарувчидан катта билим ва тажрибани талаб қилади. Бошқарувчи аввало бошқариш усулларини пухта эгаллаган, ҳар бир ходимнинг руҳий ҳолатини сеза оладиган бўлиши керак.

Бу борада академик М.Шарифхўжаев ва профессор Ё.Абдуллаевлар ўзларининг "Менежмент" номли дарслигида бошқарув усулларини қуйидагича изоҳлайди. "Бошқарув усули – бу ходимларга ва умуман меҳнат жамоаларига таъсир кўрсатиш усуллари бўлиб, бу усуллар қўйилган мақсадларга эришиш жараёнида мазкур ходимлар ва жамоаларнинг фаолиятини уйғунлаштиришни назарда тутади[62], деган мазмунда изоҳлаган.

Бошқариш усуллари ишчи кучини режалаштириш, ходимлар меҳнатини ва иш ҳақини ташкил қилиш, ходимлар ва уларнинг лавозимларини белгилаш, ходимларни бошқариш тизимини шакллантириш, ҳамда таҳлил қилишдан иборат бўлади. Бу усулларни бошқариш учун режалаштириш, ташкил қилиш, назорат қилиш, мувофиқлаштириш, мотивация каби усулларни қўллашни талаб этади.

Соҳага оид адабиётларни ўрганиш шуни кўрсатдики, бошқаришнинг асосан 3 хил усули мавжуд бўлиб, амалиётда айнан шулардан фойдаланилади. Буларга:

- ташкилий-маъмурий усуллар;
- иқтисодий усуллари;
- ижтимоий-руҳий усуллар киради.

Бошқаришнинг ташкилий-маъмурий усуллари бошқариш усуллари тизимида алоҳида ўрин тутади. Бу усулларга бошқариш аппаратининг муайян структурасини тузиш, ҳар бир бошқарув бўғинининг функцияларини белгилаш, кадрларни тўғри танлаш, буйруқлар, фармойишлар ва қўлланмалар чиқариш, уларнинг бажарилишини назорат қилиш, топшириқлар ва директив кўрсатмаларни бажармаётган бўлинма ва шахсларга нисбатан мажбурий чораларни қўллаш киради.

Бошқаришнинг иқтисодий усуллари эса иқтисодий манфаатлардан фойдаланишга асосланади. Бозор иқтисодиёти шароитида умумжамият манфаатларини рўёбга чиқариш мақсадида қуйидаги иқтисодий бошқарув усулларидан фойдаланилади. Буларга:

- корхоналар ва хўжаликларга бутун фаолияти давомида эркинлик ва мустақиллик бериш;
- хўжаликларни пировард натижаларига биноан моддий рағбатлантириш. Солиқ имтиёзларини бериш;
- корхона ва хўжалик ўртасида ўзаро шартномаларнинг бажарилиш интизомини мустаҳкамлаш ва уларнинг ролини ошириш;
- молия-кредит муносабатларини такомиллаштириш;

[62]Шарифхўжаев М., Абдуллаев Ё. Менежмент. Дарслик. Тошкент, "Ўқитувчи", 2001. -167-168 бетлар.

- бозор муносабатлари механизмлари: баҳо, фойда, солиқ, рентабеллик, рақобат ва ҳоказоларга кенг эътибор берилиши лозимлиги киради.

Бошқарувнинг ижтимоий-руҳий усулларининг асосий мақсади жамоаларда соғлом ижтимоий-руҳий муҳитни яратишдир. Бу усул ижтимоий-маънавий вазиятга таъсир этиш йўли билан кишиларнинг феъл-атвори, руҳиятини ҳисобга олиб уларнинг ижтимоий (социал) талабларини қондириш орқали бошқаришни билдиради. Ижтимоий-руҳий усуллар бу ишлаб чиқариш жамоатларини, улардаги "психологик вазиятни", ҳар бир ходимнинг шахсий хусусиятларини ўрнатишга асосланган усуллардир.

Менежмент усулларини олий таълимни бошқариш мақсадларига эришиш учун кадрларга бошқарув таъсирини амалга ошириш усуллари сифатида белгилаб қўйилган. Замонавий бошқарув назариясида қуйидаги бошқарув усуллари ажратиб кўрсатилади: ҳокимият, интизом ва жазо механизмларига асосланган маъмурий таъсир; ташкилий таъсир; интизомий жавобгарлик ва жарималар; моддий жавобгарлик ва жарималар; маъмурий жавобгарлик ва жарималар; иқтисодий, ташкилотнинг мақсадларига эришиш учун кадрларга мақсадли таъсирларни амалга ошириш усули сифатида тушунилади. Бошқаришда иқтисодий қонунлардан фойдаланиш асосида: иқтисодиётни режали бошқариш; харажатларни ҳисобга олиш; иш ҳақи; ишчи кучи; бозор нархлари; қимматбаҳо қоғозлар; солиқ тизими; мулк шакллари; ижтимоий такрор ишлаб чиқариш босқичлари; ишлаб чиқариш омилларидан фойдаланади. Социологик усулда ходимларга ижтимоий таъсир этиш усулларига асосланади ва ходимнинг жамоадаги ижтимоий, меҳнат ва социометрик мавқеини аниқлашга, ходимларни муассасанинг мақсадлари билан боғлиқ равишда рағбатлантиришга, самарали алоқаларни ўрнатиш ва сақлашга ва жамоадаги низоларни муваффақиятли ҳал қилиш йўлларини бошқаришга имкон берадиган масалаларга эътибор қаратилади. Ижтимоий жараёнларни режалаштириш, тадқиқот усуллари, шахсий сифат, ахлоқ, шериклик, рақобат, алоқа, музокаралар, зиддиятларни ҳал қилиш масалалари ҳам инобатга олиниши лозим. Бошқарувда жамоанинг ва ҳар бир шахснинг психологик ҳолатини ҳам инобатга олишга тўғри келади. Бунинг моҳияти ташкилий психология ва бошқарув психологиясининг турли хил ёндашувлари: психологик режалаштириш, психология тармоқлари, шахс турлари, темперамент, характер хусусиятлари, шахсга йўналиш, интеллектуал қобилиятлар, билиш усуллари, психологик образлар, психологик таъсир усуллари, хулқ-атвори, ҳис-туйғулари, стресслари мавжудлигини назарда тутиш лозим бўлади.

Олий таълимдаги менежмент методларига тўхталадиган бўлсак, ушбу шароитда бошқарув усуллари типологиясининг қўшимча асослари унинг хусусиятлари – психологик ва педагогика фанлари томонидан аниқланган қонуниятларни ҳисобга олган ҳолда ахборот ва ташкилий муносабатларнинг устунлиги бўлиши мумкинлигини айтиш мумкин.

Педагог-ходимларни бошқаришда уларнинг ҳаракатларини қатъий

тарзда чеклаш уларни имконсиз қилади. Бундай шароитда раҳбарлар томонидан ҳаддан ташқари кўп директив топшириқлар бериш, уларнинг принциплари ва иш услубларини бошқаларга юклаб бўлмайди. Ушбу ёндашув ижодий изланишларни фаоллаштиришни, ўқитувчилар иши бўйича тажриба алмашишни ташкил қилишни, бутун жамоани энг долзарб таълим муаммоларига йўналтиришни, яъни маъмурий, маъмурий билан бир қаторда асосан ташкилий ва педагогик усуллардан фойдаланишни талаб қилади. Таъкидлаш жоизки, таълимда бошқарув усулларини қўллашнинг умумий мақсадлари билан бир қаторда таълим учун бир қатор аниқ вазифалар ҳам пайдо бўлади.

Биринчидан, масъулият ва ишбилармонлик малакасини ошириш, иш тажрибаси алмашинувини ташкил этиш ва педагогик маҳоратни оширишни таъминлаш орқали таълим ва тарбиявий натижаларга эришиш учун саъй-ҳаракатларни бирлаштириш ва ўқитувчилар таркибини фаоллаштиришни йўлга қўйиш.

Иккинчидан, ижодкорлик, ўқитувчиларнинг ҳамкорлиги ва ўзаро ёрдами муҳитини яратиш, жамоада соғлом психологик иқлимни шакллантириш, унинг ҳамжиҳатлиги ва нормал ҳаётини таъминлаш.

Учинчидан, ўқитувчиларнинг ўзлари орасида ижобий шахсий фазилатларни тасдиқлаш ва ривожлантириш. Бу вазифаларнинг барчаси раҳбарлардан ижтимоий-психологик ва психологик-педагогик жиҳатларга, ўқитувчиларнинг индивидуал хусусиятларини билишига таянишни талаб қилади.

Бошқаришда турли хатоликларга йўл қўйилса, бошқарувнинг таъсири ижтимоий усулларининг самарасизлигига ҳам олиб келиши мумкин. Бу асосан қуйидагиларга боғлиқ:

маълумот тўплашнинг илмий ва объектив ва қўллаб-қувватлайдиган норасмий усулларини эътиборсиз қолдириш (миш-мишлар, ғийбат ва ҳ.к.);

муносабатларнинг расмий қоидаларига эътибор қаратишдаги йўл қўйиладиган камчиликлар;

менежерлар ва бўйсунувчилар ўртасидаги ўзаро алоқада тўсиқларнинг асоссиз равишда яратилишига сабаб бўлиш;

ижтимоий ижобий аҳамиятли тажрибаларни эътиборсиз қолдириш;

жамоани тайёрламасдан ва хабардор қилмасдан туб ўзгаришларни амалга ошириш;

ходимлар учун ўсиш ва мартабага эришгиришда сунъий ёндошувларнинг вужудга келиши;

режалаштириш учун тажриба ва имкониятларнинг етишмаслиги;

жамоанинг ижтимоий ривожланиш муаммоларини ҳал қилмаслик;

юқори органларга ёки жамиятга ноўрин ахборотларни етказишда нохолислик. Бошқарув жараёнида бундай камчиликларга йўл қўйиб бўлмайди.

Хулоса қилиб айтганда, бошқарув усулларининг йўналишлари ҳам кўплиги туфайли, уни қачон, қай тарзда қўллаш олий таълим муассасалари раҳбарларининг маҳорати ва тажрибасига боғлиқ.

F.I.Umidova – TDIU tayanch doktoranti

MARKETING FAOLIYATI SAMARADORLIGINI NAZORAT QILISH

Annotatsiya: Maqolada marketing faoliyati natijalarini nazorat qilish, marketing nazoratining yillik reja nazorati, daromadlik nazorati, strategik nazorat, marketing auditi yoritib berilgan.

Kalit so‘zlar: marketing samaradorligi, marketing nazorati, strategik nazorat, marketing auditi, bozor faoliyati, bozor tahlili.

Аннотация: В статье описаны контроль результатов маркетинговой деятельности, контроль годового плана, контроль маркетинга, контроль доходов, стратегический контроль, маркетинговый аудит.

Ключевые слова: эффективность маркетинга, маркетинговый контроль, стратегический контроль, маркетинговый аудит, рыночная активность, анализ рынка.

Abstract: The article describes the control of the results of marketing activities, the annual plan control of marketing control, revenue control, strategic control, marketing audit.

Keywords: marketing efficiency, marketing control, strategic control, marketing audit, market activity, market analysis.

Marketing iste’molchilarning hozirgi va kelajakdagi talablarni qondirishga qaratilgan tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish va sotish, natijada foyda olish bilan bog‘liq faoliyat turidir. Bularning barchasi endi ish boshlayotgan biznesmenlardan tortib, katta hayotiy tajribaga ega bo‘lgan tadbirkor, siyosatchi, san’atkor, sportchiga qadar marketing – bozor jarayoni to‘g‘risida chuqur bilimga ega bo‘lishni talab qiladi. Marketingni nazariy va amaliy asoslarini chuqur bilish tijorat havf-xatarini o‘z vaqtida his qilish va kamaytirish, uning variantlarini hisoblashda mavjud bo‘lgan turlaridan eng ma’qulini tanlash, raqobat sharoitida bozorni yuqori sifatli tovarlar va xizmatlar bilan to‘yintirish, doimiy talab mavjud bo‘lgan sharoitda xaridorlarning turli guruhlari uchun sotish narxini aniqlash va oqibatda ijtimoiy ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga yordam beradi.

Tom ma’nodagi bozor munosabatlar mamlakatimizda sekin rivojlanib bormoqda. Sobiq sotsialistik jamiyatda ishlab chiqarish, savdo va umuman milliy iqtisodiyotning barcha sohalarida yakkahokimlik, reja va yuqoridan boshqarishning hukmronligi sababli marketing tushunchasi tom ma’noda amaliyotga kirib kelmagan edi. Lekin keyingi yillarda o‘zgarishlar-iqtisodiy taraqqiyotimiz bozor iqtisodiyotisiz mumkin emasligi har tomonlama isbotlab berdi. Bu esa o‘z navbatida qisqa vaqt ichida uning asoslarini o‘rganishimizni zarur qilmoqda. Mana shunda biz uchun murakkab davrda, xorijda marketing masalalarini yechish borasida to‘plagan boy tajribadan foydalanmaslik kechirib bo‘lmas xato bo‘lar edi. Shuni ham unutmaslik kerakki, biz eng katta taqchillikni – vaqt tanqisligini ham yengishimiz zarur.

Ayrim iqtisodchilar marketing faqat rivojlangan sharoitda faoliyat ko‘rsatishi mumkin deb hisoblashadi. Aynan shu marketing jamiyatga tez, tejamli va

talofatlarsiz bozor iqtisodiyotini kirib kelishi uchun koʻproq yordam beradi. Oʻtish davrida bozor iqtisodiyoti holatini aks ettiruvchi marketing tamoyillari bizga vaqtni boy bermasdan bozorni oʻzlashtirishda yordam beradi. Marketing rejalarini amalga oshirish davrida koʻpgina kutilmagan holatlarga duch kelinadi, shu sababli marketing boʻlimi rejalarini olib borilishi va bajarish ustidan doimiy nazorat oʻrnatib borish kerak. Marketing nazorati tizimi korxona ish faoliyati samaradorligiga ishonch hosil qilish uchun kerak. Ammo marketing nazorati koʻp qirrali maʼnolarga egadir.

Yillik rejalarni bajarish ustidan nazorat shundan iboratki, unda marketing mutaxassislari yillik rejaning amaldagi koʻrsatkichlarini nazorati yillik reja bilan taqqoslashdir va kerak boʻlganda qoʻyilgan xatoliklarni toʻgʻrilash uchun zarur boʻlgan chora-tadbirlarni amalga oshiradilar. Maydonlar, bozor segmenti, savdo yoʻllari va har xil turdagi mahsulotlarning amaldagi rentabellik darajasini aniqlashda foydalaniladigan bozor daromad ustidan nazorat deb yuritiladi.

Strategik nazoratning maqsadi shundan iboratki, bozor sharoitidan kelib chiqqan holda korxona firmalarning foydalaniladigan oxirgi strategik yoʻllarni tekshirishdan iboratdir. Yuqorida keltirilgan marketing nazoratining uch turi hozirgi jahon amaliyotida keng qoʻllanib kelinmoqda.

1-jadval

Korxonada marketing nazoratini amalga oshirish jarayoni

Nazorat turi	**Nazoratni yuritishdagi javobgarlar**	**Nazorat maqsadi**	**Nazorat usullari**
Yillik reja-larni bajarish ustidan nazorat	Yuqori boshqaruv organlar. Oʻrta boshqaruv zvenolari	Maqsaddagi koʻrsatkichlarga erishganlikka ishonch hosil qilish lozim	Mumkin boʻlgan chiqim tahlili, marketing xarajatlar va savdo hajmi
Daromad ustidan nazorat	Marketing nazoratchisi	Firmaning daromad va savdo hajmi manbasini aniqlash	Mahsulotlarni bozor segmentlarini, savdo yoʻllarini buyurtma hajmiga qarab ajra-tish rentabelligi
Strategik nazorat	Yuqori tashkilot Marketing taftishchisi	Firmaning marketing imkoniyatidan foydalanganligi va uning samarador ligini aniqlash	Marketing taftish

Yillik rejalarni bajarish ustidan nazoratidan maqsad - bu korxonaning rejalashtirgan aniq savdo koʻrsatkichlariga, daromad va boshqa maqsadli koʻrsatkichlarga erishganligiga ishonch hosil qilishdir. Nazoratning bu turi oʻz ichiga 4 bosqichni oladi: Birinchidan, yuqori boshqaruv organi nazorat koʻrsatkichlarini yillik rejaga oylar va choraklarga taqsimlab chiqishi kerak, ikkinchidan, yuqori boshqaruv organi korxonalarni bozor faoliyatidagi

koʻrsatkichlarini aniq koʻrsatib berishi lozim, uchinchidan, yuqori boshqaruv organi korxona faoliyatidagi jiddiy xatoliklarni aniqlab berishi lozim, toʻrtinchidan, yuqori boshqaruv organi reja va amaldagi koʻrsatkichlar oʻrtasidagi nomutanosibliklarni oldini olish va toʻgʻrilash choralarini amalga oshirishi lozim.

Boshqaruv organi qanday yoʻllar va usullar bilan rejalarni nazorat qilishi mumkin? Nazoratning toʻrtta asosiy usullari quyidagilardan iborat: mumkin boʻlgan chiqim tahlili, bozor ulushining tahlili, marketing xarajatlari va savdo hajmi aloqadorlik tahlili hamda mijozlar harakatini kuzatish.

Agarda bu usullardan birortasidan foydalanilganda yetishmovchiliklar paydo boʻlsa, shu vaqtning oʻzida ularni toʻgʻrilashga choralar koʻriladi.

Bozor ulushi tahlili. Faqatgina savdo statistikasi korxonaning raqobatbardoshligini toʻliq aniqlab bermaydi. Faraz qilaylik sotish hajmi oʻsmoqda. Bu oʻsish iqtisodiy sharoitlarning yaxshilanishi natijasida ham boʻlishi mumkin, bu yaxshilanish boshqa korxonalarga ham ta’sir etadi yoki bu oʻsish korxona faoliyatining boshqa raqobat korxonalar faoliyatiga nisbatan yaxshilanishi natijasida ham yuzaga kelishi mumkin. Boshqaruv xodimlari korxonaning bozordagi koʻrsatkichlar ulushini har doim nazorat qilib borishi kerak. Agar bu ulush yaxshilansa korxonaning raqobatbardoshligi mustahkamlanadi, agarda kamaysa korxona oʻz oʻrnini boshqa raqobatchi korxonalarga boʻshatib beradi.

Marketing xarajatlari va chiqim aloqadorlik tahlili. Yillik reja nazorati korxona oʻz maqsadiga erishish yoʻlida koʻp xarajat qilmayotganligining aniqligini talab qiladi. Marketing xarajatlari va savdo hajmi ustidan doimiy nazorat korxonaning marketing xarajatlarini iqtisod qilinishini ta’minlaydi.

Mijozlar harakatini kuzatish. Sezgir korxonalar mijozlari, dilerlari va boshqa marketing tizimi ishtirokchilarining kuzatishda har xil usullardan foydalanadilar. Boshqaruv organi korxona faoliyatidagi oʻzgarishni aniqlab bu oʻzgarish savdoga ta’sir etmasdan oldin kerakli choralarni amalga oshirishi mumkin.

Mijozlarning harakatini nazorat qilishda quyidagi usullardan foydalaniladi: da’vo va takliflar tizimini yaratib berish, iste’molchilar paneli va mijozlar fikrini bilish.

Korxonalarda marketing nazoratini yoʻlga qoʻyish. 1. Korxonada marketing nazoratini tashkil etish dastavval marketing xizmatini tashkil etish orqali amalga oshiriladi. Mustaqil marketing xizmati boʻlim sifatida boʻlmasa ham iqtisodiy boʻlimlar tarkibida ishlovchi marketing funksiya va vazifalarini amalga oshiruvchilar tomonidan amalga oshiriladi. Marketing nazoratini tashkil etish korxona marketing faoliyati natijalarini belgilangan muddatlar ichida bajarilishini tahlil qilish, taqqoslash va kelgusi davr uchun aniq maqsadli strategiyalarni ishlab chiqish orqali amalga oshiriladi.

Korxonalarda marketing faoliyati natijalarini ifodalovchi koʻrsatkichlarni aniqlab olish, chunki hozirgi kunda aksariyat korxonalarimizda marketing faoliyati natijalarini ifodalovchi koʻrsatkichlar aniq emas. Aniq marketing faoliyati natijalari koʻrsatkichlarini oʻrganish, tahlil qilish, baholash natijasida marketing rejalarini ishlab chiqish.

D.Rakhmankulova – 2nd year student of SamIES
N.U.Muradova – Lecturer at the Marketing Department of SamIES

POLICY OF BRAND OF COMMUNICATION OF BANKING SERVICES TAKING INTO ACCOUNT THE REQUIREMENTS OF THE DIGITAL ECONOMY ON THE EXAMPLE OF KHAMKORBANK JSCB

Abstract. The material is devoted to the essence of brand management policy, taking into account the principles of the digital economy. Also, it reflects a practical example of the brand policy of Khamkorbank JSCB, with the aim of indicating the point of view of brand management of financial services.

Keywords: digital economy, brand communication, integrated marketing communications, brand management, banking services.

Аннотация. Мазкур тезис бренд-менежмент сиёсатининг рақамли иқтисодиётнинг тамойилларига асосланган моҳияти акс этган. Шунингдек, унда Хамкорбанк АТБ бренд сиёсатининг молиявий хизматларнинг бренд-менеджменти нуқтаи назарининг амалий мисоли сифатида келтирилди.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, бренд коммуникациялар, интеграл маркетинг коммуникацияси, бренд-менежмент, банк хизматлари.

Аннотация. Материал посвящен сущности политики бренд-менеджмента с учетом принципов цифровой экономики. Также, в ней отражен практический пример брендовой политики АКБ Хамкорбанка, целью обозначения точки зрения бренд-менеджмента финансовых услуг.

Ключевые слова: цифровая экономика, бренд коммуникации, интегральные маркетинговые коммуникации, бренд-менеджмент, банковские услуги.

2018 for Uzbekistan has become one of the significant starts to support the digitalization of the economy, in particular, to this day, the state is taking large-scale measures to develop the digital sector of the economy, introducing electronic document management systems, developing electronic payments and improving the regulatory framework in the field of e-commerce.

The digital economy operating on information technology platforms is developing at an intense speed, which necessitates the creation of new models of such platforms.[63]

Comprehensive measures are being implemented in the republic to actively develop the digital economy, as well as to widely introduce modern information and communication technologies in all sectors and spheres, first of all, in public administration, education, health care and agriculture.[64]

Communications in marketing activities are carried out in various types and forms, the study of which allows you to determine ways to increase their

[63] Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan "On measures for the development of the digital economy in the Republic of Uzbekistan" dated 03.07.2018, No.UP-3832.
[64] Decree of the President of the Republic of Uzbekistan "On approval of the Strategy" Digital Uzbekistan-2030 "and measures for its effective implementation" dated 05.01.2020 No.UP-6079. https://lex.uz/docs/5031048 - National database of legislation of the Republic of Uzbekistan.

effectiveness.

Interpersonal communications deserve special attention, which depend on many factors, such as: the correctness of the brand symbol, trust, respect, attractiveness, consideration of interests and needs, feedback, service culture and others. The study of these factors allows you to better understand the processes of interpersonal communication. Among them, non-verbal communications occupy an important place (i.e. not verbal or, as they are also called, non-verbal). They complement and enrich the interpersonal process. In order to ensure clear and effective brand communication, it is necessary to know and anticipate possible failures in advertising technology.

When designing a brand communication process, it is necessary to take into account the interconnection of these functions, otherwise the message will either not reach the right consumer or will not be understood by them. If you underestimate at least one of the functions of the communication process, the expected result may not be achieved.

The IMC model assumes that marketing communications should begin with what the consumer does in the market, i.e. with the purchase. This approach is based on conducting analysis starting with the consumer, not with the marketer sending out communications that are appropriately aligned with the marketing concept that he is pursuing.

If marketing communications are built around the consumer, then naturally the initial position of the BCI model should not only include a static definition of the consumer, but also reflect the way this consumer perceives the products or services offered to him and various types of purchase processes. IMCs, therefore, focus on developing a marketing communication set depending on the consumer's activity in relation to a brand and the marketing activity of the brand itself. In this case, brands are the foundation of how consumers perceive products or services. The diagram shows the BCI process, in which the brand acts as an integrating element (see fig. 1).

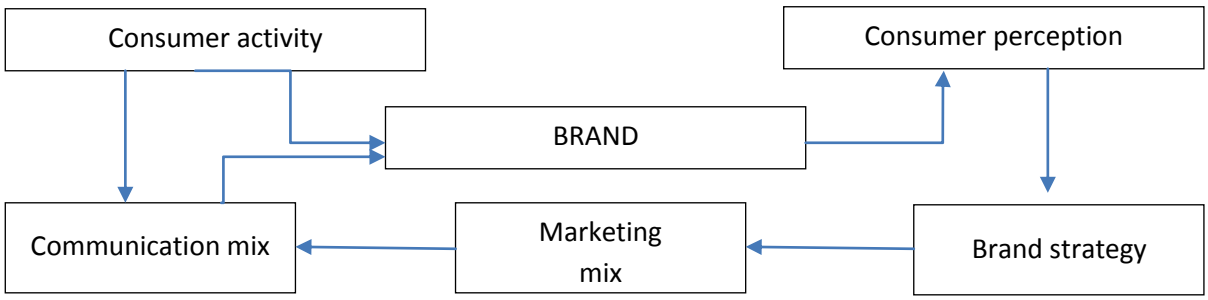


Figure 1. BCI process

There is no doubt that the financial services market carefully approaches the issue of the branded policy. In particular, commercial banks, based on their

specifics of financial activities in several market models, such as B2B and B2C, have several strategic brand policy objectives.

One of the actively operating banks in the Uzbek market is Khamkorbank JSCB. Khamkorbank JSCB is a universal bank offering a wide range of products for individuals and legal entities, combined with high quality service. The bank's goal is long-term partnership with clients based on the principles of mutual trust, respect, stability, competence, business ethics, honesty and openness.

The brand name and logo of Khamkorbank JSCB, their colors reflect the two-sidedness of business relations between the bank and clients, the pursuit of excellence through dedication, ability to see prospects, efficiency and pragmatism in work.

Two parallel lines of the brand name signify stability, partnership and interaction, and their stepped arrangement with a slope to the right symbolizes the infinity of development, the long-term development of business relationships, rapid growth, climbing to the top step by step.

The main color of the corporate block is green, which personifies the color of life, a symbol of prosperity, wealth and stability. A mixture of yellow and blue, green symbolizes generosity and rebirth.

A light shade of green is the color of awakening, energy, continuous growth, a symbol of all living things, developing, harmony with the surrounding world.

A dark shade of green is the color of stability, reliability, stability, balance, fairness, purposefulness.

The white background for placing the corporate block characterizes the purity of thoughts, motives, aspirations, focus on achieving goals.

The brevity and simplicity of the corporate block reflect efficiency, affordability and willingness to help clients understand the complex world of business and finance.

The slogan "Together for excellence" characterizes the efforts and aspirations of the bank to achieve maximum heights in its activities, maximally satisfying the wishes and needs of customers.

The corporate identity of Khamkorbank JSCB is one of the steps in the implementation of the bank's development strategy for the next few years. The main tasks are to offer customers new opportunities, introduce modern products and technologies, and improve business processes.

List of sources:

1. Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan "On measures for the development of the digital economy in the Republic of Uzbekistan" dated 03.07.2018, No.UP-3832.
2. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan "On approval of the Strategy" Digital Uzbekistan-2030 "and measures for its effective implementation" dated 05.01.2020 No.UP-6079. https://lex.uz/docs/5031048 - National database of legislation of the Republic of Uzbekistan.

V ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЎРНИ ВА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

Н.Х. Жумаев– и.ф.д., профессор, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлис Қонунчилик палатаси депутати

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ, МОЛИЯВИЙ ТЕХНОЛОГИЯЛАР РИВОЖЛАНИШИ ШАРОИТИДА ТИЖОРАТ БАНКЛАРИ УЧУН ИМКОНИЯТ ВА ТАҲДИДЛАР ТАҲЛИЛИ

Аннотация: мақолада рақамли иқтисодиёт, молиявий технологиялар ривожланиши шароитида тижорат банклари учун имконият ва таҳдидлар таҳлили қараб чиқилган. Бунда блокчайн технологиялари асосида рақамли иқтисодиётни амалга ошириш йўллари ҳам кўрилган. “Электрон ҳукумат”нинг бошқариш жараёнлари ҳам ўз ифодасини топган.

Калит сўзлар: инновация, инновацион иқтисодиёт, рақамли иқтисодиёт, блокчайн, рақамли технология, интеллектуал мулк, электрон ҳукумат, молиявий технология, таҳдидлар.

Аннотация: В статье рассматривается анализ возможностей и угроз для коммерческих банков в условиях цифровой экономики, развития финансовых технологий. Также рассматриваются способы внедрения цифровой экономики на основе технологии блокчейн. Также отражены процессы управления электронным правительством.

Ключевые слова: инновации, инновационная экономика, цифровая экономика, блокчейн, цифровые технологии, интеллектуальная собственность, электронное правительство, финансовые технологии, угрозы.

Abstract: The article examines the analysis of opportunities and threats for commercial banks in the context of the digital economy, the development of financial technologies. It also looks at ways to implement a digital economy based on blockchain technology. The management processes of e-government are also reflected.

Keywords: innovation, innovative economy, digital economy, blockchain, digital technology, intellectual property, e-government, financial technology, threats.

Барчамизга маълумки, бутун дунёда рақамли технологиялар барча соҳаларга ва одамлар ҳаётига жадал кириб боряпти. Уни жорий этишга ўз вақтида киришган давлатлар ривожланиб, аксинча, эскича иш тутаётганлари тараққиётдан орқада қоляпти. Ривожланган мамлакатлар рақамли иқтисодиёт ёрдамида яратиладиган қўшилган қийматнинг сезиларли даражада катта қисмига даъвогар бўлгани ҳолда, суст тараққий этган давлатларнинг бу

жараёнда ўз улушига эга бўлиши тобора имконсиз бўлиб бораверади.

Шу боис мамлакатимизда рақамли иқтисодиётни ривожлантириш бугунги куннинг ва яқин истиқболнинг энг муҳим вазифасига айланган. Президентимизнинг 2020 йил 28 апрелдаги “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорида 2023 йилга бориб рақамли иқтисодиётнинг мамлакат ялпи ички маҳсулотидаги улушини 2, ушбу соҳадаги хизматлар ҳажмини 3 баравар ошириш, улар экспортини 100 миллион АҚШ долларига етказиш вазифаси қўйилган.

Албатта рақамли иқтисодиёт жамиятда муайян ўзгаришларни юзага келтиради, хусусан, унинг меҳнат шароитларига таъсири сезиларли бўлади. Рақамли трансформация шароитида автоматлаштириш жараёнларининг кучайиши, сунъий интеллект, улкан маълумотлар билан ишлайдиган аналитик тизимлар, роботлардан фойдаланиш кўламининг ортиши меҳнат ресурслари учун ўринбосар бўлиб хизмат қилади. Натижада бизнес юритиш шароитлари такомиллашиб ва самарадорлик сезиларли даражада ортади.

Ҳаётимизга рақамлаштиришни тезроқ кириб келишинини хоҳласак, рақамлаштириш таъсирида турмушимизда турли қулайликлар пайдо бўлсин десак, рақамлаштириш татбиғида албатта тизимли ёндашув лозим. Қаранг, салкам ўн йилдан буён электрон ҳукуматни тизимини ривожлантириш интилиб келамиз. Натижалар эса фақатгина сўнгги уч йилда кўзга ташлана бошлади. Менимча, халқимиз “электрон ҳукумат” билан жараённинг афзалликларини энди ҳис қила бошлади. Кўриниб бормоқдаки, рақамлаштириш технологияларини кундалик ҳаётимизга мақсадли жорий қилишда энг муҳими давлат хизматларини аҳолига таклиф қилиш орқали халқ билан интерфаол мулоқот тезлашмоқда. Бу эса “интеллектуал ҳукумат” тамойиллари асосида аҳоли ва тадбиркорлик субъектларига электрон давлат хизматлари кўрсатиш тизимини янада кенгайтириш нақадар тўғри йўл эканлигини ҳам кўрсатади.

Бундан бир неча йил олдин банклар мижозларига хизмат кўрсатиши учун турли ҳужжатлар ва имзоларни йиғиб келишни талаб қилган бўлса, бугун эса мижоз банк манзилини қаерда эканлигини билмасдан ҳам банк хизматларидан тўла қонли фойдаланмоқда. Бунга сабаб эса жорий этилаётган инновациялар. Масалан, миллий валютадаги пластик карталардан ҳеч чекловларсиз хорижий валюталарга айрибошлаш мумкинлиги, кредит олиш учун ҳужжатларни электрон шаклига ўтганлиги, банклар рақамли иқтисодиётга ўтаётганлиги, банкларга блокчейн технологиялар кириб келиши, буларнинг ҳаммаси, инновацион ғоялар ва технологияларга таянади.

Ўз вақтида мобиль банкингнинг жорий этилиши мижозлар учун инновация сифатида қаралган бўлса, бугунги кунда бу технология мижозлар учун, айниқса ёш авлод учун мажбурий шарт сифатида қаралмоқда. Экспертлар ва таҳлилчиларнинг фикрича, мобиль банкинг технологияси банклар учун минимум шарт сифатида қаралиб, бундай технологиядан фойдаланмаган банк, банк хизматлари бозорида аутсайдир сифатида қаралади.

Экспертларнинг фикрича, 2018 йилдан бошлаб йирик банкларнинг қарийб 15% дан ортиғи ўзларининг иш фаолиятида Blockchain технологиясидан фойдаланишни бошлаб юборишди. Бунга сабаб қилиб, Blockchain технологиясининг нисбатан эндигина яратилганига қарамасдан, унинг мавжуд бизнес жараёнлардаги инқилобий ўзгаришларни қамраб олгани молия бозорлари иштирокчилари орасида улкан қизиқиш уйғотганини кўрсатиш мумкин.

Blockchain технологияси молия бозорининг кўпгина тармоқларини рақобатбардошлигини ва юқори салоҳиятини ошириш имкониятини намойиш этади. Келажакда молия бозорида Blockchain технологиясини жорий қилишга энг жозибадор тармоқ бўлиб инвестицион банкинг ва молиявий транзакцияларни бошқариш ҳисобланади. Blockchain технологиясини кенг қўллаш мумкин бўлган тармоқларга банкларнинг чакана операцияларини, суғурта, кўчмас мулкка инвестициялар ва факторингни мисол қилиб келтириш мумкин. Шу билан бирга, Blockchain технологиясини молия бозорларини ривожлантиришдаги мавжуд барча муаммоларнинг ечими сифатида қараш нотўғридир. Ҳозирги вақтда Blockchain технологиясидан молия бозорларида фойдаланишни тартибга солишнинг ҳуқуқий асослари охиригача тўлиқ ишлаб чиқилмаган ва бу борада ниҳоясига етмаган, ўзини ечимини кутаётган кўплаб масалалар турибди.

Blockchain технологиясини кенг тарқашига тўсқинлик қилиб турган кейинги муаммолардан бири унинг ҳуқуқий мақомини аниқ белгилаб қўйилмаганлигидир. Айниқса, бу ҳолатни молия бозорларида фойдаланишда кўришимиз мумкин. Барча мавжуд миллий валюта тизимлари миллий ҳукуматлар томонидан яратилган ва тартибга солинган. Blockchain технологиясидан эса, ҳам миллий, ҳам халқаро даражада фойдаланилишини ҳисобга олсак, уни технологиясини қонунийлигини таъминлашда қатор долзарб ва ечилиши муҳим бўлган муаммоларга дуч келинади. Blockchain технологиясини ривожланишига тўсқинлик қилаётган яна бир муаммо сифатида транзакциялар блокини шакллантириш учун улкан ҳажмдаги ҳисоблаш операцияларини амалга ошириш ҳисобланади. Шунингдек, Blockchain технологиясининг кенг ривожланишига тўсқинлик қилаётган сабаблардан бири сифатида кўп энергия сарф этиши ва унинг юқори капитал қийматига эгалигини ҳам келтириб ўтиш мумкин.

Блокчейн айни пайтда бошқа рақамли молиявий технологияларнинг ривожланиши учун ҳам базавий технология вазифасини ўтайди. Сўнгги пайтларда блокчейнга асосланган янги молиявий хизматларни таклиф этувчи Fintech стартап компаниялари анъанавий тижорат банклари учун таҳдид сифатида қаралмоқда. Хусусан, бундай таҳдидлар қаторига Рақобатнинг кучайиши ва бозор улушининг қисқариши; валюта операциялари, инвестицион маслаҳатлар (Робо-эдвайзер) каби хизматларни Fintech компанияларига рақобатда бой бериш; фоиз маржасининг камайиб кетиши кабиларни киритиш мумкин.

Айни пайтда, банклар ва Fintech компаниялари ҳамкорлиги янги имкониятларни юза келтиради, деб таъкидловчилар ҳам топилади. Бундай фикр эгалари қуйидагиларга асосланади:

Fintech инновациялари янги банк фаолияти ва моделларининг пайдо бўлишига сабаб бўлади;

Молиявий хизматлар портфели диверсификациясини яхшилайди;

Йирик банклар ва Fintech стартаплари бир-бирини тўлдиради ва янги қиймат яратиш имкони юзага келади.

Бундан ташқари, Банк ва Fintech ҳамкорлигининг қуйидаги ижобий жиҳатлари юзага келиши мумкин:

- Бренд капиталининг яхшиланиши;
- Мобиль банк хизматларининг кенгайиши;
- Паст капитал харажатлар (масалан, банк филиалларига талабнинг камайиши ҳисобига);
- Бизнесни юритиш харажатларининг қисқариши;
- Мижозлар географиясининг кенгайиши;
- Ёш истеъмолчилар сафининг кенгайиши.

Шу билан бирга, Банк ва Fintech ҳамкорлиги натижасида қуйидаги рискларга ҳам дуч келиш мумкин:

Маданият мослиги масаласи;

Киберхавфсизлик муаммолари;

Ҳамкорликни самарали амалга ошириш учун малакали ходимларни ёллашдаги қийинчиликлар;

Инвестиция рискларининг юқорилиги;

Ҳуқуқий рисклар Fintech функцияларини интеграция қилишнинг мураккаблиги.

Таъкидлаш лозимки, жадал ривожланаётган Fintech ҳаракатига нисбатан банклар қуйидаги йўналишда жавоб қайтармоқда:

Fintech стартапларини инкубатор ва акселератор дастурлари орқали рағбатлантириш;

Венчур фондлари орқали Fintech стартапларига инвестиция киритиш;

Fintech компаниялари билан ҳамкорликни йўлга қўйиш;

Fintech компанияларини таркибига қўшиб олиш;

Ўзининг Fintech компаниялари фаолиятини йўлга қўйиш.

Fintech стартапларига инвестицияларнинг АҚШ тажрибаси кўрсатишича, АҚШ банклари блокчейн, маълумотлар таҳлили, молиявий хизматларнинг дастурий таъминоти, тўловлар ва ҳисоб-китоблар билан боғлиқ Fintech стартапларига кўпроқ инвестиция киритмоқда.

Умуман олганда, рақамли иқтисодиёт ва унинг технологиялари аънанавий молиявий хизматлар бозорини “кўпориб ташлаш” салоҳиятига эга. Бу эса тижорат банкларидан рақамли трансформацияни жадал амалга ошириш, Fintech компаниялари билан ҳамкорликнинг самарали йўналишларини йўлга қўйишни тақозо этади.

Дж.Р.Зайналов – д.э.н., профессор СамИЭС

ПРИНЦИПЫ ФИНАНСОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬХОЗПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье освещены отдельные особенности финансового регулирования воздействия государства на деятельность сельхозпредприятий. Для улучшения ситуации в сельском хозяйстве страны автором предлагается принять законодательный акт. Также сформулированы направления действий органов власти с целью обеспечения роста качественных показателей фермерских хозяйств.

Ключевые слова: финансовое регулирование, агроформирования, фермерсие хозяйства, государственное регулирование.

Аннотация. Мақолада давлатнинг қишлоқ хўжалиги корхоналари фаолиятига таъсирини молиявий тартибга солишнинг айрим хусусиятлари ёритилган. Мамлакат қишлоқ хўжалигидаги барқарорлигини яхшилаш учун муаллиф янги қонуний хужжатни қабул қилишни таклиф қилди. Шунингдек, фермер хўжаликлари сифат кўрсаткичларининг ўсишини таъминлаш мақсадида давлат органларини ҳаракатларининг йўналишлари шакллантирилди.

Калит сўзлари: молиявий тартибга солиш, агротизим, фермерлик, давлат томонидан тартибга солиш.

Abstract. The article highlights certain features of the financial regulation of the state's impact on the activities of agricultural enterprises. To improve the situation in the country's agriculture, the author proposes to adopt a legislative act. Also, directions of actions of the authorities were formulated in order to ensure the growth of quality indicators of farms.

Keywords: financial regulation, agroformation, farming, state regulation.

Централизованное влияние государства на экономику невозможно существующими у нас методами. Оно должно следить за рынком преимущественно с помощью экономических мер, законодательных нормативов и целевых программ.

Сказанное позволяет заключить, что государственное регулирование представляет финансовый механизм воздействия на развитие производства и распределение, сообразуемое с требованиями инновационного развития и реализуемое с помощью экономических мер и в рамках законов.

Сформулировать важнейшие принципы государственного финансового регулирования можно примерно так:

- государственное финансовое регулирование осуществляется в дополнение к рыночному механизму и направлено на согласованное действие всех его элементов;
- государственное регулирование сообразуется с интересами товаропроизводителей, не носит по отношению к ним адресного характера и регулирует пропорции развития производства на макроуровне;
- границы государственного финансового регулирования определяются рамками действия объективных экономических законов и конкретными

задачами, стоящими перед хозяйствующими субъектами;

- государственное финансовое регулирование осуществляется, как правило, с помощью экономических мер путем разработки целевых программ и в соответствии с действующим законодательством.

В основе финансового механизма, независимо от отраслевой принадлежности, лежат экономический интерес и предпринимательский риск. Это диктует единые подходы государственного воздействия на хозяйства. Поэтому общие формы, методы и принципы государственного финансового регулирования, изложенные выше, характерны и для фермерского хозяйства. Однако фермерское хозяйство как специфическая сфера производства имеет ряд особенностей. Оно обеспечивает население продовольствием и промышленным сырьем; от его результатов во многом зависит жизненный уровень населения. Государству, проявляющему заботу о благосостоянии своих граждан, небезразлично состояние фермерского производства. Оно должно создавать благоприятные экономические и социальные предпосылки для населения, позволяющие производить достаточное количество сельхозтоваров по доступной рыночной цене.

Но в условиях пандемии коронавируса решить эту задачу нелегко. Сложность заключается в нестабильности деятельности фермерских хозяйств в силу большой их зависимости от природно-климатических условий. Это усложняет возможности сбалансированности во времени и пространстве объемов производства продовольствия с потребностями рынка. Зависимость сельского хозяйства от природно-климатических условий приводит к нестабильности его финансового состояния. Инновационное развитие и повышение качества сельхозпродукции способствуют росту численности работающих в фермерском хозяйстве. Незанятое население попадает в группу наиболее социально уязвимого населения, что требует особого внимания со стороны государства.

Фермерское хозяйство не входит в систему крупных образований и потому подвергается наиболее разрушительному воздействию конкурентных сил со стороны обслуживающих и перерабатывающих фирм, что в общеэкономическом и социальном плане отрицательно сказывается на всей экономике.

Чтобы обеспечить необходимый уровень доходов в фермерском хозяйстве и гарантировать стабильность производства и снабжения населения продовольствием, государство идет на особую форму взаимоотношений с фермерским хозяйством. Прежде всего, оно дает фермерским хозяйствам полную самостоятельность. Конкуренция на рынке вынуждает их увеличивать производство продукции и тем самым обеспечить рынок продовольствием. Функция государства заключается в создании условий для сбыта продукции с гарантией, что падение цен на сельхозпродукцию не будет ниже уровня, позволяющего успешно вести производство. Таким образом, в условиях пандемии коронавируса государство гарантирует успешное

развитие фермерского хозяйства, создавая ему приоритетные условия в сравнении с другими отраслями экономики. Тем самым осуществляется социальная защита всего населения посредством достаточно низких цен на продовольственную продукцию.

В ранее принятой Государственной программе социально-экономического развития на 2017-2021 годы существенная роль в регулировании производства отводится государству. Сохранялись обязательные поставки на большинство видов продукции. Закупочные цены на многие из них определяются государством на уровне не ниже необходимых затрат. В то же время промышленность поставляет средства производства фермерским хозяйствам по высоким рыночно договорным ценам. Это значительно усилило неэквивалентность обмена между селом и городом. Для смягчения ситуации, сложившейся в сельском хозяйстве, необходимо принимать ряд мер, в частности, Закон Республики Узбекистан «О приоритетном социально-культурном и экономическом развитии села и агроформирования» в целях обеспечения эквивалентного обмена между фермерским хозяйством и промышленностью и социального развития села. Однако многие положения Закона, по нашему мнению, не сообразуются с требованиями рынка. Напр., создание условий эквивалентного обмена является функцией рынка, а не государственного регулирования. Государству не под силу решить эту проблему, что подтверждает многолетний опыт нашей страны. В условиях пандемии коронавируса государство проводит политику регулирования продовольственного рынка путем разработки соответствующих программ по предоставлению грантов и субсидий или налоговых льгот. К сожалению, в принятых законах в направлении развития фермерского хозяйства такой финансовый механизм не просматривается. Предлагаемые дополнительные вложения средств в фермерские хозяйства из-за отсутствия отрегулированных на рынке цен не позволяют определить их эффективность, не позволяют фермерам сокращать расходы. Затратный механизм продолжает действовать и в новых условиях. Государственное финансовое регулирование не претерпевает существенных изменений и осуществляется, как и ранее, по принципу, в основании которого находится фермерское хозяйство и потребление, а наверху – государство.

В условиях пандемии коронавируса необходима разработка нового финансового механизма государственного воздействия на деятельность агроформирования, основанного на новых рыночных финансовых механизмах. На наш взгляд, необходимо рассматривать формирование финансового механизма государственного регулирования на уровне Министерства сельского и водного хозяйства Республики Узбекистан.

В ныне сложившихся условиях Министерство не должно выступать в качестве вышестоящего органа управления, потому что оно должно трансформироваться в партнера агроформирования – фермерских хозяйств, что в корне меняет его функции.

С учетом мирового опыта и особенностей развития агроформирования в условиях пандемии коронавируса необходимы следующие направления деятельности Министерства:

- прогнозирование развития агроформирования и защита интересов потребителя;
- финансовое регулирование развития инфраструктуры агроформирования;
- развитие сельской территории, охрана среды обитания;
- развитие науки и образования;
- совершенствование межгосударственных отношений;
- информационное и общее обслуживание;
- развитие агробизнеса;
- развитие сельхозтуризма;

Реализация подобных мер обеспечит рост качественных показателей фермерских хозяйств.

Н.А. Ибрагимов– СамИСИ, “Молия” кафедраси профессори в.б., и.ф.д.

КОНСАЛТИНГ ХИЗМАТЛАРИНИ КЎРСАТИШДА НАРХЛАШТИРИШ

Аннотация: Ушбу мақолада тадбиркорликни ривожлантиришда консалтинг хизматларининг муҳимлиги ҳамда консалтинг хизматлари учун тўловларнинг лойиҳа бўйича, вақтбай ва натижаларга қараб усуллари ёритилган.

Калит сўзлар: тадбиркорлик, консалтинг, консалтинг хизматлари тўлов турлари.

Аннотация: В данной статье обозначена важность консалтинговых услуг в развитии предпринимательства, приведены по-проектный, повременный способы оплаты и способ оплаты по результатам консалтинговых услуг.

Ключевые слова: предпринимательство, консалтинг, способы оплаты за услуги по консалтингу.

Abstract: This article outlines the importance of consulting services in the development of entrepreneurship, the design, time-based payment methods and the method of payment based on the results of consulting services.

Keywords: entrepreneurship, consulting, payment methods for consulting services.

Жадал янгиланаётган Ўзбекистонда, тадбиркорликни ривожлантириш ва ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш жамият тараққиётини таъминлашдаги асосий иқтисодий асос сифатида белгиланганлиги иқтисодиётда малакали кадрларга бўлган талабни кескин ошириб юборди. Иқтисодиёт тармоқларини ривожлантиришга қаратилган барча қарорларда мутахассислар тайёрлашни кўпайтириш, корхоналарда ишлаётган менежерлар ва мутахассислар малакасини ошириш масаласи алоҳида банд билан белгиланиб қўйилган.

Барча корхоналаримизда малакали кадрларга эҳтиёж жуда катта, таълим тизимида иқтисодиётимиз талабларидан келиб чиққан ҳолда ҳар

томонлама етук кадрлар етиштириш бўйича жиддий ислоҳотлар амалга оширилмоқда, кўплаб нодавлат ва хорижий олий таълим муассасалари ташкил этилмоқда, таълим тизимига хорижий мутахассислар жалб этилмоқда.

Бу ислоҳотлар сўзсиз натижа беради, аммо тадбиркор бошқарувни самарали юритиш, маҳсулот сифатини ошириш ва рақобатбардош нархларга эришиш, маркетинг ва маҳсулотларни бозорга олиб чиқишни такомиллаштириш каби кечиктириб бўлмайдиган вазифалар ечимини бугун топиши керак. Ечимлардан бири - малакали консультантлар ёки консалтинг компанияларини жалб этиш ҳисобланади.

Консалтинг хизматлари мамлакатимиз иқтисодиётида энди ривожланиб келаётган хизмат турларидан бири бўлиб ҳисобланади, бу хизмат турини жалб қилишда консалтинг хизмати учун тўлов миқдори муҳим роль ўйнайди.

Консалтинг хизматларига нарх белгилашни уч турга таснифлаш мумкин: лойиҳа учун тўлов, вақтбай тўлов ва натижага қараб тўлаш.

Лойиҳа учун тўловни қўллашда лойиҳа бўйича бажариладиган барча ишлар, уларни амалга ошириш муддатлари ва консалтинг хизмати учун тўлов ҳажми ҳар томонлама асослаб ёзилади. Бунда лойиҳани амалга оширишга жалб этиладиган меҳнат ва моддий ресурслар бирма-бир ҳисоблаб чиқилади.

Меҳнат ресурсларини ҳисоблаганда ҳар бир менежер ва мутахассиснинг иш ҳажмига қараб банд бўлиш вақтлари (соат, кун, ой) кўрсатилади. Жалб қилинган менежерлар ва мутахассислар кесимида уларнинг ўртача иш ҳақлари (соатбай, кунбай, ойлик) белигаланади. Бунда аниқ консултант бўлса, у талаб қиладиган иш ҳақи белгиланади, агар аниқ консултант бўлмаса, меҳнат бозоридаги нарх белгиланади. Умумий иш ҳақига асосан, солиқ ва ижтимоий тўловлар суммалари ҳисобланади ҳамда меҳнат ресурсларига сарфланадиган умумий харажат суммаси келиб чиқади.

Моддий ресурслар айни шу лойиҳа учун харид қилинса, масалан, хом ашё, материаллар, уларнинг нархлари, агар мавжуд қурилмалардан фойдаланилса, лойиҳа амалга оширгунча ишлатиладиган моддий ресурснинг амортизацияси ҳисобланади.

Меҳнат ва моддий ресурслар харажатлари, солиқлар ва ижтимоий тўловлар йиғиндисига 10% кўзда тутилмаган харажатлар учун қўшилади ва тижорат таклифида алоҳида кўрсатилади. Бу харажатлар лойиҳани амалга ошириб бўлгунча пайдо бўлмаса, умумий суммадан айириб ташланади.

Вақтбай тўловда консалтинг компанияси лойиҳани амалга ошириш учун сарфланадиган вақтни менежерлар ва мутахассислар кесимида асослаб беради. Тижарат таклифларини киритишда буюртмачи билан менежерлар ва мутахассислар вақтига режалаштирилган тўловларни муҳокама қилади.

Консалтинг хизматларини кўрсатиш амалиётида натижага қараб ҳақ тўлаш ҳам ўрин топган. Бу ҳолларда консалтинг компанияси буюртмачи корхонага консалтинг объектида консалтинг хизмати кўрсатиш натижасида кафолатланган натижа параметрларини таърифини беради ҳамда консалтинг хизмати нархи бўйича таклиф киритади.

Консалтинг хизматлари мамлакатимиз амалиётида нисбатан янги хизмат тури бўлгани учун консалтинг компаниялари хизматларга нарх белгилашнинг уччала турини қўллашга тайёр бўлишлари керак. Бунда, биринчи марта консалтинг хизматларини олаётган тадбиркорлар кўпроқ натижадорликка урғу беришади ҳамда уларга шу натижаларга эриши учун маблағ ажратиш қулайроқ бўлиши мумкин.

Тадбиркор олдин консалтинг хизматларидан фойдаланган бўлса, у лойиҳа сарфлари бандларини ўрганиб чиқиб, улар бўйича нарх муҳокамасини ташкил этиши ва унинг натижаси шартнома тузишга асос бўлиши мумкин. Худди шундай, вақтбай тўлов ҳам одатда олдиндан консалтинг хизматларидан олдиндан фойдаланилган буюртмаларда кўпроқ қўлланилади.

Консалтинг компаниялари менежерлари хизматлари учун тўловларнинг уччала турини ҳам такомил билишлари уларнинг тижорат таклифлари тайёрлашларида, буюртмачи билан бўладиган музокараларнинг шартномани имзолаш билан якунланишига олиб келади.

Тадбиркорлик соҳасидаги консалтинг хизматларини кўпайиши корхоналарнинг ривожига, янги-янги лойиҳаларни амалга оширишга, янги иш ўринлари яратишга хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Аллавердян, В. В. Инвестиционный консалтинг / В.В. Аллавердян. - М.: Горизонт, 2017. - 766 с.
2. Блок Безупречный консалтинг / Блок, Питер. - М.: СПб: Питер, 2014. - 304 с.
3. Блюмин, Аркадий Михайлович Информационный консалтинг. Теория и практика консультирования. Учебник для бакалавров / Блюмин Аркадий Михайлович. - М.: Дашков и К°, 2013. - 572 с.
4. Консалтинг из первых рук (комплект из 3 книг). - М.: Альпина Паблишер, 2017.- 518с.

Дж.Р. Зайналов– д.э.н., профессор СамИЭС

К.Д.Данияров – к.э.н., и.о. доцента, Карагандинский экономический университет

НАЛОГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

Аннотация. Статья посвящена вопросам налогового регулирования туристической отрасли. Отмечены особенности налогового регулирования в связи с распространением коронавирусной инфекции. Представлены рекомен-дации по совершенствованию налогообложения предприятий туризма.

Ключевые слова: туризм, налогообложение, инновационно-инвестиционный спрос, пандемия.

Аннотация. Мақола туризм соҳаси субъектларини солиқ тўловларини тартибга солиш масалаларига қаратилган. Айниқса короновирус инфекциясини кенг тарқалиши шароитида солиқ муносабатларини тартибга солишга алоҳида эътибор қаратилган. Туристик корхоналарини солиққа тортишни такомиллаштириш борасида таклифлари берилган.

Калит сўзлар: туризм, солиққа тортиш, инновацион-инвестицион талаб, пандемия.

Abstract. The article is devoted to the issues of tax regulation of the tourism industry. The features of tax regulation in connection with the spread of coronavirus infection are noted. Recommendations for improving the taxation of tourism enterprises are presented.

Key words: tourism, taxation, innovation and investment demand, pandemic.

Известно, что рост притока туристов должен отвечать потребностям реального туристского объекта и обеспечивать равномерный воспроизводственный процесс нормализации притока туристов в места пребывания. В этой связи необходимо создание условий для экономического роста и конкурентоспособности этих объектов. Искусственный рост притока туристов может только исказить и навредить картине (качество обслуживания), не обеспечит желаемого результата, будет выдавать желаемое за действительное. Выход из данной ситуации видится в существенной корректировке (регулировании) проводимой финансовой, кредитной и налоговой политики для поддержания финансового потенциала турпредприятий. Для этого необходимо создать условия не для профицита бюджета, а для дефицита бюджета до уровня 2-3% к ВВП в целях расширения инновационно-инвестиционного спроса и поддержания высокого уровня бюджетных расходов, направленных на создание новых рабочих мест и более полного использования имеющихся факторов, могущих привести к укреплению финансового потенциала турпредприятий.

Кроме того, реальные процентные ставки для турпредприятий должны быть снижены, причем, величина процентной ставки должна быть меньше уровня нормальной рентабельности предприятий.

В условиях пандемии коронавируса интересы турпредприятий, пересекаясь в системе налогообложения, смыкаются в налогах, которые возникают между государством и турпредприятиями. Налоговые платежи турпредприятий как и других хозяйствующих субъектов направлено на обеспечение стабильности доходов бюджетов всех уровней и регулирование их деятельности как через перераспределение добавочной стоимости, так и через установление налоговых льгот.

Процесс налогообложения турпредприятий осуществляется государством в лице полномочных налоговых структур и зависит от формы организации их деятельности. Границы вмешательства государства в их деятельность могут варьироваться в разные периоды экономического развития, и причины могут быть вызваны экономическими кризисами или эпидемиями наподобие пандемии коронавируса, что может сказаться на состоянии экономической ситуации турпредприятий в конкретной экономической ситуации. Система налогообложения, построенная в соответствии с основными принципами регулирования экономики, воздействуя на воспроизводство, должно стимулировать развитие деятельности одних турпредприятий и сдерживать развитие других.

Важным, что составляет базис налоговых отношений и остается актуальным для турпредприятий с учетом конкретных особенностей и степени

влияния пандемии коронавируса, является сам механизм регулирования системы налогообложения. Сюда можно отнести:

- характерные черты, непосредственно обогащающие содержание всеобщего обложения и равномерное распределение налогового бремени между турпредприятиями пропорционально их доходам;
- характерные черты, обогащающие необходимость уточнения и доведения до турпредприятий информации о льготе, сумме, способе и времени налогового платежа заранее;
- характерные черты, предполагающие определение способа и метода налогообложения, которые более всего подходят для турпредприятий. В условиях пандемии коронавируса это предполагает право выбора турпредприятия способа изъятия;
- характерные черты, направленные на обеспечение дешевизны, обусловливающей необходимость сокращения издержек взимания налога путем рационализации налогообложения турпредприятий.

Механизмы регулирования налогообложения турпредприятий в усло-виях пандемии коронавируса должен формироваться с учетом экономической ситуации и определять направления развития системы налогообложения.

Поэтапное снижение воздерживающего фактора, вызванного пандемией коронавируса и ее смягчение после сентября 2020 года начали оживлять деятельность турпредприятий за счет притока местных туристов. Но это не говорит о том, что у предприятий финансовый потенциал за 2020 год был планомерным, несмотря на введенные по отношению к ним налоговые льготы, предоставление субсидий и т.п. Благодаря этим смягчающим мерам реализуется задача стимулирования и создания благоприятных условий для развития турпредприятий, прежде всего, многопрофильных, занимающихся как производством инновационного турпродукта, так и поиском новых туробъектов и маршрутов для турпоездки.

При этом следует отметить, что налоговая система, принятая Налоговым кодексом в 2007 г. (введенным в действие с января 2008 г.) претерпела значительные изменения после принятия Концепции совершенствования налоговой политики Республики Узбекистан (УП-5468. 29.06.2018), а стабилизация и рост экономики за 2019 г. свидетельствуют в целом о правильном выборе направления развития налоговой системы и налоговых отношений в соответствии с социально-экономической ситуацией. В связи с этим можно сказать, что в республике создана методологическая база, оформленная в Концепции совершенствования налоговой политики Узбекистана, которая включает основную массу норм, регулирующих область налоговых отношений, совершенствования налогообложения плательщиков общеустановленных и упрощенных налогов с оптимизацией налогов с оборота (выручки), а также критерии перехода на упрощенный режим налогообложения посредством отмены обязательных отчислений в государ-ственные целевые фонды, взимаемых с оборота (выручки) юридических лиц; снижение ставки налога на прибыль юридических лиц. Предполагалось, что Концепция

совершенствования налоговой политики наряду с Налоговым кодексом в новой редакции позволят решать проблемы, связанные:

- с усилением нормативно-правовой базы, регулирующей взаимо-отношения и взаимосвязи между государством и субъектами экономики, в частности, предприятиями сферы туризма и их с отдельными физическими и юридическими лицами;
- с развитием налоговой системы, учитывающей территориальные особенности и обеспечивающей сочетание интересов турпредприятий с общегосударственными, корпоративными и частными интересами;
- со снижением общего налогового бремени, содействующим разви-тию турпредприятий и их инвестиционной деятельности;
- с гармонизацией налоговых отношений в рамках стран СНГ, предполагающей унификацию налоговых систем, порядка исчисления и взимания налогов и создание условий для рационального перемещения турпродуктов (товаров и услуг);
- с приведением системы налогообложения турпредприятий в соответствие с государственным устройством республики, которая «является унитарным государством с президентской формой правления».

Несоблюдение условий стабильности обусловливает нарушение гармоничного сочетания интересов территории, специфику социально-экономического развития территории, что предопределяет сохранение гармоничного сочетания интересов как государства, так и турпредприятий. Ныне же действующая система налоговых отношений отклоняется в сторону не мягкой, а жесткой централизации, о чем свидетельствует механизм формирования доходов бюджета всех уровней, что нарушает создание подлинных налоговых отношений между центром и хозяйствующими субъектами – турпредприятиями. В результате не достигается необходимое сочетание экономических интересов государства, территории, турпредприятий и отдельных граждан, которое должно быть в основе бюджетно-налоговых отношений, что ведет к строгому изъятию налогов в доходы бюджета. Создание гибкой системы налоговых отношений предполагает определенный паритет при налогообложении в соответствии с их властными функциями. Эта задача связана с проблемой собственности и может быть решена посредством четкого разграничения имущественных прав центра и конкретной территории, которое позволит создать условия для формирования стабильных налоговых платежей в доходы бюджетов всех уровней. Для этого должны законодательно закрепляться налоги или определенный процент, ставки за турпредприятия конкретной территории в целях создания условий для укрепления их финансового потенциала, причем, это должно проводиться на долгосрочной основе.

Список использованной литературы:

1. Закон Республики Узбекистан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Узбекистан в связи с принятием Закона Республики Узбекистан «О государственном бюджете Республики Узбекистан на 2021 год» №ЗРУ-659 от 30.12.2020
2. Указ Президента Республики Узбекистан «О Концепции совершенствования налоговой политики Республики Узбекистан» от №УП-5468 29.06.2018.

Г. Адилова – ТМИ, “Суғурта ва пенсия иши” кафедраси катта ўқитувчиси, PhD
М.Хамроев – СамИСИ таянч докторанти

СУҒУРТА ХИЗМАТЛАР БОЗОРИНИ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: Мазкур мақолада суғурта хизматлари фаолиятининг инновацион моҳиятини белгиловчи янгиликларни яратиш, амалга ошириш муҳимлиги, ҳамда Ўзбекистон суғурта бозорини хозирги давр талабига мос равишда рақамлаштириш ва ушбу жараённи жадаллаштиришнинг илмий-услубий жихатлари баён этилган.

Калит сўзлар: Суғурта бозори, е-полис, ҳаёт суғуртаси, суғурта брокери, суғурта аджастери, суғурта актуарийси, суғурта маҳсулоти, Суғурта ассистанси, суғурта хизмати.

Аннотация:В статье описывается важность создания и внедрения инноваций, определяющих инновационный характер страховых услуг, а также научные и методологические аспекты цифровизации страхового рынка Узбекистана в соответствии с современными требованиями и ускорения этого процесса.

Ключевые слова: страховой рынок, электронный полис, страхование жизни, страховой брокер, страховой аджастер, страховой актуарий, страховой продукт, страховой помощник, страховая услуга.

Abstract: The article describes the importance of creating and introducing innovations that determine the innovative nature of insurance services, as well as scientific and methodological aspects of digitalization of the insurance market in Uzbekistan in accordance with modern requirements and accelerating this process.

Keywords: insurance market, electronic policy, life insurance, insurance broker, insurance adjuster, insurance actuary, insurance product, insurance assistant, insurance service.

Барқарор суғурта хизматлари бозори миллий иқтисодиётнинг ривожланишини рағбатлантиради. Шу муносабат билан, миллий иқтисодиётдаги молиявий хизматлар бозорининг ривожланишига қўшимча инвестиция ресурсларини жалб қилиш, суғурта соҳасида бозор муносабатларини ривожлантириш билан бирга суғурта хизматлар бозорини шакллантириш ва ривожлантириш масалаларини ўрганиш бўйича йўналишларни аниқлаб олиш зарурати туғилади.

Шу сабабли суғурта хизматларини янада ривожлантириш учун Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 2 августдаги ПҚ-4412-сон «Ўзбекистон Республикасининг суғурта бозорини ислоҳ қилиш ва унинг жадал ривожланишини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Қарори асосида суғурта бозоридаги талаб ва таклифларни ўрганган ҳолда суғурта хизматларини рақамлаштириш ва аҳолига сифатли хизмат кўрсатиш учун янги инновацион суғурта маҳсулотларини ишлаб чиқиш, суғурта компанияларининг муҳим вазифаларидан бирига айланди.

Суғурта брокерлари фаолиятини фаоллаштириш, суғурта агентларининг ишлаш тизимини такомиллаштириш, банк суғурта механизмларини жорий этиш, шунингдек, умуман суғурта бозори профессионал иштирокчиларининг ролини ошириш орқали суғурта бозори инфратузилмасини ривожлантириш ва кенгайтириш лозим.

Келтирилган чизмада суғурта брокерлари, суғурта ассистанслари, суғурта актуарийлари ҳамда суғурта аджастерлари ҳақида маьлумот берилган.

Суғурта ассистанси

№	Компания номлари	Ҳуқуқий ташкилот шакли
1.	Bovar Service	Масьулияти чекланган жамият
2.	Global Assist	Масьулияти чекланган жамият
3.	Insurance Assist Group	Масьулияти чекланган жамият
4.	Intertich	Масьулияти чекланган жамият
5.	O'zbekinvest Assistans	Масьулияти чекланган жамият

Суғурта актуарийси

№	Компания номлари	Ҳуқуқий ташкилот шакли
1.	Actuarial Advisers	Масьулияти чекланган жамият
2.	Actuarial Service Bureau	Масьулияти чекланган жамият

Суғурта аджастерлари

№	Компания номлари	Ҳуқуқий ташкилот шакли
1.	ASCON SERVICE	Масьулияти чекланган жамият
2.	Bovar Service	Масьулияти чекланган жамият
3.	LABB	Масьулияти чекланган жамият

Инновацион суғурта фаолиятининг хусусиятлари ва суғурта ташкилотлари фаолиятини инновацион ривожланишга йўналтирилганлигини методологик жиҳатдан асослаш учун қуйидаги ҳолатлар муҳим аҳамиятга эга:

1. Барча соҳалари билим ва инновацияларга асосланган замонавий саноатлашувдан кейинги жамиятни шакллантириш ва ривожлантириш миллий иқтисодиётнинг барқарор ривожланиши учун шарт-шароитларни яратишда муҳим аҳамият касб этувчи суғурта ташкилотларининг барча соҳаларида инновацион ечимларни яратиш ва тарқатиш учун объектив талабларни белгилайди.

2. Инновацион ривожланишнинг замонавий тенденциялари суғурта ташкилотларини бошқариш тизимини ўзгартириш учун замин яратади, улар инновацияларнинг ортиб бораётган аҳамиятини акс эттириши ва суғурта ташкилотларини асосан инновацион ривожланишга йўналтирилган суғурта бизнесининг инновацион фаолиятини рағбатлантириши керак;

3. Суғурта ташкилотларининг инновацион йўналтирилган ривожланиши хавф таркибий қисмининг сезиларли даражада кўпайиши билан ёндош-

дир, чунки суғурта фаолиятининг ўзига хос хусусияти туфайли суғурта хавфларидан ташқари, суғурта ташкилотининг инновацион фаолияти билан боғлиқ хатарлар мавжуд бўлиб, улар инновацион йўналтирилган ривожланиш сифати ва суғурта компанияси фаолиятида умумий бошқарувга янги талаблар қўяди.

Ҳозирги пайтда суғурта бозорини рақамлаштиришнинг асосий йўналишлари сифатида бир нечта ўзига хос хусусиятлари юзага чиққан, улар рақамли иқтисодиётнинг қарор топган терминологияси доирасида суғурта фаолиятини интернетлаштириш, рақамлаштириш каби таърифланиши мумкин. Интернетлаштириш суғурта бозорини рақамлаштириш йўналиши сифатида суғурта компаниясининг бизнес-жараёнларида Интернетдан фойдаланиш орқали амалга оширилади. “Интернет суғуртаси” атамаси ҳозирги кунда кенг тарқалган бўлиб, тор маънода интернет орқали суғурта хизматларини сотишни англатади.

Суғурта фаолиятини интернетлаштириш суғурта компанияларида қуйидаги йўналишлар бўйича амалга оширилади:

• суғурта хизматларини он-лайн равишда сотиш;

• Интернет орқали суғурта даъволарини ҳал этиш;

• Интернет орқали полис эгалари тўғрисида маълумот тўплаш.

Бундай имкониятлар ҳар икка томон учун жуда қулай ҳисобланади.

Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, суғурта хизматларини кўрсатиш тизими – ривожланаётган соҳалардан бири бўлиб, Ўзбекистон Республикасида келажакка эга бўлган улкан, амалда тўлиқ ўзлаштирилмаган бозор имкониятларига таянади. Ўзбекистон иқтисодиёти ислоҳотларининг бошланғич босқичида жамиятда суғурта юзасидан талаб кучли бўлмаса ҳам, бугунги кунда Ўзбекистон Республикасида суғурта бозори иқтисодий муносабатларининг энг муҳим сегментига айланишининг белгилари пайдо бўлмоқда. Бутун жаҳонда суғурта хизматларини кўрсатиш тизими умуман бутун иқтисодиётнинг ҳолатини акс эттирувчи индикаторлардан бири сифатида ёндашилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1.Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017-йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар Стратегияси Тўғрисида”ги 4947-сонли Фармони

2. “Суғурта фаолияти тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Қонуни. -“Халқ сўзи” газетаси, 2002 йил 28 май.

3.Cockrell H.A.L., Green Edwin, The British Insurance Business. - London: Heinemann Educational Books, 2016

4. https://www.thebalancesmb.com/insurance-company-ratings, A.M.Best, Moody S, Standart&Poors, Insurance Company Ratings.

5. https://www.mf.uz

6. http://www.insur-info.ru

Дж.Р. Зайналов – д.э.н., профессор СамИЭС
И.Турсунов – студент магистратуры, «Управление государственными финансами», СамИЭС

ДОСТИЖЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛИЗАЦИИ И УВЕЛИЧЕНИЕ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТА

Аннотация. Статья посвящена характеристике методов стабилизации экономического развития страны при помощи механизмов финансовой политики. Отмечено, что в условиях пандемии коронавируса необходимо пересмотреть приоритеты стратегии развития страны, изменить финансовую политику и механизмы включения его экономики в мировое хозяйство.
Ключевые слова: финансовая политика, доходы бюджета, монетарный метод, инфляция, финансово-экономическая политика.
Аннотация. Мақола молиявий сиёсат механизмлари ёрдамида мамлакат иқтисодий ривожланишини барқарорлаштириш усулларини хусусиятларига бағишланган. Коронавирус пандемияси шароитида мамлакатни ривожлантириш стратегиясининг устувор йўналишларини қайта кўриб чиқиш, молиявий сиёсат ва унинг мамлакат иқтисодиётни жаҳон иқтисодиётига қўшилиш механизмларини ўзгартириш зарурлиги қайд этилди.
Калит сўзлари: молиявий сиёсат, бюджет даромадлари, монетар усули, инфляция, молиявий-иқтисодий сиёсат.
Abstract. The article is devoted to the characteristics of methods of stabilizing the country's economic development with the help of financial policy mechanisms. It was noted that in the context of the coronavirus pandemic, it is necessary to revise the priorities of the country's development strategy, change the financial policy and mechanisms for integrating its economy into the world economy.
Keywords: financial policy, budget revenues, monetary method, inflation, financial and economic policy.

В условиях Нового Узбекистана невозможно достижение финансовой стабилизации в целях увеличения доходной части бюджета из-за массового уклонения субъектов рынка от уплаты налогов. Отсюда единственной возможностью достижения равновесного бюджета наряду с положительным эффектом остается сокращение его расходной части путем уменьшения субсидий, социальных расходов, централизованных капитальных вложений. При этом, от последних отказаться оказалось легче, чем от других. Поэтому структура расходов сместилась в пользу перераспределения налогов за счет капитальных расходов, необходимых для привлечения инвесторов, создания новых рабочих мест и инфраструктуры для развития конкурентоспособного производства. Следовательно, финансовая стабилизация в стране фактически должна становиться не помехой, а предпосылкой для ее экономического роста.

Однако стабилизационная программа не всегда может учитывать взаимосвязи между структурной перестройкой производства и снижением

уровня платежеспособного спроса. Также не всегда может учитывать то, что эти программы обычно ведут к сокращению предложения. В Узбекистане этот недостаток проявился особенно сильно. Применение этой программы в Узбекистане, а также имеющийся опыт финансовой стабилизации в Польше, Чехии и других странах, свидетельствует, что даже в случае достижения финансовой стабилизации, они вовсе не гарантируют автоматического подъема экономики и доходов бюджета.

Опыт обеспечения стабилизации при помощи монетарных методов [2] показал, что недостаточная увязка элементов финансового механизма и инфраструктуры проявляется в отсутствии мотивации, незадействованности механизма банкротства предприятий, что может обернуться заменой централизованного распределения ресурсов централизованным же распределением денег. При этом экономика не должна попасть в тиски неустойчивой стабилизации, чтобы можно было сбить инфляцию [1], а вероятность ее повторения оставалась бы невысокой.

При всем этом первичные причины всего регулирования экономикой все еще не учтены. Однако истинными причинами инфляции, которые, прежде всего, находятся в реальном секторе экономики, являются первичные звенья, их состояние и развитие. При этом суть инфляции составляет нарушение соответствия товарной и денежной массы в микроэкономике, в первичном звене, где создается продукция и оказываются услуги. Также следует заметить, что современная инфляция – это не монетарное явление, т.е. она – не следствие денежной эмиссии. По нашему убеждению, первооснова инфляции кроется в производстве. Лишь последнее, т.е. производство, способно обеспечить саморазвитие экономики в целом.

В результате проведения финансовой политики в Республике Узбекистан на пороге вхождения в новую систему хозяйствования можно будет снизить темпы роста инфляции, но спад производства, несколько приостановленный в 2020-2021 гг., в настоящее время привел к росту безработицы. Главной мерой успеха программы, направленной на снижение инфляции, обычно является рост инвестиционного вложения в сектор экономики. Однако в Узбекистане пандемия коронавируса не привела к росту чистых инвестиций. Надежды на поддержку экономики со стороны доморощенного бизнеса и иностранных инвестиций также не оправдались. Ослабление отдельных государств в условиях пандемии коронавируса и несовершенство финансовых институтов, постоянное изменение законодательных актов, привели к усилению лишь коррупции, не только не способствующей созданию благоприятного инвестиционного климата, но и, наоборот, ведущих к оттоку отечественного капитала из страны в оффшорные зоны. В то же время проблемы целенаправленного создания рыночных механизмов саморазвития в значительной мере остались нерешенными, напр., в России, Казахстане, Армении, Украине.

В последнее время правительства этих стран особое значение придает

дальнейшему развитию рыночных реформ, совершенствованию уже действующих механизмов по ряду направлений.

Ныне стало очевидным, что финансово-экономическая политика, нацеленная на совершенствование рынка, необходимых в сфере услуг, ряде промышленных, особенно перерабатывающих отраслей, должна сопровождаться поддержкой отечественного производителя и созданием не только крупных предприятий, но также мелких. Именно они лучше приспосабливаются к структурной модернизации экономики, стимулируют ее рост, увеличивают количество рабочих мест, уменьшают безработицу и, таким образом, позволяют одновременно решать и социальные задачи.

Более полезными свойствами также обладают мелкие некорпорированные предприятия, принадлежащие к «самостоятельно занятым». Их отличительная черта в том, что в них обязательно работает сам владелец, неоплачиваемые члены семьи, ученики, а также очень небольшое число временных наемных рабочих. Основой деятельности «самостоятельно занятых» служит их доход от вложенного, иногда крайне незначительного, капитала, собственный труд, предпринимательское умение.

В развитых странах специальные правительственные, а также частные организации оказывают всестороннюю помощь развитию «самостоятельной занятости». Эта помощь, наряду с долгосрочными кредитами на чрезвычайно льготных условиях, включает консультации по ведению дела, профессиональную подготовку и т.д. Состав «самостоятельно занятых» чрезвычайно разнообразен: от уличных продавцов, владельцев маленьких, круглосуточно работающих лавочек по продаже продовольственных и прочих товаров, до крупных специалистов в сфере деловых услуг, юристов, экономистов, инженеров, программистов, врачей и т.п.

Как известно, широкому распространению в Узбекистане «самостоятельной занятости» помешал отпуск процентных ставок в условиях высокого риска и нехватки сбережений, обесцененных инфляцией. Это привело к резкому повышению этих ставок и, таким образом, воздвигло прочное препятствие на пути расширения инвестиционных вложений.

В сложившейся ситуации образования в Узбекистане дуальной экономической структуры, типичной для слаборазвитых стран, одним из наиболее реальных подходов к решению проблемы кредитования «мельчайшего бизнеса», сельских товаропроизводителей, может явиться создание системы, основанной на функционировании специализированных территориальных банков по торговле и развитию для прямого финансирования производства, распределения и конечной продажи населению. Очевидно, пока не заработали финансовые механизмы, им необходимо адресное предоставление финансовых ресурсов, и только по мере расширения производства, эффективности, возникновения эффекта мультипликации возможно последовательное распространение политики и на другие сферы экономики.

Поэтому в условиях пандемии коронавируса необходимо пересмотреть приоритеты стратегии развития страны, изменить финансовую политику и механизмы включения его экономики в мировое хозяйство, особенно в плане действенного контроля над вывозом сырья и капитала, установить равномерное развитие государственного сектора с рыночным, объявить амнистию на вывезенный из страны теневой капитал, приступить к импортозамещению, ориентироваться на экспорт промышленной продукции (товаров, услуг).

Список использованной литературы:

1. В Узбекистане ожидается дальнейшее снижение инфляции до 10% к концу 2021 года. https://review.uz/post/2020-yil-yakunlari-boyicha-inflyaciya-darajasi-2019-yilga-nisbatan-sekinlashgani-kuzatildi
2. Концепция развития и осуществления денежно-кредитной политики Центрального банка Республики Узбекистан на среднесрочную перспективу. https://cbu.uz/ru/monetary-policy/concept/

А.Табаев – доцент, Ташкентский институт инженеров ирригации и механизации сельского хозяйства

М.С.Хамраев – докторант, Самаркандский институт экономики и сервиса

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА И ЗАЩИТЫ КАЧЕСТВА РЕАЛИЗАЦИИ СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы прогнозирования развития деятельности сельхозпредприятий и защита интересов, как производителей сельхозпродукции и потребителей через использование страховых механизмов при возникновении риска, обусловленного потерями сельхозпродуктов.

Ключевые слова: прогнозирование развития производства, цен, налоги, регулирование, страховая защита, оплата труда.

Аннотация.Maqolada qishloq xo'jaligi korxonalarining rivojlanishini prognoz qilish va qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yo'qotish natijasida kelib chiqadigan xavf tug'ilganda sug'urta mexanizmlarini qo'llash orqali qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilarning ham, iste'molchilarning ham manfaatlarini himoya qilish masalalari ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: ishlab chiqarishning rivojlanishini bashorat qilish, narxlar, soliqlar, tartibga solish, sug'urta qoplamasi, ish haqi.

Abstract. The article deals with the issues of forecasting the development of agricultural enterprises and protecting the interests of both producers of agricultural products and consumers through the use of insurance mechanisms in the event of a risk caused by the loss of agricultural products.

Key words: forecasting the development of production, prices, taxes, regulation, insurance coverage, wages.

В области прогнозирования развития деятельность Министерства сельского и водного хозяйства [1] должна быть направлена на сведение

отдельных разрозненных производственных систем в целостное хозяйственное формирование. Межотраслевые пропорции должны регулироваться в сторону интеграции сельского хозяйства, фондообразующих и перерабатывающих отраслей промышленности, торговли и туризма, создающих единую технологическую цепь. Регулирование должно проводиться с помощью финансово-кредитных механизмов [2], налогов, инвестиций и других финансово-экономических методов, а также разработки и принятия законодательных актов и программ. Министерство должно участвовать в политике образования агропромышленных объединений, комбинатов, фирм, кооперативов и других формирований. Интеграция в рамках кластера позволит организовать малоотходное и безотходное производство, сократить потери при перевозках и хранении продукции.

При этом сельхозпредприятия должны выступать выразителем интересов потребителя. Они участвуют в подготовке проектов законодательных актов по защите интересов потребителя, осуществляют контроль за качеством сельхозпродукции, организовывают информационное обеспечение покупателей о потребительских свойствах продовольственных товаров, проводят их сертификацию.

Решение проблемы качества невозможно без потребителя. Поэтому министерство должно содействовать образованию потребительских союзов и других негосударственных организаций, а также осуществляет ветеринарный и технический надзор.

Регулирование и защита продовольственного рынка требует прежде всего разработки программы приоритетного развития сельского хозяйства и механизма ее реализации, в системе которого ведущая роль принадлежит цене. С помощью цен должны согласовываться интересы всех субъектов товарного производства. Главный недостаток нынешних цен не в том, что они системно растущие в рамках свободной цены, а в том, что они формируются вне рынка. В развитых странах государство также устанавливает потолки и лимиты цен, производит дотации и компенсации, но цены от этого не перестают быть важным рыночным инструментом. Происходит это потому, что они предварительно отрегулированы на рынке путем спроса и предложения. В нынешних условиях в странах с переходной экономикой государство должно проводить не политику ценообразования, а политику регулирования продовольственного рынка, создавая экономические предпосылки развития сельскохозяйственного производства в нужных объемах и пропорциях. Цена должна выступать средством, а не объектом государственного регулирования. Государство должно компенсировать сельскохозяйственным производителям отклонение от рыночной цены в размерах, необходимых для их деятельности в заданном режиме. К другим рычагам регулирования должны относиться налоги, финансы, кредит, инвестиции, субсидии, квоты.

В условиях рынка по-новому следует подходить к взаимоотношениям товаропроизводителей и государства, которые должны строиться с учетом интересов перерабатывающих сельхозпродукты предприятий и их страховой защиты. Если на первом этапе необходим договор о поставке сельхозпродукции, его выполнение нужно поощрять не только экономически и ресурсно, но и через механизмы страхования. Перерабатывающие предприятия должны иметь право отказываться от договора в случае ущемления их интересов.

В связи с этим появляется необходимость пересмотреть механизм регулирования зарплаты и страховых выплат, в которой наиболее полно должны отражаться реальные затраты. Если оплата труда должна рассматриваться как минимальная гарантия платы сельхозработнику за его труд, то страхование должно рассматриваться как механизм, способствующий движению сельхозпродуктов от производителя к потребителю. Предприятия могут по своему усмотрению устанавливать размеры оплаты, исходя из имеющихся у них средств, но не ниже минимальной зарплаты, установленной по Республике, и решается это без вмешательства государства.

Поэтому в нынешних условиях развитие сельхозпредприятий в рамках выполнения обязательных условий должно предусматривать не только распределение земель, организацию бирж, ярмарок, выставок, аукционов и пр., но и степень страхования в целях обеспечения безопасности хранения и реализации сельхозпродуктов.

Список использованной литературы:

1. Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по организации деятельности Министерства сельского хозяйства Республики Узбекистан» от №ПП-3671 17.04.2018.
2. Зайналов Дж.Р., Алиева С.С., Расулов Ш.Ж. Методы финансового и денежно-кредитного регулирования деятельности агроформирования в условиях реали-зации стратегии действий по приоритетным направлениям развития сельского хозяйства. Направления повышения стратегической конкурентоспособности аграрного сектора экономики: материалы Международной научно-практической конференции; М-во обр. и науки РФ; ФГБОУ ВО «Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина»; [отв. ред. А.А. Бурмистрова, И.А. Кузнецов]. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2017. – С.86-92.

Д.Д. Ражабов– Тошкент Молия институти магистранти

ХОРИЖИЙ ИНВЕСТИЦИЯЛАР ИШТИРОКИДАГИ КОРХОНАЛАРДА МОЛИЯВИЙ ФАОЛИЯТГА ҚИЛИНАДИГАН ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИ БАҲОЛАШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: Тезисда хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналарда молиявий фаолиятга қилинадиган инвестицияларни баҳолаш масалалари маълум бир замонавий технологияга қилинадиган инвестициялар ичидан энг самаралисини танлаш жараёнини босқичлари орқали ёритиб берилган.

Калит сўзи: Хорижий инвестиция, молиявий фаолият, инвестицияни баҳолаш, танлаш босқичлари, инвестиция лойиҳаси, бошқарув таҳлили.

Аннотация: В тезисе рассматриваются вопросы оценки инвестиций в финансовую деятельность предприятий с иностранными инвестициями через этапы процесса выбора наиболее эффективных вложений в современную технологию.

Ключевые слова: иностранные инвестиции, финансовые результаты, оценка инвестиций, этапы выбора, инвестиционный проект, управленческий анализ.

Abstract: The thesis examines the issues of assessing investments in the financial activities of enterprises with foreign investments through the stages of the process of choosing the most effective investments in modern technology.

Key words: foreign investment, financial results, investment appraisal, stages of selection, investment project, management analysis.

Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналарга киритилиётган инвестицияларни самарадорлигини баҳолаш ва бу бўйича бошқарув ходимларини зарур ахборот билан таъминлаш муҳим аҳамият касб этади. Амалиётда инвестиция лойиҳаларининг баҳоланишида дисконтлашга асосланган усуллардан кенг фойдаланиб келинади. Бундай усуллар одатда пул оқимларнинг жорий қийматини аниқлашга асосланган бўлади. Бунда лойиҳани амалга ошириш натижасида олинган соф пул оқимининг дисконтланган қиймати мусбат бўлиши ёки харажатлар оқимининг энг кичик келтирилган қийматга эга бўлиши - бу лойиҳа самарадорлигининг биринчи белгиси бўлиб ҳисобланади. Демак, бир канча лойиҳалардан кайси бирини молиялаштириш кераклигини дисконт қийматни ҳисоблаш оркали аниқлаб олиш мумкин. Аммо бир лойиҳанинг энг юқори дисконт қийматга эга булиши бу лойиҳа сўзсиз қабул қилиниши керак дегани эмас албатта. Лойиҳаларни танлашда қоплаш муддати, зарарсизлик нуқтаси, лойиҳа рентабеллиги каби бошқа мезонлар ҳам инобатга олинади.

Шу ўринда таъкидлаш керакки, ҳар бир инвестор учун маълум бир мезон асосий бўлиши мумкин. Масалан, бир инвесторни энг юқори дисконт қийматга эга лойиҳа қизиқтирса, бошқа инвестор учун эса қоплаш муддати аҳамиятли бўлади. Демак, лойиҳаларни танлашда охирги хулоса барибир инвесторнинг субъектив баҳосидан келиб чиқади.

Амалда, бухгалтер томонидан юқорида тилга олинган усулларга асосланиб баҳолаш натижаларини шакллантириши, маълум бир текширилмаган ёки илмий асосланмаган маълумотга таяниб ахборот беришидан устун бўлади. Умуман олганда, инвестиция ёки маълум бир асосий воситани харид қилиш жараёни қуйидаги алгоритм асосида олиб борилса, инвестиция лойиҳаларидан энг самаралисини танлаш имконияти ошади.

Маълум бир замонавий технологияга қилинадиган инвестициялар ичидан энг самаралисини танлаш жараёнини қуйидаги босқичларга ажратиш мумкин.

Биринчи босқич. Капитал қўйилмани амалга оширишдан кўзланган мақсадлар аниқлаб олинади. Бу мақсадлар корхонанинг бошқарув рахбарлари, таъсисчиларнинг олиб бораётган стратегияси, бизнес-режада белгиланган вазифалардан келиб чиқади. Масалан, корхона бошқаруви ишлаб чиқаришга янги ускуналарни жалб қилганда ўз олдига уларнинг тезроқ қийматини қоплашини кўзласа, белгилаб олинадиган мақсад - энг қисқа вақт мобайнида қопланадиган лойиҳани танлаш бўлади.

Иккинчи босқич. Истиқболли инвестиция лойиҳалари танланади. Яъни корхона инвестиция қилиши мумкин бўлган бир қанча муқобил капитал қўйилма лойиҳалари муҳокама учун танлаб олинади.

Учинчи босқич. Бу бевосита баҳолаш босқичи бўлиб, бунда танлаб олинган инвестиция лойиҳалари таҳлили амалга оширилади. Таҳлил давомида кўрсаткичлар, мезонлар ва бошка хулоса учун зарур ахборотлар йиғилади. Бу жараён бевосита корхона бухгалтери ёки масъул шахс томонидан амалга оширилиб, бунда қуйидагиларга эътибор қаратиш зарур бўлади:

- лойиҳаларни баҳолашда барча кўрсаткичларни ҳисоблаш жараёнини аниқ амалга ошириш (математик жиҳатдан тўғри, белгиланган тартибда);
- таҳлил жараёнини белгиланган мақсаддан келиб чиққан ҳолда амалга ошириш.

Масалан, асосий мақсад юқори фойда олиш бўлганда таҳлил жараёнида фойдалилик кўрсаткичларини кенгроқ ва аниқроқ ҳисоблаш зарур бўлади;

- баҳолаш натижаларини солиштириш имкониятини мавжуд бўлиши;
- баҳолаш натижалари ресурслардан фойдаланишнинг энг унумли йўлини аниқлаш имконини бериши;
- баҳолаш жараёнида ўзаро таққослаш мумкин бўлган инвестиция лойиҳаларнинг солиштирилиши;
- баҳолаш натижалари ўз вақтида амалга ошириш ва энг қулай кўринишда етказиб бериш.

Тўртинчи босқич. Муқобил вариантлардан баҳолаш натижаларига таяниб энг мақбулини танлаш. Юқорида таъкидлаб ўтганимиздек, охирги қарорни бошқарув органи қабул қилади ва бунда уларнинг қарорлари

баҳолаш натижаларига асосланган бўлса ҳам, маълум маънода субъектив фикр қатнашади.

Бешинчи босқич. Танланган инвестиция лойиҳасини бевосита молиялаштириш. Бунда аниқ танлаб олинган инвестиция лойиҳасини молиялаштириш жараёни бошланади. Бунда белгилаб олинган жадваллар, графиклар асосида иш олиб борилади.

Олтинчи босқич. Натижани таҳлил қилиш. Бу босқичда инвестиция лойиҳаси қанчалик амалга ошганлигига баҳо берилади. Яъни таҳлил натижасида аниқланган кўрсаткичлар ҳақиқатдаги билан солиштирилади.

Таклиф ва тавсия ўрнида шуни айтиш керакки, инвестиция лойиҳасига қилинадиган капитал қўйилманинг самарали бўлиши бевосита уни таҳлил қилиш жараёнини пухта ташкиллаштиришга хам боғликдир. Шундай экан инвестиция қарорларни қабул қилишда бошқарув таҳлилининг ўрни беқиёс. Аммо бу жараённи тўғри ташкиллаштиришнинг аҳамияти унданда юқори. Модернизация амалга оширилаётган ҳолатда эса, бу жараённи илмий асосланган усуллар ва йўллар орқали ташкиллаштириш умуман бухгалтерия ҳисобининг вазифасига айланади.

Ш.Ж. Расулов – докторант СамИЭС

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РАЗВИТИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

Аннотация. В статье отражена точка зрения автора об инвестиционной привлекательности региона в зависимости от уплачиваемых налогов и сборов. Проанализирован бюджет Жамбайского района, взятого за основу при написании статьи. В завершении автор приводит точку зрения о необходимости совершенствования механизма налогообложения.

Ключевые слова: налогообложение, инвестиции, инвестиционная привлекательность, бюджетная система, система налогов.

Аннотация: Мақолада муаллиф томонидан худуднинг инвестицион жозибадарлигини оширишни солиқлар ва мажбурий тўловлар орқали амалга оширишни ифодаланган. Мақолани ёзишда Жомбой тумани маҳаллий бюджетини амалдаги ҳолати таҳлил қилиниб мақолада келтирилган. Мақоланинг хулосасида муаллиф солиқ механизмини такомиллаштириш борасида аниқ таклифларини келтирган.

Калит сўзлар: солиққа тортиш, инвестиция, инвестицион жозибадорлик, бюджет тизими, солиқ тизми.

Abstract. The article reflects the author's point of view on the investment attractiveness of the region, depending on the taxes and fees paid. The budget of the Zhambay region, taken as a basis for writing the article, is analyzed. In conclusion, the author gives a point of view on the need to improve the taxation mechanism.

Key words: taxation, investments, investment attractiveness, budgetary system, tax system.

Привлечение инвестиционного капитала позволяет обеспечить снижение затрат, а рост производства и снижение «законсервированных» платежей по зарплате работникам – по платежам в бюджет в частной доле.

По анализу поступления средств в бюджет от инвестирующих объектов в Жамбайском районе Самаркандской области за прошлый и текущий годы имеется значительное недопоступление. Одна из таких причин – ни один из 22 субъектов в рамках инвестиционных проектов не был запущен в действие. Причиной подобного явления послужила пандемия коронавируса, которая приостановила строительство и ввод в действие инвестиционных проектов и ряда других инвестиционных объектов, которые предназначались для ввода в действие по индивидуальным проектам. В сфере малых инвестиции по району многие решения противоречат как принципам эффективной централизации финансовых ресурсов, так и принципам социальной справедливости, резерв кроется и в поступлениях от приватизированных и выкупленных предприятиях, помещений под различные формы. Наличие значительных посреднических коммерческих фирм с торговой направленностью при всех своих расчетах по налогам и платежам в бюджет не обеспечивают должный уровень платежей в бюджет Жамбайского района Самаркандской области.

На данном этапе в районе действуют такие предприятия, которые представляют интерес с позиции инвестиций. Портфельные инвестиции с участием иностранного капитала размещены в 8 предприятиях, с участием отечественного капитала – в 17 предприятиях. На территории Жамбайского района Самаркандской области действует 34 совместных и иностранных предприятия. За 2020 год совместными предприятиями было произведено продукции и оказано услуг производственного характера на сумму 418 млн. долл. США. Иностранными инвесторам в 2020 году вложено инвестиций в основной капитал на сумму 108,1 млн. долл. США.

В Жамбайском районе Самаркандской области имеется огромная возможность предложения иностранным и отечественным инвесторам привлекательных проектов. Предприятия по производству и переработке сельхозпродуктов представлены более чем 100 предприятиями.

В целом, отмечая стратегическую направленность развития в Жамбайском районе Самаркандской области, следует отметить, что в эти годы при выработке перспективных проектов привлечения и вложения капиталов, интересы бюджета в достаточно целевом аспекте не были защищены. К процедуре банкротства привлечены в районе 12 предприятий, ликвидированы 3 – 25%, а остальные в стадии ликвидации [1].

По приведенному примеру из сферы инвестиций в область можно сделать вывод, что проблема бюджета может быть решена через множество радикальных решений: контроль за поступлением денежных средств в бюджет при выкупе предприятий и проведении мероприятий по банкротству; при предоставлении льгот по налогам в вопросах отражения объемов доходов действующими предприятиями и др. Отсюда следует, что привлечение новых инновационных

инвестиционных ресурсов при высокой ответственности местных органов власти не должны способствовать «нагрузке» на бюджет, а должно способствовать его формированию путем привлечения различных источников.

Далее, недостаточно срабатывает финансовый механизм, когда в значительной доле не выполняется план по земельному налогу с юридических лиц (2018-2019 годы). Здесь, на наш взгляд, имеются большие резервы при оценке земли, отнесений ее к той или иной категории. Многие предприятия (фирмы), коммерческие структуры имеют недоимки по этим налогам. Почти на 30% недовыполнен план поступления в бюджет за 2019 год; по налогу на прибыль с юридических лиц, акцизам, по налогу на доходы физических лиц процент исполнения по району не только низок, а имеется в уменьшении.

При рассмотрении вопросов по прогнозированию доходов бюджета, составлению прогнозов на будущий год в целом работа финансовых служб области на стадии составления расчетов вполне соответствует основным требованиям по финансовому прогнозированию. Финансовое прогнозирование, как основа формирования устойчивых финансовых ресурсов, должно быть возведено на высокий уровень, к примеру, в рыночно развитых странах, в частности, в США крупные промышленные корпорации дают 50% продукции, на основе прогнозных плановых методов управления достигают сосредоточения финансовых ресурсов, выполнение своих обязательств перед бюджетом.

Анализируя бюджетную систему Жамбайского района Самаркандской области по позициям доходной и расходной части местных бюджетов, вполне реально можно будет столкнуться с проблемами в рамках как финансовых ресурсов, так и сферы бюджета, выступающего как часть общегосударственных финансов. Бюджет выполняет специфические функции и стабильность его зависит от создания первичных финансовых ресурсов конкретно в административных территориях. Источник роста финансовых ресурсов – это производство и прибыльная деятельность хозяйствующих субъектов всех форм собственности и сфер экономики. Бюджет, как зеркало, отражает состояние финансовых ресурсов на стадии формирования и распределения их по интересам.

Территориальная особенность, насыщенность производственной сферой района, развитая коммерческая, предпринимательская деятельность при прогнозировании доходов местного бюджета, несомненно, создают в районе возможность роста выплат и здесь должна быть целенаправленная работа, возможность увеличения доходов бюджета Жамбайского района Самаркандской области по тем налогам и сборам, которые полностью остаются в их распоряжении.

Проблема формирования местного бюджета, в котором заинтересовано, прежде всего, государство как субъект, и проблемы хозяйствующих субъектов, как плательщиков, непосредственно связаны с налоговой системой. Сложность психологического восприятия налогов населением пока что позволяет еще выработать к ним терпимое отношение. Налоги не воспринимаются в стимулирующей и регулирующей ролях, более того, они недостаточно обеспечивают доходную часть как государственного, так и местного бюджета, т.е. Жамбайского района. Собираемость финансовых ресурсов в районе в подавляющем большинстве случаев зависит от дисциплины: финансовой, экономической,

административной, управленческой. Налоговая система, включающая в организационном плане местный аппарата налоговой инспекции и налогового инспектора, а также экономические службы местных органов управления в повседневной практике не выработали единую тактику, четкость во взаимодействии при выявлении фактов нарушения в сфере налогов. Можно вполне объективно дать критическую оценку действиям, когда из-за субъективного подхода руководителей налоговой инспекции и финансового отдела района конкретных решений по обязательному взиманию налогов (при уклонении, сокрытии) принимается недостаточно. Реальная обстановка в районе, во всей экономике области, республике подтверждает низкую культуру и дисциплину, вызывают озабоченность проблемами формирования общегосударственных финансовых ресурсов, необходимых для социальной защиты и обеспечения населения.

В ежегодных отчетах налоговых инспекций района (равно как и других районов) показывается работа по мобилизации налогов, рассматриваются проблемы и низкая дисциплина налогоплательщиков. К примеру, в Жамбайском районе Самаркандской области зарегистрировано свыше 1547 единиц предприятий сферы малого бизнеса и частного предпринимательства в разных отраслях, однако только до 40-50% выполняют свои обязательства перед бюджетом, 69% предприятий сдают документы в срок (см.: табл. 1).

Таблица 1

Предприятия по видам направления формы организации [2]

№ пп	Направление хозяйствующих субъектов	Общее кол-во хозяйствующих субъектов	в % к итогу	Выполнившие обязательства перед бюджетом (кол-во)	в % к общему кол-ву хозяйствующих субъектов	Из общего кол-ва предоставили документы в установленные сроки	в % к общему кол-ву хозяйствующих субъектов
1	2	3	4	5	6 (5:3)·100	7	8 (7:3)·100
1	Общество с ограниченной ответственностью	486	31,4	279	57,4	361	74,3
2	Акционерное общество	2	0,1	2	100,0	2	100,0
3	Частное предприятие	197	12,8	106	53,8	174	88,3
4	Совместное предприятие	36	2,3	27	75,0	31	86,1
5	Семейное предприятие	136	8,8	73	53,7	89	65,4
6	Другие	690	44,6	363	52,6	485	70,3
	Итого:	1547	100,0	950	61,4	1142	73,8

Следовательно, налоги в условиях пандемии коронавируса должны приобретать новую роль в развитии финансовых отношений, и необходимость дальнейшего совершенствования налоговой системы в рамках Концепции совершенствования налоговой политики должна быть очевидной.

Характеризуя налоги с точки зрения экономической, социальной и организационной, следует совершенствовать механизм налогообложения, должно быть налажено системное целенаправленное регулирование налогами, без превращения налогов в инструмент принудительного изъятия денег в доходы бюджетов всех уровней. И здесь роль местного управления в системе налогов и налогообложения возрастает весьма принципиально.

Список использованной литературы:

1. Данные Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике. www.stat.uz. Дата обращения 25.01.2021 г.
2. Данные Жамбайского района Самаркандской области.

Ш. Шамахмудов– студент магистратуры СамИЭС, специальность «Управление государственными финансами»

И.Турсунов – студент магистратуры СамИЭС, специальность «Управление государственными финансами»

РОЛЬ РАЦИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация: В статье рассматривается бюджетно-налоговое регулирование экономики в условиях пандемии коронавируса, обобщаются механизмы отслеживания использования бюджетных средств, направляемых на финансирование хозяйственных затрат и других расходов, и умелое контролирование движения бюджетных средств.

Ключевые слова: местный бюджет, налог, бюджетное и налоговое реформирование, контроль, налоговый механизм.

Аннотация: Мақолада коронавирус пандемияси шароитида иқтисодиётни бюджет-солиқ сиёсати орқали тартибга солиш масалалари кўриб чиқилган, хўжалик харажатларига ва бошқа харажатларга йўналтирилган бюджет маблағлари ижросини шаффофлигини таъминловчи механизмларини умумлаштиради, шунингдек ва бюджет маблағлари ижросини моҳирлик билан назорат қилиниши кенг ёритилган.

Калит сўзлар: маҳаллий бюджет, солиқ, бюджет ва солиқ ислоҳоти, назорат, солиқ механизми.

Abstract. The article examines the fiscal regulation of the economy in the context of the coronavirus pandemic, summarizes the mechanisms for tracking the use of budget funds allocated to finance economic costs and other expenses, and skillfully controlling the movement of budget funds.

Key words: local budget, tax, budgetary and tax reform, control, tax mechanism.

Развитие рыночных отношений способствуют появлению новых форм регулирования финансовых ресурсов как государства, так и хозяйствующих субъектов. Однако на площадке регулирования финансовых ресурсов появляется прогрессивная форма, способствующая укреплению финансовых отношений государства с предприятиями, населением. Эти отношения обслуживаются финансовыми, налоговыми органами, различными финансово-кредитными

институтами, страховыми компаниями, пенсионными фондами и другими институтами. Основная их задача заключается в эффективном регулировании финансовых ресурсов и, тем самым, – обеспечении переливов финансовых капиталов между хозяйствующими субъектами, а также осуществлении отбора и внедрения наиболее эффективных инвестиционных проектов.

В современных условиях эти задачи реализуются на основе использования денежно-кредитных и налогово-бюджетных инструментов. Комбинация их обеспечивает государственное регулирование социально-экономического развития республики. Следует отметить, что бюджет является основным финансовым планом государства, на основе которого осуществляется регулирование экономики в стране, так как в бюджете мобилизуется основная часть финансовых ресурсов государства.

С целью эффективного управления ими в Бюджетном кодексе Республики Узбекистан было предусмотрено формирование консолидированного финансового баланса, в который должны быть включены внебюджетные фонды и государственный бюджет. Но следует заметить, что все внебюджетные фонды создаются по строго целевому назначению для финансирования конкретных целевых социально-экономических программ. При этом необходимо в рамках расходов бюджета выделить финансирование социальных программ, формируемого за счет социального налога. Это не только обеспечило бы целевое использование средств всех внебюджетных фондов, но и прозрачность расходов бюджета. Это дает возможность оценить эффективность формирования тех или иных внебюджетных фондов, формируемых за счет средств хозяйствующих субъектов и населения.

В эффективном регулировании финансовых ресурсов государства важная роль отводится вопросам эффективного направления бюджетных средств и отслеживания их возвратом в бюджет. На практике существует простая бюджетная истина, что каждый сум невыполненных государством обязательств перед бюджетными учреждениями, предприятиями, населением, а также финансовыми институтами оборачивается потерей доходов бюджета на 5-6 сум, так как все предприятия, перед которыми должны бюджетные учреждения, являются налогоплательщиками. Поэтому недофинансирование хозяйственных затрат, расходов на приобретение оборудования и на проведение ремонта и других бюджетных расходов порождают неплатежи и недопоступления средств в бюджет. Для решения этой проблемы в республике необходимо усилить меры по использованию механизма зачетов, который частично может решать вопросы неплатежей, но при этом полностью может нарушить единый цикл денежного оборота. В связи с этим в большинстве стран СНГ отменен зачет, но вопрос неплатежей остался нерешенным. На наш взгляд, следовало бы разработать механизм отслеживания использования бюджетных средств, направляемых на финансирование хозяйственных затрат и других расходов, иными словами, государство должно умело контролировать движение бюджетных средств с целью обеспечения оборота денежных средств в республике.

В условиях, сложившихся ныне в связи с пандемией коронавируса, решить бюджетные проблемы чистыми финансовыми инструментами невозможно, в

частности, путем фондового рынка, выпуска ценных бумаг и формирования накопительных пенсионных фондов, а не отменять действующий механизм накопительного пенсионного фонда. Касаясь последнего, следует отметить, что этот фонд может стать более прогрессирующим, если его размер будет установлен в размере не 1%, а 10% от зарплаты работников. Должен быть принят комплекс мер по оздоровлению реального сектора экономики.

Кроме того, значительная доля денежных активов накопительных пенсионных фондов должна быть направлена на ГКО.

Следовательно, львиная доля денежных активов банков, а также денежных накоплений населения, должны также использоваться государством для внутреннего заимствования.

В 2019 году на чистое потребление направлялось более 60% расходов республиканского бюджета, а в 2020 году – более 70%. Такой подход к формированию расходной части бюджета может подрывать основу формирования финансовых ресурсов государства, мобилизуемых в бюджете, тем самым может теряться роль и значение бюджета – основного финансового плана государства, на основе которого осуществляется управление финансовыми ресурсами государства.

Для эффективного управления финансовыми ресурсами государства немаловажное значение имеет увязка налоговой системы с бюджетной. В период радикальных преобразований и неопределенности экономических процессов слепое подчинение налогов хозяйственным экспромтам лишь дестабилизирует положение. Сегодня господствует преувеличенное мнение о возможностях налогов, желание возложить на них несвойственные им функции (т.е. регулирующие, стимулирующие). Между тем, очень важно правильно определить область применения налоговых механизмов и их увязку с другими экономическими механизмами. Поэтому вопросы совершенствования налоговой системы в республике необходимо рассматривать в комплексе с бюджетной системой, денежно-кредитной, амортизационной политикой. При этом следует заметить, что неограничение наличных денег в обороте банков во многих случаях способствовало хозяйствующим субъектам осуществлять финансовые операции с наличными деньгами без отражения их в бухгалтерских документах и не платить налоги. Это подтверждает неувязанность налогов с денежным обращением.

Бюджетное и налоговое реформирование и другие виды экономической реформы в Узбекистане, как взаимоувязанный комплекс в целом, на практике должны дать ожидаемый эффект. Многочисленные решения и приемы по активному использованию налоговых инструментов в регулировании деятельности хозяйствующих субъектов в условиях пандемии коронавируса не должны приводить к противоречиям и просчетам в экономической и социальной сферах.

Достаточно серьезной проблемой в условиях пандемии коронавируса остается не отсутствие самих регулирующих инструментов в финансовой системе, а сложная основа для их использования и внедрения, что может привести к безрезультатности или к более обостренным противоречиям в сфере бюджетно-налоговой политики.

VI ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ, АУДИТ ВА СТАТИСТИКА ФАНЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

К.Б.Уразов - и.ф.д., СамИСИ профессори,
Ж.А.Абдурасулов – СамИСИ, МА-120 гуруҳ магистранти

КОРХОНАЛАРНИ ҚАЙТА ТАШКИЛ ҚИЛИШ ЖАРАЁНЛАРИНИ ҲИСОБ ВА ҲИСОБОТДА АКС ЭТТИРИШ ТАРТИБЛАРИНИ ХАЛҚАРО СТАНДАРТЛАРГА МУВОФИҚЛАШТИРИШ

Аннотация: ушбу мақолада мамлакатимиз иқтисодиётини жаҳоннинг ривожланган давлатлари амалиётида кўп йиллардан буён қўлланилиб келинаётган молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига (МҲХС) ўтишни жадаллаштириш**,** шунингдек корхоналарни қайта ташкил этиш жараёнларининг ҳисобда акс эттириш тартибини белгилаш ва уларни халқаро стандартлар талабларига мувофиқлаштириш масалалари ёритилган.

Калит сўзлар: қўшиб юбориш, қўшиб олиш, бўлиш, ажратиб чиқариш, ўзгартириш, элемент, юридик шахс, компания, репутация.

Аннотация: В данной статье освещаются вопросы ускорения перехода экономики нашей страны на международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), которые уже много лет используются в практике развитых стран, а также определения порядков отражения в учете процессов реорганизации предприятий и приведения их в соотвествие к требованиям международных стадартов.

Ключевые слова: слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование, элемент, юридикческое лицо, компания, репутация.

Abstract: This article highlights the issues of accelerating the transition of our country's economy to International Financial Reporting Standards (IFRS), which have been used in the practice of developed countries for many years.

Keywords: merger, acquisition, division, separation, transformation, element, legal entity, company, reputation.

Мамлакатимиз иқтисодиётини жаҳоннинг ривожланган давлатлари амалиётида кўп йиллардан буён қўлланилиб келинаётган молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига (МҲХС) ўтишни жадаллаштириш орқали хорижий инвесторларни зарур ахборот муҳити билан таъминлаш, инвестицион жозибадорликни ошириш ва халқаро молия бозорларига кириш, жахон савдо бозорида ўз имкониятларини кенгайтириш, шунингдек, бухгалтерия ҳисоби ва аудит соҳалари мутахассисларини халқаро стандартлар бўйича тайёрлаш тизимини такомиллаштириш мақсадида Муҳтарам Президентимиз Ш.М.Мирзиёев томонидан 2020 йилнинг 24

февралдаги “Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига ўтиш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-4611 сонли қарори кенг кўламда бухгалтерия ҳисоби ва аудит соҳасини тубдан такомиллаштиришда, хорижий тажрибалар асосида корхоналарни қайта ташкил қилиш жараёнларини ҳисобда акс эттириш тартибини белгилаш ва уларни халқаро стандартларга мувофиқлаштиришда алоҳида ўрин эгаллайди.[65]

Бугунги кунда мамлакатимизда корхоналарни қайта ташкил қилиш жумладан, қўшиб юбориш, қўшиб олиш, бўлиш, ажратиб чиқариш, ўзгартириш амалдаги 23-сон БҲМС(қайта ташкил этишни амалга оширишда молиявий ҳисоботни шакллантириш)га асосан амалга оширилиб келинаётган жараёнлар ҳақидаги ахборотни молиявий ҳисоботда ёритиш тартибини белгилашда қўлланилиб келинмоқда. Мазкур БҲМС Ўзбекистон Республикаси ҳудудидаги барча хўжалик юритувчи корхоналарга нисбатан тадбиқ қилиниб келинмоқда.[66] Ушбу миллий стандартга мувофиқ, корхоналарни қайта ташкил этишда топширилувчи (қабул қилинувчи) активлар ва мажбуриятларни баҳолаш таъсисчиларнинг қайта ташкил этиш тўғрисидаги қарори (шартнома)да белгиланган тартибга мувофиқ амалга оширилади. Активлар ва мажбуриятларнинг ҳар бир тури учун активларнинг бошқа турлари учун қўлланадиган баҳолаш усулларидан фарқли алоҳида баҳолаш усули белгиланиши мумкин. Лекин стандартда таркибий қисмлари тўлиқ ёритилиш лозим бўлган, халқаро стандартларга мувофиқлигини таъминлайдиган бир қанча элементлар таркибий тузилиш жиҳатидан 22-сон БҲҲС “Корхоналарни бирлаштириш”дан фарқ қилади.

Ушбу стандартнинг мақсади ҳам корхоналарнинг бирлашишлари жараёнларини БҲХС каби ҳисобда акс эттириш тартибини белгилаш бўлиб ҳисобланади. 22-сон БҲХСда компаниянинг бирлашиши харид ёки ҳиссаларини бирлаштириш деб таснифланган. Ушбу стандарт бир корхона томонидан бошқасини сотиб олиниши ва харидор аниқланмаган ҳолларда манфаатларни бирлаштириш жараёнларини қамраб олади. Корхонани бирлаштириш бошқа корхонанинг акцияси хариди бўлмасдан балки тадбиркорлик репутацияси билан бирга корхонанинг соф активлари хариди тушунилади.[67]

Корхонанинг бирлашиши хуқуқий қўшилишини ҳам кўзда тутиш мумкин. Бунда:

(а) битта компаниянинг актив ва мажбуриятлари бошқа компанияга ўтади, биринчи компания эса тугатилади; ёки

(б) иккала компаниянинг актив ва мажбуриятлари янги компанияга ўтади, олдинги компаниялар эса тугатилади.

[65] https://lex.uz/docs/4746047

[66] Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлигида 2005 йил 27 июнда 1484-сон билан рўйхатга олинган Ўзбекистон Республикаси молия вазирининг 2005 йил 12 апрелдаги 37-сон буйруғи билан тасдиқланган 23-СОНЛИ БҲМС

[67] https://www.iasplus.com/en/standards/ias/ias22

Холбуки, кўпчилик ҳуқуқий қўшилишлар корхоналар гуруҳини реструктуризация ёки қайта ташкил қилишнинг қисми сифатида юза келади. Бундай қўшилишларга нисбатан 22-БҲХС жорий қилинмайди, чунки умумий назорат остидаги корхоналар ўртасида операция ҳисобланади. Бироқ иккита корхона битта ва айни гуруҳнинг аъзолари бўлиб қолиниши натижасида бизнеснинг ҳар қандай бирлашиши йиғма молиявий ҳисоботда 22-сон БҲХСлари талабларига мувофиқ харид ёки манфаатларнинг бирлашиши сифатида қаралади. Ушбу стандартга кўра, халқаро ҳисобда корхоналарнинг бирлашиши, харид, манфаатларни бирлаштириш, назорат, бош (она) компания, шўъба компания, озчилик ҳиссаси каби янги тушунчалар мавжуд.[68]

Бизнесни бирлаштириш жараёнини ҳисобга олишда харид моҳият жиҳатидан манфаатларни бирлаштиришдан фарқ қилади, қайсики унинг мазмуни молиявий ҳисоботда акс эттирилиши лозим. Шунга мувофиқ равишда ушбу ҳар бир тур учун ҳисобга олишнинг турли методлари ўз ифодасини топади.

Стандартда харид қилинган идентификацияланадиган активлар ва мажбуриятларнинг турлари бўйича адолатли қийматини аниқлаш мезонлари келтирилган. Масалан, қимматли қоғозлари жорий бозор қийматида баҳоланиши, дебиторлик қарзлари олиниши мумкин бўлган жорий баҳоларда, тайёр маҳсулотлар сотиш баҳосида қуйидагиларни чегириб ташлагандан кейинги суммасида баҳоланади:

(а) чиқишига доир бўлган харажатлар;

(б) компания харидорнинг худди шундай тайёр маҳсулотни сотишдан олинадиган фойдани олиш учун сарфланадиган хатти-ҳаракатларидан кутиладиган фойдадаги ҳиссаси. Машина ва асбоб-ускуналарни баҳолаш ёрдамида аниқланган бозор қийматида адолатли қиймати аниқланиши кўзда тутилган. Тўланадиган счетлар ва векселлар, узоқ муддатли қарзлар, мажбуриятлар ва ҳисоблашлар тўланишга доир бўлган бошқа счетлар таллуқли жорий фоиз ставкалари асосида дисконтлашган қийматида акс эттирилади. Салбий гудвилл ҳам вужудга келиши мумкин. Салбий гудвилл ҳисобот бераётган компаниянинг активларидан чиқарилиб ташланган ҳолда акс эттирилиб бухгалтерия балансида ўша умумэътироф этилган таснифда қайд этилади.

БҲМСда эса корхоналарни қайта ташкил этишда топшириладиган активлар қуйидаги қийматлар бўйича баҳоланиши мумкин:

а) хариднинг ҳақиқий таннархи бўйича;

б) дастлабки қиймати бўйича;

в) қолдиқ қиймати бўйича;

г) тикланиш қиймати бўйича;

д) номинал қиймати бўйича;

е) ишлаб чиқаришнинг ҳақиқий тўла таннархи бўйича;

ж) бевосита харажатларга кўра ишлаб чиқаришнинг ҳақиқий таннархи

[68] С.Н.Ташназаров. Халқаро ҳисоб асослари: маъруза матни. Самарқанд-2008, 203-бет.

бўйича;

з) режали, меъёрий таннархи бўйича;

и) бозор баҳоси бўйича.

Юқоридагилардан хулоса қилиш мумкинки, корхоналарни қайта ташкил қилиш жараёнларини ҳисобини бухгалтерия ҳисобининг халқаро стандартларига мувофиқлигини таъминлаш, дунё тан олган баҳолаш мезонлари асосида инвестицион жозибадорликни оширган ҳолда, фойдаланувчига аниқ ва лўнда ахборотни яъни корхоналарнинг бирлашиши, хариди ёки бўлмасам манфаатлар тўқнашуви каби жараёнларни осон тарзда тушуниб олишни, тақдим этилган ахборот орқали синтез қилиб, корхонанинг молиявий ҳолати тўғрисида маълумот олишни таъминлайди. Бу эса ўз навбатида МҲХСни бошқа жиҳатларини миллий бухгалтерия ҳисоби ва аудитга тадбиқ қилишга ундайди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. 1-сон БҲМС “Ҳисоб сиёсати ва молиявий ҳисобот”. http://lex.uz/nsbu
2. Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлигида 2005 йил 27 июнда 1484-сон билан рўйхатга олинган Ўзбекистон Республикаси молия вазирининг 2005 йил 12 апрелдаги 37-сон буйруғи билан тасдиқланган 23-СОНЛИ БҲМС
3. С.Н.Ташназаров. Халқаро ҳисоб асослари: маъруза матни. Самарқанд-2008, 203-бет.+
4. В.Ф.Палий. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: учебник.-М.:ИНФРА, 2008. 231-232-б.
5. 6. Spiceland J. David. Intermediate accounting. /J.David Spiceland, James F. Sepe. Mark W. Nelson/ 7 th ed. 2013;
6. https://www.iasplus.com/en/standards/ias/ias22
7. https://lex.uz/docs/4746047
8. https://www.ifrs.org/

З.Н.Курбанов – Давлат солиқ қўмитаси ҳузуридаги Фискал институти профессори, и.ф.д.

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА АУДИТНИ ТАШКИЛ ЭТИШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: мақолада рақамли иқтисодиёт шароитида аудит қандай ташкил этилади ва унинг методологиясида рўй берадиган ўзгаришлар ёритилган. Рақамли иқтисодиёт шароитида аудитни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: Рақамли иқтисодиёт, аудит, аудитни рақамлаштириш, бухгалтерия ҳисоби.

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы об организации аудита в цифровой экономике и изменениях его методологии. Рассматриваются основные направления совершенствования аудита в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: Цифровая экономика, аудит, цифровизация аудита, бухгалтерский учет.

Abstract: The article discusses the issues of organizing audit in the digital economy and changes in its methodology. The main directions of improving audit in the digital economy are considered.
Keywords: Digital economics, audit, audit digitization, accounting.

Мамалакатимизда иқтисодий барқарорликни таъминлашда, ислоҳотларнинг амалий натижадорлигини оширишда рақамли иқтисодиётни шакллантириш ва уни амалиётга кенг жорий этиш муҳим ҳисобланади. Бу борада, Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг қуйидаги фикрларини келтиришимиз мумкин: “Рақамли иқтисодиётга фаол ўтиш – келгуси 5 йилдаги энг устувор вазифаларимиздан бири бўлади.

Рақамли технологиялар нафақат маҳсулот ва хизматлар сифатини оширади, ортиқча харажатларни камайтиради. Шу билан бирга, мени жуда қаттиқ ташвишга соладиган ва безовта қиладиган энг оғир иллат – коррупция балосини йўқотишда ҳам улар самарали воситадир”. [69]

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5-октябрдаги “Рақамли Ўзбекистон - 2030» стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6079 сонли Фармонининг қабул қилиниши мамлакатимизда рақамли иқтисодиётга ўтишнинг стратегиясини белгилаб берди.[70] “Рақамли Ўзбекистон - 2030» стратегиянинг 20а иловаси 7-бандида “Халқаро молиявий ҳисобот стандартларига мувофиқ ҳисобот жараёнини автоматлаштириш тизимини жорий этиш” кўрсатиб ўтилган.

Иқтисодиётни рақамлаштириш - бу янги илғор технологияларни яратиш ва бу технологияларни иқтисодиётнинг тармоқлари амалиётида қўллашдан иборатдир. Асосий вазифалардан бири-бу иқтисодиётнинг реал сектори тармоқларига ахборот тизимлари ва дастурий маҳсулотларни кенг жорий қилиш йўналишида молия-хўжалик фаолияти, маъмурий тартиботлар, ишлаб чиқариш, технологик ва бошқарув жараёнларида рақамли технологиялар ва автоматлаштирилган тизимларни яратишдан иборат. Ушбу вазифа молия-хўжалик фаолиятини бошқариш ва назорат қилиш дастаклари бўлган бухгалтерия ҳисоби ва аудитга ҳам тегишлидир.

Республикамизда аудиторлик фаолиятни ривожлантиришда муҳим бўлган Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 19 сентябрдаги “Ўзбекистон Республикасида аудиторлик фаолиятини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-3946-сонли қарори қабул қилинди[71]. Унда аудиторлик фаолияти тўғрисидаги қонун ҳужжатларини такомиллаштириш, шу жумладан халқаро стандартлар асосида ташкил этиш вазифаси қўйилди.

[69] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 24-январь 2020 йил.

[70] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5-октябрдаги “Рақамли Ўзбекистон - 2030» стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6079 сонли Фармони.

[71] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 19 сентябрдаги “Ўзбекистон Республикасида аудиторлик фаолиятини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПҚ-3946-сонли қарори

Қарорда мамлакатимизда мавжуд “аудиторлик фаолиятининг миллий стандартлари умумэътироф этилган халқаро аудит стандартларига тўлиқ мос эмас, бу эса хорижий инвесторларда маҳаллий корхоналар молиявий ҳисоботларининг ҳаққонийлигини тушуниш кўникмасининг шаклланишини таъминламаяпти” мазмундаги камчилик борлиги кўрсатиб ўтилган.

Бевосита рақамли иқтисодиёт шароитида аудитни ташкил этишнинг баъзи бир масалаларига тўхталамиз.

Россия Федерацияси Ҳисоб палатасининг раиси А. Кудриннинг фикрича, Россияда 3 йил ичида рақамли аудитга ўтиш мумкин экан. Унинг ёзишича, биринчи навбатда молиявий аудитни рақамлаштиришдир.[72] А.Кудрин ўзининг фикрини давом эттириб, биз рақамли аудит моделини яратамиз - бу шуни англатадики, аудитор объектга чиққан вақтида, унда ўтказиладиган текширишга барча маълумотлар қисмлари билан тайёр бўлади.[73] В.В.Панковнинг ёзишича, ҳисоботлардаги ахборотларга нисбатан ўтказилаётган анъанавий аудит ҳозирги талабларга жавоб бермай қолди. Шунинг учун янги қарорлар қабул қилишни излаш вақти келди.[74] В.В.Панков ўзининг фикрини давом этириб, келажакдаги аудитнинг методологияси таваккалчиликка йўналтирилган концепцияга асосланади деган хулосага келган. Демак, рақамли иқтисодиёт шароитида, нафақат аудитнинг назарий масалалари, унинг амалиёти, методи ва аудиторлик жараёнида ҳам катта ўзгаришлар бўлишлиги кутилмоқда. Россия Федерацияси “Росатом” Давлат корпорацияси ички аудити департаменти директори Н.Плотникова рақамли иқтисодиёт шароитида аудитнинг ривожланишининг 5 та йўналишини кўрсатиб берган:

1. Мижозларга йўналтирилганлик;
2. Қобилятни ривожлантириш;
3. Инструментларни ривожлантириш (автоматлаштириш, рақамлаштириш, роботлаштириш);
4. Аудит натижаларини асослаш;
5. Лидер компаниялар тажрибасини тезда амалиётга жорий этиш.[75]

Рақамли иқтисодиёт шароитида аудиторлик текширувларида фирмалар томонидан яратилаётган ва қўлланаётган амалий рақамли технологиялар долзарб бўлиб бормоқда. Бу борада В.А.Якимова Россия Федерацияси аудиторлик фирмалари томонидан амалиётда қўлланаётган қуйидаги “Экспресс Аудит: ПРОФ”, “Помощник аудитора”, “Audit Expert”; “Audit XP”, “Комплекс Аудит”; “Audit NET”; “IT Audit” ва бошқа рақамли

[72] Алексей Кудрин: за три года Счетная палата перейдет на цифровой аудит. https://finrussia.ru/news/aleksey-kudrin-za-tri-goda-schetnaya-palata-pereydet-na-tsifrovoy-audit/. 09.10.2020.

[73] Кудрин А. Счетная палата разрабатывает модель цифрового аудитора. https://www.n20x.ru/news/business/schetnaya-palata-razrabatyvaet-model-cifrovogo auditora.html.15.10.2020.

[74] Панков В. В. Трансформация института аудита в условиях применения цифровых технологий. Журнал “Аудит” №12-2019.

[75] Плотникова Н. XI Национальная конференция Института внутренних аудиторов «Внутренний аудит в России: новые решения в новом мире». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/about/presscenter/news/measure/article7988/. 15.10.2020.

технологияларни муҳимлигини кўрсатиб ўтган.[76] Бу рақамли технологиялар дунё ва Россия Федерациясининг йирик аудиторлик компаниялари томонидан амалиётда қўлланиб келинмоқда. Бу эса йирик аудиторлик компанияларининг рақамли иқтисодиёт талабларига мослашганлигидан далолат беради. Масалан, жаҳоннинг "Катта тўртлик" аудиторлик компанияларининг 2019 йилда мижозларга кўрсатган хизматлари ҳажмидан ҳам кўриниб турибди.[77] Маълумотлардан кўриниб турибдики 2019 йилда аудиторлик компаниялари ичида энг кўп даромад олган компания "Deloitte" ҳисобланади. "Deloitte" компаниясининг 2019 йилдаги даромади 46,2 млрд доллорни ташкил этган, кейинги ўринда PwC компанияси бўлиб, унинг даромади 42,45 млрд доллорни ташкил этган.

K.B.Urazov – SamISI professori, i.f.d.,
T.T.Sattorov – SamISI, MA-120 guruh magistranti

IQTISODIYOTNI MODERNIZATSIYALASH SHAROITIDA ICHKI AUDIT XIZMATI ISHINING SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING NAZARIY ASOSLARI

Annotatsiya: Ushbu Maqolada Ichki auditning mohiyati va maqsadi, Ichki auditning o'ziga xos xususiyatlari va Ichki Audit xizmatining samaradorligi ochib berilgan.

Kalit so'zlar: Ichik audit, Tashqi audit , Ichki nazorat usullari, samaradorlig, Aktivlar, axborot

Аннотация: В этой статье описываются сущность и цель внутреннего аудита, особенности внутреннего аудита и эффективность службы внутреннего аудита.

Ключевые слова: Внутренний аудит, Внешний аудит, Методы внутреннего контроля, эффективность, Активы, информация

Annotation: This article describes the nature and purpose of internal audit, the specifics of internal audit, and the effectiveness of the internal audit function.

Key words: Internal audit, External audit, Internal control methods, efficiency, Assets, information.

Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning moliyaviy holati to'g'risidagi ishonchli ma'lumotlarga ega bo'lishning asosiy quroli bu ichki auditdir. Mamlakatimizda, mustaqil davlat sifatida olib borilayotgan islohatlar o'zining ijobiy natijalarini ko'rsatmoqda, xo'jalik yurituvchi sub'ektlar texnik va texnologik yangilashni jadallashtirish va uni ko'lamini kengaytirish o'ziga xos richak vazifasini o'tamoqda Korxonaning turli xalqaro tashkilotlarda faol qatnashishi, jahon iqtisodiyot hamjamiyatiga qo'shilishi jarayonida iqtisodiy

[76] Якимова В.А. Возможности и перспективы использования цифровых технологий в аудиторской деятельности. Вестник Санкт-Петербургского университета. 2020. Экономика. Т. 36. Вып. 2. С. 287–318.
[77] Большая четвёрка (аудит).https://ru.wikipedia.org/wiki. 15.10.2020.

ko’rsatkichlarni xorijiy mezonlarga taqqoslanishi ichki auditning uslubiy tamoyillarini jahon amaliyotida qabul qilingan standartlar talabiga javob berishini ta’minlashni talab etmoqda.

Mavzuning nazariy- amaliy ahamiyati. Iqtisodiyotini modernizatsiyalash sharoitida korxonaning hisobotni ichki audit yordamida tasdiqlashning roli va ahamiyati ham oshadi, bu axborotlar investitsiya va moliyaviy faoliyatda turli bitimlar tuzish chog’ida boshqaruvga doir qarorlar qabul qilish uchun ham asos bo’ladi.

Iqtisodiyotni rivojlantirishda uning infratuzilmalaridan biri bo’lgan korxonalarda ichki auditorlik faoliyatini mujassamlashtirishda ichki audit faoliyatini kompyuterlashtirish ishlarini ishlab chiqish va uni tadbiq qilish muhim ahamiyatga ega va bu masalalar bilan Respublikamizdagi va xorijiy yetuk olimlar shug’ullanishmoqda.

Ishning maqsadi va vazifalari. Ichki auditni tashkil etishni takomillashtirish bo’yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqish mavzuning maqsadini tashkil qiladi. Vazifalar quyidagi iborat:

- ichki auditni tashkil qilishning ahamiyati va zarurligini tadqiq qilish;
- ichki auditni tashkil etishning nazariy va huquqiy asoslarini yoritib berish;
- ichki auditning hisoboti va ishchi dasturini tuzishni takomillashtirish bo’yicha tavsiyalar berish;
- aktsiyadorlik jamiyatlarida ichki auditni tashkil qilishning uslubiy jihatlarini tadqiq qilish;
- ichki nazorat va ichki auditni takomillashtirish bo’yicha tavsiyalar berish.

Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida mulk shaklidan qat’iy nazar xo’jalik yurituvchi sub’ektlarning raxbar xodimlari va xizmatchilari yuqori saviyadagi kasbiy tayyorgarlikka, iqtisodiy-xuquqiy bilimga, tajribaga ega bo’lishlar lozim. Bugungi kunda Respublikamizda esa yuqoridagi omillar etarli darajada deb bo’lmaydi. Bu masalani kengroq tahlil qiladigan bo’lsak, bizga ma’lumki Respublikamizda mustaqillikka erishganimizdan beri ko’pgina iqtisodiy- ijtimoiy isloxatlar olib borildi va bugungi kunda ular chuqurlashtirilmoqda. Bu isloxatlar natijasida bozor iqtisodiyoti sharoitiga mos xuquqiy bazani va iqtisodiyotimizning barcha soxalarida samarali faoliyat ko’rsatish uchun anchagina shart sharoitlar yaratildi. Bundan tashqari iqtisodiyotimizdagi soxalarni, xususiy mulkchilikni, tadbirkorlikni umuman xo’jalik sub’ektlarini erkin rivojlanishini ta’minlash, ularning huquqlarini himoya qilish maqsadlarida, nazorat qiluvchi organlarning ular faoliyatiga asossiz aralashishlarini oldini olish, har xil tekshiruvlarni kamaytirish, xaqidagi me’yoriy xujjatlar qabul qilindi.Ichki auditning kelib chiqish tarixiga nazar soladigan bo’lsak.G’arb mamlakatlarida ichki audit XX asr boshlarida paydo bo’lib Ikkinchi jaxon urushidan so’ng korxonalarning ishlab chiqarish xajmi keskin oshishi va detsentralizatsiyasi davrida rivojlanish boskichiga erishdi. 1941 yilda AQSh da ichki auditorlar Instituti tashkil etilib, faoliyatning xuquqiy asosi va standartlarni yaratilildi. Xozirda bu Institut dunyoning 120 dan ortiq mamlakatlarida mavjud va 72 ming a’zoga egadir. Jaxonda faoliyati ichki

audit bilan bog'lik milliondan oshiq mutaxassislar mavjud.

Karxona ichki auditi: o'z aktivlarining but saqlanishini: Hisobot ma'lumotlarining aniqligi va ishonchliligini: operatsiyalarning maksimal samaradorligini: hisob soxasidagi siyosatga rioya etilishini ta'minlaydigan usul va choralarni tashkil qilish va muvofiqlashtirish rejasidan iborat bulmog'i kerak.

Ichki audit tizimi amaliyotda quyidagilarni qamrab oladi:

- boshqarish siyosati va tadbirlari:
- majburiyat va vakolatlarni taqsimlash:
- tekshirish tadbirlari:
- kundalik ishlarni nazorat qilish va ularni hisobga olib borish:
- xarajatlarni nazorat qilish.

Ichki audit tizimini doimo nazorat qilib borish va uni takomillashtirish raxbarlar zimmasida buladi

Ichki nazorat tizimini tashkil qilish maqsadini amalga oshirish uchun alohida topshiriq lozim bo'ladi. Tashkilot rahbari ichki nazorat tizimini tashkil qilish va etarli darajada ushlab turishi uchun quyidagilarni amalga oshirishi zarur:

buxgalteriya hisobotida nimaiki kiritilishi lozim bo'lsa barchasi kiritilishi kerak, shu bilan birga to'g'ri aniqlangan, klassifikatsiyalangan, to'g'ri baholangan va aniq yuritilgan;

-buxgalteriya hisoboti tashkilot to'g'risida to'laligicha to'g'ri va obektiv baho berishi kerak;

-tashkilot mablag'i qonunsiz o'zlashtirilgan yoki samarasiz foydalanilgan bo'lmasligi kerak;

-har qanday chetga og'ishlar o'z vaqtida aniqlanishi, tahlil kilinishi va ayibdorlar javobgarlikka tortilishi kerak;

-ichki hisobot tezlik bilan kerakli shaxslarga etkazilishi, ma'suliyati yuklatilgan shaxslar boshqaruv qarorini qabul qilishi kerak.

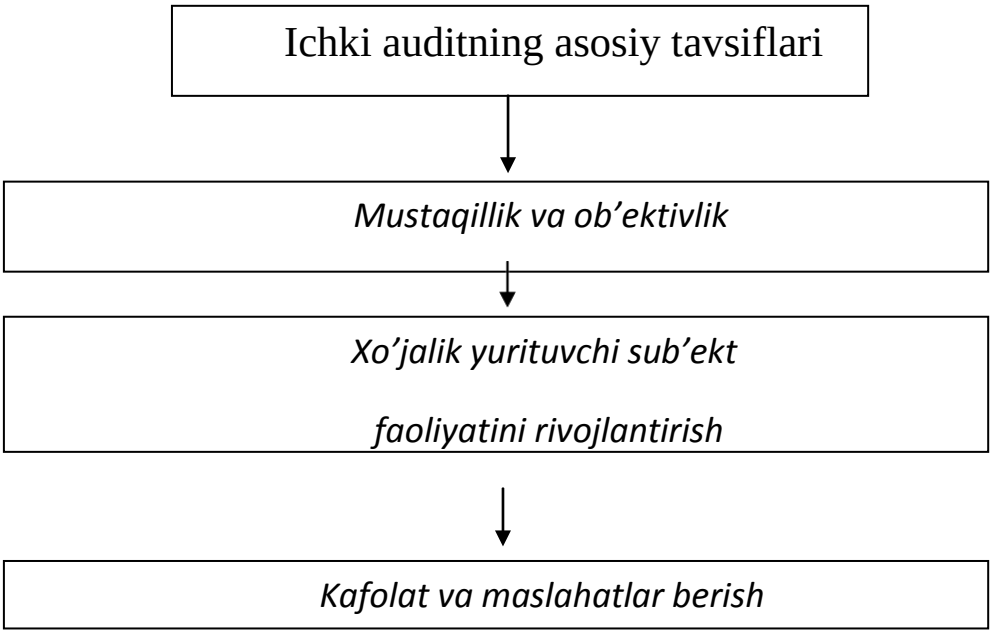
Ichki audit yetarli darajada bo'lishiga erishishning asosiy mezonlari quyidagilardir:

- tashkiliy tuzulishning samaraliligi:
- amalga oshirilayotgan tadbirlarning buxgalteriya siyosatiga mos bo'lishi:
- aktivlar saqlanishiga qaratilgan tadbirlarning majburiyligi:

- samarali ichki-audit dasturi

Ma'lumki ichki audit Xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyatini takomillashtirishga yo'naltirilgan mustaqil va ob'ektiv kafolatlar hamda maslahatlar berish faoliyati hisoblanadi.

Shuning uchun ham ichki audit nazorat va korporativ boshqaruvning tizimlashtirilgan usullaridan foydalangan holda tashkilot oldiga qo'yilgan maqsadga erishishga yordam beradi. Mustaqillik- ushbu holatda ichki audit tashkiliy mazmunga ega bo'lib, bunda kompaniyaning ijro organiga ichki audit xizmatining bo'ysinish darajasi bilan aniqlanadi.



1- chizma. Ichki audit xizmatining tavsiflanishi[2]

Ob'ektivlik esa – ichki auditor korxonaning faoliyatini baholash va qarorlar qabul qilishda xolisligi tushuniladi.

Xo'jalik yurituvchi sub'ekt faoliyatini rivojlantirish, ta'kidlab o'tish kerakki, korxona ishidagi kamchiliklar va tavakkalchilikni ko'ra bilish va baholash, tizim va jarayonlar samaradorligini oshirishga qaratilgan tavsiyalar berish hisoblanadi.

Kafolat va maslahatlar berish - Ichki auditning mohiyati mijozlarga kafolat va maslahatlar berishda ko'rinadi.

Ichki audit xizmatining maqsadi tashqi auditorlik faoliyatidan farqli o'laroq, ular korxonaning moliyaviy xo'jalik faoliyatini doimiy nazorat qilish maqsadida oldiga bir qancha maqsadlarni qo'yadi:

- Aktivlar holatining nazorati;
- Ichki tizimdagi nazorat jarayonlarini tasdiqlash;
- Ichki nazorat va axborot qayta ishlovi tizimining samarali ishlovining tahlili;
- Boshqaruvning axborot tizimi tomonidan beriladigan ma'lumotlarinnig sifatliligini baholash.

Korxonada ichki audit samarali bo'lishi uchun korxona menejmenti saviyasini oshirish maqsadga muvofiqdir. U o'tish davri iqtisodiyotini boshidan kechirayotgan xorijiy mamlakatlar mutaxassislari taklif qilingan metodik printsiplar, ilmiy yutuqlarni tahlil qilishga hamda ularni muvafiqiyatli ishlab chiqarishda qatnashgan mutaxassislarning amaliy tajribasiga asoslangan bo'ladi. Ana shu printsipga muvofiq ish tutilsa, bu korxonada ichki audit tizimi korxona yuqori raxbariyatining manfaatlarini ko'zlagan va boshqaruv vazifalarini samarali amalga oshirishni vujudga keltirgan bo'ladi

Ichki auditning o’ziga xos xususiyatlariga etibor beradigan bo’lsak

Ichki audit xizmati ham auditorlik faoliyatining bir qismi bo’lib, uning faoliyat yuritishi tashqi auditorlik faoliyatidan bir qancha farq qiladi. Ichki audit xizmati aynan aktsiyadorlik jamiyatlarida faoliyat yuritishi qimmatli qog’ozlar bozorining ham rivojlanishiga asos bo’ladi. Umuman olganda ichki auditorlar o’zlari ishlaydigan korxonalar faoliyatini tekshiradi. Ular qoidaga ko’ra, korxonaning kuzatuv kengashi tarkibiga kiradilar.

Amaliy faoliyatda ichki auditorlar O’zbekiston Respublikasi qonunchiligi talablari, shuningdek, ta’sis hujjatlari, korxonalar bo’yicha buyruqlar va lavozim yo’riqnomalariga amal qilishi lozim.

Tashqi va ichki nazorat o’rtasidagi bog’liqlik korxonaning qanday faoliyat ko’rsatishiga bog’liq. Ya’ni bazi korxonalar umuman tashqi nazoratdan o’tmasligi mumkin, masalan agar ular majburiy tashqi nazorat o’tkazilishi shart bo’lmasa va moliyaviy - sanoat guruxi qatnashchisi hisoblanmasa.

Tashqi va ichki nazorat bir - biriga bog’liqligi nazoratni yagona tizim ekanligini bildiradi. Shu bilan birga tashqi va ichki nazorat o’rtasida quyidagi farqlar mavjud.

1. **Nazoratni majburiyligi.** O’zbekiston Respublikasining «Buxgalteriya hisobi to’g’risida»gi Qonuniga asosan tashkilotlar yillik buxgalteriya hisoboti bilan auditorlik xulosasi topshirilishi kerak.

Qolgan holatlarda auditorlik tekshiruvlari tashqi nazorat bo’lganligi uchun ixtiyoriydir. Buni korxona rahbarining qaroriga asosan o’tkaziladi.

Ichki nazorat har bir korxona uchun uni tashkiliy - xuquqiy formasiga, mulkchiligidan qat’iy nazar, hajmiga va tarmoqqa bo’ysinishidan qat’iy nazar majburiy.

2. **Nazoratni tashkil kilish maqsadi.** Tashqi auditni maqsadi - tashkilotning buxgalteriya hisobini, hisobot ko’rsatkichlarini tashqi foydalanuvchilar uchun ishonchliligini tasdiqlash. Auditor tekshirishni yakunlab auditorlik xulosasini bersa maqsadga erishilgan bo’ladi. Ichki nazoratni maqsadi - korxonaning barcha xodimlarini o’zlariga birkitilgan vazifalariga amal qilishlarini ta’minlash. Ichki nazoratni maqsadiga erishishi doimi

1- jadval

Tashqi va ichki auditning tavsif jihatdan farqlanishi

№	Farq qiluvchi belgilar	Ichki audit	Tashqi audit
1.	Maqsadi bo’yicha	Korxona rahbariyati tomonidan belgilanadi	Moliyaviy hisobotlarning haqqoniyligini baholash va amaldagi qonunchilikka rioya etilayotganligini tasdiqlash

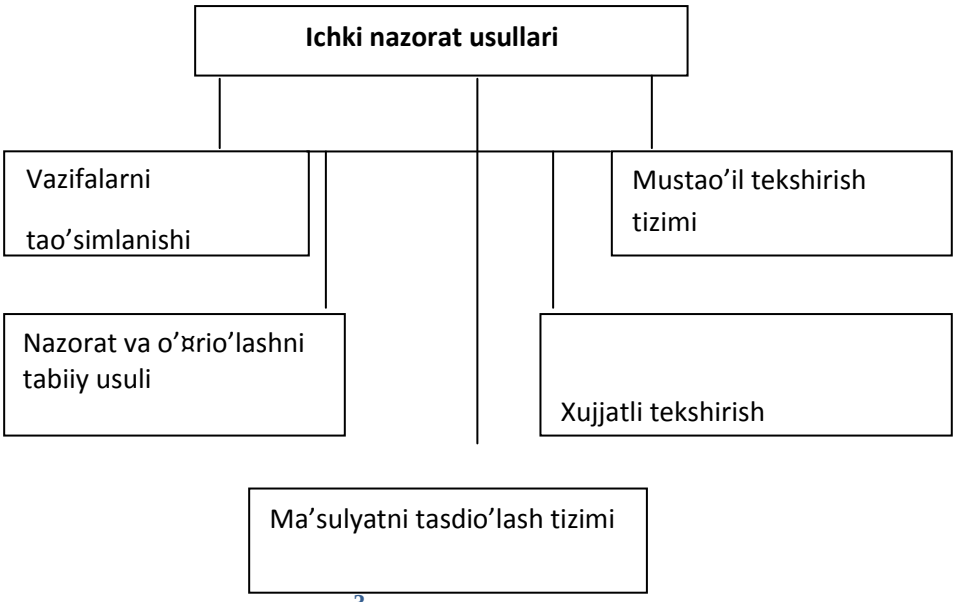
2.	Qo’yilgan vazifalarig a ko’ra	Korxona bo’limlari yoki umuman korxonaning talabiga ko’ra korxona kengashi va boshqaruvchisi tomonidan Belgilanadi	Mustaqil tomonlar o’rtasidagi shartnomaga asosan: korxona va auditorlik tashkiloti
3.	Javobgarli gi bo’yicha	Majburiyatni bajarganligi uchun rahbariyat oldida	Mijoz va huquqiy – me’yoriy hujjatlarda ko’rsatilgan uchunchi shaxslar oldida
4.	Obe’kti bo’yicha	Boshqaruvning alohida funktsional masalalarini echish, korxonaning axborot tizimini ishlab chiqish va tekshirish	Korxonaning hisob tizimini va moliyaviy hisobotlarini tekshirish
5.	Sub’ekti bo’yicha	Korxona rahbariyatiga bo’ysunuvchi va shtat tarkibidagi xodimlar	Auditorlik faoliyatini amalga oshirish litsenziyasiga ega bo’lgan yuridik shaxs
6.	Huquqiy jihatlari bo’yicha	Mustaqil belgilanadi (yoki korxonalardaichki audit o’tkazish to’g’risidagi Nizom)	Umumqabul qilingan auditorlik standartlari bilan belgilanadi
7.	Faoliyat turi bo’yicha	Ijro faoliyati	Tadbirkorlik faoliyati
8.	O’zaro munosabat bo’yicha	Korxona rahbariyatiga bo’ysunishi va undan mustaqilligi	Teng huquqli sherikchilik, mustaqillik
9.	Xizmatlar uchun haq to’lash printsiplari ga ko’ra	Shtat jadvaliga asosan ish haqi	Haqni mijoz – korxona yoki uning roziligiga ko’ra auditorlik xulosasini olishga ehtiyoji bo’lgan organ to’laydi
10.	Hisobot taqdim etilishi bo’yicha	Korxona egasi va boshqaruv organiga	Auditorlik tashkilotining yakuniy qismi nashr ettirilishi mumkin, tahliliy qismi mijozga topshiriladi
11.	Uslubiy jihatdan	Uslubiy jihatdan bir xil, ammo qo’yilgan maqsadlar xilma – xilligidan kelib chiqib har xil nisbatlarda qo’llaniladi	

1. **Axborotlardan foydalanuvchilar.** O’tkazilgan tashqi audit axboroti natijalaridan foydalanuvchilar tashqi foydalanuvchilar.

O’tkazilgan ichki nazoratni axborotlari ichki foydalanuvchilar uchun tayyorlanadi, xususan tashkilot boshqaruvchisi va menejerlar uchun.

2. **Tanlash erkinligi.** Mustaqil tashqi audit auditorlik faoliyati to’g’risidagi qonun asosida tashkil qilinib, uning asosiy tamoyillari, maqsadi, izlanish tartibi, auditorlik dalillarini to’plash, natijalarni yoritish, tekshirilayotgan tashkilot rahbari bilan birgalikda ish olib borish ko’rsatilgan. Tashqi nazorat ma’lum bir ma’noda markazlashtirilgan va belgilab qo’yilgan.

Ichki nazorat tashkilot boshqaruvining maqsadi va vazifalaridan kelib chiqqan holda tashkil qilinadi. Davlat tomonidan ichki nazoratni asosiy yo’nalishigina belgilab beriladi - xatlovdan o’tkazish tartibi, xujjatlashtirishni tashkillashtirish qoidalari, analitik hisobni yuritish tavsiyalari, boshqaruv lavozim majburiyatlarini aniqlash va boshqalar.



2-chizma. Ichki nazorat usullari[3] Ihki nazorat usuli va jarayoni tasnifi

Nazoratning usuli va jarayoni ichki nazorat tizimining eng muhim tarkibi hisoblanadi. Tadbirkor yuridik shaxs bo’lmagan holda faoliyat ko’rsatayotgan va korxonada yolg’iz o’zi bo’lsa, nazoratni muhim jarayoni kerak bo’lmaydi, chunki unga o’zini o’zi aldashni va buyurtmachini aldashni xojati yo’q. Biroq yollanib ishlovchilari bor tashkilotlarda yuqoridagi kabi nazoratni usuli va jarayoni bo’lishi kerak ya’ni tashkilot rahbari yoki korxona egasini maqsadlari yo’lida xizmat qilishi lozim. Bundan tashqari bunday nazoratni bo’lishi o’g’irliklarni keskin kamayishiga olib keladi.

Tashkilotni faoliyat turlarini ko’pligiga qaramasdan, faqat nazorat usulini 5 ta turi bor, bular quyidagicha:

Vazifalarni taqsimlanishi. Har qanday faoliyat turi doimo yaxshi nazoratda bo’ladi yoki xodimlar o’rtasida vazifalarni taqsimlangan bo’ladi yoki ikki tomonlama nazorat yuritiladi. Bu asosan naqd pul mablag’lari bilan hisob-kitob olib boriladigan joyda amalga oshiriladi.

Ichki nazorat tizimi va uning tashkil qiluvchi elementlari**.** Ichki nazorat tizimi tashkilot rahbari tomonidan quyidagi maqsadlarda tashkil qilinadi.Tashkilot faoliyatini tartibli va samarali olib borish uchun,boshqaruv siyosatiga amal

qilinishini; mulkni saqlanishini ta’minlash; operatsiyalarni sifatli xujjatlashtirilishini ta’minlash.Ichki nazorat bo’limining hisobot taqdim qilishdagi javobgarligi.

Har xil tashkilotlarda ichki nazorat boshqaruvchisiga yuklangan javobgarlik bir xil bo’lmagan holda ish yuritadi. Har qanday holatda ham ichki nazorat ustidan asosiy javobgarlik yuqoridagi boshqaruchilarga yuklanadi.

Ichki audit tizimini yaratishda quyidagi muhim tamoyillar asos qilinib olinishi kerak.

— *Ichki auditning aniq maqsadga qaratilganligi tamoyili;*

— *Ichki audit tizimining yaxlitligi va to’liqligi tamoyili;*

— *Ichki auditning hujjatlarga asoslanganlik tamoyili;*

— *Axborotni avtomatik tarzda qayta ishlash tamoyili;*

— *Tezkorlik tamoyili.*

Korxonalarda ichki audit xizmatini tashkil qilish quyidagi afzalliklarga ega: *Birinchidan,* korxona boshqaruv kengashiga bo’limlar ustidan samarali nazorat o’rnatish imkonini beradi.

Ikkinchidan, ichki auditorlar o’tkazadigan maqsadli tekshiruv va tahlilning istiqbolli yo’nalishlarini aniqlab beradi.

Uchinchidan, ichki auditorlar tekshiruv bilan birga bosh korxona, uning filiallaridagi moliyaviy – iqtisodiy , buxgalteriya va boshqa bo’limlar xodimlariga maslahatlar berish vazifasini ham bajaradilar.

Ichki audit nafaqat xususiy mulk egalari, balki kompaniyaning menejmentiga ham zarur. Menejerlarning maqsadi – oldiga qo’yilgan maqsadlarga erishishda samarali yo’llar orqali biznesni boshqarish. Ushbu masalalarni ijobiy hal etish ikki masalaga bog’liq:

1) Menejer boshqaruv masalalarini to’g’ri hal etish uchun etarli ma’lumotga egaligi;

2) Ichki audit menejerlarga o’z zimmalariga qo’yilgan vazifani bajarishda yordam berish, ularga korxona aktivlarining samarali ishlatilishi.

“Korxonalarda ichki audit xizmati to’g’risida” nizomga muvofiq *ichki audit xizmatining huquqlari quyidagilardan iborat:*

- ichki auditni amalga oshirish davomida paydo bo’ladigan masalalar bo’yicha korxonaning hujjatlarini (rahbarning buyruqlari, farmoyishlari, boshqaruv organlari qarorlari, ma’lumotnomalar, hisob kitoblar, zarur hujjatlarning tasdiqlangan nusxalari va boshqa hujjatlarni), korxonaning mansabdor va ma’sul shaxslaridan og’zaki va yozma tushuntirishlar olish;
- ichki audit o’tkazishga ko’maklashish uchun korxonaning tegishli mutaxassislarini jalb etish.

Ichki audit xizmati xodimlarining majburiyatlari quyidagilardan iborat:

- ichki auditni amalga oshirishda qonunlar, nizomlar va boshqa me’yoriy xujjatlari talablariga rioya qilish; Normativ xuquqiy hujjatlardan o’g’ishmay amal qilinsa kutilgan natijaga erishiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1) O’zbekiston Respublikasi Moliya Vazirligi tomonidan tasdiqlangan 5-sonli

«Audit ishi sifatini nazorat qilish» nomli AFMS1999yil 4 avgust.
2) Mamlakatimizni modernizatsiya qilish va yangilashni izchil davom ettirish – davr talabi. (O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2008 yilda respublikani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2009 yilda iqtisodiyotni barqaror rivojlantirishning eng muhim ustuvor vazifalariga bag'ishlangan majlisidagi ma'ruzasi). – Xalq so'zi, 2009, 14 fevral.
3) O'zbekiston Respublikasining "Auditorlik faoliyati to'g'risida"gi Qonuni (yangi tahriri) 2000 y. 26 may.

http://www.iasc.org.uk
http://www.aicpa.org/index.
htm http://www. uza.uz
http://www.uzbekistan.uz
http://www.accountingweb.c
om http://www. ziyonet. uz
http://www. mf. uz
http://www. tfi. uz
http://www.lex. uz

Обид Пардаев – ЎзР Молия вазирлигида бўлим бошлиғи**,** мустақил тадқиқотчи

ИЧИМЛИК СУВИ ТАЪМИНОТИ ВА КАНАЛИЗАЦИЯ ХИЗМАТЛАРИ УЧУН ТАРИФЛАРНИНГ ШАКЛЛАНИШИ

Аннотация: мақолада ичимлик суви таъминоти ва канализация хизматлари учун тарифларнинг шаклланиш йўналишлари ва омиллари қараб чиқилган. Бугунги кунда тарифларнинг қайси омиллар ҳисобидан ўзгариши асослаб берилган. Шунингдек, дунё миқёсидаги давлатлар ўртасидаги ичимлик суви таъминоти ва канализация хизматлари тарифларнинг қиёсий таҳлили ҳам келтирилган.

Калит сўзлар: ичимлик суви, сув таъминоти, канализация, оқава сув, тарифлар, ичимлик суви таъминоти хизматлари, сув таъминоти хизматлари, канализация хизматлари, энергия сарфи, харажатлар, харажатлар таркиби.

Аннотация: В статье рассматриваются основные направления и факторы влияющие на формирование тарифов услуг питьевого водоснабжения и канализации. Приведены соответствующие факторы и обоснования влияющие на изменение тарифов. Также приводится сравнительный анализ тарифов на услуги питьевого водоснабжения и канализации в разных странах мира.

Ключевые слова: питьевая вода, водоснабжение, канализация, водоотведения, тарифы, услуги питьевого водоснабжения, услуги водоснабжения, канализации, расходы по электроэнергии, затраты, структура затрат.

Abstract: the article considers the directions and factors of formation of tariffs for drinking water supply and sewerage services. It is justified that based on what tariffs change nowadays. Additionally, a comparative analysis of tariffs for drinking water supply and sewerage services between countries around the world is also provided.

Key words: drinking water, water supply, sewerage, waste water, tariffs, drinking water supply services, water supply services, sewerage services, energy consumption, costs, costs structure.

Кириш. Мамалакатимиз учун бугунги кунда энг долзарб муаммолардан бири аҳолини тоза ичимлик суви билан таъминлаш масаласидир. Чунки ушбу масала бўйича ҳамон ўз ечимини кутаётган муаммолар талайгина. Кўпгина қишлоқ ҳудудларида ичимлик суви таъминоти ва канализация хизматларини ташкил қилиш учун ҳаммасини янгидан бошлаш лозим. Хуллас, ушбу масала бўйича ҳали қилиниши керак бўлган ишлар ҳали кўп. Аммо, истеъмолчиларга марказлашган ичимлик суви таъминоти тизимлари орқали ичимлик сувини узлуксиз ва сифатли етказиш бериш хизматлари ўзига хос машаққат, меҳнат ва харажатларни талаб этади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 25 сентябрдаги ПФ-6074 – сонли "Ичимлик суви таъминоти ва оқова сув тизимини янада такомиллаштириш ҳамда соҳадаги инвестиция лойиҳалари самарадорлигини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида" ги қарорига асосан, 2020 йил 1 октябрдан бошлаб ҳудудларда тарифлар тегишлигича Қорақалпоғистон Республикаси Жўқорғи Кенгеси, халқ депутатлари вилоятлар ва Тошкент шаҳар Кенгашлари қарорлари билан маъқулланганидан сўнг тасдиқланиш амалиёти жорий қилинди.

Таҳлил ва натижалар. Ичимлик сув ва канализация хизматлари учун тарифлар *(кейинги ўринларда – Тарифлар)* Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 13 апрелдаги "Сув таъминоти ва канализация хизматлари учун тартибга солинадиган нархларни *(тарифларни)* шакллантириш, декларация қилиш *(тасдиқлаш)* ва белгилаш тартибини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида" ги қарорига асосан шакллантирилади.

Тарифларни шакллантиришда Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил 5 февралдаги 54 – сон қарори билан тасдиқланган "Маҳсулот *(ишлар, хизматлар)*ни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисида"ги Низомга амал қилинади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 25 сентябрдаги ПФ-6074 – сонли "Ичимлик суви таъминоти ва оқова сув тизимини янада такомиллаштириш ҳамда соҳадаги инвестиция лойиҳалари самарадорлигини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида" ги қарорига асосан, 2020 йил 1 октябрдан бошлаб ҳудудларда Тарифлар тегишлигича Қорақалпоғистон Республикаси Жўқорғи Кенгеси, халқ депутатлари вилоятлар ва Тошкент шаҳар Кенгашлари қарорлари билан маъқулланганидан сўнг тасдиқланиш амалиёти жорий қилинди.

Жорий этилган янги амалиёт бўйича тарифларни белгилашда, ҳудудларнинг ўзига хос бўлган географик жойлашуви, ичимлик сув манбаларидан истеъмолчиларгача бўлган масофалар, ишлаб чиқариш харажатлари билан бирга сув таъминоти ва оқова сув корхоналарини ривожлантириш ҳамда модернизация қилиш харажатлари ҳисобга олиниши белгилаб қуйилди.

Ҳудудлардаги харажатларнинг специфик жиҳатидан кескин фарқ

қилиши сабабли, тарифлар ҳар бир вилоят учун алоҳида шаклда белгиланади. Чунки, Ўзбекистон ҳудудида ичимлик суви таъминотининг 65 фоизи ер ости ва 35 фоизи ер усти сув манбалари ҳисобидан олинади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори асосида жорий қилинган янги амалиёт ҳамда Ҳукумат томонидан берилган тегишли топшириқлар асосида, бугунги кунда, тарифлар Республика бўйича тўлиқ қайта кўриб чиқилиб, ўрта ҳисобда:

1 м^3 ичимлик суви учун тариф аҳоли истеъмолчиларига **1384 сўм** *(ўсиш 93 %),* бюджет ташкилотлари учун **2874 сўм** *(ўсиш 81 %)* ва бошқа улгуржи истеъмочиларга **3209 сўм** *(ўсиш 78 %);*

1 м^3 канализация хизматлари бўйича ўртача тариф аҳоли истеъмолчиларига **888 сўм** *(ўсиш 94 %),*, бюджет ташкилотларига **1681 сўм** *(ўсиш 89 %),* ва бошқа улгуржи истеъмочиларга **2012 сўм** *(ўсиш 87 %)* этиб белгиланди.

Республика бўйича аҳолига 1 м^3 ичимлик суви учун энг арзон қиймати Тошкент шаҳрида 400 сўм, энг қиммат тариф қиймати Навоий вилоятида 3000 сўмни ташкил этади.

Тарифларнинг бу даражада кескин кўтарилиши, бир тарафдан истеъмолчилар ўртасида бир нечта саволларни келтириб чиқариши табиий, бироқ, 1 м^3 ичимлик суви учун қабул қилинган янги тарифларни савдо дўконларида сотувда бўлган 1 литрлик пластик қадоқдаги сувларга нисбатан солиштирганда, қуйидаги арифметикага дуч келамиз:

*Мисол учун: Аҳоли истеъмолчиларига 1 м^3 (1000 литр) ичимлик суви тарифи **1384 сўм** қийматида етказиб берилмоқда. Бу эса, 1 литр сув 1 сўм 38 тийинга тўғри келади. Савдо дўконларида сотувда бўлган 1 литрлик пластик қадоқдаги сув ўртача 2 000 сўмни ташкил этади.*

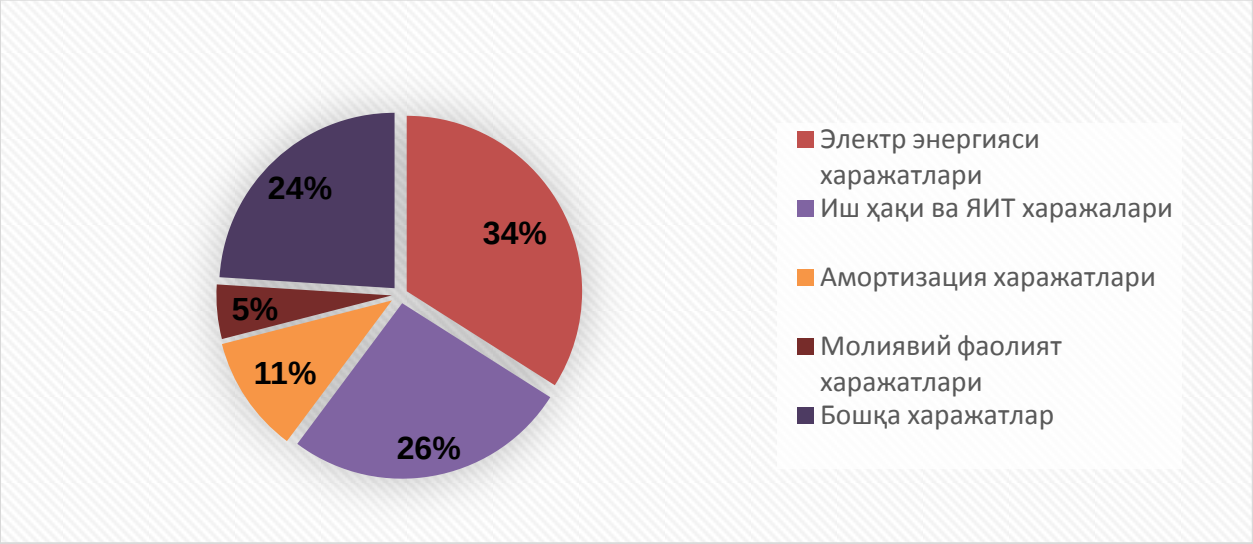
Бу ўз навбатида, сув таъминоти корхоналари томонидан аҳолига етказиб бериладиган 1 литр ичимлик суви қиймати савдо дўконларида сотиладиган пластик қадоқдаги 1 литр ичимлик сувига нисбатан 1 445 баравар арзонлигини кўрсатмоқда.

Истеъмолчиларга кўрсатиладиган ичимлик суви ва канализация хизматлари учун тарифларни белгилашда кўплаб омилларни инобатга олинади:

Жумладан, энергоресурслар *(электр-энергияси)* тарифларининг ўсиши, иш ҳақи миқдорларининг ўзгариши, амортизация ажратмалари суммаси кўпайиши, мукаммал ва жорий таъмирлаш харажатларнинг ўзгариши, соҳани ривожлантириш учун жалб қилинган халқаро молия институтлари кредитлари бўйича тўловларнинг қайта кўриб чиқилиши, сувни тозалаш, истеъмолчиларга етказиб бериш жараёнида фойдаланиладиган кимёвий реагентлар *(хлор, алюмин сулфат, натрий гипохлорит, техник туз ва ҳоказо)* учун харажатларнинг ўзгариши ҳисобига ичимлик суви ва канализация хизматлари тарифлари қайта кўриб чиқилади.

Ичимлик сув ишлаб чиқариш ва канализация хизматлари кўрсатиш учун харажатларнинг асосий қисми электр энергияси харажатлари

(республика бўйича ўрта ҳисобда 34 %), ишчилар ва бошқарув ходимларининг иш ҳақи харажатлари *(26 %)*, амортизация ажратмалари *(11 %)* ва молиявий фаолият бўйича *(5 %)* ташкил этмоқда. Ушбу ҳолат қуйидаги чизмада ўз аксини топган (1-расм).



1-расм. Ичимлик суви таъминоти ва канализация хизматлари тарифида харажатлар таркиби

Жаҳон банки мутахассислари билан ҳамкорликда олиб борилган республикамиз ичимлик суви таъминоти ва канализация хизматлари соҳасида ўрганишлари натижасида тақдим қилган маълумотлар шуни кўрсатдики, республикамизда ичимлик суви таъминоти хизматлари учун тарифлар Европа, Болтиқ бўйи ва МДХ мамлакатлари ичида энг паст даражани ташкил этар экан. Буларнинг қиёсий таҳлилини қуйидаги жадвал маълумотлари асосида кўриш мумкин (1-жадвал).

1-жадвал

Хорижий давлатлардаги ичимлик суви таъминоти хизматлари тарифи бўйича қиёсий маълумотлар

Т.р	*Давлатлар номи*	*Пойтахт шаҳри*	*Ўртача тариф (долл. / куб.м)*
1	**Дания**	Копенгаген	**3,48**
2	**Германия**	Берлин	**2,97**
3	**Бельгия**	Брюссель	**2,87**
4	**Нидерландия**	Амстердам	**2,54**
5	**Норвегия**	Осло	**2,44**
6	**Франция**	Париж	**2,43**
7	**Австрия**	Вена	**2,28**
8	**Швейцария**	Берн	**2,19**
9	**Буюк Британия**	Лондон	**2,06**
10	**Швеция**	Стокгольм	**2,04**
11	**Финляндия**	Хельсинки	**1,88**

12	**Португалия**	Лиссабон	**1,64**
13	**Италия**	Рим	**1,59**
14	**Испания**	Мадрид	**1,50**
15	**Эстония**	Таллин	**1,36**
16	**Польша**	Варшава	**1,34**
17	**Венгрия**	Будапешт	**1,26**
18	**Болгария**	София	**1,05**
19	**Гибралтар**	***Гибралтар***	**0,95**
20	**Молдова**	Кишинев	**0,94**
21	**Россия**	Москва	**0,52**
22	**Украина**	Киев	**0,35**
23	**Арманистон**	Ереван	**0,27**
24	**Грузия**	Тбилиси	**0,27**
25	**Белоруссия**	Минск	**0,27**
26	**Қозоғистон**	Нур-Султон	**0,21**
27	**Озарбайжон**	Баку	**0,21**
28	**Қирғизистон**	Бишкек	**0,09**
29	**Ўзбекистон**	Тошкент	**0,04**

Шунингдек, Вазирлар Маҳкамасининг 2014 йил 15 июлдаги 194-сон қарори билан тасдиқланган “Истеъмолчиларга сув таъминоти ва оқова сувни чиқариш хизматлари кўрсатиш қоидалари”га асосан кўрсатилган хизматлар учун ҳисоб-китоб сув ҳисоблагич асосида ёки у бўлмаган тақдирда Қорақалпоғистон Республикаси Жўқорғи Кенгеси, вилоятлар ва Тошкент шаҳар ҳокимликлари томонидан тасдиқланган сув истеъмоли нормаларига мувофиқ амалга оширилади.

Хулоса ўрнида шуни таъкидлаш жоизки, коммунал соҳага, айниқса ичимлик суви таъминоти ва канализация хизматларини такомиллаштириш замонавий технологияларни кенг жорий қилиш, хорижий тажрибаларни қўллаш бир мунча ўзгаришларга сабаб бўлади.

Биринчидан, тарифлар оширилиши ҳисобидан соҳага қилинадиган харажатлар кўпайиши эвазига ичимлик суви ва канализация хизматлари сифати яхшиланади.

Иккинчидан, тарифларни шакллантиришда депутатларнинг иштироки ушбу масаланинг шаффофликни таъминлаш имкониятини ҳам яратади.

Учинчидан, ушбу 2021 йилдан бошлаб ичимлик сувига тарифнинг ошганлигига қарамасдан дунё мамлакатлари ичида энг арзон тариф ўзимизда эканлилигини кўриш мумкин.

Пировардида, айтиш мумкинки, ҳар бир фуқаро ичимлик сувидан фойдаланишда тежамкорликка амал қилса, исроф қилинган ҳар бир томчи сув учун Яратган олдидан жавоб бериши ҳақлигини дилдан ҳис қилса, йилдан йилга камайиб бораётган сув захираларининг келгуси авлодларга ҳам етиб боришини таъминлашга хизмат қилган бўларди.

К.Б.Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
У.Б. Абдурайимов– СамИСИ, МА-120 гуруҳ магистранти
Ф.Нурниёзов – СамИСИ, МА-120 гуруҳ магистранти

АУДИТОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ БУГУНГИ МУАММОЛАРИ

Аннотация. Мақолада аудиторлик фаолиятининг бугунги холати, унга тўсиқ бўлаётган муаммолар, уни ривожлантириш масалалари ёритилган. Хўжалик юритувчи субъектлар молиявий-хўжалик фаолиятини амалдаги қонунчиликка асосан атрофлича ўрганиш ва таҳлил этиш, муаммоларни аниқлаш ҳамда уларни бартараф этиш юзасидан самарали таклиф ва тавсиялар бериш бўйича фикрлар баён қилинган.

Калит сўзлар. мустақиллик, ҳалоллик, виждони софлиги, фикрни билдириш, аудиторлик хизмати сифати.

Аннотация. В статье описывается текущее состояние аудита, проблемы, которые ему мешают, вопросы его развития. Высказываются мнения о комплексном изучении и анализе финансово-хозяйственной деятельности субъектов хозяйствования в соответствии с действующим законодательством, выявлении проблем и эффективных предложений и рекомендаций по их решению.

Ключевые слова. независимость, честность, совесть, мнение, качество аудиторской службы.

Abstract. The article describes the current state of auditing, the problems that hinder it, the issues of its development. Opinions are expressed on a comprehensive study and analysis of financial and economic activities of business entities in accordance with current legislation, identification of problems and effective proposals and recommendations for their solution.

Key words: independence, honesty, conscience, opinion, quality of auditing service.

Мамлакатимиз иқтисодиётини модернизациялаш ва ишлаб чиқариш тармоқларига янги замонавий техника-технологияларнинг кириб келиши асосида хўжалик субъектларининг молиявий мустаҳкамлигини ошиши кейинги йилларда аудиторлик фаолиятини янада ривожланишига пойдевор бўлмоқда. Ўтган йилларда мамлакатимизда аудитнинг норматив-ҳуқуқий ва услубий базаси шакллантирилди, шунингдек, аудиторлик фаолиятини лицензиялашнинг соддалаштирилган ва муддатсиз тизими жорий этилди, бу аудиторлик хизматлари бозорининг шаклланишига ва маҳаллий аудиторлик ташкилотлари аудиторлик компанияларининг йирик халқаро тармоқларига киришини таъминлашга имкон яратди.

Мамлакатимизда аудиторлик фаолиятини ривожлантириш, бу борадаги қонунчиликни тартибга солиш ва мустаҳкамлаш бўйича катта ишлар амалга оширилмоқда. Мазкур чора-тадбирлар, авваламбор, аҳолининг янги шаклланаётган бозор институтлари ва механизмларига нисбатан ишончини мустаҳкамлашга қаратилгани билан муҳим аҳамият касб этади. Бугунги кунда юртимиздаги акциядорлик жамиятлари ва бошқа тадбиркорлик субъектларининг миллий молиявий ҳисоботларини халқаро стандартларга ўтказиш тажрибаси тўлиқ ўзлаштирилди. Бу ўз навбатида акциядорлик

жамиятларининг устав капиталларига хорижий инвесторларни жалб этиш ва корпоратив бошқарув тизимини янада ривожлантириш имконини бермоқда.

Шу билан бирга, қатор муаммолар ва камчиликлар аудиторлик фаолиятининг янада ривожланишига, бошқаришга оид қарорларни қабул қилиш ва корпоратив бошқарув сифатини ошириш учун аудиторлик хизматларининг аҳамиятини оширишга тўсқинлик қилмоқда,булар жумласига аудиторлик ташкилотларига ишонч даражаси пастлиги, аудиторлик текширувига молиявий ҳисоботнинг ҳаққонийлигини тасдиқлашнинг кафолати эмас, балки ортиқча ва малол келадиган маъмурий тартиб-таомил сифатида қаралаётганлиги, аудиторлик ташкилотларини танлаб олиш бўйича мавжуд чекловлар ва танловлар ўтказиш амалиёти кўп ҳолларда инсофсиз, шу жумладан, нарх борасида инсофсиз рақобатни келтириб чиқараётганлиги аудиторларни махсус тайёрлаш ва уларнинг малакасини оширишнинг амалдаги тизими юзаки тусга эга бўлиб, профессионал тайёргарликнинг ва аудиторлик хизматлари сифатининг зарурий даражасини, шу жумладан, аудиторлик фаолиятининг халқаро стандартларига мослигини таъминланмаётганлигини кўрсатиб ўтишни лозим топдик. Шу ўринда аудиторлик фаолиятининг миллий стандартлари умумэътироф этилган халқаро аудит стандартларига тўлиқ мос эмаслиги, бу эса хорижий инвесторларда маҳаллий корхоналар молиявий ҳисоботларининг ҳаққонийлигини тушуниш кўникмасининг шаклланишини таъминламаётганлигини кўрсатиб ўтиш шарт деб ўйлаймиз.[1]

Аудиторлар далолат бериш вазифасини бажарар эканлар бухгалтерия ҳисоботининг тўғрилиги ва объективлиги тўғрисида фикр билдириш имконини берадиган етарли даражада ишончли далилларни ўз вақтида тўплашни ўзларининг вазифаси деб биладилар. Демак, аудиторлар кўпгина ҳолатларни (масалан, текширилаётган хўжалик тизими ходимлари ва маъмуриятининг суистеъмолларини) ўзларининг вазифаларидан, шунингдек олинган топшириқ моҳиятидан келиб чиқмайдиган қўшимча деб ҳисоблашлари керак.

Бироқ бухгалтерия ҳисоботини тузувчилар, ундан фойдаланувчилар аудит (умумий аудит, банклар, фондлар, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш, суғурта компаниялари аудити) давомида хизмат қандай бўлиши лозимлигига бироз бошқача қарайдилар. Масалан, аудиторлар маҳорат ва кўп гонорар олишга даъво қиладилар, бухгалтерия ҳисоботини тузувчилар ва ундан фойдаланувчилар ҳар қандай ҳолларда ҳам текширувчилардан улкан, муҳим суистеъмолларнигина эмас, майда суистеъмолларни, ҳисоботдан барча бузилишларни очиб ташлашга самарадорликни кутишлари мумкин. Бироқ, тажрибали аудитор, айниқса энди ишлай бошлаган аудитор бу соҳаларда ҳамиша самарали ишлай олмаслигини кўрсатмоқда.

Текшириладиган хўжалик тизимининг маъмурияти аудиторлар олдига эҳтимол тутилган суистеъмоллик фактларини ва уларнинг оқибатларини

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентнинг 19.09.2018 йилдаги “Ўзбекистон Республикасида аудиторлик фаолиятини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори.

аниқлаш вазифасини қўйса - бу бошқа гап. Масалан, автомобилларга техник хизмат кўрсатувчи йирик базанинг маъмурияти ўз ҳудудида жойлашган иккита номустақил транспорт дўконида чакана савдо тўғри юритилаётганини текширишни илтимос қилди. (Бу аудиторларнинг мижоз билан келишилган тадбирлари бўйича хизмати дейилади). Бундай топшириқни бажариш учун, шубҳасиз текширувчилар алоҳида аудиторлик тестлари ва тадбирларини ишлаб чиқишлари назоратнинг товар ва кассани тўсатдан инвентаризация қилиш, миқдор ҳисобини тиклаш, шубҳа туғдирган алоҳида ҳужжатлар бўйича қайта текшириш ўтказиш каби алоҳида усуллардан фойдаланишлари лозим.

Мустақиллик - аудиторлик касбининг асосий тамойилларидан биридир. Аслини олганда бу профессионал фикрни билдиришга, яъни ўзининг ҳалоллиги, виждони софлиги ва касбига оид бурчини бажаришга холисона ёндашиш асосида аудиторнинг далолат бериши вазифасини бажаришига имкон берадиган муҳитдир. Бунга:

а) мутлақ мустақиллик амалда бўлмайдиган орзу, лекин шундай мустақилликка эришишга интилмай ўтказилган текшириш умуман ўз моҳиятини йўқотади;

б) текширувчиларнинг билим даражаси кенгайган сари текширишнинг самараси ортади ва мустақиллик даражаси камайган сари пасаяди;

в) деярли ҳамиша текширувчилар мустақиллигини пасайтирувчи омиллар вужудга келиши мумкин;

г) касбига доир фаолият билан шуғулланаётган аудиторларнинг мустақиликка эришишга интилиши, улар дуч келадиган салбий омилларни ишончли бартараф этишлари учун асос бўлиб хизмат қилиши лозим.

Жаҳон тажрибасида бир қанча омиллар ва вазиятлар таъсири натижасида аудитор мустақиллиги даражалари камайиб бормоқда. Уларни ҳаммасини санаб ўтиш қийин, шунга қарамай уларнинг орасидан қуйидагиларни ажратиб кўрсатиш мумкин:

- ўзи бажарган аудиторлик хизматлари учун ўз аудиторлик ташкилотларидан эмас, бевосита иқтисодий субъектдан ҳақ (молиявий ёрдам, қарз ва шу кабилар) олгани;

- иқтисодий субъект маъмурияти вакилларига яқин қариндошлилиги;

- кўп йиллар ушбу иқтисодий субъектни текширишда сурункасига қатнашганлиги ва бошқалар.

Амалда аудитор мустақиллиги мақсад бўлиши, аудиторлар ҳам уларнинг мижозлари ҳам, умуман жамият ҳам шу мақсадга интилиши керак. Бундай мақсадга маълум даражада эришса бўлади. Масалан, аудитор хизмати учун кўп холларда уни ёллаган мижоз шахсини ўзи ҳақ тўлашига қарамай аудитор бу ишни бажариш учун етарли даражада мустақил бўлиши мумкин ва лозим. Бундан ташқари аудиторга текширилаётган хўжалик тизими томонидан ҳақ тўланиши агар бу тизим маъмурияти жиноий ишларга ботиб қолмаган бўлса таклиф этилган мутахассисга алоҳида ишонч билдиради, ҳатто ўз хўжалиги жуда шубҳали, хатарли зоналарни муфассал, чуқур тадқиқ

этиш ташаббускори бўлиши ҳам эҳтимолдан ҳоли эмас. Бошқача айтганда аудиторнинг мустақиллиги (хизмати учун мижоздан ҳақ оладиган нотариус ёки врачнинг мустақиллиги каби) умуман фуқаролик жамияти интилиши лозим бўлган мақсаддир, бу яқинлашиш маълум даражада мумкин ва жуда зарур бўлган мақсаддир.

Хулоса қиладиган бўлсак, Республикамизда аудиторлик текширувларини ташкил этиш ва унинг натижаларини умумлаштириш ва баҳолашнинг мақсади хўжалик юритувчи субъектлар молиявий-хўжалик фаолиятини амалдаги қонунчиликка асосан атрофлича ўрганиш ва таҳлил этиш, муаммоларни аниқлаш ҳамда уларни бартараф этиш юзасидан самарали таклиф ва тавсиялар бериш бўлса, иқтисодиётда тутган ўрни мулкчилик шаклидан қатъий назар биринчидан, молиявий-хўжалик фаолиятининг ишончли, холисона ва мустақил аудиторлик текширувидан ўтказилишини таъминлаш, иккинчидан, амалдаги қонунчиликнинг такомиллаштирилиши аудиторлик хизматининг сифатли ўтказилишини рағбатлантиришдан иборатдир деб уйлаймиз.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентнинг 19.09.2018 йилдаги “Ўзбекистон Республикасида аудиторлик фаолиятини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори.
2. Дўсмуратов Р.Д. Аудит асослари.-Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси. 2003.-612 с.
3. Маматов З.Т. ва бошқ. Аудит: Ўқув қўлланма.-Т.: Тошкент Ислом Университети. 2002.-280 б.
4. Мусаев Ҳ.Н. Аудит.-Т.: Молия. 2003.-220 б.
5. Ризақулов А.А., Нарзиев Р. Аудит, - Т.: 1999.
6. Санаев Н.С., Нарзиев Р. Аудит. Ўқитувчи, 2001.

Ж.М. Уразматов– Гулистон давлат университети, “Иқтисодиёт” кафедраси ўқитувчиси

ЎЗБЕКИСТОНДА ҚЎШИЛГАН ҚИЙМАТ СОЛИҒИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация. Ўзбекистон давлат бюджетини тўлдиришда қўшилган қиймат солиғининг тутган ўрни муҳилигидан келиб чиқиб, қўшилган қиймат солиғининг аҳамияти ва уни такомиллаштириш йўллари алоҳида ўрин тутади. Бу борада солиқ қонунчилигига қаратилган тизимли чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Мазкур мақолада Ўзбекистонда қўшилган қиймат солиғини такомиллаштириш, хорижий давлатларнинг солиқ ставкаларини таҳлили асосида солиқ ставкасини камайтиришда миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ошириш борасида фикр ва мулоҳазалар юритилган.

Калит сўзлар: қўшилган қиймат солиқ, инсофли солиқ тўловчи,бюджет даромадлари, билвосита солиқлар, асосий восита, номоддий актив,яширин иқтисодиёт, ишлаб чиқариш ва такрор ишлаб чиқариш, ҳисобварақ-фактуралар.

Аннотация. Исходя из роли налога на добавленную стоимость в пополнении государственного бюджета Узбекистана, особое место занимает значение налога на добавленную стоимость и пути его совершенствования. В этом направлении реализуются системные меры, направленные на совершенствование налогового законодательства. В данной статье рассмотрены вопросы совершенствования налога на добавленную стоимость в Узбекистане, повышения конкурентоспособности национальной экономики при снижении налоговой ставки на основе анализа налоговых ставок зарубежных стран.

Ключевые слова: налог на добавленную стоимость, добросовестный налогоплательщик, доходы бюджета, косвенные налоги, основные средства, нематериальный актив, теневая экономика, производство и воспроизводство, счета-фактуры.

Abstract. Based on the role of the value-added tax in the replenishment of the state budget of Uzbekistan, a special place is occupied by the value of the value-added tax and ways to improve it. In this direction, systematic measures are being implemented to improve tax legislation. This article discusses the issues of improving the value added tax in Uzbekistan, improving the competitiveness of the national economy while reducing the tax rate based on the analysis of tax rates of foreign countries.

Keywords: Value Added Tax, honest taxpayer, budget revenue, indirect taxes, principal instrument, intangible asset,hidden economy, production and reproduction, invoices.

Бугунги бозор иқтисодиёти шароитида давлат бюджетини шакллантириш, тадбиркорлик субъектларини ҳалол ва инсофли қатламлари кўпайиб бориши билан бир қаторда қўшилган қиймат солиғининг адолатли ҳамда шаффоф занжирини такомиллаштириш юзасидан чора-тадбирлар амалга оширилмоқда.

Қўшилган қиймат солиғини давлат бюджетида тутган ўрнини ошириш учун тадбиркорлик субъектларини кўпайтириш, ишлаб чиқариш ва қайта ишлаб чиқаришни ривожлантириш, тадбиркорлик субъектларининг фаолият юритиши учун кенг ва қулай шарт-шароитлар яратиш талаб этилади.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасида: **“**Қўшилган қиймат солиғи ставкаси 20 фоиздан 15 фоизга туширилди. Бунинг ҳисобидан ўтган йили солиқ тўловчилар ихтиёрида 2 триллион сўм қолди. Жорий йилда бу рақам 11 триллион сўмни ташкил этиши кутилмоқда. Бир йилда тадбиркорлар ихтиёрида шунча маблағ қолиши, албатта, уларга ўз бизнесларини ривожлантириш учун жуда катта қўшимча имкониятлар яратади. Ислоҳотларимиз натижасида ўтган йили 93 мингта ёки 2018 йилга нисбатан қарийб 2 баробар кўп янги тадбиркорлик субъектлари ташкил этилди”-деб таъкидланади.

Мамлакатимизда солиқ тизимини ривожлантиришда унинг рағбатлантириш вазифасидан самарали фойдаланишни талаб этилади. Бунда солиқлар воситасида корхоналарнинг фаолиятини рағбатлантириш ва натижада улар иқтисодий фаоллигини ривожлантириш алоҳида аҳамият касб этади. Чунки корхоналарнинг иқтисодий фаоллигининг ривожланиши бир

томондан, унинг иқтисодий юксалишига, даромадларининг ошишига олиб келса, иккинчи томондан, солиқ тўловчи сифатида солиққа тортиладиган базанинг кенгайишига олиб келади ва бу охир оқибатда бюджет даромадларининг ошишини келтириб чиқаради. Ҳозирги кунда билвосита солиқлар давлат бюджетининг даромадлар қисмида салмоқли ўринларни эгаллайди.

1-жадвал.

Билвосита солиқлар давлат бюджетининг даромадлар қисмида эгаллаган ўрни таҳлили

млрд.сўмда

№	Даврлар	Бюджет даромадлари	Билвосита солиқлар	Билвосита солиқларнинг улуши фоизда
1	2018	62 229,5	33 404,3	53,7
2	2019	102 627,6	47 029,8	45,8
3	2020	98 186,1	52 165,6	53,1
4	2021	120 231,7	60 145,9	50,0
	Жами	**383 274,9**	**192 745,6**	50,3

Юқоридаги жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, 2020 йилда давлат бюджети даромадлари 98186,1 млрд.сўм белгиланган бўлиб, шундан 52165,6 млрд.сўмини билвосита солиқлар ташкил қилиб 53,1 фоизда салмоқли ўринни эгаллаган. Шу сабабли билвосита солиқларнинг ҳисобини ўрганиш долзарб масалалардан ҳисобланади. Демак, ҳозирда, мамлакатимиз солиқ тизими олдида бозор муносабатларини тўлақонли шакллантириш учун шарт-шароит яратиш билан бир қаторда, давлат бюджетини маблағлар билан таъминлаш ҳамда устувор йўналишдаги иқтисодий фаолиятни солиқлар воситасида қўллаб-қувватлашни талаб этади. Хўжалик юритувчи субъектларнинг иқтисодий фаолиятини солиқлар воситасида, айниқса унинг энг муҳим турларидан бири бўлган қўшилган қиймат солиғини такомиллаштириш катта аҳамият касб этади.

Билвосита солиқлар механизмидаги муҳим муаммолардан бири сифатида солиқ ставкаларининг бироз юқорилигини келтириш ўринлидир.

Қуйидаги жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, бугунги кунда иқтисодиёти ривожланган давлатларда қўшилган қиймат солиғи ставкаси кам миқдорда белгиланганлиги гувоҳи бўламиз. Қозоғистон ва Қирғизистонда қўшилган қиймат солиғи ставкаси 12 фоиз, Жанубий Корея, Индонезия ва Ливанда 10 фоиз, Швейцарияда 8 фоиз, Таиландда 7 фоиз ставкада солиқ амалиётини кўриш мумкин. Ушбу давлатларнинг иқтисодиёти бугунги кунда ривожланган давлатлар қаторидан жой олганлигини ва тадбиркорларнинг солиқ муносабатларида ижобий иштирок этиши бюджетнинг ортиб боришига хизмат қилади.[1](2-*жадвал*)

[1] Ўзбекистон Республикаси Давлат Солиқ Қўмитаси малака ошириш маркази маълумотлари асосида тайёрланган.

2-жадвал.

Қўшилган қиймат солиғи тўлаётган давлатлар ва солиқ ставкалари

Давлат номи	ҚҚС, %	Давлат номи	ҚҚС, %
Венгрия	27	Хитой	16
Дания, Норвегия, Швеция	25	**Туркманистон, Ўзбекистон**	15
Греция Исландия	24 24,5	**Қозоғистон, Қирғизистон**	12
Уругвай, Португалия	23	Жанубий Корея, Индонезия, Ливан	10
Италия	22	Швейцария	8
Голландия, Бельгия	21	Таиланд	7
Буюк Британия, Франция, Австрия, **Россия, Белорусия**	20	Доминикан Республикаси	6
Германия	19	Сингапур, Саудия Арабистони	5
Латвия, Исроил, **Тожикистон**	18	Ҳиндистон	4

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат Солиқ Қўмитаси малака ошириш маркази маълумотлари асосида тайёрланган.

Ҳозирги кунда ишлаб чиқариш ва қайта ишлаб чиқаришга ихтисослашган корхоналар тармоғи кенгайиб бораётган бир вақтда ушбу корхоналарга 15 фоизлик солиқ ставкасини 10 фоизга тушириб белгилаш ҳам тадбиркор-ларни янада қўллаб қувватлашга асос бўлиб хизмат қилади. Бунинг натижасида қанчадан қанча ҳали ҳам яширин иқтисодиёт орқали тадбиркорлиги амалга ошириб, охир оқибатида қонун олдида жавоб беришга тўғри келаётганларнинг олди олиниб, ёш тадбиркор-ларнинг ривожланиши ҳамда ишлаб чиқарилган маҳсулотларини дунё миқиёсида рақобатдошлиги таъминлашга хизмат қилади.

Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев раислигида 2020 йил 8 январь куни Давлат бюджети параметрларини ижро этиш ва ҳудудларда тадбиркорликни ривожлантириш бўйича жорий йилги устувор вазифаларга бағишланган видеоселектор йиғилишида “Ягона йўлимиз – тадбиркорлар сонини кўпайтириш, одамларни ишбилармон қилиш!.”- деб таъкидлаганлари бежисга эмас.[1]

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев раислигида 2020 йил 8 январь куни Давлат бюджети параметрларини ижро этиш ва ҳудудларда тадбиркорликни ривожлантириш бўйича жорий йилги

Ўзбекистонда 2019 йил солиқ тизимини ислоҳ қилиш ва солиқ юкини камайтириш юзасидан қўшилган қиймат солиғи ставкасини 20 фоиздан 15 фоизга туширилиши натижасида, 2019 йил якунлари билан қўшилган қиймат солиғи тўловчилари сони (2018 йилда 6769 та -2019 йилда 82405 та) 75636 тага кўпайганини кузатиш мумкин.[1]

Давлат бюджети даромадларини купайтиришнинг иккинчи йўналиши эса солиқ солишнинг яширилган базасини аниқлаш ва солиққа тортишдан иборат.

Агар корхона ҳисобланган солиқ суммасини бюджетга ўз вақтида ўтказиб бермаса, бундай ҳолатда Давлат солиқ инспекциялари масъул ходимлари томонидан ҳисобланган солиқ суммасига нисбатан кечиктирилган ҳар бир кун учун 0,033 фоиз миқдорида пеня (молиявий жазо) қўлланилишига олиб келади. Бунда корхона раҳбариятига нисбатан маъмурий чора қўлланилмайди. Чунки, ушбу жараёнларнинг солиқ айланма сифатида белгиланиши солиқ тўловчининг ўз имкониятлари эвазига ишлаб чиқаришни кенгайтиришни рағбатлантиришни камайтиради, банкларнинг эса капиталлашувига салбий таъсир этади. Ваҳоланки, бугунги кунда банкларнинг капиталлашувини ошириш давлатимизнинг устувор иқтисодий сиёсати сифатида белгилаб олинган.

Қўшилган қиймат солиғини такомиллаштириш йўлларини таҳлил қилиш жараёнида қуйидаги таклиф ва тавсияларни таъкидлаш жоиз ҳисобланади:

Биринчидан, бугунги кунда иқтисодиёти ривожланган давлатларда қўшилган қиймат солиғи ставкаси кам миқдорда белгиланганлиги ушбу давлатларнинг бюджет даромадлари ва тадбиркорларнинг ошиб боришига хизмат қилмоқда. Ҳозирги кунда Ўзбекистонда ҳам ишлаб чиқариш ва қайта ишлаб чиқаришга ихтисослашган корхоналар тармоғи кенгайиб бораётган бир вақтда ушбу корхоналарга 15 фоизлик қўшилган қиймат солиғи ставкасини 10 фоизга тушириш таклиф этилади;

Иккинчидан, тадбиркорларни қўллаб-қувватлаш мақсадида давлат солиқ инспекциялари масъул ходимлари томонидан ҳисобланган солиқ суммасига нисбатан кечиктирилган ҳар бир кун учун пеня (молиявий жазо) қўлланилиши бекор қилиш тавсия этилади;

Учинчидан, корхоналарнинг айланма маблағлари ортиб бориши билан даромадларнинг ҳам ортиб броишига хизмат қилиши мақсадида айланма маблағларига чегаравий миқдор 500 млрд.сўм қилиб белигилаш ва айланма маблағлари 500 млрд.сўмдан ошган қисмига солиқ ставкасининг имтиёзли шаклини жорий қилишни таклиф этилади;

Юқоридаги таклиф ва тавсиялардан келиб чиқиб, хулоса ўрнида шуни таъкидлаш жоизки, қўшилган қиймат солиғини такомиллаштиришда хорижий давлатларнинг солиқ амалиёти

устувор вазифаларга бағишланган видеоселектор йиғилиши

[1] Ўзбекистон Республикаси Давлат солиқ қўмитасининг 2019 йил якунлари журнали.

тажрибасидан фойдаланган ҳолда, солиқ ставкаларининг пасайтирилиши, ҳисобланган солиқ суммасига нисбатан кечиктирилган ҳар бир кун учун пеня (молиявий жазо) қўлланилмаслиги, қўшилган қиймат солиғи тўловчи корхоналарга айланма маблағларининг чегаравий миқдордан ошган қисмига солиқ ставкасининг имтиёзли шаклини қўллаш каби таклифларнинг амалга оширилиши натижасида, тадбиркорларни янада қўллаб қувватлаш, инсофли ва ҳалол тадбиркорларнинг кўпайиши, қўшилган қиймат солиғи ундирилиши билан боғлиқ солиқдан қочиш йўлларини камайиши ва бюджет даромадларини оширишга хизмат қилади.

Yu.I.Turdibekov – SamDAQI katta o'qituvchisi

AVTOTRANSPORT VOSITALARINI BAHOLASHNING O'ZIGA XOS JIHATLARI

Annotatsiya: Ko'char mulklar turli-tuman va ularni baholashda ularning o'ziga xos xususiyatlari inobatga olinadi. Maqolada avtotransport vositalari qiymatini baholashning o'ziga xos jihatlari to'g'risida ayrim fikrlar bayon qilingan.

Kalit so'zlar: baholash faoliyati, baholash yondashuvlari, xarajat yondashuvi, daromad yondashuvi, qiyosiy yondashuv.

Аннотации: Движимое имущество разнообразно и при его оценке учитываются его особенности. Статья дает представление об особенностях оценки автотранспортных средств.

Ключевые слова: оценочная деятельность, оценочные подходы, затратный подход, доходный подход, сравнительный подход.

Abstract: Moving property is diverse, and its characteristics are taken into account when evaluating it. The article gives an idea about the features of the assessment of vehicles.

Key words: appraisal activity, appraisal approaches, cost-based approach, income-based approach, comparative approach.

Hozirga vaqtda zamonaviy bozor iqtisodiyoti va huquqiy davlatning muhim institutlaridan biri – baholash faoliyati faol rivojlanmoqda. U jamiyatda normal iqtisodiy-huquqiy munosabatlarning shakllanishi, shuningdek mulkiy huquqlar ob'yektlarining qonuniy va mukammal iqtisodiy aylanmasini ta'minlash uchun zarur. Mamlakatda avtomobillashuv darajasining barqaror o'sishi natijasida avtotransport vositalarini iqtisodiy baholashga bo'lgan talab doimiy ravishda oshib bormoqda.

Hozirgi kunda mamlakatimizda 224 ta baholash tashkiloti va 1040 dan ziyod baholovchi faoliyat ko'rsatishmoqda[1]. Ular turli mulklarni, shu jumladan avtotransport vositalarini baholash bilan shug'ullanishadi. Avtotransport vositalarini baholash "Baholash faoliyati to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonuni hamda O'zbekiston Respublikasi yagona milliy baholash standarti asosida

[1] https://www.davaktiv.uz (O'zbekiston Respublikasi Davlat aktivlarini boshqarish agentligi rasmiy sayti).

amalga oshiriladi.

Baholash metodologiyasi baholash usullari tizimi sifatida uchta yondashuvni o’z ichiga oladi: xarajat, qiyosiy va daromad yondashuvlari.

Xarajat yondashuvi ob’yektning aniq nusxasini qayta yaratish yoki joriy narxlarda yangi sifatida teng qiymatli o’rinbosar qiymatini aniqlash hamda jismoniy yemirilish, funksional va iqtisodiy eskirish bilan bog’liq qiymat yo’qotishni aniqlashga asoslanadi. Qayta jihozlangan avtomashinalarni, individual ijodkorlik uslubida ishlab chiqarilgan avtomashinalarni baholashda xarajat yondashuvidan foydalanish mumkin. Xarajat yondashuvidan loyihaviy qiymatni aniqlashda ham foydalanish mumkin, chunki bu holda baholash ob’yekti avtomobil zavodining eksperimental sexida yig’ilgan yangi rusumdagi transport vositasining yagona nusxasi hisoblanadi. Xarajat yondashuvi transport vositalarini ta’mirlash (tiklash) xarajatlarini baholashda asosiy hisoblanadi va ta’mirlash ishlari uchun smetalarni tuzish asosida amalga oshiriladi. Bunday holda, xarajatlarga asoslangan yondashuv baholash ishlarini axborot bilan ta’minlashga alohida talablar qo’yadi, chunki smetalarni tuzishda transport vositalari uchun ehtiyot qismlarning narxi, mehnat sig’limi va ta’mirlash ishlarining qiymati, soliqlar va boshqalar to’g’risida ma’lumot talab qilinadi.

Qiyosiy yondashuv hozirgi vaqtda birlamchi yoki ikkilamchi bozorda hukmronlik qilayotgan transport vositalarini sotib olish va sotish narxlarini tahlil qilishga asoslangan. Avtotransport vositalari iste’mol tovarlari bo’lgani uchun va oldi-sotdi bitimlari soni yetarlicha ko’p bo’lganligi sababli, narxlar to’g’risidagi ma’lumotlar barqaror va qulaydir. Baholovchi ma’lum bir transport vositasining amaldagi bozor narxi to’g’risida ma’lumotga ega bo’lmagan taqdirda, qiyosiy yondashuvidan foydalangan holda, ushbu transport vositasini funktsional va konstruktiv o’xshash bo’lgan transport vositalarining bozor narxlari tahlili asosida baholashi mumkin. Bunday holda to’g’ridan-to’g’ri taqqoslash usuli qo’llaniladi. Bundan tashqari, qiyosiy yondashuvda quyidagi usullardan foydalanish mumkin: vaznli narx ko’rsatkichlari usuli, korrelyatsion modellar usuli va ekspert baholari usuli. Ushbu uchta usul hozircha transport vositalarini baholashda keng qo’llanilmadi, chunki ular chuqur ilmiy asoslashni talab qiladi. Qiyosiy yondashuv avtotransport vositalarini baholashda asosiy hisoblanadi. Qiyosiy yondashuvdan foydalanishda dastlabki ma'lumotlar - mahalliy va import qilingan yangi va ishlatilgan avtomobillarning narxlari berilgan ko’plab spravochniklar, ishlab chiqaruvchilar, savdo tashkilotlari va dilerlarning prays-listlari, ixtisoslashgan bosma nashrlar.

Daromad yondashuvi kelajakda ob’yektni ekspluatatsiya qilishdan olish mumkin bo’lgan daromaddan kelib chiqib, bozor bahosini aniqlashga asoslanadi. Daromad faqat ma’lum bir ishlab chiqarish bilan ta’minlanganligi sababli, daromad yondashuvi ishlab chiqarish elementi bo’lgan mehnat vositalarining ayrim turlarini baholashda qo’llanilmaydi, lekin asosan faqat korxonalarni, sanoat majmualarini va boshqa biznes ob’yektlarini baholash uchun ishlatiladi. Daromad yondashuvi asosan pul oqimini diskontlash usuli va daromadlarni kapitallashtirish usulidan foydalanadi. Avtotransport vositalaridan ham daromad olinadi, ya’ni ularni ijaraga

berish orqali, yo'lovchi yoki yuk tashish xizmatlarini bajarish orqali avtotransport egasi daromadga ega bo'ladi. Shu sababli avtotransport vositalarini daromad yondashuvida baholash mumkin.

Avtomobil qiymatini baholash bo'yicha mutaxassisning ishi qiyin – chunki u ham xaridorning, ham sotuvchining manfaatlarini hisobga olishi lozim va bu manfaatlar hech qachon bir-biriga mos kelmagan. Baholovchi o'z bilim va malakasidan foydalangan xolda baholashni mustaqil, shaffof va odilona amalga oshirishi zarur.

Bugungi kunda avtotransport vositalarini baholash sohasida ma'lum muammolar mavjud, jumladan turli baholash tashkilotlari avtotransport vositalari qiymatini turlicha baholashadi va baholash natijalari ham turlicha chiqadi. Sababi – mamlakatda avtotransport vositalarini baholash bo'yicha uslubiyat ishlab chiqilmagan. Yagona milliy baholash standartining 9-bo'limi "Mashina va uskunalarni baholash (11-son MBS)" va "Mashina va uskunalarni baholash (11-son MBS) metodikasi" avtotransport vositalarini baholashga asosiy uslubiy qo'llanma hisoblanadi, lekin bu me'yoriy hujjatlar ko'proq ishlab chiqarish mashina va uskunalarini baholashga mos keladi, ammo avtotransport vositalarini baholashda foydalanishga noqulaylik tug'diradi. Chunki, avtotransport vositalari va mashina-uskunalar bir-biridan funksional vazifasi, konstruktiv tuzilishi, energiya iste'moli va boshqa tomonlari bilan farq qiladi va ularni bir uslubiyat asosida baholash ba'zi murakkabliklarni keltirib chiqradi.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, avtotransport vositalari funksional tayinlanishi, konstruktiv tuzilishi va energiya iste'moli bo'yicha boshqa turdagi mulklardan farq qiladi, shu sababli avtotransport vositalarini baholash bo'yicha alohida uslubiyat yaratilishi lozim deb o'ylayman va bunda quyidagilar inobatga olinishi zarur:

- avtotransport vositalarining o'ziga xos xususiyatlarini inobatga olgan xolda baholash yondashuvlarini va usullarini belgilash hamda ularni qo'llash tartib-taomillarini ko'rsatib berish;
- avtotransport vositalarining jismoniy, funksional va tashqi eskirishini aniqlash bo'yicha uslubiy qo'llanmalar ishlab chiqish va joriy qilish;
- avtotransport vositalari bo'yicha yagona axborot bazasini shakllantirish;
- avtotransport vositalarini baholash bo'yicha dasturiy ta'minot yaratish;
- OTMlarda "baholash" ta'lim yo'nalishi bo'yicha turli mutaxassislarni, shu jumladan avtotransport vositalarini baholash bo'yicha mutaxassislarni tayyorlashni yo'lga qo'yish va x.k.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Ўзбекистон Республикаси Ягона миллий баҳолаш стандарти. Т.: 2020.

2. Методические рекомендации по оценке стоимости автотранспортных средств и строительных машин/ Samarqand Xalqaro Biznes Maktabi, qimmatli qog'ozlar bozori mutaxassislarini tayyorlash bo'yicha Milliy Markaz; тай. Ганиев К.Б., Сафин Ф.Г., Зигуля С.В. – Т.: Konsauditinform – Nashr, 2010 – 166 б.

3. https://www.davaktiv.uz (O'zbekiston Respublikasi Davlat aktivlarini boshqarish agentligi rasmiy sayti).

К.Б. Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СУБЪЕКТЛАРИДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ ВА АУДИТНИ ХАЛҚАРО СТАНДАРТЛАРГА МУВОФИҚЛАШТИРИШ ЗАРУРАТЛАРИ ВА ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: мақолада хизмат кўрсатиш субъектларида бухгалтерия ҳисоби ва аудитни халқаро стандартларга мувофиқлаштиришнинг объектив ва субъектив заруратлари, йўналишлари ва йўллари очиб берилган.

Калит сўзлар: хизмат кўрсатиш, бухгалтерия ҳисоби, аудит, халқаро стандартлар.

Аннотация: В статье раскрыты объективные и субъективные предпосылки, направления и пути приведения бухгалтерского учета и аудита в соответствие с международными стандартами в субъектах сфер услуг.

Ключевые слова: сфера услуг, бухгалтерский учет, аудит, международные стандарты.

Abstract: The article reveals the objective and subjective needs, directions and ways to bring accounting and auditing in service entities in line with international standards.

Keywords: service, accounting, auditing, international standards.

Дунё мамлакатлари иқтисодиётида хизмат кўрсатиш соҳаси муҳим ўрин тутади. Ушбу соҳанинг яратилаётган ЯИМдаги улуши ривожланган мамлакатларда 70-90 фоизни, ривожланаётган мамлакатларда 40-55 фоизни ташкил этади.

Мустақиллик йилларида хизмат кўрсатиш соҳаси Ўзбекистон иқтисодиётида ҳам энг истиқболли ва тез суръатларда ривожланувчи тармоққа айланди.Агар 90-йиллар бошида иқтисодиётда хизмат соҳасининг улуши 33% атрофида, 2010-2016 йилларда 43-48 фоиз бўлган бўлса, ҳозирги даврда унинг ЯИМдаги улуши қарийб 35 фоизга тенг. Республикамизда жами банд аҳолининг ярмига яқини ушбу соҳада меҳнат қилмоқда.

Республикамизнинг яқин 10 йилликдаги тараққиёти рақамли иқтисодиётга ўтиш бўйича қабул қилинган Давлат дастурини амалий ижросига боғлиқ. Ушбу дастурга мувофиқ иқтисодиётнинг барча тармоқ ва соҳалари ривожи негизида ахборот-коммуникацион технологиялар (АКТ) ётади. Бу бевосита хизмат кўрсатиш соҳасига ҳам даҳлдордир.

Таъкидлаш жоизки, 2019 йил кузда бошланган, 2020 йилда авж олган ва хонузгача давом этаётган коронавирус пандемияси хизмат кўрсатиш соҳасига АКТларни жадал кириб боришига ва бунинг эвазига айрим хизмат турлари ривожининг тезлашувига олиб келди. Чунончи, пандемия даврида банк-молия хизматлари, алоқа ва ахборотлаштириш,онлайн савдо хизматлари, етказиб бериш, масофавий таълим, тиббий, коммунал ва айрим бошқа хизматлар турлари пасайиш томонга эмас, балки, маълум даражада” илғорлаш томонга

юз тутди. Ушбу хизмат турларига АКТни жадал кириб бориши 2020 йилнинг 3-4-чоракларида маълум даражада саноат, қишлоқ хўжалиги, қурилиш соҳалари субъектларида моддий ишлаб чиқаришни тўхтаб қолмаслигига, одамларнинг меҳнат билан банд бўлиши ва даромад олишига имкон яратди. Буларнинг барчаси хизмат кўрсатишнинг иқтисодиётда муҳим рол ўйнаши ва катта аҳамиятга моликлигининг яна бир бор исботи бўлди.

Хизмат курсатиш сохаси иктисодиётнинг энг кенг тармокли сохаларидан хисобланади. Ушбу соханинг асосий тармоклари сирасига куйидагилар киради (1-расм).



1-расм, Хизмат кўрсатиш соҳасининг асосий тармоқлари

Таъкидлаш жоизки, хизмат кўрсатиш соҳаси ва унинг тармоқлари иқтисодиётнинг бошқа тармоқ ва соҳаларидан турли жиҳатлари бўйича фарқланади. Шунингдек, хизмат кўрсатиш соҳасига кирувчи тармоқларнинг ўзлари ҳам бир-биридан турли жиҳатлари бўйича фарқ қилади. Бундай фарқлар, чунончи, ушбу соҳага кирувчи корхоналар томонидан юритилаётган фаолият турларида, уларнинг мазмунини ташкил қилувчи хўжалик жараёнлари ва муомалаларида, олинаётган даромадлар, қилинаётган

сарф-харажатлар, кўрсатилаётган хизматлар таннархини шакллантириш тартибида, ҳисоб-китобларнинг шакллари ва бошқаларда ўз аксини топади. Ушбу ва бошқа жиҳатлардаги фарқлар сабабли хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналари иқтисодий фаолият турлари классификаторида алоҳида гуруҳларга ажратилган, шунингдек уларнинг ҳар бирига махсус равишдаги фаолият турлари кодлари берилган.

Хизмат кўрсатиш соҳаси субъектларининг турлари, улар фаолиятининг кенг қирралиги, шунингдек ҳар бир хизмат турининг ўзига хос хусусиятлари ушбу соҳа корхоналарининг бухгалтерия ҳисоби ва аудитнинг ўзига хос субъектлари эканлигидан дарак беради. Хизмат кўрсатиш соҳасига кирувчи корхоналарда бухгалтерия ҳисоби ва аудитининг ўзига хос жиҳатлари бевосита уларнинг предметини ташкил қилувчи объектларнинг таснифи ва тавсифида, ҳисоб объектларини тан олиш, ўлчаш ва счётларда акс эттириш усулларида, хўжалик жараёнлари ва операцияларини ҳужжатли расмийлаштиришда, ҳисоб-китоб ишларининг ташкилий шакллари ва бошқа жиҳатларида ёрқин намоён бўлади.

Хизмат кўрсатиш соҳаси субъектларининг ўзига хос хусусиятлари улар томонидан ушбу хусусиятларни ўзида мужассамлаштирувчи ўзига хос ички ҳисоб ва ички аудит сиёсатини ишлаб чиқишни ҳамда уларга амал қилишни тақозо этади. Чунончи, ички ҳисоб сиёсатида хизмат кўрсатиш соҳасига тегишли корхонада танлаб олинган бухгалтерия ҳисобининг ташкилий шакли, хўжалик фаолияти кўрсаткичлари, активлар, мажбуриятлар ва хусусий капитал элементларини тан олиш мезонлари, улар ҳисобини юритишга асос бўлувчи ҳужжатлар тизими, ишчи счётлар режаси, бошланғич ҳужжатлар айланиши, архив иши, товар-моддий бойликларни инвентаризациясини ўтказиш жадвали, ҳисобни юритишга доир бошқа тартиб-қоидалар ҳамда тамойиллар аниқ ифодаланган бўлиши лозим. Ички аудит сиёсатида хизмат кўрсатиш соҳасига тегишли корхонада танлаб олинган ички назоратнинг ташкилий шакли, хўжалик фаолияти кўрсаткичлари, активлар, мажбуриятлар ва хусусий капитал элементларини ички аудитдан ўтказиш режаси ва дастури, ички аудиторлар иш ҳужжатлари тизими, бошланғич ҳужжатлар айланиши, архив иши, товар-моддий бойликларни инвентаризациясини ўтказиш жадвали, ҳисоб ва ҳисобот маълумотлари таҳлили ва мониторинги ҳамда бошқа тартиб-қоидалар ўз аксини топган бўлиши лозим.

Шу билан бирга хизмат кўрсатиш соҳаси субъектлари бошқа тармоқ субъектлари сингари молиявий ҳисобни юритиш ва молиявий ҳисоботни тузишда миллий ва халқаро стандартларни қўллашлари лозим ҳисобланади. Президентимизнинг 2020 йил 24 февралдаги “Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига ўтиш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ПҚ-4611-сонли қарорида мувофиқ молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига ўтишни жадаллаштириш орқали хорижий инвесторларни зарур ахборот муҳити билан таъминлаш ва халқаро молия бозорларига кириш имкониятларини кенгайтириш бўйича белгиланган вазифалар ҳамда чора-тадбирлар бевосита хизмат кўрсатиш соҳаси субъектларига ҳам тегишлидир.

Ушбу муҳим вазифаларни бажариш учун соҳа субъектларида қуйидаги ишларни амалга ошириш зарур ҳисобланади.

Биринчидан, барча йирик бизнес ва солиқ тўловчилар ҳисобланган хизмат кўрсатиш соҳаси субъектлари (акциядорлик жамиятлари, тижорат банклари, суғурта ташкилотлари ва йирик солиқ тўловчилар):

2021 йил 1 январдан бошлаб, МҲХС асосида бухгалтерия ҳисоби юритилишини ташкил этади ва 2021 йил якунларидан бошлаб молиявий ҳисоботни МҲХС асосида тайёрлайди, қонун ҳужжатларида МҲХСга ўтишнинг эртароқ муддатлари назарда тутилган юридик шахслар бундан мустасно;

2021 йил якунига қадар бухгалтерларни халқаро сертификатлаш доирасида «МҲХС бўйича молиявий ҳисобот» фанини муваффақиятли топширганлиги тўғрисида ҳужжатга ёхуд «Сертификатланган халқаро профессионал бухгалтер (CIPA)», «Сертификатланган дипломли бухгалтер (ACCA)», «Сертификатланган жамоатчи бухгалтер (CPA)» ва «Халқаро молиявий ҳисобот бўйича диплом (DipIFR)» сертификатларидан (кейинги ўринларда — халқаро бухгалтер сертификати) бирига эга камида уч нафар мутахассис миқдорида МҲХСни сифатли қўллаш учун етарли бўлган бухгалтерия хизмати ходимлари билан таъминлайди.

Иккинчидан, Ўзбекистон Республикаси Давлат активларини бошқариш агентлиги 2020 йилдан бошлаб, давлат улуши бўлган хизмат кўрсатишга ихтисослашган хўжалик жамиятлари ва давлат корхоналарининг МҲХС асосида бухгалтерия ҳисобини юритиш ва молиявий ҳисоботни тайёрлашга ўтиш жадвали ҳар йили тасдиқланиши ва 1 июнга қадар расмий веб-сайтида эълон қилинишини таъминлаши лозим.

Учинчидан, молиявий ҳисоботни ихтиёрий равишда МҲХСга мувофиқ тайёрлайдиган хизмат кўрсатувчи тадбиркорлик субъектлари бухгалтерия ҳисобининг миллий стандартлари бўйича молиявий ҳисобот тақдим этишдан озод этилади.

Ҳозирги кунда банклар, кредит ташкилотлари, ломбардларда молиявий ҳисоб миллий стандартлар асосида юритилаётган бўлсада, бироқ молиявий ҳисобот шакллари МҲХСлари талабларига мос келувчи шаклларда тузилмоқда, Бошқача айтганда, мазкур ташкилотларда ҳисоб ва ҳисоботларни МҲХСларига мувфиқлаштириш бўйича маълум тажрибалар тўпланган. Ушбу ташкилотларнинг халқаро стандартлар асосида тузилган молиявий ҳисоботлари аудитнинг халқаро стардартларига асосан аудит текширувларидан ўтказилмоқда ва ушбу стандартлар талабларига мос келадиган аудиторлик ҳисоботлари ва аудиторлик хулосалари билан расмийлаштирилмоқда. Кўпгина йирик хизмат соҳаси субъектлари, масалан “Ўзтелеком”, «МТС», «Билайн», «Ўзбекистон Почтаси» каби кенг кўламдаги алоқа хизматларини кўрсатаётган корхоналарда, «Сувоқова», «Иссиқлик манбаи», «Электр тармоғи» каби коммунал хизматларни кўрсатаётган корхоналарда, шунингдек туристик ва меҳмонхона хизматларини кўрсатаётган йирик комплексларда ҳисоб ва ҳисоботлар миллий стандартлар

асосида юритилиши билан бирга, йил якуни бўйича МҲХС асосида тузиладиган молиявий ҳисобот шаклларига трансформация қилинмоқда (ўтказилмоқда), Мос равишда, трансформацияланган молиявий ҳисобот шаклларига АХС асосида аудиторлик хулосалари олиниб келинмоқда.

Президентимизнинг ПҚ-4611-сон қарори билан тасдиқланган Йўл харитасига Молиявий ҳисоботларни МҲХС талабларига мослаштириш 2021 йилдан, то 2025 йилгача босқичма-босқич амалга оширилади. Ушбу йўл харитасида белгиланган вазифаларни ва чора-тадбирларни хизмат кўрсатиш соҳаси субъектларига ҳам тўлиқ жорий этиш учун қуйидаги ишларни ҳам бажариш, бизнингча, фойдадан холи бўлмайди:

Биринчидан, измат кўрсатиш соҳаси корхоналарида даромадлар, харажатлар ва якуний молиявий натижалар (фойда ва зарарлар) кўрсаткичларини тан олиш ҳамда ҳисобини юритишнинг бир қанча усуллари мавжуд. Чунончи, уларда даромадлар хизматлар тўлиғича кўрсатилгандан сўнг, босқичма-босқич, сарфланган харажатларга қараб тан олиниши ва мос равишда ҳисобда акс эттирилиши мумкин. Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаси субъектлари томонидан даромадларни тан олиш ва ҳисобини юритишнинг ушбу усулларидан қайси бири танлаб олинганлиги ёки уларнинг ҳар бирини қайси турдаги ишлар (хизматлар) учун қўлланилиши миллий ва халқаро стандартларда аниқ ифодаланган бўлиши лозим.

Иккинчидан, хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарида бажарилган иш (кўрсатилган хизмат)ларнинг таннархи, шунингдек олинган фойда суммаси уларга сарфланган товар-моддий бойликлар қийматини баҳолаш усулларига бевосита боғлиқдир. Бундай усуллар бўлиб, 2-сон БҲХС «Заҳиралар» ва республикамизнинг 4-сон БҲМС «Товар-моддий заҳиралар»га мувофиқ ФИФО, АВЭКО, идентификациялаш усуллари ҳисобланади. Ушбу стандартларни хизмат кўрсатиш соҳаси субъектларида ТМЗлар қийматини баҳолашнинг танланган усулларини қўллаш хусусиятлари билан тўлдириш лозим деб ҳисоблаймиз.

Учинчидан, хизмат кўрсатиш соҳаси субъектларида бажарилган иш (кўрсатилган хизмат)лар учун ҳисоб-китобларни ўз вақтида амалга оширилиши буюртмачи ташкилотларнинг тўлов қобилияти ва молиявий барқарорлигига бевосита боғлиқдир. Бозор иқтисодиёти шароитида буюртмачи корхоналар тўлов қобилиятини йўқотиш рискининг мавжудлиги хизмат кўрсатиш соҳаси субъектларида даргумон дебиторлик қарзларни бевосита ёки ташкил қилинадиган махсус резерв эвазига ҳисобдан чиқариш усулларини миллий ва халқаро стандартларда қатъий белгилаб қўйиш талабини қўймоқда. Чунончи, соҳа корхоналари ҳисоб сиёсатида дебиторлик қарзларни қадрсизланиши, даргумон қарзларни қоплаш учун резерв суммасини халқаро амалиётда кенг қўлланилаётган усуллардан, чунончи соф кредитга сотиш ҳажмига ёки соф дебиторлик қарзлари суммасига нисбатан маълум миқдорларда ҳисоблаш усулларидан бирини танлаб олинганлиги аниқ белгиланган бўлиши лозим.

Тўртинчидан, хорижий валюталарда хизмат кўрсатиш билан шуғулланувчи корхоналарда, масалан туристик фирмаларда, меҳмонхона мажмуаларида, уяли алоқа хизматларини кўрсатувчи корхоналарда кўрсатилган хизматлар учун ҳисоб-китоблар, одатда, хорижий валюталарда амалга оширилади. Ушбу ҳисоб-китобларнинг ўз вақтида амалга оширилмаслиги улар бўйича курс фарқларини вужудга келтиради. Шу сабабли хорижий валютадаги дебиторлик ва кредиторлик қарзлар бўйича ижобий ҳамда салбий курс фарқларини тўғри ҳисоб-китоб қилиш, уларни молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисобот шаклига киритишнинг аниқ тартибини ҳисоб сиёсатида халқаро стандартлар талаблари асосида белгилаб олиш хизмат кўрсатиш ўта муҳим масалалардан биридир. Республикамизда қабул қилинган «Хорижий валюталарда юритилган хўжалик операцияларини бухгалтерия ҳисобида, статистик ва бошқа ҳисоботларда акс эттириш тўғрисидаги низом»[1] ҳамда 21-сон БҲМС «Хўжалик юритувчи субъектлар молиявий хўжалик фаолияти бухгалтерия ҳисоби счётлар режаси ва уни қўллаш бўйича йўриқнома»[2] бўйича вужудга келган салбий курс фарқларини икки усуллардан, яъни бевосита ва билвосита усуллардан бирида акс эттириш мумкин. **Бевосита усулда**, ижобий ва салбий курс фарқлари тўғридан тўғри молиявий фаолиятга доир даромад ва харажатлар ҳисоби учун мўлжалланган счётлар тизимида (мос равишда, ижобий курс фарқлари 9540 «Ижобий курс фарқлари» счётида, салбий курс фарқлари эса 9620 «Салбий курс фарқлари» счётида акс эттирилади. **Билвосита усулда** курс фарқлари дастлаб 6230 «Бошқа кечиктирилган даромадлар» счётида (ижобий курс фарқларини) ҳамда 3190 «Бошқа келгуси давр ҳажатлари» счётида (салбий курс фарқларини) жамлаб борилади. Шундан сўнг курс фарқлари мос равишда дебиторлик ва кредиторлик қарзларни узилишига қараб жорий ҳисобот даври молиявий фаолият даромадлари ҳамда харажатларига олиб борилади. Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаси корхоналари курс фарқларини ҳисоб ва ҳисоботда акс эттиришнинг юқоридаги тартибларни халқаро стандартлар талабларига мувофиқ ҳисоб сиёсатига киритиш лозим.

Бешинчидан, хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаси субъектларида бажарилган ишлар (кўрсатилган хизматлар) уларнинг турли жавобгарлик марказларида, масалан сотиш бўлими, маркетинг бўлими, цехлар, ошхона, ресторан, омборлар ва бошқаларда хилма-хил бошланғич ҳужжатларни тузишни, улар айланишини ташкил қилишни, шунингдек бошланғич ҳужжатлар асосида тегишли ҳисоб регистрларини юритишни тақозо этади. Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаси субъектларида ишлатиладиган бошланғич ҳужжатлар, уларни тузиш, тақдим этиш ва ишловдан ўтқазиш тартиби бир-биридан фарқланади. Мисол учун, кийим тикиш ателъесида тузиладиган бичиш-тикиш карталари ёки авиатранспорт хизматларини кўрсатувчи корхоналарда тузиладиган «Рейсга хизмат кўрсатиш далолатномаси», туристик-меҳмонхоналарда ишлатиладиган «Туристлар ва меҳмонларга

[1] Ўз.Р. Адлия вазирлиги томонидан 2004 йил 17 сентябрда рўйхатга олинган, № 1411.
[2] Ўз.Р. Адлия вазирлиги томонидан 2002 йил 23 октябрда рўйхатга олинган, № 1181

хизмат кўрсатиш далолатномаси» айнан ушбу турдаги корхоналарга хос бухгалтерия ҳисоби ҳужжатлари ҳисобланади. Бу ҳужжатлар, одатда, бошқа ташкилотларда қўлланилмайди. Таъкидлаш жоизки, ҳозирги пайтгача республикамизда ушбу хужжатларнинг яхлит классификатори махсус тасдиқланмаган. Шу боис, хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаси корхоналари ўз ҳисоб сиёсатларида уларда фойдаланиладиган бошланғич ҳужжатларнинг аниқ шакл ва мазмунини тармоқ хусусиятларидан келиб чиқиб белгилашлари, шунингдек уларни тузиш, тасдиқлаш, бухгалтерияга тақдим этиш ва архивлаштиришгача бўлган айланиш графикларини кўрсатишлари мақсадга мувофиқ.Бу мазкур корхоналарда молиявий ҳисоботларни халқаро стандартлар асосида тузишда реалликни таъминлашнинг муҳим воситаси бўлади деб ҳисоблаймиз.

Олтинчидан, хизмат кўрсатиш соҳаси субъектларида бухгалтерия ҳисоби ва аудитнинг хусусиятларига етарлича эътибор берилмасдан қолмоқда. Ушбу соҳаларда бухгалтерия ҳисоби ва аудитнинг назарий, услубий ва ташкилий жиҳатлари фақатгина унинг айрим субъектлар, чунончи автотранспорт корхоналари, савдо ва умумий овқатланиш корхоналари, маиший хизмат ва коммунал хўжаликлар мисолида ўрганилган холос. Буни ўша даврларда чоп этилган дарсликлар, ўқув ва амалий қўлланмалар номларидан[1] ҳам кўриш мумкин. Фикримизча, республикамизда хизмат кўрсатиш соҳасига кирувчи алоҳида субъектларда бухгалтерия ҳисоби ва аудитни халқаро стандартлар асосида ташкил қилиш хусусиятларини ўрганувчи фанларни шакллантириш, уларни кадрлар тайёрлаш ўқув режаларига киритиш вақти келди. Шунингдек, мамлакатимизда туризм, меҳмонхона бизнеси, уяли алоқа хизматлари, суғурта, биржа, брокерлик хизматлари, лизинг ва мулкни баҳолаш, консалтинг, инжиниринг, маиший-коммунал ва шу каби бошқа хизматлар соҳаларида бухгалтерия ҳисоби ва аудитига оид фундаментал дарсликлар ҳамда ўқув қўлланмаларни тайёрлаш зарурати мавжуд. Республикамизда бундай дарслик ва ўқув қўлланмаларни ҳозиргача мавжуд эмаслиги, уларга бўлган талабнинг мавжудлиги ушбу муаммонинг тез ҳал этилишини зарурат қилиб қўймоқда.

Фикримизча, юқорида таъкидланган муаммоларни ҳал этилиши республикамизда хизмат кўрсатиш соҳаси ва тармоқларинини янада ривожлантиришга, ушбу соҳа субъектларида бухгалтерия ҳисоби ва аудитининг назарий, методологик, ташкилий ва бошқа жиҳатларини тхалқаро даражага кўтаришга имкон беради.

[1] Қаранг: Соколов Я.В. Бухгалтерский учет в торговле. – М.: «Экономика», 1986; Калупов В.Г., Куприенко А.Н. Бухгалтерский учет в общественном питании. – М.: «Экономика», 1987; Соловьева В.М. и др. Бухгалтерский учет в жилищьно-коммунальном хозяйстве. – М.: «Стройиздат», 1987; Секретарева И.А. Бухгалтерский учет на авторанспортных предприятиях. М., МКИ, 1986..

У.А.Ширинов – СамИСИ катта ўқитувчи

АЛОҚА ХИЗМАТЛАРИНИ КЎРСАТУВЧИ СУБЪЕКТЛАРДА СЕГМЕНТАР ҲИСОБ, ҲИСОБОТ ВА СЕГМЕНТАР АУДИТНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация: Мазкур мақолада алоқа хизматларини кўрсатувчи субъектларда сигментар ҳисоб ва ҳисобот ҳамда сегментар аудитнинг аҳамияти очиб берилган. Шунингдек сигментар ҳисоб, сигментар ҳисобот ва сегментар аудит тушунчаларига таърифлар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: алоқа, хизмат, сегмент, ҳисоб, ҳисобот, аудит, филиал, боғлама.

Аннотация: В статье разъясняется важность сегментарного учета и отчетности, а также сегментарного аудита при оказании услуг связи. Также были разработаны определения понятий сегментарного учета, сегментной отчетности и сегментарного аудита.

Ключевые слова: коммуникация, услуга, сегмент, учетная запись, отчет, аудит, филиал, ссылка.

Abstract: This article explains the importance of segmental accounting and reporting, as well as segmental audit in the provision of communication services. Definitions of segment accounting, segment reporting and segment audit have also been developed.

Keywords: communication, service, segment, account, report, audit, branch, link.

Бугунги кунда алоқа хизматларини кўрсатувчи субъектларда юз берадиган опрерацияларнинг аксар қисми филиаллар ва боғламаларг тўғри келади. Чунки барча асосий ҳисоб китоблар ва хизматлар кўрсатиш айнан филиаллар ва боғламаларнинг асосий вазифасидир. Бу эса филиаллар ва боғламаларда рўй бераётган операцияларни назорат қилиш ва уларни бошқаришни талаб қилади. Бунинг учун эса филиаллар ва боғламаларда сегментар ҳисоботларни тузиш зарур.

Республикамизда асосий почта хизматлари “Ўзбекистон почтаси” АЖ, мобил алоқа хизматлари эса “Ўзтелеком” АК томонидан амалга оширил-моқда. Ушбу акциядорлик жамиятлари ва компаниялари республикамизнинг барча вилоятлари ва туманлари кесимларида ўзларининг филиаллари ва боғламаларига эга. Почта алоқаси хизматлари бўйича ягона миллий оператор бўлган “Ўзбекистон почтаси” АЖ ўз таркибида 14 та худудий филиал, 153 та район вашаҳар боғламалари, 13 та ишлаб чиқариш участкалари, 1820 та алоқа бўлимлари, шу жумладан 1320 та қишлоқ ва 2 та харакатланувчи почта алоқаси бўлими, шунингдек 1 та “Ҳалқаро почтамт”нинг ихтисослашган филиалига эга[1]. Худди шунингдек, “Ўзбектелеком” АК ўз таркибида 21 та филиалга ва 130 га яқин боғламаларга эгадир[2].

Алоқа хизматларини кўрсатувчи миллий компаниялар фаолиятининг асосий хусусиятларидан бири шундаки, уларда юз берадиган опрерацияларнинг аксарият қисми филиаллар ва боғламаларга тўғри келади.

[1] https://www.pochta.uz/ru/filialy.html
[2] https://uztelecom.uz/

Чунки барча асосий ҳисоб китоблар ва хизматлар кўрсатиш айнан филиаллар ва боғламалар орқали амалга оширилади. Бу эса филиаллар ва боғламаларда рўй бераётган операцияларни назорат қилиш ва уларни бошқаришни талаб қилади. Бунинг учун эса филиаллар ва боғламаларда сегментар ҳисобни юритиш ва ҳисоботларни тузишда катта зарурат ҳисобланади.

Хорижий ва мамлакатимиз олимлари томонидан сигмент ҳисобини юритиш тартиби, сегментар ҳисоботларни тузиш кетма-кетлиги, тамойиллари ва афзалликлари бўйича тадқиқодлар олиб борилган. Чунончи, хорижий олимлардан Berton L., Boersema John M., Susan J., Emmanuel C., Garrod N., Frost C., Clive R., Stanley J., Валошина С.В., Бакаев А.С., Бахрушина М.А., Клинов Н.Н., Раметов А.Х., Соколов А.А., Суйц В.П., Шанк Джон К. мамлакатимиз олимларидан эса Уразов К.Б., Ташназаров С.Н., Пардаев А.Х., Хасанов Б.А., Хасанова Р.Б. ва бошқалар.

Иқтисодчи олим А.А.Соколов **Бизнес сигментлари** корхона фаолият турлари сифатида, таркибий бўлинмалар, жавобгарлик марказлари ёки ташқи муҳитнинг қисмлари, сегментар ҳисоб учун белгиланган деб мулохаза юритган. **Сигментар ҳисобот** бу фаолиятнинг сегментлари томонидан тузилган ва улар тўғрисидаги маълумотларни ошкор қиладиган ташкилотнинг молиявий ҳисоботнинг бир қисми бўлиб, ҳисоботнинг манфаатдор фойдаланувчиларига ташкилотга нисбатан мақбул бошқарув қарорларини қабул қилиш, шунингдек амалга ошириш учун керакли маълумотларни тақдим этиш ҳамда молиявий натижаларни, актив ва мажбуриятларни келажакдаги башоратларини қилиш.

Профессор А.Х.Пардаев **Бизнес сигменти** – бу корхонанинг маълум қисмини ёки нисбатан мустақил бўлинмасини муайян ваколатлар ва масъулият бериш мақсадида ажратишдир деб тарифлаган.

Рус иқтисодчиси Н.Ю.Базалейнинг такидлашича **Сигментар ҳисобот** ички ва ташқи ҳисоботнинг ажралмас қисми бўлган ва молиявий ҳисоботни батафсилроқ ва пухта ўрганишга имкон берадиган ва шу асосда тижорат ташкилоти фаолиятининг айрим сегментлари рационал ва самарали операцион бошқарув қарорларини қабул қилиш учун тузилади.

Тадқиқотларимиз натижасида, **сегмент (лотинча segmentum**)нинг бир бўлак, яхлит нарсанинг бир қисми эканлигидан келиб чиқиб, сегментар ҳисоб ва сегментар ҳисобот қуйидагича таърифлар берилди:

***сегментар ҳисоб –** иқтисодий бирликнинг таркибий қисмлари фаолият турлари, улар даромадлари, харажатлари, фойда ва бошқа муҳим кўрсаткичларини турли ўлчов бирликларида миқдор жиҳатдан ўлчаш ва сифат жиҳатдан тавсифлашга мўлжалланган ички ҳисоб тизими.

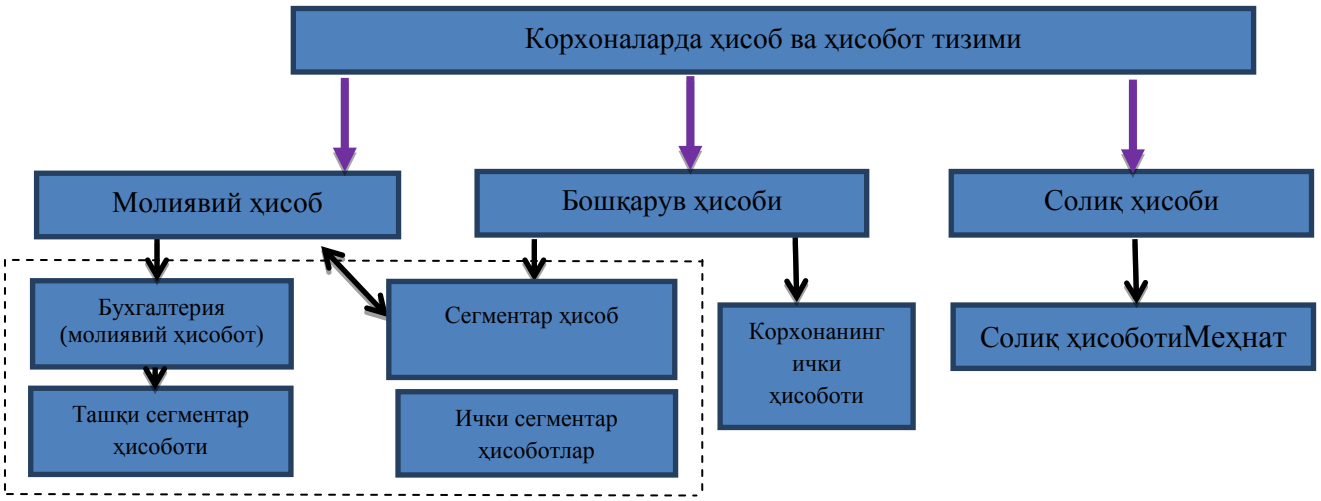
***сегментар ҳисобот** деганда яхлит иқтисодий бирликнинг таркибий қисмлари фаолият турлари, улар даромадлари, харажатлари, фойда ва бошқа муҳим кўрсаткичлари бўйича тузиладиган ҳисобот тушунилади.

Халқаро молиявий ҳисоб амалиётида сегментар ҳисоботнинг турлари, таркиби, уни тузиш ва тақдим этиш тартиблари махсус 8-сон МХХС «Операцион сегмент»да белгиланган. Бундан ташқари ривожланган

мамлакатлар алоҳида сегментлар ҳисоби ва ҳисоботи бўйича стандартлар, низомлар ва қоидалар мавжуд. Чунончи, Россия Федерациясида “Сегментлар ҳақида маълумот” ПБУ 12/2000 , АҚШда SFAS 131 “Бизнес сигментлари ва тегишли маълумотларни ошкор этиш”, Хитой Ҳалқ Республикасида 35 сон “Сегмент бўйича ҳисобот”. Мамлакатимизда эса бошқарув сегментар ҳисоботининг турлари, таркиби, уни тузиш ва тақдим этиш тартиблари эса махсус меъёрий ҳужжатлар билан белгиланмаган.

Замонавий қарашга кўра хўжалик юритувчи субъектларда бухгалтерия ҳисоби ва ҳисоботи тизимида сегментар ҳисоб ва ҳисоботнинг ўрнини қуйидагича белгиладик (5-расм).

Бошқарув ҳисобида яхлит иқтисодий бирлик ҳисобланган корхонанинг таркибий қисмлари сифатида унинг жавобгарлик марказлари, масалан, таъминот бўлими, асосий ва ёрдамчи ишлаб чиқариш цехлари, сотиш бўлими, савдо шаҳобчалари ёки марказлари (уйлари), турли бошқа хизмат кўрсатувчи бўлинмалари қаралади.



5-расм. Корхоналарнинг яхлит ҳисоб тизимида сегментар ҳисоб ва ҳисоботнинг ўрни.[1]

Мос равишда, бизнесдан олинган даромаднинг ўзи алоҳида фаолият турларидан, шу жумладан, одатий фаолият, янги инновацион фаолият, тугатилаётган фаолиятдан олинган даромад, ички бозор ва экспорт фаолиятидан олинган даромад, алоҳида товарларни сотишдан олинган даромад кабилардан ташкил топади. Бошқарув учун ҳар бир фаолиятнинг, маҳсулот турининг харажатгирлиги, фойдалилиги ўта муҳим ҳисобланади. Шу боис ҳам ҳар бир фаолият, маҳсулот тури бўйича «даромад-харажат-фойда» кўрсаткичлари занжирини ўзида мужассамлаштирувчи ҳисобот шаклларини тузиш ва улардан самарали бошқарув қарорларини қабул қилишда бевосита фойдаланиш ўта муҳим ҳисобланади.

Сегментар ҳисоб ва ҳисобот аудити бўйича турли олимлар тадқиқот олиб боришган. Чунончи, С.В.Волошина, И.Н.Богатая[2], Е.Н.Варламовалар[3] ўз илмий тадқиқотларида сегментар ҳисобот аудити, аудит мақсади, аудит ўтказиш

[1]Муаллиф ишланмаси
[2] https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-segmentarnoy-otchetnosti-kak-obekta-audita
[3] https://cyberleninka.ru/article/n/segmenty-informatsii-dlya-tseley-buhgalterskogo-ucheta-i-audita

босқичларини тадқиқ қилишган.

Юқоридаги олимлар ўз тадқиқотларида сегментар аудит тушунчасига тўхталишмаган. Шу боисдан ҳам биз ўз тадқиқотларимиз натижасида сегментар аудит тучунчасига қуйидагича тариф бердик.

Сегментар аудит – бу ички ва ташқи аудитнинг яхлит иқтисодий бирликнинг таркибий қисмлари фаолият турлари, улар даромадлари, харажатлари, фойда ва бошқа муҳим кўрсаткичларини текширишга қаратилган таркибий қисми.

Сегментар аудитнинг мақсади бухгалтерия ҳисоботларининг сегментлар бўйича ишончлилиги ва тўғрилигини текширишдан иборат.

Сегментар аудитнинг асосий вазифаларини қуйидагича белгилаш мумкин: хўжалик юритувчи субъектларда сегментар ҳисоб ва ҳисоботни шакиллантиришнинг умумий методологиясини ўрганиш ва баҳолаш; рискларни (нарх, сиёсий, кредит, валюта ва бошқаларни) ҳисобга олган ҳолда ажратилган сегментларни рўйхатини аниқлаш; сегментлар бўйича ҳисоботларни тўғрилигини текшириш; ички назорат тизимини баҳолаш; сегментар ҳисоб бўйича аудиторлик далилларини йиғиш; сегментлар бўйича маълумотларни тўғрилиги ва тўлиқлигини текшириш; ҳисобот бериладиган сегментлар бўйича маълумотларни тақдим этиш усулларини ўрганиш; молиявий ҳисоботларда сегмент маълумотларини тақим этиш ва ошкор қилишнинг тўғрилигини ва тўлиқлигини текшириш.

Сегментар ҳисобот аудитини ўтказишда аудитор бир қанча маълумот манбаларидан фойдаланади. Барча маълумот манбаларини 5 гуруҳга ажратишимиз мумкин.



4 чизма. Сегментар ҳисобот аудити маълумот манбалари[1].

Алоқа хизматларини кўрсатувчи субъектларда сегментар аудитни тўғри ташкил этиш ва ўтказиш соха корхоналари молиявий ҳисоботларининг ишончлилиги ва шаффофлилигини янада оширишга хизмат қилади.

[1]Муаллиф ишланмаси

О.Х.Холиқулов – СамИСИ таянч докторанти

ҚУРИЛИШ МАШИНА-МЕХАНИЗМЛАР ЭҲТИЁТ ҚИСМЛАРИ ҲИСОБИ ҲАМДА ҲИСОБГА ОЛИНГАН ҚЎШИЛГАН ҚИЙМАТ СОЛИҒИНИ ҲИСОБДАН ЧИҚАРИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: Мазкур мақолада республикамизда фаолият юритаётган қурилиш ташкилотларида қурилиш машина-механизмлар иш фаолиятини яхшилаш борасида уларга зарур бўлган эҳтиёт қисмлар ҳисоб-китобида қўшилган қиймат солиғини ҳисобга олиш тартиби тўғрисидаги операциялари бухгалтерия ҳисоби ёзувларида аниқ ҳолда акс эттирилган.

Калит сўзлар: Бухгалтерия ҳисоби, қурилиш машина-механизмлар, қўшилган қиймат солиғи, ҳисобга олиш, эҳтиёт қисмлар,иш хизматлар.

Аннотация: В данной статье операции строительных компаний, действующих в стране, по порядку учета налога на добавленную стоимость при расчете запасных частей, необходимых для повышения производительности строительной техники, четко отражаются в бухгалтерском учете.

Ключевые слова: Бухгалтерский учет, строительная техника, налог на добавленную стоимость, бухгалтерия, запчасти, бизнес-услуги.

Abstract: In this article, the transactions of construction companies operating in the country, according to the procedure for accounting for value added tax when calculating spare parts necessary to increase the productivity of construction equipment, are clearly reflected in the accounting records.

Keywords: Accounting, construction equipment, value added tax, accounting, spare parts, business services.

Рақамли иқтисодиёт жадал ривожланиб бораётган ҳозирги шароитда қурилиш машина-механизмлар иш фаолиятини ижобий йўлга қўйишда уларнинг эҳтиёт қисмлари сифати, яроқлилик ва хизмат муддатига алоҳида эътибор қаратиш муҳим аҳамият касб этади. Бугунги мураккаб шароитда юртимизда бошланган кенг қамровли ислоҳотлар, янги Ўзбекистонни барпо этиш сари ташлаётган дадил қадамларимизнинг бардавом бўлишини таъминлаш энг асосий вазифамиз бўлиши шарт. Иқтисодий ўсишга, аввало, рақобатдош саноат занжирларини яратиш ҳамда бундай лойиҳаларга инвестицияларни кўпайтириш орқали эришилади. Айниқса, нефтгаз-кимё, металлургия, машинасозлик, электротехника, фармацевтика, қурилиш материаллари, тўқимачилик, чарм-пойабзал, озиқ-овқат ҳамда “яшил иқтисодиёт” билан боғлиқ саноат тармоқлари иқтисодиётимиз “драйверлари”га айланиши учун барча етарли шароитлар мавжуд[1].Чунончи қурилиш ташкилотларида қурилиш машина-механизмлар иш фаолиятида зарур бўлган турли хил эҳтиёт қисмлар, инвентар буюмлар, мойлаш материаллари ва бошқаларни қурилиш жараёнида ишлатилиши, уларни тўғри тақсимлашни ҳисобга олиш асосий мезонлардан бири бўлиб ҳисобланади.

Мамлакатимизда ҳозирги кунда рақамли иқтисодиёт жадал ривожланиб

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси 29.12.2020.

бораётган даврда фаол тадбиркорлик, инновацион ғояларни қўллаб-қувватлаш ва рағбатлантириш борасида ҳукумат томонидан амалга оширилаётган изчил тадбирлар, хизмат кўрсатиш соҳасидаги алоҳида олинган тармоқларини ривожлантириш бўйича қабул қилинаётган қатор дастурий йўналишлар ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини, шунингдек қурилиш соҳасининг юқори суръатлар билан ривожланишига олиб келмоқда. Шунингдек қурилиш ташкилотларида қурилиш машина-механизмлари иш фаолияти ҳисоби ва уларга керакли бўлган эҳтиёт қисмлар ҳисобини ҳам ижобий таъминлашда ҳам муаммолар мавжуд. Ўзбекистонни янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар Стратегияси лойиҳасини кенг муҳокама қилиш давомида келиб тушган таклифларни инобатга олган ҳолда, 2017-2021 йиллар учун мўлжалланган иқтисодий ва ижтимоий дастурда қурилиш соҳасида машина-механизмлар иш (хизмат)ларни бажариш каби кўп тармоқли фаолиятини йўлга қўйишда, қурилиш ташкилотларини моддий-техник ресурслари билан таъминлашдек устувор вазифаси белгиланди[1].

Ўзбекистон Республикасида 2019 йилда 71156,5 млрд.сўмлик 2020 йил сентябр ҳолатига 65154,6 млрд сўмлик қурилиш ишлари амалга оширилган[2]. Ўзбекистон республикасида қурилиш машина-механизмлари иш фаолияти ҳисоби, уларни эҳтиёт қисмлари сарфи ҳисоби ва улар кўрсатаётган хизматлари фаолият соҳаларини мукаммал ўрганишга қаратилган илмий тадқиқотларни чуқурлаштириш, миллий иқтисодиётимизни ривожлан-тиришда қурилиш машина-механизмлар иш фаолияти ҳисобини бевосита уларга эҳтиёт қисмлар сарфи муҳимлиги ҳаммамизга маълумдир. Шу боис ҳам қурилиш машина-механизмлар иш фаолияти ҳамда эҳтиёт қисмлар сарфи бўйича назоратни ижобий йўлга қўйиш ва ташкил этиш, республикамизда қурилиш фаолиятини ривожлантириш ҳамда бухгалтерия ҳисобининг миллий ва ҳалқаро стандартларига мос ҳолда қурилиш машина-механизмлар иш фаолияти ҳисобини жадал ривожлантириш бугунги куннинг долзарб вазифалари бўлиб қолмоқда. Чунончи, қурилиш ташкилотларида юзага келган солиқ оқибатларини ҳам ҳисоб нуқтаи-назардан тўғри ҳисобга олиш муҳим саналади. Шунингдек, қўшилган қиймат солиғи ставкаси 20 фоиздан 15 фоизга туширилди. Бунинг ҳисобидан ўтган йили солиқ тўловчилар ихтиёрида 2 триллион сўм қолди. Жорий йилда бу рақам 11 триллион сўмни ташкил этиши кутилмоқда. Бир йилда тадбиркорлар ихтиёрида шунча маблағ қолиши, албатта, уларга ўз бизнесларини ривожлантириш учун жуда катта қўшимча имкониятлар яратади[3].

2019 йил 1 январдан буён кўп корхоналар қўшилган қиймат солиғи тўловчиси бўлиб ҳисобланмоқдалар. Шунингдек, 2020 йилги ҳисобот йилини

[1] “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли Фармони. «Халқ сўзи» газетасининг 2017 йил 8 февралдаги 28 (6722)-сони.

[2] https//.www.stat.uz-Ўзбекистон Республикасининг статистик ахборотномаси. Қурилиш бўлими.20.11.2020 йил ҳолатига.

[3] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси 24.01.2020.

ёпиш муддати 1 ойни ташкил этиши барча ҳисобчиларга маълумдир. Шу боис ҳам барча умумбелгиланган солиқ (қўшилган қиймат солиғи) тўловчи корхоналар ҳисобга олинган ҚҚС га тузатиш киритиш заруратига дуч келинганлиги ёки келгусида ҳисобга олиниши бўйича тузатишларга дуч келиши мумкиндир. Ҳар қандай хўжалик юритувчи ўз фаолияти давомида юзага келган қўшилган қиймат солиқ ҳисоб-китобини тўғри юритиш бу муҳим вазифалардан бири бўлиб ҳисобланади.

Қўшилган қиймат солиғини ҳисобга олиш учун қабул қилинган суммага тўғри тузатиш киритишга (ҳисобга олишдан чиқаришга) қуйидаги ҳолатларда тўғри келиши мумкин:

- сотиб олинган товар-моддий заҳира (қурилиш машина-механизм) лар ва кўсатилган хизматлардан солиқ солишдан озод этилган айланма учун фойдаланилганда;
- товар-моддий заҳира (мой ва мойлаш материал) лари табиий камайиш нормаларидан ортиқча бузилганда ёки йўқотилган ҳолатда. Агарда қонун хужжатларда бундай нормалар белгиланмаган бўлса, уларни корхона ички ташкилий хужжатларида мустақил равишда тасдиқлаш;
- товар-моддий заҳиралар (мой ва мойлаш материал) лари таббий камайиш нормаси фавқулотда ҳолатларда, яъни табиий офат, ёнғин, авария, йўл транспорт ҳодисаси ва бошқа шу каби муносабатлар билан уларни бузилишига ёки йўқотилишига нисбатан татбиқ этилмаслигини инобатга олинганда;
- қурилиш машина-механизмлар эҳтиёт қисмларини етказиб берувчи томонидан тақдим этилган ҳисобварақ-фактуралар меъёрий-ҳуқуқий (қонун) ҳужжатларида белгиланган тартибда ҳақиқий эмас деб эътироф этилганда;
- солиқ тўловчи мақоми бекор қилинган (йўқотилган) да ёки солиқ тўлашдан озод қилинганда[1];

Солиқни тўловчи бўлмаган корхоналар тоифасига ўтиш санасида ёки озод қилиш санасида қўшилган қиймат солиғи билан сотиб олинган товар-моддий заҳиралар (қурилиш машина-механизмлар эҳтиёт қисм) лари қолдиқлари бўйича қўшилган қиймат солиғини ҳисобга олишдан чиқариб ташлаш ва уни товарларнинг қийматига киритиш ҳисоб нуқтаи-назаридан тўғри ҳисобланади.

Товар-моддий заҳиралар қолдиқлари бўйича ҳисобга олинган қўшилган қиймат солиғига тузатиш киритишда тузатиш киритишдан олдинги охирги 12 ой учун харидларни инобатга олиш[2] муҳимдир.

Мамлакатимизда мавжуд қурилиш ташкилотларида солиқ солишдан озод этилган айланмалар учун фойдаланилган товар-моддий заҳира (қурилиш машина-механизмлар эҳтиёт қисм) лар бўйича қўшилган қиймат солиғини ҳисобга олиш учун қабул қилинган суммага тузатиш киритиш бўйича амалий жиҳатини кўриб чиқамиз. ҚҚС тўловчиси бўлган қурилиш ташкилоти буюртмачилар объектларида қурилиш-монтаж ишларини амалга оширади.

[1] Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодекси. 37-боб. “Солиқни ҳисоблаб чиқариш ва тўлаш тартиби”.269-модда. 4-қисм.2020 йил.(янги таҳрир).

[2] Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодекси. 37-боб. “Солиқни ҳисоблаб чиқариш ва тўлаш тартиби”.269-модда. 3-қисм.2020 йил.(янги таҳрир).

Ҳисобга олиниши лозим бўлган ҚҚС суммасини аниқлаш учун у алоҳида-алоҳида усулдан фойдаланилади.

2020 йилнинг ноябр ойида “СУФАТ И Д” МЧЖ қурилиш ташкилоти 65 500,0 минг сўмлик қурилиш машина-механизмларга эҳтиёт қисмлар сотиб олди, шу жумладан ҚҚС 8543,5 минг сўм. Ноябр ойида солиқ солишдан озод этилган айланма мавжуд бўлмади, шу боис кирувчи қўшилган қиймат солиғининг барча суммаси 8543,5 минг сўм ҳисобга олинди. Декабр ойида “СУФАТ И Д” МЧЖ қурилиш ташкилоти уй-жой фондини таъмирлаш ва қуриш учун хусусий уй-жой мулкдорларининг ширкати билан шартнома тузди. Бундай ишлар учунҳақ аҳоли томонидан хусусий уй-жой мулкдорларининг ширкати орқали тўланади ва ҚҚС дан озод этилган[1]. Уларни бажаришда ноябр ойида олинган қурилиш материалларидан фойдаланилди, улар бўйича ҚҚС ҳисобга олиш учун қабул қилинган. Қуйида фойдаланилган материалларнинг қиймати ҚҚСсиз 25 000,0 сўмни ташкил этди. Шу билан биргаликда, улар бўйича 3 750,0 минг сўм (25 000 х 15%) миқдоридаги ҚҚС суммасини ҳисобга олишдан чиқариш ва бажарилган ишлар таннархига киритиш зарур. Бинобарин, бухгалтерия ҳисобида ҳисобга олиш учун қабул қилинган ҚҚС суммасига тузатиш киритишни бундай акс эттириш мақсадлидир (1-жадвал)

1-жадвал

Қурилиш ташкилотида ҳисобга олинган қўшилган қиймат солиғи ҳисоб-китобини бухгалтерия ҳисоби счётларида акс эттириш[2]

№	Хўжалик операциясининг мазмуни	Сумма минг сўмда	Счётлар корреспонденцияси	
			дебет	кредит
1.	Май ойида материал-лар сотиб олинди	56956,5	1050-«Қурилиш материаллари»	6010-«Мол етка-зиб берувчилар ва пудратчилар-га тўланади-ган счётлар»
2.	Сотиб олинган материаллар бўйича ҚҚС суммаси ҳисобга олинди	8543,5	4410-«Бюджет-га солиқлар ва бошқа мажбу-рий тўловлар бўйича бўнак тўловлари (тур-лари бўйича)»	6010-«Мол етка-зиб берувчилар ва пудратчилар-га тўланадиган счётлар»
3.	Сотиб олинган мате-риаллар бўйича ҚҚС суммаси ҳисобга олинди	8543,5	6410-«Бюджет-га тўловлар бў-йича қарз (тур-лари бўйича)»	4410-«Бюджетга солиқлар ва бо-шқа мажбурий тўловлар бўйича бўнак тўлови (тур-лари бўйи-ча)»

[1] Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодекси. 33-боб. “Солиқни ҳисоблаб чиқариш ва тўлаш тартиби”.243-модда. 1-қисм.16-банд. 2020 йил.(янги таҳрир).

[2] “СУФАТ И Д” МЧЖ 2020 йил бухгалтерия ҳисоби маълумотлари асосида келтирилган.

4.	Материаллар бажарилган ишлар таннархига ҳисобдан чиқарилди:			
а.	ноябр ойида – ҚҚС солинадиган	40 000,0	2010-«Асосий ишлаб чиқа-риш»	1050-«Қурилиш материаллари»
б.	декабр ойида – ҚҚС-дан озод этилган	25 000,0	2010-«Асосий ишлаб чиқа-риш»	1050-«Қурилиш материаллари»
5.	Июнь ойида май ойида ҳисобга олин-ган ҚҚС суммасига тузатиш киритилди	3 750,0	2010-«Асосий ишлаб чиқа-риш»	6410-«Бюджетга тўловлар бўйича қарз (турлари бўйича)»

Қурилиш ташкилотида ҚҚС бўйича ҳисоботда ҳисобга олишга тузатиш киритишни бундай акс эттириши керак[1]. ҚҚСдан озод этилган айланмалар учун фойдаланилган материаллар қийматини (25 000,0 минг сўм) ҚҚС ҳисоб-китобига 3-«Ҳисобга олинадиган қўшилган қиймат солиғи суммаси ҳисоб-китоби» иловасининг 0601-сатри 3-устунида акс эттириш тўғри бўлади. ҚҚС бўйича ҳисобга олишга тузатиш киритиш суммасини (3 750,0 минг сўм) 3-илованинг 0601-сатри 4-устунида акс эттириш мақсадга мувофиқ бўлади. Қурилиш ташкилотларида қурилиш машина-механизмлар иш фаолиятида асосий ўринни уларни доимий равишда эҳтиёт қисмлар таъминоти муҳим ҳисобланади. Шу боис ҳам қурилиш машина-механизмлар эҳтиёт қисмларини кирими ва уларни сарфлари ҳисобини доимий назорати бухгалтерия ҳисобида муҳим саналади.

Д.С.Тошназарова - СамИСИ таянч докторанти

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТАННАРХ ҲИСОБИНИНГ ТАЪРИФИ ВА ВАЗИФАЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада соҳага доир адабиётларни ўрганиш асосида таннарх ҳисобининг таърифи ишлаб чиқилган ҳамда таннархи ҳисобининг вазифалари белгилаб берилган.

Калит сўзлар: бошқарув ҳисоби, костинг, таннарх, таннарх калькуляцияси, таннарх ҳисобининг вазифалари

Аннотация: В этой статье разработаны научное определения на учет себестоимости, а также установлены основные задачи учета себестоимости на основе изучения литературы в этой сфере.

Ключевые слова: управленческий учет, костинг, себестоимость, калькуляция себестоимости, задачи учета себестоимости

Abstract: This article has developed a scientific definition for cost accounting, and also established the main objectives of cost accounting based on the study of literature in this area.

Key words: management accounting, costing, cost price, cost calculation, cost accounting objectives

[1] Ўзбекистон Республикаси Давлат Солиқ Қўмитасининг Қарори “Солиқ ҳисоботининг шаклларини тасдиқлаш тўғрисида”. [Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги томонидан 2020 йил 24 февралда рўйхатдан ўтказилди, рўйхат рақами 3221].

Рақамли иқтисодиёт шароитида фаолият юритаётган ҳар қандай кичик ва йирик бизнес корхонаси фаолият самараси, эртанги истиқболи бошқарув ҳисобининг муҳим ва асосий тамойилларидан бири “харажат-ишлаб чиқариш ҳажми-фойда” кўрсаткичларининг ўзаро боғлиқлигида ифодаланиши мумкин. Ана шу кўрсаткичлар орасида харажатлар бошқарув ҳисобини ташкил қилишда алоҳида аҳамият касб этади. Бошқариш учун менежерларга фақат умумий харажатлар тўғрисидаги маълумотлар етарли бўлмасдан, балки амалга оширилган харажатлар тўғрисида деталли маълумотлар талаб қилинади.

Харажатлар тушунчаси таннарх тушунчасидан кенгроқ ҳисобланади. Харажатлар корхона ўз мақсадларига эришиш учун ва олдига қўйган вазифаларни ҳал қилиш учун амалга оширган сарф ва чиқимларнинг пулдаги ифодасидир.Таннарх эса маҳсулотларни ишлаб чиқариш, ишларни бажариш ва хизматларни кўрсатиш орқали маҳсулот қийматини яратиш билан боғлиқ харажатлардир. Бундай харажатларни ишлаб чиқариш харажатлари ҳам деб аташади.[1] Маҳсулот ёки унинг партияси, мижозларга банкда ёки шифоханаларда кўрсатилаётган хизмат таннархи, машина-соат, иш-соати ва унинг қиймати бошқарув харажатлари ва бошқаларни мисол қилиб келтиришимиз мумкин.

Ҳозирда харажатлар ҳисоби тизим сифатида шаклланиб келмоқда. Таннарх ҳисоби тизими – бу таннарх обьектига доир бўлган ахборотларни ўлчаш, ёзувини амалга ошириш, таҳлил ва интерпретация қилиш ҳамда таннарх ҳисоботини тузишда қўлланиладиган мунтазам давр жараёнлар ва процедуралар мажмуасидан иборатдир.Таннарх ҳисобига доир адабиётларда таннарх ҳисоби тизимининг қуйидаги тўртта фаолиятларини келтириб ўтамиз: 1.Таннархни ўлчаш; 2.Таннархнинг ёзувини амалга ошириш; 3.Таннархни таҳлил қилиш; 4.Таннарх ҳисоботи.

Таннарх ҳисоби бошқарув (менежментлик) ҳисобининг энг муҳим таркибий қисми бўлиб, у нафақат менежментни ахборот билан таъминлайди, балки менежментлик ҳисобининг бошқа таркибий қисмлари учун ҳам ахборот манбаи ҳисобланади. Шу боис, таннархи ҳисоби бошқарув (менежментлик) ҳисобининг фундаментини, яъни унинг асосини ташкил этади десак айнан ҳақиқат бўлади. Соҳа бўйича энг нуфузли ташкилот CIMA институти Таннархни ҳисоблаш (Costing), Таннарх ҳисоби (Cost accounting) ҳамда Таннарх бухгалтери (Cost Accountancy) тушунчаларига алоҳида тавсифлар келтирган:

“**Таннархни ҳисоблаш (Костинг)** – бу таннархни аниқлашда қўлланиладиган методлар (techniques and) мажмуаси ҳамда уни ҳисоблашни амалга ошириш жараёнидир (processes). Ушбу методлар маҳсулотлар ва хизматлар таннархини аниқлаш процедурасини тартибга солувчи принциплар ва қоидалардан иборат бўлади. Ушбу методлар турли маҳсулотлар ва

[1]S. N.Toshnazarov. “Boshqaruv hisobi” ma’ruza matnlari. 1-qism (Tannarx hisobi). Samarqand 2010.

хизматлар таннархини аниқлашда саноат тармоқларининг хусусиятларидан келиб чиқиб белгиланади."[1]

Бошқа манбаларда ҳам шу каби тавсифлар келтирилган: "Костинг – бу қуйидагиларни аниқлашда қўлланиладиган принциплар ва қоидалардир: (а) маҳсулотлар, мисол учун кимё маҳсулотлари, телевизор ва бошқа маҳсулотларни ишлаб чиқариш таннархи ҳамда (б) хизматлар, мисол учун электр энергияси, транспорт ва бошқа ҳизматларни таъмин этиш таннархи."

Бизнинг амалиётимизда таннархни ҳисоблаш "маҳсулот (иш ва хизматлар) таннархи калькуляцияси", рус тилида «калькульяция себестоимости продукции (работ, услуг)» деб юритилади. "Calculatio"[2] лотинча сўздан олинган бўлиб счет, яъни жамини чиқариш маъносини англатади. Европа ва АҚШдаги дарсликларида ҳамда халқаро стандартларда маҳсулот таннархини ҳисоблашда "калькуляция" атамасидан фойдаланилмаган. Таннарх ҳисоби масалаларни ўрганишда энг кўп қўлланиладиган атамалардан бири бу костингдир. Масалан, бошқарув ҳисобида костингнинг қуйидаги турларидан фойдаланамиз: "costing method**,** absorption costing**,** variable (direct) costing**,** process costing**,** activity-based costing**,** actual costing**,** standard costing**,** average costing**,** functional costing**,** historical costing**,** constraint based costing**,** continuous operation costing**,** contract costing**,** normal costing**,** job order costing**". Бу тушунчаларнинг ҳар бири битта мавзу. Ушбу атамаларни калкуляция деб таржима қилсак, унинг асл моҳиятини тўлиқ ифодалаб бера олмайди.** Шу сабабли, калкуляция атамасининг ўрнига **Костинг** тушунчасини қабул қилиш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз.

Таннарх ҳисоби (Cost accounting) – бу операциялар, жараёнлар, фаолиятлар ёки маҳсулотлар бюджетлари, стандарт таннархи ва ҳақиқий таннархини ўрнатиш ҳамда юзага келган четланишлар, рентабеллик даражаси ва фондлардан ижтимоий фойдаланиш таҳлилидан иборатдир.

Соҳанинг таниқли олими Уэлдон "Таннарх ҳисоби – бу менежмент томонидан назорат ва бошқарувнинг амалга оширилиши мақсадида тартибга солинган маълумотлар бўйича тақдимотни тайёрлаш учун харажатларни таснифлаш, қайд қилиш ва мутаносиб равишда тақсимлаш асосида маҳсулотлар ва хизматлар таннархини аниқлашдир."

Таннарх ҳисоби асосан ресурсларнинг, жумладан метериаллар, меҳнат ва машина ва асбоб-ускуналарнинг сарфланиши билан боғлиқ жараёнларни қамраб олиб, унинг мақсади менежментни улар томонидан баҳоларни белгилаш, маҳсулотларни танлаш, захираларнинг оптимал миқдорини белгилаш, уларнинг сарфланиши ҳамда омборларда сақланишига оид қарорлар қабул қилишлари учун маҳсулот таннархи, жараён таннархи, хизматлар, жумладан коммунал хизматлар таннархи, захиралар таннархи ва бошқалар тўғрисида ахборотлар билан таъминлаш бўлиб ҳисобланади.

[1] Executive programme COST AND MANAGEMENT ACCOUNTING Printers/October, 2015/5000. 5-6-p.
[2] https://yandex.ru/yandsearch?clid=2039342

Юқорида келтирилган тавсифлар асосида таннарх ҳисобининг муҳим хусусиятларини мужассамлантирган таърифни ишлаб чиқамиз: “**Таннарх ҳисоби** – режалаштириш, нархларни белгилаш, маҳсулотни ишлаб чиқаришни давом эттириш ва кенгайтириш, харажатларни оптималлаштириш, ходимлар меҳнатини рағбатлантириш ва менежментнинг бошқа соҳаларига оид қарорлар қабул қилиш учун ишлаб чиқарилаётган маҳсулот, иш ва хизматлар, жараёнлар, фаолиятлар ва таннархнинг бошқа объектлари бўйича бюджетлар, стандарт таннарх ҳамда харажатларни тан олиш, таснифлаш ва тақсимлаш асосида ҳақиқий таннархини белгилаш, шунингдек, четланишлар ва рентабеллик таҳлилини ўтказишдан иборат тизимдир.”

Таннарх ва менежментлик ҳисобига оид дарсликда[1] таннарх ҳисобининг вазифалар (objectives)ларига қуйидагилар киритилган:

маҳсулотлар ва операциялар таннархига оидлигини белгилаш учун барча харажатларни таҳлил этиш ва таснифлаш;

ҳар бир бирлик маҳсулот, иш, операциялар, жараёнлар ва бўлимлар ва сервис хизматларининг ишлаб чиқариш таннархини белгилаш учун стандарт таннархни жорий этиш;

менежментга хўжасизлик (самарасиз фаолият) ва чиқимларнинг турли хил кўринишлари, жумладан, материаллар, вақт, харажатлар ёки машина ва асбоб-ускуналар ва дастаклар билан боғлиқ чиқимлар масштаби тўғрисида кўрсатмалар тақдим этиш. Қониқиш ҳосил қилмайдиган натижаларнинг сабаблари таҳлили натижаларидан бюджетларга тўғирлашлар киритишга ҳам қаратилиши мумкин;

молиявий йил давомида менежмент учун уйғун бўлган вақт интервалида, масалан, ҳар ҳафталик, ҳар ойлик, ҳар чораклик ва бошқа вақт оралиғида нафақат бутун бир ягона бизнес бирлиги бўйича, балким бўлимлар ёки маҳсулотлар бўйича ҳам даврий фойда ва зарарлар счети ва баланс ҳисоботлари маълумотларини тақдим этиш. Фойда ва зарарларнинг асл сабаблари деталли очиқланиши учун фойда ва зарарлар тўғрисидаги ҳисоботда жами сумма уни келтириб чиқарувчи кўрсаткичлар бўйича баён этилади;

ишлаб чиқаришда иқтисод қилишнинг манбаларини қўлланилаётган методлар, асбоб-ускуналарнинг турлари, маҳсулотлар ва компоновкаларни ўрганиш орқали ахтариб топиш. Ҳар кунлик, ҳар ҳафталик, ҳар ойлик ахборотлар оператив ва конструктив қарорлар қабул қилиш учун зарур ҳисобланади.

ҳақиқий таннарх тўғрисидаги рақамларни баҳоланган кўрсаткичлар билан солиштириш ҳамда менежментга улар томонидан келгуси рақамларни баҳолашларни, котировкалар учун тақдим этиш ва нархларни белгилаш (price-fixing policy) сиёсатини амалга оширишда ёрдам бериш;

[1] Executive programme COST AND MANAGEMENT ACCOUNTING Printers/October, 2015/5000. 5-6-p.

қаерда стандарт костни тайёрлаш орқали маҳсулот таннархи қанча бўлиш кераклиги кўрсатилиши лозим, қайсики бунда ҳақиқий таннарх стандарт кост билан солиштирилиши учун қайд қилиб борилади;

турли даврлар ва маҳсулот ишлаб чиқаришнинг турли ҳажмларида тақкосланадиган таннарх тўғрисидаги ахборотлар тайёрланиши;

захиралар ва бошқа материлларнинг узлуксиз ҳисоб тизими орқали (perpetual inventory) фойда ва зарарлар тўғрисидаги счет ҳамда бухгалтерия баланси захираларни муддатдан ташқари инвентаризациясини ҳамда омборхоналарни текшириш натижаларини олмасдан туриб тузиш ҳамда қисқа вақт интервалида тўғирлашларни киритиш имкониятлари таъминланиши керак. Бундан ташқари, ушбу тизим орқали ишлаб чиқаришни режалаштириш ва омбордаги ҳар хил камомадлар ва йўқотишларга барҳам берилиши ҳам таъмин этилиши лозим;

турли кўринишдаги қисқа муддатли қарорларни, жумладан, махсус харидорлар учун нарх квоталарини белгилаш, шунингдек иқтисодий тушиш бўлган даврда ҳам турли маҳсулотларга имтиёзлар бериш бўйича қарорлар қабул қилиш.

Хулоса қиладиган бўлсак, таннарх ҳисоби бошқарув ҳисобининг асосий таркибий қисми сифатида қаралмоғи лозим. У менежментнинг қарорлар қабул қилиш ҳамда режалаштириши учун ишлаб чиқарилаётган маҳсулот, иш ва хизматлар, жараёнлар, фаолиятлар ва таннархнинг бошқа объектлари бўйича бюджетлар, стандарт таннарх ҳамда харажатларни тан олиш, таснифлаш ва тақсимлаш асосида ҳақиқий таннархини белгилаш, шунингдек, четланишлар ва рентабеллик таҳлилини ўтказишдан иборат тизим сифатида тавсифи ишлаб чиқилди. Соҳага доир илғор адабиётларни ўрганиш асосида таннарх ҳисобининг вазифалари белгилаб берилди. Ушбу вазифалар корхона ва ташкилотларда таннарх ҳисобини ташкил этиш ва таннарх бухгалтерлари олдида вазифаларни қўйишга асос бўлиб хизмат қилади.

VII ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ”

Т.А. Труфанова– кандидат психологических наук, доцент кафедры кадрового управления ФГБОУ ВО “Тамбовский государственный университет им. Г.Р.Державина”

О ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ВУЗА

Аннотация: Статья посвящена обсуждению проблемы формирования цифровой образовательной среды в вузе. Анализируются профессионально-психологические проблемы, с которыми сталкиваются ППС при внедрении информационных технологий в образовательную среду вуза и пути их решения.

Ключевые слова: информационная образовательная среда, учебный процесс, информационные технологии, профессорско-преподавательский состав (ППС).

Annotatsiya: maqola universitetda raqamli ta'lim muhitini shakllantirish muammosini muhokama qilishga bag'ishlangan. Axborot texnologiyalarini universitet o'quv muhitiga joriy etish va ularni hal qilish yo'lida PPP tomonidan duch keladigan kasbiy-psixologik muammolar tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: axborot ta'lim muhiti, o'quv jarayoni, axborot texnologiyalari, professor-o'qituvchilar tarkibi (PPP).

Abstract: The article is devoted to the discussion of the problem of the formation of the digital educational environment in the university. The article analyzes the professional and psychological problems faced by teaching staff when implementing information technologies in the educational environment of the university and the ways to solve them.

Keywords: information educational environment, educational process, information technologies, teaching staff (teaching staff).

Приоритетами государственной политики Российской Федерации на ближайшие годы являются построение цифровой экономики и цифрового образования, что зафиксировано в федеральных стратегических документах:

– Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы»;

– Постановление Правительства Российской Федерации от 18.04.2016 г. № 317 «О реализации национальной технологической инициативы»;

– Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28.07.2017 № 1632-р «Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской

Федерации» (раздел 2 – «Кадры и образование»);

– Приоритетный проект в сфере «Образование» «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» (утверждён президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам, протокол от 25.10.2016 № 9) [1].

Необходимым условием построения цифрового образования в российских вузах является формирование информационной образовательной среды. Речь идет о совокупности информационных средств обучения, онлайн-курсов, электронных образовательных ресурсов, используемых в образовательном процессе. Формирование информационной образовательной среды – сложная задача, стоящая перед вузом.

В связи с этим встает вопрос: насколько профессорско-преподавательский состав (ППС) вуза готов к формированию информационной среды в вузе: переходу на новые информационные технологии и средства, интерактивные методы обучения, разработке и использованию в образовательном процессе онлайн-курсов, и какие профессиональные трудности и психологические проблемы возникают при этом у ППС вуза.

С точки зрения вовлеченности ППС в цифровизацию образовательного процесса, психологической и профессиональной готовности профессорско-преподавательского состава внедрять в образовательный процесс современные информационные технологии и средства, профессорско-преподавательский состав можно разделить на 3 группы: активно вовлеченные в информационно-образовательную среду, пассивно вовлеченные в информационно-образовательную среду и не вовлеченные в информационно-образовательную среду.

Преподаватели, активно вовлеченные в информационно-образовательную среду, систематически применяют в образовательном процессе информационные технологии, мультимедийные средства, интерактивные методы обучения, создают и применяют онлайн-курсы и др.

Преподаватели, пассивно вовлеченные в информационно-образовательную среду, используют в образовательном процессе современные информационные технологии и средства, электронные образовательные ресурсы, но делают это не систематично, от случая к случаю.

Преподаватели, не вовлеченные в информационно-образовательную среду, редко используют в образовательном процессе электронные образовательные ресурсы.

Такая дифференциация профессорско-преподавательского состава на «продвинутых» и «отстающих» говорит о наличии определенных профессионально-психологических проблем, с которыми сталкиваются ППС при использовании возможностей цифровых технологий.

Одна из главных проблем связана, прежде всего, с педагогическим сознанием: сохранить традиционные («доцифровые») формы организации

образовательного процесса и коммуникационные технологии обучения, которые были эффективны для обучающихся «доцифрового» поколения. Преодолеть данную проблему возможно на основе понимания и учета в педагогическом процессе весомых отличий между обучающимися «доцифрового» и «цифрового» поколения и изучения социально-психологических особенностей обучающихся нового «цифрового поколения».

Студенты, относящиеся к цифровому поколению, (которое также называют поколение «Z», «дети-планшетники»), не представляют себе жизни без мобильных телефонов, они превратили интернет в часть своей жизни и проводят большую часть своего времени в виртуальном мире, копирующем реальный. Они мало читают, имеют «клиповое мышление», рассеянное внимание, инфантильны, прагматичны и амбициозны. Развитие цифровых технологий сделало их поколением, выросшим в цифровой среде и имеющим неограниченный доступ к информации. Студентов этого поколения отличает, прежде всего, максимальная приближенность к информации, с которой они умеют отлично работать. Почти всю информацию они получают из Сети. Они используют все средства для общения в Сети – сутками сидят в социальных сетях, играют в онлайновые игры, постоянно рассказывают о своей жизни в блогах и общаются по ICQ или в Skype, Вконтакте и др. Общению в виртуальном пространстве часто отдается приоритет при выборе между личной встречей и обсуждению вопросов посредством электронной почты. Студенты - дети мультимедийных технологий более зависимы от цифровых технологий, чем преподаватели, которые накопили опыт традиционного обучения. Самая важная отличительная особенность таких студентов заключается в том, что они больше общаются с компьютерами, чем друг с другом и преподавателями. Компьютеры они предпочитают книгам, текстовое сообщение - разговору. Их общение со сверстниками становится все более онлайновым. Для этого поколения более привычным становится виртуальный способ коммуникации с окружающим миром. Меньше человеческой коммуникации, более – техногенной. Всезнающим авторитетом становится интернет, а не преподаватель. Компьютер «знает» в миллионы раз больше, чем преподаватель. «Скачивание» информации с интернета ослабляет у них интерес и способность к самостоятельным открытиям. Студенты становятся все более и более эрудированными, но все менее и менее знающими. Происходит конфликт знания и информации: избыточно информации, но мало знаний [2].

Можно сказать, что студенты нового «цифрового поколения» представляют новый тип обучающихся, а значит, требует изменения и коррекции и образовательный подход к такому поколению. В век развития информационных технологий меняется традиционный подход к образованию. Основной задачей становится не передача теоретических знаний по дисциплине и формирование соответствующих умений и навыков, а умение преподавателя организовать познавательную деятельность и самостоятельную работу студентов, помогать практически осваивать

полученные знания и контролировать усвоение знаний и формирование компетенций.

Другая проблема связана с освоением и использованием новых цифровых технологий, формирующих новую информационно-образовательную среду.

Для решения данной проблемы необходимо, прежде всего, стимулирующее вознаграждение профессорско-преподавательского состава за разработку и внедрение онлайн-курсов, информационных технологий в образовательном процессе. Необходимо просвещать в вопросах применения цифровых технологий и онлайн-сервисов. Это можно делать как в форме курсов повышения квалификации в области развития цифровых компетенций, так и в форме проведения индивидуальных консультаций по вопросам e-learning технологий. Необходимо разрабатывать и развивать организационные механизмы вуза для формирования новых цифровых компетенций и совершенствования информационно-коммуникативной компетентности у профессорско-преподавательского состава вуза.

Список использованной литературы:

1. Блинов В. И., Дулинов М. В., Есенина Е. Ю., Сергеев И. С. Проект дидактической концепции цифрового профессионального образования и обучения. – М.: Издательство «Перо», 2019. – 72 с.

2. Труфанова Т.А. Особенности внедрения электронного обучения в систему высшего образования / Глобальные проблемы модернизации национальной экономики. Материалы IX Международной научно-практической конференции. Отв. редактор А.А. Бурмистрова и др. - Тамбов. Изд-во: Издательский дом «Державинский». 2020. – с.213-218.

А.О. Очилов – ҚарДУ, “Иқтисодиёт ва сервис” кафедраси профессори в.б., и.ф.д., доцент;

Т.Ш. Эргашев – БухДУ, “Иқтисодиёт” кафедраси илмий тадқиқотчиси

БАКАЛАВРИАТ ТАЪЛИМ ЙЎНАЛИШЛАРИ ТАЛАБАЛАРИНИНГ ЎҚИШ МУДДАТИНИ БЕШ ЙИЛЛИК СИРТҚИ ТАЪЛИМ ШАКЛИДАН ТЎРТ ЙИЛЛИККА ЎТКАЗИШ ЮЗАСИДАН ТАКЛИФЛАР

Аннотация: Ҳозирги глобаллашув, рақамли иқтисодиёт ва тезкор ахборот алмашинуви даврида билимлар ҳар қандай давлатни бошқариш ва ривожлантиришнинг асосий омили бўлмоқда. Мамлакатда олий маълумотли кадрлар сонининг оширилиши замонавий билимлар яратилиши ва ўзлаштирилишига хизмат қилади. Шунга кўра мақолада мамлакатда олий таълим билан қамров даражасини, натижада олий маълумотли кадрлар сонини оширишнинг омили сифатида бакалавриат таълим йўналишлари талабалари ўқиш муддатини 5 йиллик сиртқи таълим шаклидан 4 йиллик таълимга қисқартириш юзасидан таклифлар берилган.

Калит сўзлар: олий таълим муассасаси, билимлар, юқори малакали кадрлар, бир умрга таълим, умр давомида таълим, сиртқи таълим, ўқиш муддати.

Аннотация: В нынешнюю эпоху глобализации, цифровой экономики и быстрого обмена информацией, знания становятся ключевым фактором в управлении и развитии любого государства. Увеличение количества высококвалифицированных кадров в стране будет способствовать созданию и приобретению современных знаний. Соответственно, в статье предлагается сократить продолжительность обучения в бакалавриате с пятилетней заочной формы до четырёхлетную, как фактор повышения уровня охвата высшим образованием в стране, в результате чего будут увеличиваться количества высококвалифицированных кадров.

Ключевые слова: высшее учебное заведение, знания, высококвалифицированные кадры, образование на всю жизнь, образование через всю жизнь, заочное обучение, продолжительность обучения.

Abstract: In the current era of globalization, digital economy and rapid exchange of information, knowledge is becoming a key factor in the management and development of any state. An increase in the number of highly qualified personnel in the country will contribute to the creation and acquisition of modern knowledge. Accordingly, the article proposes to reduce the duration of study in a bachelor's degree from a five-year correspondence course to four years, as a factor in increasing the level of enrollment in higher education in the country, as a result of which the number of highly qualified personnel will increase.

Keywords: institution of higher education, knowledge, highly qualified personnel, education for life, education throughout life, distance learning, duration of study.

Агар ўтган асрларда билимларнинг эскириши юз йилдан 50-20 йилга қисқарганлиги, ҳозирги шароитларида уларнинг ҳаётий даври 3-5 йилдан ошмаслиги ҳисобга олинса, замонавий инновацион иқтисодиёт тараққиётида “бир умрга етадиган таълим” концепциясидан “бутун ҳаёт давомида таълим” концепциясига ўтиш зарурати, шубҳасиз, мавжуд. “Умрга етадиган таълим”да глобаллашув, даврнинг ўзгариши, янгиланиши ва бозор иқтисодиёти талабларига мувофиқ юқори малакали кадрнинг иш ўрнининг қисқариши, ўзгариши, эскириши, кадрларнинг “эслаб қолиш” тамойили содир бўлмоқда, иккинчидан фақат битта таълим йўналиши (мутахассислик) бўйича фаолият олиб бораётган ходим (мутахассис, раҳбар) кўпинча ўз соҳаси билимлари билан чегараланади. “Умр давомида таълим” концепциясига йўналтирилган таълим тизимида эса мавжуд билимлар тез эскирмаслиги учун кадрлар малакасини ошириш, касбий қайта тайёргарлик, иккинчи олий таълимда ўқиш, бир соҳадан бошқа соҳага ўтиб ишлаш натижасида дунёвий билимлар ўзлаштирилади, янги билимлар яратилади, фан-техника тараққиёти, замонавий назарий ва амалий билимлар ҳамда янгиликлар ўрганилади, тажриба алмашинилади ва амалиётга тадбиқ этилиши самарали бошқарилади. Чунончи, юқори малакали кадрларнинг узлуксиз равишда замонавий билимларни эгаллашларини таъминланишида олий таълим муассасаларида бакалавриат таълим йўналишларининг сиртқи таълим шаклида ўқитиш муддатини бир йилга камайтириш, яъни 5 йилдан 4 йилга ўзгартириш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Бу вазифаларнинг босқичма-босқич, ўз вақтида ва оқилона амалга оширилиши ижтимоий соҳалардаги, жумладан,

олий таълим, илм-фан ва ишлаб чиқариш соҳаларидаги мавжуд ва вужудга келиши мумкин бўлган муаммоларни бартараф этиш учун хизмат қилади.

ОТМларида бакалавриат таълим йўналишлари сиртқи таълим шакли ўқиш муддатини 5 йилдан 4 йилга ўзгартирилишининг ижтимоий-иқтисодий аҳамияти тўғрисида қуйидаги фикрларни юритамиз. Олий таълим муассасалари фаолиятини модернизациялаш, юқори малакали кадрлар тайёрлашни бошқариш самарадорлигини ошириш мақсадида ОТМларининг бакалавриат таълим йўналишларида сиртқи таълим талабаларнинг ўқиш муддатларини беш йилдан тўрт йилга ўзгартирилса, бу таклифимиз қабул квотасига, битирувчилар сонига таъсир қилмайди, ОТМларида педагог-ходимларнинг ва ўқув ёрдамчи ходимларнинг иш ўринлари қисқармайди.

Вазирлик вакили келтирган статистикага кўра, ҳозирда Ўзбекистондаги 132 та ОТМнинг 71 тасида сиртқи таълим йўналишларида таълим берилмоқда. Сўнгги тўрт йилда ОТМларда таҳсил олувчи талабалар сонида сезиларли ўсиш кузатилган. 2016 йилда мавжуд 77 та ОТМда 279 674 нафар талаба таҳсил олган бўлса, 2020 йилга келиб уларнинг сони 590 077 нафарга етган. Натижада ёшларни олий таълим билан қамраб олиш даражаси 2016 йилги 9 фоиздан 25 фоизга кўтарилган. 2021–2022 йилги қабул жараёнида эса бу кўрсаткич 27 фоизга етказилади[1]. Таъкидлаш жоизки, ҳозирги кунда ОТМларининг кундузги таълим шаклига нисбатан сиртқи таълим шаклига ўқиш учун ҳужжат топшираётган абитуриентлар, ўқишини бакалавриат таълим йўналишлари кундузги таълим шаклидан сиртқи таълимга кўчиришни хоҳлаётганлар, бошқа республикалардан Ўзбекистон Руспубликаси ОТМларига ўқишларини кўчириб келаётганлардан кўпинча сиртқи таълим шаклини танлаётганлар сони ошиб бормоқда. Бизнинг фикримизча, ОТМларида ўқиётган сиртқи таълим талабаларининг жами сони кундузги таълим талабаларига нисбатан ўртача 30 фоизни ташкил этса, яқин келажакда бу кўрсаткичнинг оширилиш эҳтимоли катта.

Юқоридагиларни эътиборга олиб, сиртқи таълимда ўқиш муддатининг бир йилга қисқартирилиши қуйидаги молиявий харажатларни тежашга олиб келади:

1) 2020-2021 ўқув йилида ОТМларида таҳсил олаётган талабалар умумий сонининг ўртача 30 фоизи сиртқи таълимда ўқишмоқда деб ҳисобласак, бу 590 077 х 0,30 = 177 023 нафарни ташкил этади. Талабаларнинг 95%и тўлов-контракт асосида ўқишини ҳисобга олсак, 177 023 х 0,95 = 168 171 нафарга тенг.

Бундан келиб чиқадики, ОТМларида тўлов-контракт шартномалари шартларига мувофиқ, 2020-2021 ўқув йилида сиртқи таълим талабаларининг бир йиллик ўқиш харажатлари ўртача 8,0 млн.сўмни ташкил этаётганлигини эътиборга олсак, Ск (республика ОТМлари) = 168 171 х 8 000 000 = 1,345 трлн. сўмни ташкил этиб, ўқишнинг бешинчи йили бўлмаганлиги туфайли бу маблағлар юридик шахслар ёки оила бюджетига соф даромад сифатида

[1]Манба: Қарши давлат университети телеграм канали. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги вакили Абдували Холиқов маълумоти. Қашқадарё хабарлари. – 2021 йил 8 февраль

қолади.

2) Ҳозирги даврда (2020-2021 ўқув йили) республикамиз ОТМларида ўртача 30 минг нафар педагог ходимлар ва 20 минг нафар ўқув-ёрдамчи ва хўжалик ходимлари фаолият кўрсатаётганлигини, таклифларимизга мувофиқ бакалавриат таълим йўналиши сиртқи таълим шакли талабаларининг ОТМларида ўқиш муддатларининг бир йилга қисқартирилиши муносабати билан педагог ходимлар, ўқув-ёрдамчи ва хўжалик ходимларининг ойлик маошлари беш йил ўрнига тўрт йил мобайнида берилиши эътиборга олинса, у ҳолда чегирилган харажатлар 20%ни ташкил этади. Лекин, ҳамма педагог ходимлар ҳам сиртқи таълимга ўқув машғулотлари олиб бормасликлари, талабаларнинг ўқиши бир йилда икки марта ташкил этилишини эътиборга олсак, бу ҳисса янада қисқаради. Сиртқи таълим талабаларига бир ўқув йили давомида дарс берадиган педагог ходимларнинг ҳиссасини яна 50 фоизга қисқартириб, педагог ходимларнинг ойлик маошларини ўртача 5,0 млн.сўм, ўқув-ёрдамчи ва хўжалик ходимларининг ойлик маошларини ўртача 1,0 млн.сўм деб ҳисобласак, қуйидагиларга эга бўламиз:

Бир ўқув йилида педагог ходимларнинг ойлик маошлари эвазига тежаладиган маблағ:

Сп = 6000 нафар х 0,5 (50,0%) х 5 000 000 сўм х 2ой = 30,0 млрд.сўмни, ўқув-ёрдамчи ходимларга берилмай қоладиган бир йиллик ойлик маошлари Сх = 4000 нафар х 1,0 млн.сўм х 2 ой = 8,0 млрд.сўмни ташкил қилади.

3) Бундан ташқари бир ўқув йили учун: а) асосий харажатлардан: хизмат сафарлари, болали оилаларга нафақалар, девонхона харажатлари, моддий ёрдам ва рағбатлантиришлар, иш ҳақига устамалар, нафақа фонди; б) коммунал харажатлардан: электр энергияси, табиий газ, совуқ сув ва оқова сув, иссиқ сув ва иссиқлик энергияси, ёритиш хизмати, телефон, телеграф ва почта хизматлари, қўриқлаш хизмати, санитария-эпидемиология назорати хизмати, канализация, лифт хизматлари; в) сотиб олиш харажатларидан: ўқув-лаборатория жиҳозлари ва асбоб-ускуналари, канцелярия маҳсулотлари, юмшоқ ва қаттиқ мебеллар, оргтехника ва инвентарлар, хўжалик ва қурилиш материаллари, чойшаб, ўрин-кўрпа, дори-дармонлар; шунингдек, хавфсизлик техникаси, ёнғин хавфсизлиги, фуқаро мудофааси жиҳозлари; ахборот коммуникация маҳсулотлари; асосий активлар; ўқув адабиётлари; турли бланклар ва б.; г) ўқув илмий ва ишлаб чиқариш харажатларидан: ўқув адабиётлари яратиш, услубий материаллар тайёрлаш; олимпиада, конференция, семинарлар ўтказиш; ишлаб чиқариш амалиётлари; сайёр ДАК ишлари; тингловчиларни саралаш; интеллектуал мулк амортизацияси ва б.; д) талабалар турар жойлари ва хўжалик харажатларидан: яшаш учун тўловлар, имтиёзли хизматлар ташкил этиш, транспорт воситалари ва техникаларни сақлаш, хизмат кўрсатиш; бензин ва ёнилғи-мойлаш материалларини сақлаш; ижара ва ускуналардан фойдаланганлик; ёнғин хавфсизлиги, хавфсизлик техникаси ва фуқаро мудофаасини таъминлаш; жиҳозлар, инвентарларни

сақлаш; асосий активларни ҳисобдан чиқариш; ҳудудни ободонлаштириш ва б.; е) таъмирлаш харажатларидан: бино ва иншоотларни жорий таъмирлаш; бино ва иншоотларни капитал таъмирлаш; бино ва аудиторияларни қайта қуриш; жиҳозлар ва интерварларни таъмирлаш; янги режалаштирилган қурилишлар; оргтехника, ахборот-коммуникацион маҳсулотларни таъмирлаш; бинолар электр тармоқларини таъмирлаш; канализация ва сув тармоқларини таъмирлаш; иситиш тармоқларини таъмирлаш; йўлларни жорий таъмирлаш ва бошқа харажатлар тежалади. Бу тежалган харажатлар юқорида келтирилган харажатларнинг тўртдан бир қисмини ташкил этади. Тежалган бир йиллик харажатларни ОТМлари сонига кўпайтирсак, жуда катта миқдорда иқтисодий самарадорлик келиб чиқади.

Тежалган маблағлар амалдаги Ҳаракатлар стратегияси[1], Концепция[2] ва бошқа меъёрий ҳужжатлар талаблари асосида олий таълим тизимини тараққий эттиришга, ривожланган хорижий мамлакатлар ОТМлари билан ҳамкорликда юртимиз олимлари иштирокида замонавий билимлар яратиш ва тарқатишга, “умр давомида таълим” концепциясини ривожлантиришга сарфланса, Ўзбекистон Республикасининг кўпгина кўрсаткичлар бўйича ривожланган мамлакатлар қаторига кўтарилиш даражаси тезлашади. **Фикримизча, бизнинг таклифларимиз қуйидаги ижтимоий аҳамиятга эга:**

– харажатлар тежалган ҳолда мамлакатда олий маълумотли кадрлар сони ошади;

– корхона ва ташкилотларни зарур мутахассислар билан таъминлаш даражаси тўртдан бир улуш муддат (20%)га, яъни бир йилга тезлашади (ваҳоланки, сиртқи таълим талабаларининг орасида корхона ва ташкилотларда кўп йиллардан бери олий маълумотга эга бўлмаганлиги туфайли олий маълумот талаб қилинмайдиган лавозимларда ишлаб, катта тажриба орттирган ва диплом олишни кутиб юрган талабалар ҳам кўпчиликни ташкил этади);

– мамлакатда 10000 нафар аҳолига тўғри келувчи битирувчилар сони ошади;

– жамият аъзоларининг фаоллик ва маданиятлилик даражаси юксалади, дунёқараши ижобий томонга ўзгаради, солиқлар ва бошқа давлат бюджетига алоқадор тўловлар ўз вақтида тўланади, шунингдек, фарзандлар ва шогирдлар тарбиясига, ёрдамга муҳтож аҳоли қатламига эътибор кучаяди;

– жамиятда нохуш ҳолатлар (ҳурматсизлик, ноқонуний даромадлар орттириш, ўғрилик, талончилик, бировларни камситиш, белгиланган тўловларни ўз вақтида тўламаслик, ичкиликбозлик, норасмий эмигрантлик,

[1]Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҲАРАКАТЛАР СТРАТЕГИЯСИ” тўғрисида”ги ПФ-4947-сон Фармони. – Тошкент, 2017 йил 7 февраль. Манба: www.press-service.uz.

[2]Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5847-сон Фармони. – Тошкент. – 2019 йил 8 октябрь. Манба: www.lex.uz.

жиноятлар содир этиш: диний экстремизм ва қасддан одам ўлдириш, ватанга ва оилага хиёнат қилиш, ваҳобийлик, одам савдоси, фоҳишабозлик ва б.) кескин камаяди;

– жамият аъзоларининг ЯИМ ҳажмига қўшадиган ҳиссаси ошади;

– “умр давомида таълим” концепциясини тараққий эттириш эвазига билимлар “эскирмайди”, янгиланади, яратилади ва тарқатилади;

– бир йил мобайнида талабаларнинг ОТМга ўқиш даври қисқаради;

– жисмоний шахслар томонидан фарзандларининг бир ўқув йилида ўқишлари учун тўланиши лозим бўлиб, тўланмасдан чегирилган ва оила бюджетига қолган маблағни тадбиркорлик ёки бошқа фойдали фаолиятга йўналтириш имконияти яратилади;

– аудитория фонди тақчиллиги туфайли икки (уч) навбат (смена)да ишлаётган ОТМларининг бир (икки) навбат (смена)да ишлаш, бир навбат (смена)да ишлаётган ОТМларида эса бўш (бўшаётган) аудиторияларни ўзаро манфаатли шартларда ижарага бериш (абитуриентларни ОТМларига кириш имтиҳонларига тайёрлаш, касбга ўргатиш, малака ошириш курслари ва б.) туфайли ОТМлари ҳисоб рақамига бюджетдан ташқари маблағ тушириш имкониятлари кенгаяди ва б.

Ф.А.Ахмеджанова – к.т.н., доцент СамИЭС,
У.Т.Мукимова – ассистент СамИЭС

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ПОДГОТОВКЕ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Аннотация: За последние годы в Узбекистане изменения в системе образования происходят, и это называется «модернизацией образования». Обновление, соответствие требованиям времени – основное условие, определяющее будущее страны. В условиях реализации реформ, отвечающих требованиям рыночной экономики, необходимо уделить серьезное внимание подготовке высококвалифицированных кадров, соответствующих требованиям времени. Несмотря на изменения, в системе высшего образования есть проблемы, ведущие к возникновению преград на пути подготовки высококвалифицированных кадров для развития общества и страны.

Ключевые слова: системы высшего образования, Закон “Об образовании”, подготовка высококвалифицированных кадров, модернизация образования, высококвалифицированный научный деятель.

Аннотация: Сўнгги йилларда Ўзбекистонда таълим тизимида ўзгаришлар юз берди ва бу "таълимни модернизация қилиш" деб номланди. Янгилаш, давр талабларига жавоб бериш мамлакат келажагини белгилайдиган асосий шартдир. Бозор иқтисодиёти талабларига жавоб берадиган ислоҳотларни амалга ошириш шароитида замон талабларига жавоб берадиган юқори малакали кадрлар тайёрлашга жиддий эътибор қаратиш зарур. Олий таълим тизимида ўзгаришларга

қарамай, жамият ва мамлакат тараққиёти учун юқори малакали кадрлар тайёрлашда тўсиқ бўлиб келаётган муаммолар мавжуд

Калит сўзлар: олий таълим тизимлари, "Таълим тўғрисида" ги қонун, юқори малакали кадрлар тайёрлаш, таълимни модернизация қилиш, юқори малакали олим.

Abstract: In recent years, changes in the education system have taken place in Uzbekistan, and this is called "modernization of education." Development, meeting the requirements of the time is the main condition that determines the future of the country. In the context of the implementation of reforms that meet the requirements of a market economy, it is necessary to pay serious attention to training highly qualified personnel that meet the requirements of the time. Despite the changes, there are problems in the higher education system that lead to the emergence of obstacles on the way of training highly qualified personnel for the development of society and the country

Keywords: system of higher education, the Law "On Education", training of highly qualified personnel, modernization of education, highly qualified scientist.

В современных условиях образование становится важнейшим условием внедрения во все сферы человеческой деятельности новых технологий, роста конкурентоспособности и повышения уровня жизни. Социальная ответственность высшего образования в значительной мере заключается в том, чтобы каждый человек мог получать такие квалификационные и социальные навыки, которые позволят ему оставаться востребованным на меняющемся рынке труда, полноценно участвовать в развивающейся инновационной экономике и, тем самым, обеспечивать собственное благосостояние и благосостояние общества в целом. Учитывая возрастающую роль высшей школы, во многих странах стратегия ее развития определяется приоритетами национальной стратегии, и направлена на повышение качества и обеспечение доступности высшего образования.

В Узбекистане в условиях реализации реформ, отвечающих требованиям рыночной экономики, уделяется серьезное внимание подготовке кадров, соответствующих требованиям времени. Полностью пересмотрена система, определяющая не только иные формы подготовки кадров, но и цели, задачи образования.[1] Во многих учебных заведениях с учетом мировых стандартов созданы новые условия. В высшем образовании изменились требования к подготовке квалифицированных специалистов, обладающих определенным багажом знаний и навыков. Раньше студенты изучали теорию и потом постепенно учились применять полученные знания на практике. Теперь возросла потребность в кадрах, способных сразу практически применять полученные знания, понимающих и умеющих анализировать инновационные возможности в избранной сфере, быстро осваивающих новшества, свободно использующих информационные технологии.

Для нахождения своего места на современном рынке труда каждый выпускник вуза должен быть высококвалифицированным специалистом, не только знающим секреты своей профессии, но и способным квалифицированно решать хозяйственные и производственные вопросы, принимать верные решения в организации работы, выдавать новые идеи.

Последние годы проводится большая работа по развитию системы высшего образования, увеличению охвата им молодых людей, их профессиональной ориентации. Из года в год реализуются реформы, масштабные работы в этом направлении.

Несмотря на это, в системе высшего образования есть проблемы, ведущие к возникновению запутанных вопросов, которые служат преградой на пути развития общества и страны.

К числу наиболее существенных недостатков действующей системы подготовки кадров следует отнести нехватку высококвалифицированных педагогических кадров. Большая часть профессорско-педагогического состава вузов по квалификации сегодня уже не в полной мере соответствует современным требованиям; низкий уровень материального обеспечения профессорско-педагогического состава; перегрузка профессорско-педагогического состава (аудиторные занятия, работа в нескольких вузах).[2]

Как было отмечено Президентом Узбекистана Шавкатом Мирзиёевым 24 октября 2018 года на совещании по вопросам дальнейшего развития высшего образования, повышения качества подготовки кадров, расширения интеграции науки и производства - «высшие учебные заведения и их профессорско-преподавательский состав не пользуются престижем и авторитетом в международном научном сообществе. Президентом был подвергнут критике тот факт, что работа по привлечению к учебному процессу всемирно признанных ученых, высококвалифицированных научных деятелей и преподавателей не налажена на должном уровне». Который год изучаем опыт зарубежных стран, приглашаем профессоров из-за рубежа, но какой полезный эффект мы получаем на выходе? За это время мы должны были подготовить новое поколение талантливых и нестандартно мыслящих профессионалов.

Серьезной проблемой является несоответствие системы образования потребностям экономики. Согласно исследованию Всемирного банка 35% компаний Узбекистана сталкиваются с трудностями при поиске квалифицированных специалистов с высшим образованием. Дефицит достигает почти 50% на промышленных предприятиях. Основной причиной затруднения, как сообщают работодатели, является «недостаточное количество специалистов» на рынке труда.

Слабое взаимодействие между высшей школой и бизнесом. Низкий уровень охвата высшим образованием, качество полученных компетенций и навыков и недостаточный уровень их соответствия требованиям инновационного развития, слабая взаимосвязь между работодателями, реальным сектором и бизнесом сдерживают возможности внедрения инноваций и адаптации новых технологий.

Нужно признать, что система взаимодействия работодателей и представителей сферы образования пока еще недостаточно эффективна. Несмотря на то, что молодые специалисты востребованы на рынке труда, большинство руководителей предприятий думают, что полученные в вузе

знания недостаточны, чтобы сразу включиться в работу. Бакалавр, выпускаемый из вуза, воспринимается работодателем только как исходный материал, которого нужно еще доучить, чтобы получить полноценного специалиста. По мнению работодателей, для того, чтобы бакалавр превратился в полноценного специалиста, потребуется несколько лет. В каком-то смысле они правы. Помимо общих и специальных знаний, работодатели сегодня ожидают от молодых специалистов еще и профессиональных навыков. В связи с этим, некоторые потребители наших кадров отмечают недостаток практических знаний выпускников.

Организация учебной деятельности студентов в вузах, не отвечает современным требованиям к качеству подготовки специалистов. Сложившееся в высшей школе соотношение аудиторской и самостоятельной работы студентов (в пользу аудиторной) входит все больше в противоречие с современными требованиями к качеству подготовки специалистов. Во многих вузах не созданы современные условия для самостоятельной работы студентов, включая обеспеченность учебной литературой, доступ в интернет.

Проблемы внедрения инновационных методик в образовательный процесс, обеспечения увязки учебных программ с производством. В высшей школе преобладает лекционная форма обучения, слабо используются проблемные и другие активные формы обучения, не развиты информационные компьютерные технологии обучения. Профессорско-педагогический состав вузов не имеет достаточной квалификации в выборе и использовании новых образовательных технологий обеспечивающих достижение установленных требований к качеству подготовки специалистов.

Проблемы формирования и развития в вузах академической образовательной среды, адекватной современным требованиям к качеству подготовки специалистов с высшим образованием. Во многих вузах не созданы условия для устойчивого профессионального взаимодействия студентов с преподавателями вузов, кроме лекций и других аудиторных занятий студенты почти не имеют возможности для систематических деловых и творческих контактов с преподавателями, на низком уровне оснащенности деятельности студентов и профессорско-педагогического состава современными информационными средствами.

Необходимо подчеркнуть значимость реформирования и форм обучения. Такие методы, как лекция, диспуты, чтение и анализ научной литературы, самостоятельная работа и другие, должны быть направлены на самосовершенствование учащихся не только по форме, но и содержанию. Основы педагогики в европейских вузах базируются на беседах, обычно между двумя или тремя учащимися и их преподавателем, благодаря чему раскрываются индивидуальные навыки и способности ребят. Такой вид обучения строится на обмене идеями, где каждый может заявлять и отстаивать свое мнение, принимать конструктивную критику и прислушиваться к другим, что невозможно сделать среди большой массы и на занятиях лекционного типа. Это мы можем наблюдать в современной форме

национальной системы высшего образования, где все еще практикуется методика обучения в расширенных группах по 20-30 человек. Такое обстоятельство связано со множеством имеющихся в вузах недочетов: нехваткой преподавателей, учебных помещений, аудиторных часов и другого. Выпускники профильных вузов, в частности магистратуры, не имеют педагогических навыков организации занятий и работы с учащимися, в том числе и в малых группах.

С целью совершенствования систем обеспечения качества высшего образования и подготовки высококвалифицированных специалистов в вузах рекомендуем:

- усилить законодательно-нормативную ориентацию вузов на решение проблем обеспечения качества подготовки специалистов (в т.ч. через новые редакции вузовских уставов и др.);
- осуществить переход к формированию постоянно действующего механизма развития государственных образовательных стандартов высшего образования (на всех уровнях организации управления высшим образованием), включая учет требований сферы и рынки труда;
- предусмотреть меры, стимулирующие вузы к снижению аудиторной лекционной нагрузки преподавателей и студентов и увеличению времени на самостоятельную работу студентов под руководством преподавателей;
- внедрить проведение эксперимента, по единому государственному экзамену предусмотрев создание многоуровневых оценочных средств, учитывающих весь спектр основных требований, предъявляемых к уровню подготовки выпускников общеобразовательных учебных заведений и абитуриентов вузов разного профиля;
- укрепить взаимосвязи вузов и научно-исследовательских институтов с зарубежными партнёрами, увеличить участие в международных программах стажировки студентов и ученых, расширить программы фондов и стипендий по обучению студентов в зарубежных вузах;
- необходимо пересмотреть учебные программы по основным направлениям обучения, с акцентом на повышение практических навыков студентов, как одного из важных компонентов учебного процесса. В основу учебных программ заложить актуальные требования современных работодателей, шире внедрять в образовательный процесс современные педагогические и информационно-коммуникационные технологии. Для подготовки качественных специалистов учебные заведения должны иметь сильную материально-техническую базу - современные учебные лабораторные комплексы, опытно-исследовательские мастерские. Проводимая в этом направлении работа будет способствовать подготовке подрастающего поколения в соответствии с потребностями рынка труда и передовым уровнем.

Список использованной литературы:

1.Закон республики Узбекистан “Об образовании”.- Сентябрь 2020года
2. Концепция развития системы высшего образования республики Узбекистан до 2030 года.

VIII ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА УМУМИҚТИСОДИЙ ВА ИЖТИМОИЙ МУАММОЛАР”

И.Саламов – Самарқанд Ветеринария Медицинаси институти доценти, и.ф.н., доцент
М.Ш.Назарова – Самарқанд Ветеринария Медицинаси институти катта ўқитувчиси, мутақил изланувчи,
З.С.Казакова – Самарқанд Ветеринария Медицинаси институти катта ўқитувчиси, мутақил изланувчи,
Б.С.Жалилов – Самарқанд Ветеринария Медицинаси институти доценти, и.ф.н.

ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИК ТАРМОҒИГА ХИЗМАТ КЎРСАТУВЧИ ИНФРАТУЗИЛМАНИ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНТИРИШДА БУЮРТМА СТОЛЛАРИНИНГ ИҚТИСОДИЙ САМАРАДОРЛИКНИ ОШИРИШДАГИ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация: Мақолада, деҳқончилик ва чорвачилик тармоқларида хизмат инфратузилмани инновацион ривожлантиришда буюртма столларининг иқтисодий самарадорликни оширишдаги имкониятлари тўғрисида, хизмат турлари, янги турларини жорим этиш, уларни иқтисодий самарадорлигини оширишдаги имкониятлари, мева-сабзавотчилик тармоғи ўртасидаги муносабатлар, деҳқончиликнинг сабзавотчилик (жумладан бодиринг уруғчилигидаги янги илмий-амалий тавсиялар), мевачилик, узумчилик, чорвачиликнинг қорамолчилик ва балиқчилик йўналиши бўйича 2019 йилнинг иқтисодий таҳлил натижаларини таққослаш якунлари келтирилган. Фермер хўжаликлари, жумладан кўп тармоқли фермер хўжаликлари фаолиятидаги “Дала-уй”, “Дала-дастурхон”, “Магазин-истеъмолчи”, Иссиқхона–Истеъмолчи”, “Омборхона-дастурхон”, “Кимё омборхонаси-дала”,“Ветаптека–чорва фирмаси”, “Дала-чорвачилик мажмуаси” каби хизмат турларининг ташкил этилишидаги муаммолар ва уларнинг ечимлари ҳақида илмий-амалий тавсия ҳамда таклифлар берилган.

Калит сўзлар: “Дала-дастурхон”, “Ветаптека –чорва фирмаси”, хизмат турлари, инфратузилма, чорвачилик, деҳқончилик, сабзи,тармоқ, инновация, технология, сублимация, иқтисодий самарадорлик ва ҳ.о.

Аннотация: В статье рассматриваются возможности повышения экономической эффективности столов заказов при инновационном развитии сервисной инфраструктуры в сельском хозяйстве и животноводстве, виды услуг, внедрение новых видов, их экономическая эффективность, взаимосвязь между плодоовощной отраслью, (в том числе новые научно-практические рекомендации по семенам огурца) результаты сопоставления результатов экономического анализа за 2019 год в области плодоводства, виноградарства, животноводства, скотоводство и рыболовства. Фермери, в том числе многопрофильные хозяйства фермеров «Поля-дом», «Поля-стол(дастурхан)», «Магазин-потребитель», «Теплица-Потребитель», «Склад-стол(дастурхан)», «Химический склад-поля», «Ветаптека-

животноводческая компания» Научно-практические советы и предложения по проблемам в организации услуг типа «Поля-животноводческий комплекс» и пути их решения.

Ключевые слова: «Поля-стол(дастурхан)», «Ветаптека-животноводческая компания», виды услуг, инфраструктура, животноводство, сельское хозяйство, морковь, промышленность, инновации, технологии, сублимация, экономическая эффективность и др.

Abstract: The article discusses the possibilities of increasing the economic efficiency of order tables in the innovative development of service infrastructure in agriculture and animal husbandry, types of services, the introduction of new types, their economic efficiency, the relationship between the fruit and vegetable industry, (including new scientific and practical recommendations on cucumber seeds) results comparing the results of the economic analysis for 2019 in the field of fruit growing, viticulture, livestock, cattle breeding and fishing. Farmers, including diversified farmers' farms "Fields-house", "Fields-table(dasturkhan)", "Shop-consumer", "Greenhouse-Consumer","Warehouse-table(dasturkhan)", "Chemical warehouse-fields" “vet pharmacy-livestock company" Scientific and practical advice and suggestions on problems in the organization of services such as "Fields-livestock complex" and ways to solve them.

Keywords: "Fields-table (dasturkhan)", "vet pharmacy-animal breeding company", types of services, infrastructure, animal husbandry, agriculture, carrots, industry,innovation,technology,sublimation, economic efficiency, etc.

Маълумки, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги фармонига асосан қишлоқ хўжалигини модернизация қилиш ва жадал ривожлантириш вазифаси ҳам белгилаб қўйилган ва ушбу фармонга асосан деҳқончилик ва чорвачилик соҳасини ривожлантиришда агрокимё ҳамда ветеринария хизматларини яхшилаш ва уларнинг моддий-техника базасини мустаҳкамлашга эътибор қаратилган. Қишлоқ хўжалиги инфратузилмасини ривожлантиришга 5 та вилоятдаги 21 туман учун 183,6 млн.АҚШ доллари йўналтирилди. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев томонидан 2020 йил 25 ноябрда «Жаҳон банкининг Халқаро тараққиёт уюшмаси ва Осиё инфратузилмавий инвестициялар банки иштирокида «Қишлоқ инфратузилмасини ривожлантириш» лойиҳасини амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарор имзоланди. Лойиҳани амалга ошириш учун Жаҳон банкининг Халқаро тараққиёт уюшмаси томонидан 100 млн АҚШ доллари миқдорида ҳамда Осиё инфратузилмавий инвестициялар банки томонидан 82 млн АҚШ доллари миқдорида кредит ажратилди. Ўзбекистон Ҳукумати томонидан 1,6 млн АҚШ доллари ажратилди. Иқтисодий тараққиёт ва камбағалликни қисқартириш вазирлиги лойиҳани ўз вақтида амалга ошириш ва мувофиқлаштириш, шунингдек кредитлардан мақсадли ва самарали фойдаланиш бўйича масъул ижро этувчи орган ҳисобланиши айтиб ўтилди.Самарқанд шаҳрида 1989,1990,1991 йиллар давомида қишлоқ хўжалик маҳсулотларини (жумладан:мева-сабзавотларни) “Буюртма столи”

орқали истеъмолчиларга етказиш бўйича “Дала-магазин”, “Магазин-уй” ва бошқа хизмат турлари ва шакллари кўринишида ташкил этилган эди. Товар айланмаси буюртма столига эга бўлган дўконларда 1,3-1,5 баробарга ошганлиги институт педагог-олимларининг илмий-амалий изланишлари натижасида иқтисодий таҳлил қилиб борилган, кейин эса ўз фаолиятини тўхтатди. Лекин, хизмат фақат мавсумий тарзда амалга оширилган бўлиб, кейинги йилларда бу соҳага эътибор қаратилиб, назарий ва амалий жиҳатдан кучайди. Самарқанд вилоятида етиштирилган маҳсулотлар кесимида иқтисодий таҳлил қилганимизда, энг юқори кўрсаткич мевачилик тармоғида бўлиб, 29 фоиз рентабеллик даражасига эга бўлган.Илмий изланишлар шуни кўрсатмоқдаки, хориж капитали билан ишлаётган корхоналарнинг қишлоқ хўжалиги инфратузилмасидаги улуши 20 фоизни ҳам ташкил қилмайди. Масалан, АҚШ билан Ўзбекистон ўртасида 2020 йилнинг 8 ойида 240 та Қўшма корхона ташкил қилинди ва рўйхатдан ўтди. Охирги 3 йилда Россия капитали билан Ўзбекистонда ишлайдиган корхоналар сони бугун 2000 тага етди. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотларини таҳлил қилганимизда, 2021 йил 1 январь ҳолатига республикада рўйхатдан ўтган хорижий капитал иштирокидаги корхона ва ташкилотлар сони 12,3 мингтани ташкил этиб, улардан 11,8 мингтаси фаолият юритмоқда, 500 таси ўз фаолиятини ҳар хил сабабларга кўра тўхтатганлар. Қўмита хабарида айтилишича, фаолият кўрсатаётган хорижий капитал иштирокидаги корхоналар сони ўтган йилнинг мос даврига нисбатан 1 399 тага ошган.Хорижий капитал иштирокида фаолият кўрсатаётган корхоналарнинг давлатлар кесимида сони қуйидагича: Россия – 2093та; Хитой – 1799та; Туркия – 1576та; Қозоғистон – 919та; Корея – 888та. Хорижий капитал иштирокида янги ташкил этилган корхоналарнинг давлатлар кесимида сони: Россия – 315та; Хитой – 207та; Туркия – 330та; Қозоғистон–150та; Корея – 97та. Истиқболдаги вазифалар қуйидагилардир.

Хулоса ва таклифлар. Хулоса. Республикамизда қишлоқ хўжалик тармоғига хизмат кўрсатувчи инфратузилмани инновацион ривожлантиришда буюртма столларининг иқтисодий самарадорликни оширишдаги имкониятлари кўп бўлишига қарамасдан етиштирилган маҳсулотларнинг турларига қараб 15-35 фоизи истеъмолчиларга етказишгача бўлган даврда нобуд бўлмоқда. Ташкил этилган буюртма столларини фаолияти илмий-амлий жиҳатдан бугунги кун талаби даражасида ташкил этилмаган.Биргина Самарқанд вилоятининг пахтачилик тармоғида рентабеллик даражаси 2019 йил якуни билан 5,8 фоизни, қишлоқ хўжалигида ўсимчилик тармоғида рентабеллик даражаси 22,0 фоизни, чорвачиликда эса 12 фоизни ташкил қилди.

Таклифлар: 1)Буюртма столларининг иқтисодий самарадорликни оширишдаги имкониятларини амалга оширишда шу соҳада фаолият юритиб келаётган хориж компаниялари билан худудлар кесимида қўшма лойиҳалар ва қўшма корхоналар ташкил этишдир. Лекин, бу учун мамлакатимизда нуфузли хориж мамлакатлари мутахассислари иштирокида кадрлар

тайёрлашни ташкил этиш зарур; 2)Юқорида келтирилган “Дала-дастурхон”, “Дала-чорвачилик мажмуаси”, Магазин-истеъмолчи” ва бошқа мулкчиликнинг турли шаклларида хизмат тузилмаларини ҳамма худудларда илмий-амалий тавсияларга асосланган тарзда ташкил этиш; 3)Қўшма лойиҳа,қўшма корхоналарда ишловчи ишчилар, мутахассис ва менжерларни ёшликдан тайёрлашни йўлга қўйиш ҳамда жойларда,айниқса узоқ қишлоқларда қисқа муддатли курслар,ўқув семинарлари,учрашувлар ташкил қилиш,яъни ёшларда тадбиркорлик ҳиссини уйғотиш; 4) 100 фоиз ўз капитали билан ишлайдиган ҳамда қўшма лойиҳалар ва қўшма корхоналарни тузиб ишлаётган хориж компанияларини бир меъёрда доимий ишлашини таъминлаш. Чунки, айримлари ҳар хил сабабларга кўра ўз фаолиятини тўхтатиб қўймоқда.

Фойдаланилган адабиётлар руйхати

1. Ўзбекистон республикасининг**“Инвестициялар ва инвестиция фаолияти тўғрисида”** қонуни. Қонунчилик палатаси томонидан 2019 йил 9 декабрда қабул қилинган Сенат томонидан 2019 йил 14 декабрда маъқулланган.
2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев томонидан 2020 йил 25 ноябрда «Жаҳон банкининг Халқаро тараққиёт уюшмаси ва Осиё инфратузилмавий инвестициялар банки иштирокида «Қишлоқ инфратузилмасини ривожлантириш» лойиҳасини амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори
3. Самарқанд вилояти қишлоқ хўжалик ҳамда статистика бошқармасининг 2019 йиллар ҳисоботлари.
4. Интернет маълумотлари ва бошқа манбалар.

A.H.Hamzaev – MBA in MarketingManagement Development Institute of Singapore in Tashkent “Profi Pharm Service” LLC , Director

COMPUTERIZATION OF MANAGEMENT ACTIVITIES IN SERVICE PROVIDER ACTIVITIES AFTER COVID-19 PANDEMIC

Abstract: The article focuses on problems and recommendations in using information technology in management activities of service provider companies during pandemic COVID-19. Nowadays, management needs modern information technology solution in solving organizational problems.

Key words: Information technology (IT), management, service, COVID-19.

Аннотация: Ушбу мақолада сервис компанияларда COVID-19 пандемиясидан кейинги даврда бошқариш функцияларини компьютерлаштириш муаммолари ва уларнинг ечимлари келтирилган, Бошқаришдаги муаммолар ечимларини инновацион ёндашиш ҳамда информацион технологияларни фойдаланилган ҳолда ҳал этиш тавсиялари берилган.

Калит сўзлар: Информацион технологиялар (IT), менеджмент, сервис, COVID-19

Аннотация: В данной статье изложены проблемы и решения компьютиризации управленческих функций сервисной компании после пандемии

COVID-19. В современном мире во многих случаях менеджменту необходимы современные инновационные подходы к быстрому решению посредством информационных технологий.
Ключеввые слова: Информационные технологии (IT), менеджмент, сервис, COVID-19

The 21st century is more concerned with the era of information and communication. Because of the development of communication and information processing the organizations' management functions changes dramatically. Information technologies (IT) contribute a lot of opportunities for companies in developing communication channels. Moreover, the productivity of the company can be increased considerably by effective implementation of IT. Based on Mujtaba and McFarlane (2005), 'IT has greatly affected management processes and practices with respect to non-comparable data, the volatility of the global environment, the effect of distance and the level of subsidiary maturity in developing economies.'

The Covid-19 pandemic pushes many companies to use IT instruments to control the working process as many people have to stay at home due to the governmental restrictions. In this situation, IT is becoming vital in the communication channel between workers and can be cause of stress for workers as the valuable information can be lost. In order to avoid problems, it is essential for the management to make information available for every team member. In addition, for the service provider companies there are following barriers in the implementation of IT, which can be divided into: humanistic, organizational and environmental factors.

Humanistic factors:

• Insufficient information from administrators and users as the valuable details can be lost during the delivering information.
• Lack of understanding between employees due to the limited communication channel.
• Low participation of managers in the team task projects
• Lack of understanding by managers regarding the usage of software and information systems
• The lack of acceptance by employees regarding the changes towards implementation of IT
• Lack of precision in the data collection

Organizational factors:

• Shortage of good conditions for the team collaboration.
• The lack of coherence and complication of existing manual systems.
• The scarcity of analysis of existing systems and methods before system design.
• Improper condition to train specialized forces.
• The lack of human resources with the specialization of administration and informatics and other valuable specialization

• Improper user education.
• Insufficient and unaccomplished documentation.
• Poor system implementation.

Environmental factors:

• The shortage of quality criteria toward existing information systems.
• The lack of improper consultants to design the system and software.
• The scarcity of procedures and stages of system creation.
• The lack of analysis of environmental aspects in IMS (information management systems).
• The lack of the right use of the media to elaborate the culture of the use of information system.
• The lack of proper training courses in institutions and the lack of adequate human resources.

The management information system (MIS) helps to develop job performance of the companies such as service provider companies. Moreover, MIS needs to make right strategic decisions by top management of the companies. It helps to supervise and control key business activities by providing the right information in the right moment. During the Covid-19, MIS plays crucial role for the top management as employees are working on the distance basis, and there is no any opportunity to gather teams in one place.

One of the main advantages of Management Information System is the reduction of the bottlenecks in the management process, especially during the governmental restrictions regarding the widespread of Covid-19. Also, MIS helps to collect adequate information from internal and external sources in order to make timely and effective decisions regarding planning, directing and controlling the key activities. According to Md Abdullah (2015), "the management information system is also a collection of people, procedures and devices organized to convert data from internal and external sources into information and communicate such information appropriately to management at all levels." During the Covid-19, MIS becomes very crucial for the service provider companies in order to control the key process effectively.

Recommendations

In order to avoid barriers in the usage of IMS in service provider companies, the firms should clearly understand the real needs of information technology. The employees should be well trained during the implementation stage as more knowledge will be needed for the employees. Furthermore, based on objective and subjective analysis, management should analyze the effectiveness of using management information system in the working process. If some instruments are not working, the correction procedures should be implemented. In addition, management should be aware of new technology coming as each year the software is being updated.

List of References

Md Abdullah, Md Al Mahmud and Dr Rahaman (2015) "Challenges to Implement Information Systems in Business Organizations in Bangladesh" [https://www.researchgate.net/publication/295537754_Challenges_to_Implement_Informa

tion_Systems_in_Business_Organizations_in_Bangladesh_CHALLENGES_TO_IMPLEMENT_INFORMATION_SYSTEMS_IN_BUSINESS_ORGANIZATIONS_IN_BANGLADESH_AN_EMPIRICAL_STUDY]
Monirah Almalki, Shimaa Al-fleit, Aasim Zafar (2017) "Challenges in Implementation of Information System Strategies in Saudi Business Environ- ment: A Case Study of a Bank" [https://www.researchgate.net/publication/315471085_Challenges_in_Implementation_of_Information_System_Strategies_in_Saudi_Business_Environment_A_Case_Study_of_a_Bank]
S.S. Kadam & Prof. M.A. Sutar (2017) " A review paper on Management Information Systems" [http://www.onlinejournal.in/IJIRV3I4/057.pdf]
Kornkaew A (2012) "Management Information System Implementation Challenges, Success Key Issues, Effects and Consequences" [https://www.researchgate.net/publication/279482459_Management_Information_System_Challenges_Success_key_issues_Effects_and_Consequences_A_case_study_of_FENIX_System]

M.N. Ibragimov– MBA in Marketing, Management Development Institute of Singapore in Tashkent , "Profi Pharm Service" LLC, Head of Marketing Dept.

THE CHANGING CUSTOMER-ORIENTED POLICY OF DRUGSTORE IN SELLING OTC PRODUCTS AFTER COVID-19 PANDEMIC

Abstract: The article focuses on changing customer-oriented policy of drugstore in selling OTC products after COVID-19 pandemic. Having analyzed the problems which are facing drugstores, the recommendations and conclusions are provide.

Key words: OTC drugs, drugstores, pharmacists, COVID-19.

Аннотация: Ушбу мақолада COVID-19 пандемиясидан кейин дорихона муассасаларида OTC препаратларни сотишдаги мижозлар эҳтиёжларига қаратилган сиёсатидаги ўзгаришлар ёритилган. OTC препаратларни бозорга олиб чиқишдаги муаммолар аниқлаштирилиб, уларни ҳал этиш бўйича тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: OTC препаратлар, дорихоналар, фармацевтлар, COVID-19

Аннотация: В данной статье изложены изменения клиентоориентированной политики аптечных учреждений по продвижению OTC препаратов после пандемии COVID-19. Сформулировав проблемы по реализацию OTC препаратов, предложены рекомендации по решению этих проблем.

Ключевые слова: OTC препараты, аптеки, фармацевты, COVID-19

Introduction. OTC medicines are becoming one of the vital products in delivering quality healthcare to population. Based on McKesson (2018), "Over the Counter (OTC) medicines are defined as non-prescription medicines which the public can purchase from a licensed pharmacy and other non-pharmacy outlets (i.e. drug stores, petrol stations, etc) without prescription of physicians." OTC products are becoming popular among people as they are affordable and accessible in all drugstores. However, due to the Covid-19 pandemic the sales of OTC products are decreasing as the demand for medicines, which help to treatment of Covid-19, is

becoming very high. This situation changes the purchasing behavior of patients and prescribing behavior of physicians. However, this demand can be temporary. In that situation, the drugstores are trying to adopt and change their customer-oriented policy in selling OTC products.

According to Global Market Insights (2020), OTC Drugs Market size was valued at USD 151 billion in 2020. Worldwide OTC drugs market is projected to grow over 5.1% between 2021 and 2027 (Global Market Insights, 2020). Among OTC products, based on statistics of Global Market Insights in 2020, minerals and vitamin supplements accounted more than 29.3% of OTC global market share. Therefore, there are enough evidences that the OTC markets will grow worldwide based on the needs and wants of patients.

OTC products are becoming vital for the profitability of drugstores due to the active marketing and selling activities among pharmaceutical companies. However, **there are following problems in selling OTC products:**

- Low qualification of pharmacists.
- The low motivation of pharmacists.
- Staff leak.
- Patients' low awareness regarding OTC products.
- Low demand for OTC products due to Covid-19
- Improper working conditions for pharmacists because of Covid-19

One of the main problems of drugstores is **the low qualification of pharmacists.** Due to the increasing number of drugstores and high competition in the market, the additional trainings of pharmacists are becoming crucial in order to survive in the market. The trainings are needed in order to increase the selling skills of OTC drugs to patients as patients are trying to get feedback from pharmacists in order to make right decisions. However, pharmacists in most cases cannot recommend right OTC products to patients due to the low information. Therefore, patients are trying to go to drugstores, where pharmacists are highly qualified. In this high competition market, management should focus on training their pharmacists as the knowledge is giving more value to patients than even the number of medicines in the drugstores. Moreover, the trainings should be focused not only on medicines' composition, but more on communication skills, selling psychology and marketing in order to satisfy the real needs of customers.

Pharmacists' low motivation to work is one of the main issues for the management of drugstores. Low motivation is the result of low salary and improper working environment of pharmacists. The increasing salary can be not a solution as the extra incentives can be more attractive. Extra incentives push pharmacists to perform their job more effectively by delivering more value to the customers. Incentives can be in the form of cash and non-material motivation such as summer holiday tours to Antalya, Dubai and etc. In addition, working environment can be cause of low motivation of workers. Therefore, the management should create proper working conditions by organizing working hours, lunch break, training hours effectively without stressing pharmacists.

Due to the high competition in the market, pharmacists can easily change their

work from one drugstore to another. Therefore, in this situation **staff leak** is becoming critical. In that situation, the management should focus on creating proper environment to pharmacists in order to retain them. In this case, trainings are becoming one of the main factors as pharmacists should feel that they are getting valuable knowledge, which increases their incentives.

In the drugstores the physicians have limited time to recommend right OTC products to the patients. Therefore, the knowledge of patients can be critical in order to understand the right usage of medicines. In that case, in order to avoid negative effects of products, the patients should read the insert carefully. Pharmaceutical companies are trying to use different marketing channels in order to provide more information to the patients regarding OTC products. In most countries the advertising of OTC products is allowed by Law that create additional opportunities for the Marketing team. SMM (Social Media Marketing) is one of the useful platforms for the communication with patients.

From the beginning of March 2020, the whole world faces one of the most dangerous viruses such as Covid-19, which transmits to people with high speed. At that period, most of countries closed their borders, and people had to stay at home due to the government's restrictions. Governments from all the world were starting to build separate hospitals urgently for infected people. Unfortunately, every day many infected people were dying as there were lack of information regarding the efficient treatment of Covid-19. However, after 1 month, WHO (World Healthcare Organization) issued the list of drugs, which are effective in the treatment of Covid-19. With the help of these drugs, the patients are being treated in the special Covid-19 hospitals created by governments in all countries. Therefore, the demand for these drugs is considerably increased, and pharmaceutical companies tried to focus more on importing Covid-19 drugs. Thus, the demand for other drugs, especially OTC products, is decreased tremendously. Nowadays, for the drugstores it is very difficult to predict the sales due to the Covid-19 measures in all countries.

Restrictive measures such as closing borders, offices, entertainment activities, restaurants and others, affect negatively to the spending abilities of people. Therefore, the sales of drugstores are considerably decreased.

Conclusion and Recommendations

Taking all the points into the consideration, Covid-19 pandemic effects customer-oriented policy of drugstore in selling OTC products as the management is facing the following issues:

- Low qualification of pharmacists.
- The low motivation of pharmacists.
- Staff leak.
- Patients' low awareness regarding OTC products.
- Low demand for OTC products due to Covid-19.
- Improper working conditions for pharmacists because of Covid-19.

In this situation, the management should focus on training pharmacists in order to increase their skills and knowledge. Due to the limited resources, the drugstores should outsource the training activities as pharmaceutical consulting

companies have more expertise and resources in this area. The trainings should be continuous and systematic in order to be effective. Moreover, the communications skills and sales knowledge is critical in the training programs as pharmacists are dealing with patients, who have less knowledge about the products.

In order to increase the motivation of pharmacist, the management should create the incentive system, which encourage pharmacists to work effectively. In this situation, the pharmacists will be more motivated to work on long-term basis, and there will be less staff leak in the drugstores.

Due to the widespread of Covid-19, the management should focus on creating proper working conditions to their employees as they are more in risk as they are dealing with infected patients. The management should allocate more holidays to their workers to decrease the risk of stressfulness, otherwise there is a risk of losing valuable employees.

List of References

Zupanec, I, Chernih V. and others (2015) “Pharmaceutical custody is an essential aspect of clinical pharmacy”, Kharkov (Ukraine) [http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/11813/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8B%20%D0%B8%D0%B7%202015_klin_farmacia_bazovui.pdf]

Global Market Insights (2020) “OTC Drugs Market Size” USA [https://www.gminsights.com/industry-analysis/over-the-counter-otc-drugs-market]

Technavio Research (2020) “COVID-19 Pandemic Impact on Global Over the Counter (OTC) [**https://apnews.com/press-release/business-wire/e0f449f8e141425eb5eda50a09db4247**]

Fortune Buisness Insights (2020) “Impact of COVID-19 on Pharmaceuticals Market Size, Share & Industry Analysis [**https://www.fortunebusinessinsights.com/impact-of-covid-19-on-pharmaceuticals-market-102685**]

УДК: 336.1(575.1)

Б.Ў. Ташбаев– ТДИУ, “Молиявий таҳлил ва аудит” кафедраси катта ўқитувчиси

ТАРИХИЙ РЕКТОРСПЕКТИВАДАГИ ИҚТИСОДИЙ ҚАРАШЛАР ПАРАДИГМАСИДА ДАВЛАТ ҚАРЗЛАРИНИНГ МАЗМУНИ

Аннотация: Давлат ички ва ташқи қарзлари, Бюджет тақчиллиги ва уни қарзли молиялаштириш, Таҳлил натижаси бўйча давлат қарз сиёсати ва уни самарадорлигининг таҳлили тўғрисида илмий таклиф ва хулосалар берилган.

Калит сўзлар: Давлат бюджет, Давлат ички қарзлари, Давлат ташқи қарзлари, қарзлар, Халқаро валюта фонди, Жаҳон банки, Дефольт.

Научные предложения и выводы по анализу политики государственного долга и ее эффективности на основе результатов анализа внутреннего и внешнего государственного долга, дефицита бюджета и его долгового финансирования.

Ключевые слова: Государственный бюджет, Государственный внутренний долг, Государственный внешний долг, Долг, Международный валютный фонд, Всемирный банк, дефолт.

Scientific proposals and conclusions on the analysis of public debt policy and its effectiveness based on the results of the analysis of domestic and external public debt, budget deficit and its debt financing.

Key words: Government budget, Government domestic debt, Government external debt, Debt, International Monetary Fund, World Bank, default.

Жаҳон мамлакатлари тарихий тараққиёт тенденциялари шуни тасдиқлайдики, ҳар бир мамлакат ҳукуматининг сиёсий институт сифатидаги фаолияти, иқтисодий қудрати унда шакллантирилган мукаммал молия механизмига бевосита боғлиқдир. Мукаммал молия механизми турли даражаларда ташкил қилинадиган барқарор молиявий ресурслар фонди ва уни иқтисодий тараққиётнинг у ёки бу босқичида вужудга келадиган молиявий эҳтиёжларнинг асосий молиявий манбаи сифатидаги ролини қайдаражада бажаришига боғлиқ бўлган. Ушбу тизимни ташкил қилувчи бир қатор молиявий категориялар мавжуд бўлиб, улардан бири давлат қарзлари ҳисобланади.

Халқаро валюта фонди ва Жаҳон банки томонидан "Давлат қарзларини бошқариш бўйича қўлланма" га мувофиқ (Guidelines for Public Debt Management, prepared by the Staffs of the International Monetary Fund and the World Bank) давлат қарзини бошқариш техник дефольт хавфини минималлаштириш ва харажатларнинг мақбул даражасини ушлаб туриш билан бирга зарур молиявий ресурсларни кўпайтириш мақсадида давлат мажбуриятларини бошқариш стратегиясини шакллантириш ва амалга ошириш жараёни- деб таърифланган[1].

Халқаро валюта жамғармаси ва Жаҳон банкининг иқтисодчилари эътироф этишича ҳаддан зиёд юқори ва мақсадга мувофиқ бўлмаган қарзлар тўлов шартлари, валюта ва фоиз ставкаларига таъсир этиши воситасида кўплаб мамлакатларда иқтисодий инқирозни келтириб чиқишига таъсир этувчи омил бўлган. Ушбу инқирозлар давлат қарзини бошқаришнинг мукаммал стратегиясини ишлаб чиқиш зарурлигини таъкидлашади.

Юқоридаги аргументлар давлат қарзларини иқтисодий категория сифатидаги хусусияти ва уларни макроиқтисодий оқибатларини илмий тадқиқ қилиш ва бу борадаги иқтисодчилар илмий қарашларининг концептуал асосларини тадқиқ қилишни тақозо қилади.

Замонавий бозор иқтисодиёти ўзининг турли туман моделлари шароитида аралаш иқтисодиёт шаклида такомиллашиб тараққий этиб бомоқда. Жаҳон хўжалигининг тарихий тараққиёт тенденциялари тсдиқламоқдаки, барқарор ўсиш суръатларини стратегик контурда ушлаб туриш ва таъминлаш масаласи мураккаб ҳисобланиб, ҳар қандай иқтисодиёт

[1] THE WORLD BANK, INTERNATIONAL MONETARY FUND REVISED GUIDELINES FOR PUBLIC DEBT MANAGEMENT. Prepared by the staffs of the World Bank and the International Monetary Fund Approved By Jeffrey D. Lewis (World Bank) and José Viñals (IMF) April 1, 2014

эндоген ва экзоген омиллар таъсирида циклли ривожланиш хусусиятларига эга бўлиши иқтисодий цикллар назариясида асосланган[1]. Иқтисодий циклнинг турли фазаларида давлат ва яҳлит миллий иқтисодиёт учун молиявий ресурсларга бўлган эҳтиёж ҳам турлича бўлади. Иқтисодий цикларнинг пасайиш, турғунлик ва илк жонланиш фазасида ички ва ташқи молиявий ресурсларни жалб қилишга табий эҳтиёжнинг вужудга келиши давлатларнинг ички ва ташқи қарз сиёсатининг объектив асосини ташкил қилади. Шунинг учун ҳам давлат қарзлари илк давлатчилик муносабатларини пайдо бўлишини билан объектив тарзда намоён бўлгандир.

Замонавий иқтисодий маконда эса давлат қарзлари нафақат жаҳон иқтисодий платформасида балки сиёсий ва иқтисодий платформасида асосий драйвер, “ўйин қоидаси”ни белгиловчи асосий категориялардан бирига айланиб улганганлигидир. Ички ва ташқи қарз ресурслари ҳаракатини ўзида мужассамлаштирувчи давлат қарзлари миллий ва глобал молиянинг асосий элементини ташкил қилиб, тарихий тараққиёт давомида ўзаро ички алоқадор элементлар мажмуасидан ташкил топган яҳлит тизим сифатида ҳам ривожланиб бормоқда. Демак, давлат қарзлари глобал ва миллий масштабда молия тизимининг элементи ва шунингдек, турли ички тузилмавий элементлар мажмуасидан иборат яҳлит тизимни ўзида мужассамлаштиради.

Шунинг учун ҳам иқтисодий тараққиёт парадигмасида иқтисодий мактаб намоёндаларининг давлат қарзлари категориясига нисбатан қарашлари мавжуд иқтисодий макон шарт-шароитларига мувофиқ тарзда мунозарали бўлганлигини кузатишимиз мумкин. Натижада, замонавий давлат қарзлари назарияси кўп йиллик тарихий тараққиёт тўпланган илмий концепциялар асосида тизимли равишда ўргани келинмоқда.

Давлат қарзларига нисбатан илк антик қарашларда унинг сиёсий йўналишдаги хусусиятларига эътибор қаратилган. Хусусан, давлат қарзлари асосан урушлар туфайли ғолиб мамлакатларга мағлуб мамлакатлар томонидан курилган зарарни қоплаш учун контрибуция тўловлари шаклидаги мажбуриятлар сифатида қаралган. Давлат қарзларига нисбатан антик қарашларнинг яна бир хусусияти уларнинг этика категорияси сифатидаги талқинига урғуберилишидадир. Хусусан, қарзлар воситасида вужудга келадиган мажбурият - бу ахлоқий эҳтиёжга бўйсунишга, виждон амрини ўз ҳатти-ҳаракатларининг ўлчовига айлантиришга тайёрлигини ички ифодасидир. Шунинг учун виждоннинг ўзига хос феноменологияси, юқорида айтиб ўтилганидек, қадимги Хитойча матнларда "бурч" ва "уят" тоифаларида учрайди. Қарз тушунчаси конфуцийликда "рен" ва "ли" тушунчалари билан боғлиқлиги эътироф этилади.

Демак, қарз категориясига нисбатан антик даврдаги қарашлар примитив тавсифга эга бўлиб, қарзнининг субъектлари кесимидаги муомала жараёни

[1] Бунда ҳозиргача барчага маълум Китчин(3-4 йил), Жюгляр (7-11 йил), Кузнец (15-25 йил) ва узун тулқинлар цикли бўлган Кондратъев (45-60 йил) цикллари фазалари назарда тутилган. Қаранг: Коротаев А. В., Цирель С. В. Кондратьевские волны в мировой экономической динамике // Системный мониторинг. Глобальное и региональное развитие / Ред. Д. А. Халтурина, А. В. Коротаев. М.: Либроком/URSS, 2009. ISBN 978-5-397-00917-1. С. 189—229.

тизимли равишда ўрганилмаган.

Классик иқтисодий назариядан олдинги даврнинг иккита асосий мактаблари ҳисобланувчи меркантилизм ва физиократлар иқтисодий сиёсат ва давлат бюджети тақчиллигини молиялаштириш нуқтаи назаридан қарама-қарши бўлган позицияда бўлиб: меркантилистлар интервенцион физиократлар эса иқтисодий либерализмни қўллаб қувватлаш позициясида бўлишгандир. Хусусан, Меркантилистлар: Т. Манн, У. Стаффорд, А. Сера, А. Монкретьен ва бошқалар давлат қарз сиёсати– давлат даромадларининг муҳим манбаи ҳисобланишини эътироф этиб ўтишади. Уларнинг фикрича давлат иқтисодиётни тартибга солишда замонавий бюджет инструментлари ҳисобланувчи солиқлар, давлат харажатлари, давлат қарзларидан фаол фойдаланиш тарафдорлари бўлишгандир.

Физиократлар (Ф. Кенэ, А. Р. Тюрго, В. Мирабо, Г. Летрон, П. Мерсье де Ла Ривьер) эса давлатнинг иқтисодиётга аралашувини қатъий чеклаш тарафдорлари сифатида қарз инструментлари орқали давлат аралашуви даромадлар тенгсизлигининг асосий омили ҳисобланишини таъкидлайдилар[1].

XVI ва XVII асрлар вакиллари ҳисобланувчи давлатга “Бош тадбиркор” сифатида қаровчи, давлат сиёсатида ягона божхона маконини ва давлат бошқарувни қатъий марказлаштириш, давлат молиясини барқарорлаштиришда солиқ тизимини ислоҳ қилиш, давлат даражасидаги тадбиркорлик, марказий ҳокимиятнинг монопол ҳуқуқ ва имтиёзларни таъминлаш тарафдорлари ҳисобланганмеркантилизм назарияси қарашларида давлатнинг фаол қарз сиёсатига ижобий ҳол сифатида қарашлари шак шубҳасиздир.

Хусусан, Ж. Ф. Мелон, Д. Ло, Ж. Стюарт Милларнинг фикрича давлат харажатларини қарзли молиялаштириш давлат бюджетига даромадларининг энг муҳим манбаларидан бири сифатида қарайди. Давлат қарзи билан боғлиқ муаммолар пайдо бўлмаслиги лозимлигини таъкидлашади. Масалан, Ж.Стюарт Милл ўзининг "Сиёсий иқтисод асослари" китобининг учинчи жилдида: "Барча олинадиган қарзлар вақтлар ўтиб гўёки тўлангандек ёки бекор қилингандек, охир-оқибат у ёки бу тарзда йўқолади"- деб ҳисоблайди[2].

Шотланд файласуф-иқтисодчиси Давид Юм давлатнинг кредит сиёсатига нисбатан салбий фикр бериб ўтади. Унинг фикрича, давлат қарзлари давлат бюджети дефицитини солиқ юкини оширмасдан молиялаштиришнининг муқобил варианти сифатида кўриб ўтади. Лекин, давлатнинг қарз сиёсатини ҳукумат томонидан суистемол қилиш ҳолати миллат томонидан қарзларни тугатилишига ва аксинча ушбу ҳолат кузатилмаса давлат қарзлари миллатни тугатиши мумкинлигини эътироф этиб ўтади[3].

[1]Physiocrat. Encyclopaedia Britannica 2005; Kaplan S. Bread, Politics and Political Economy in the reign of Louis XV. Hague, 1976, Vol. I, pp. 113-148

[2] https://studwood.ru/761014/ekonomika/dzhon_styuart_mill_trud_osnovy_politicheskoy_ekonomii.

[3] Blackburn S. How to Read Hume. — London, 2008. — p. 2.

X.Qarshiboyev – SamISI kafedra mudiri, f-m.f.n.,
Sh. B. Ergashev – SamISI, mk-420 guruh talabasi

KO‘P TARMOQLI IQTISOD MODELI

Annotatsiya: Maqolada ikkita tarmoq bo’yicha zarur bo’lgan yalpi mahsulot hajmini hisoblash tahlil qilingan.

Kalit so’zlar: balans, ko’p tarmoqli, iqtisod moduli, narmoqlararo balans.

Аннотация: В статье анализируется вычисления объёма необходимой валовой продукции по двум каналам.

Ключевые слова: баланс, многоканальная модель экономики, межотраслевой баланс.

Abstract: The article analysis of the calculation of the volume of the necessary gross production by two channels.

Key words: balance, multi-channel model of economy, interbranch balance.

Balans tahlilining maksadi - makroekonomikada vujudga keladigan ko‘p tarmoqli xo‘jalik yuritishning effektivl igi bilan bog‘liq savolga javob berishga to‘g‘ri keladi: har bir n tarmoqning mazkur mahsulotga bo‘lgan talabni qondirish uchun ishlab chiqarish hajmi qanday bo‘lishi kerak? Bunda har bir tarmoq bir tomondan, ma’lum bir mahsulotning ishlab chiqaruvchini, boshqa tomondan - ham o‘z mahsulotini, ham boshqalar ishlab chiqargan mahsulotning iste’mol qiluvchisi bo‘lib chiqadi.

Tarmoqlar orasida bog‘liqlik, qoidasiga ko‘ra, tarmoqlararo balans jadvallarida o‘z aksini topadi, uning matematik modeli esa 1936 yilda amerika iqtisodchisi V.Leontev tomonidan ishlab chiqilgan bo‘lib, ularni tahlil qilishga imkon beradi [1].

Faraz qilaylik, n ishlab chikarishning n tarmog‘i, har biri o‘z mahsulotini ishlab chiqarish ko‘rilmoqda. Ishlab chiqarilgan mahsulotning bir qismi mazkur sanoat korxonasi ichki ishlab chiqarish ehtiyojlariga sarflanadi, boshqa qismi esa oxirgi maqsadlar uchun (moddiy ishlab chiqarish sohasidan tashqarida) shaxsiy va ijtimoiy iste’mol qilish uchun.

Ma’lum vaqt davomida ishlab chiqarish jarayonini ko‘rib chiqamiz (masalan, yil).

Quyidagi ko‘rsatkichlarni belgilaymiz: x_i - umumiy (yalpi) mahsulot xajmi i - tarmoqning $(i = 1,2,\ldots,n)$;

x_{ij} - mahsulot hajmi i-chi va j-chi tarmoqning ishlab chikarish jarayonida iste’mol qiluvchi $(i, j = 1,2,\ldots,n)$;

y_i - ishlab chiqarish bo‘lmagan iste’molchi uchun i tarmoqning oxirgi ishlab chiqargan mahsuloti hajmi.

Agar i-chi tarmoqning yalpi mahsuloti hajmi n tarmoqli iste’mol qiladigan mahsulot hajmi va oxirida olinadigan mahsulot summasiga teng bo‘lsa, unda

$$x_i = \sum_{j=1}^{n} x_{ij} + y_i \quad (i = 1,2,\ldots,n). \qquad (1)$$

(1) tenglama balans bog‘lanishi deyiladi. (1) tenglamaga kirgan barcha kattaliklar narx ko‘rsatkichlariga ega bo‘lib, ularni baholi tarmoqlararo balansida ko‘rib chiqamiz.

To‘g‘ri harajatlar koeffitsiyentini kiritamiz

$$a_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_j},\ (i, j = 1,2,\ldots,n), \qquad (2)$$

bular i -chi tarmoq birlik mahsulotini ishlab chiqarish uchun j -chi tarmoq mahsulotiga harajatlarni ko‘rsatadi.

Faraz qilaylik, vaqtning ma’lum oralig‘ida a_{ij} koeffitsiyentlari o‘zgarmas bo‘lib, ishlab chiqarish texnologiyasiga bog‘lik bo‘lsin. Bu moddiy sarflarning yalpi mahsulot ishlab chiqarishga chiziqli bog‘liqligini ko‘rsatadi, ya’ni

$$x_{ij} = a_{ij}x_j,\ \ (i, j = 1,2,\ldots,n) \qquad (3)$$

natijada mazkur asosda tuzilgan tarmoqlararo model chiziqli bo‘lishini hosil qilamiz.

Endi (1) balans munosabati quyidagi shaklda bo‘ladi:

$$x_i = \sum_{j=1}^{n} a_{ij}x_{ij} + y_i \quad (i = 1,2,\ldots,n). \qquad (4)$$

Quyidagicha belgilashlarni kiritamiz

$$\mathrm{X} = \begin{pmatrix} \mathrm{x}_1 \\ \mathrm{x}_2 \\ \ldots \\ x_n \end{pmatrix}, \quad A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \ldots. & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \ldots. & a_{2n} \\ \ldots. & \ldots\ldots & \ldots. & \ldots\ldots \\ a_{n1} & a_{n2} & \ldots\ldots & a_{nn} \end{pmatrix}, \quad \mathrm{Y} = \begin{pmatrix} \mathrm{y}_1 \\ \mathrm{y}_2 \\ \ldots \\ y_n \end{pmatrix}$$

bu yerda X -yalpi mahsulot vektori, Y - oxirgi mahsulot vektori, A - to‘g‘ri sarf matritsasi (texnologik yoki strukturaviy matritsa).

U holda (1) sistemani matritsa ko‘rinishida quyidagicha tasvirlash mumkin:

$$X = AX + Y \qquad (5)$$

Tarmoqlararo balansi asosiy masalasi X yalpi mahsulot ishlab chiqarishning shunday vektorini topish kerakki, ma’lum to‘g‘ri sarf qilinadigan A matritsasi oxirgi mahsulot Y berilgan vektorini ta’minlaydi.

(5) tenglamani quyidagi ko‘rinishda yozib olamiz:

$$(E - A)X = Y \qquad (6)$$

Agar $(E - A)$ matritsasi maxsus bo‘lmagan bo‘lsa, ya’ni $|E - A| \neq 0$ u holda (6) tenglikdan X ni topamiz

$$X = (E - A)^{-1}Y \qquad (7)$$

$S = (E - A)^{-1}$ matritsasi to‘la harajatlar matritsasi deb ataladi.

Ma’lumki, S matritsaning har bir s_{ij} elementi $i-$ chi tarmoqli yalpi mahsulotini ishlab chiqarishi bo‘lib, $j-$chi tarmoqli $y_j = 1$ $(j = 1,2,\ldots,n)$ oxirgi mahsulotini ishlab chiqarishini ta’minlaydi.

Masalaning iktisodiy mazmunidan kelib chiqqan xolda x_i manfiy bo‘lmasligi, manfiy bo‘lmagan ko‘rsatkichlarda $y_i \geq 0\ u\ a_{ij} \geq 0$, bu yerda $(i, j = 1,2,\ldots,n)$.

$A \geq 0$ matritsasi unumdorlik deb ataladi, agar ixtiyoriy $Y \geq 0$ vektori uchun (6) tenglamaning $X \geq 0$ yechimi mavjud bo‘lsa. Bu holatda Leontev modeli ham unumdorlik deb ataladi.

Jadvalda hisobot davridagi balans bajarilishi keltirilgan pul birligida

Tarmoq		Iste’mol		Oxirgi mahsulot	Yalpi mahsulot
		energetika	mashinasozlik		
Ishlab chiqarish	Energetika	7	21	72	100
	Mashinasozlik	12	15	123	150

Har bir tarmoq bo‘yicha zarur bo‘lgan yalpi mahsulot hajmini hisoblang, agar energetika tarmog‘idagi oxirgi mahsulot mikdori ikki barobar oshsa, mashinasozlikda esa avvalgi bosqichda saqlansa.

Quyidagilarga egamiz

$$x_1 = 100,\ x_2 = 150,\ x_{11} = 7, x_{12} = 21, x_{22} = 15; y_1 = 72, y_2 = 123.$$

(2) formula ko‘ra to‘g‘ri sarf-harajatlar qilinadigan koeffitsiyentlarni topamiz:

$a_{11} = 0{,}07, a_{12} = 0{,}14, a_{21} = 0{,}12,\ a_{22} = 0{,}10$ ya’ni to‘g‘ri sarf- harajatlar matritsasi $A = \begin{pmatrix} 0{,}17 & 0{,}14 \\ 0{,}12 & 0{,}10 \end{pmatrix}$ manfiy bo‘lmagan elementga ega va unumdorlik kriteriyasini qanoatlatiradi:

$$\max\{0{,}17 + 0{,}12;\ 0{,}14 + 0{,}10\} = \max\{0{,}19; 0{,}24\} = 0{,}24 < 1.$$

Shuning uchun ixtiyoriy Y oxirgi mahsulot vektori uchun zarur bo‘lgan yalpi mahsulot hajmini X ni (7) formuladan topamiz:

$$X = (E - A)^{-1} Y$$

To‘la harajatlar matritsasini aniqlaymiz $S = (E - A)^{-1}$: $E - A = \begin{pmatrix} 0{,}93 & -0{,}24 \\ -0{,}12 & 0{,}90 \end{pmatrix}$.

Shunday qilib $|E - A| = 0{,}8202 \neq 0$. S ni topamiz.

$$S = (E - A)^{-1} = \frac{1}{0{,}8202} \begin{pmatrix} 0{,}90 & 0{,}14 \\ 0{,}12 & 0{,}93 \end{pmatrix}$$

Shart bo‘yicha oxirgi mahsulot vektori $Y = \begin{pmatrix} 144 \\ 123 \end{pmatrix}$. U holda (4) formulaga ko‘ra yalpi mahsulot vektorini topamiz:

$$X = \frac{1}{0{,}8202} \begin{pmatrix} 0{,}90 & 0{,}14 \\ 0{,}12 & 0{,}93 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} 144 \\ 123 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 179{,}0 \\ 160{,}5 \end{pmatrix},$$

ya’ni, yalpi mahsulotni energetika tarmog‘ida 179,0 kelishilgan birlikka, mashinasozlikda esa – 160,5 kelishilgan birlikka ko‘paytirish zarur.

Adabiyot

1. Н.Ш.Кремера. Высшая математика для экономистов. М: “ЮНИТИ”. 1998.

М У Н Д А Р И Ж А :

Абдукаримов В.И	О отце и коллеге д.э.н., профессоре Абдукаримове Исмат Тухтаевиче	4
I ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК МУАММОЛАРИ ВА УЛАРНИ ҲАЛ ҚИЛИШНИНГ СТРАТЕГИК ЙЎНАЛИШЛАРИ”		
Пулатов М.Э., Пардаев М.Қ.	Маркетинг тадқиқотларида рақамли технологиялардан фойдаланишнинг аҳамияти	7
Пардаев М.Қ.	Коррупциянинг илдизлари ва уни бартараф қилиш борасидаги чоралар	11
Абдукаримов В.И.	Совершенствование системы менеджмента в условиях развития цифровой экономики	15
Xalikova L.N., Tugizova F.D., Egamkulov D.B.	O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni shakllantirish xususiyatlari	20
Ташбаев Б.Ў.	Классик иқтисодий назария мактабининг иқтисодий қарашлар парадигмасида давлат қарзларининг мазмуни	23
Атамуратова Н.Б.	Формирование цифровой экономики, ее особенности, структура и развитие	26
Erniyazova Sh. Yunusova S.	Information economy as the basis for economic growth and increasing the level of well-being of citizens	30
II ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА АҲОЛИ БАНДЛИГИ, ФАРОВОНЛИГИ, ЯШАШ СИФАТИ ВА ТУРМУШ ДАРАЖАСИНИ ОШИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Ибрагимов Н.А.	Коронавирус пандемиясидан кейинги даврда хизмат кўрсатиш корхоналарини ривожлантириш йўналишлари	33
Хачатрян А.А. Мадаханов А.С.	Инновация и цифровизация сферы здравоохранения –важнейшие условия в создании единой системы медицинской помощи в мирное время и в чрезвычайных ситуациях в Республике Армении	40
Беляев А.В. Шевяков А.Ю.	Мировой опыт введения туристического налога	44
Пардаев М.Қ., Колонов М.Б.	Рақамли иқтисодиёт шароитида маркетинг тадқиқотларида товар ва баҳо сиёсатининг амалга оширилиши	47
Саламов И. Зубайдуллаев А. Жонибеков Ф.Б.	Чорвачиликда хизмат турларини жорий этишнинг иқтисодий самарадорликни оширишдаги имкониятлари	51
Очилов И.С. Бустонов К.К.	Перспективы цифровой экономики в аграрном секторе	54

Убайдуллаев Л.Х	Некоторые проблемы экспортирования фруктов и овощей в условиях пандемии	58
Низамов А.Н. Имомов Б.М.	Аҳоли бандлигини таъминлашнинг ностандарт усуллари	63
Кучаров А.С. Акбаров Н.Г. Ишманова Д.Н.	Совершенствования системы государственных методов регулирования внешнеторговых операций	65
Олтаев Ш.С.	Мамлакатимизда тадбиркорлик соҳасида инновацион фаолиятни қўлланилишининг аҳамияти	68
III ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ МЕХАНИЗМЛАРИ, РИВОЖЛАНТИРИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ”		
Мухаммедов М.	Развитие туризма как важный фактор повышения качества жизни населения и сокращения бедности	71
Налбандян Н.С. Сафаров Ш.	Социально-психологические аспекты, вызванные пандемией Covid-19, как фактор, влияющий на развитие туризма в Армении	75
Навруз-Зода Б.Н.	Туризм бизнесини ташкил этишнинг инновацион кластер модели	80
Тухлиев И.С., Носирова У.М.	Рақамли иқтисодиёт шароитида туризм соҳаси самарадорлигини оширишнинг геоахборат тизимини қўллаш механизмлари	82
Исроилов Б.И.	Пандемия шароитидаги туризм ва иқтисодий хавфсизлик муаммолари	86
Мукимова Ў.Т., Ахмеджанова Ф.	Пандемиядан кейинги даврда туристик хизматларни иқтисодиётга таъсирини ошириш	91
Маматкулова К. Хотамов А.	Главные достопримечательности Франции	96
Навруз-зода З.Б.	“Етти пир зиёрат кластери” бренди ва унинг халқаро миқёсда нуфузини ошириш йўллари	102
Насимов И.Х. Тураева С.А.	Управление формированием имиджа гостиничного предприятия	104
Matniyozov M. Qodirova D., Yuldoshev G.	The role of the Khoja Ubbon Shrine in the development of pilgrimage tourism in our country and in getting rid of vitiligo	109
Маматкулова К. Хотамов А.	Особенности развития туризма в Канаде	112
Ниязов А. Ашуров У.	Роль аниматоров и тимбилдинга в развитии туристических услуг Самарканда	117
Бердиқулова И.Р	Самарқанд вилояти ҳудудларида туризм бозорини диверсификация қилишнинг аҳамияти ва зарурияти	122

Navruz-zoda Sh.B.	Raqamli turizmni rivojlantirish sharoitida restoran ishini tashkil etishning smart shakllari	125
Ибодов К.М.	Ресторан хизматлари соҳасини рақобатбардошлиги оширишда давлат-хусусий шериклик механизмини такомиллаштириш	127
Маматкулова К. Абдурасулов У.	Экологический туризм в Канаде	133
IV ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГНИ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Пардаев М.Қ. Пардаев Б.Р.	Маркетинг тадқиқотларида электрон бизнес ва электрон тижоратни амалга ошириш йўллари	136
Пардаев О.М., Мамаюнусова М.	Жамоа меҳнатида персонални танлаш, тайёрлаш ва бошқариш технологиялари	141
Musayeva Sh.A. Usmonova D.I., Usmanov F.Sh.	Features of marketing research in the service sector	149
Холиқулов А.Н.	Хизмат кўрсатиш корхоналарида бошқарувнинг умумий асослари	153
Мусаева Ш.А., Убайдуллаева П.	Ишлаб чиқариш корхоналари рақобатбардош-лигини оширишда инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланишнинг аҳамияти	157
Казаков О.С.	Инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш соҳасида менежмент масалалари ва ечимлари	160
Олтаев Ш.С.	Мамлакатимизда инновацион фаолиятни бошқаришнинг ташкилий тузилмаларини шакллантириш йўллари	163
Усманова З.И. Пардаева К.А.	Ўзбекистонда қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини экспорт қилишда маркетинг тамойилларидан фойдаланиш	165
Яҳёхонов Н.Б.	Хизмат кўрсатувчи субъектлар фаолиятига рақамли маркетинг технологияларини жорий этишнинг объектив зарурлиги	167
Madiyeva Z.I.	Internetda marketing tadqiqotlarini tashkil etish	172
Очилова Ҳ.Н., Амирова С.Ғ.	Олий таълимда педагог-ходимларни бошқаришда замонавий менежмент усулларидан фойдаланиш йўллари	175
Umidova F.I.	Marketing faoliyati samaradorligini nazorat qilish	179
Rakhmankulova D Muradova N.U.	Policy of brand of communication of banking services taking into account the requirements of the digital economy on the example of khamkorbank JSCB	182

V ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЎРНИ ВА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Жумаев Н.Х.	Рақамли иқтисодиёт, молиявий технологиялар ривожланиши шароитида тижорат банклари учун имконият ва таҳдидлар таҳлили	185
Зайналов Дж.Р.	Принципы финансового регулирования деятельности сельхозпредприятий	189
Ибрагимов Н.А.	Консалтинг хизматларини кўрсатишда нархлаштириш	192
Зайналов Дж.Р. Данияров К.Д.	Налоговое регулирование деятельности тур-предприятий в условиях пандемии коронавируса	194
Адилова Г. Хамроев М.	Суғурта хизматлар бозорини инновацион ривожлантириш йўллари	198
Зайналов Дж.Р. Турсунов И.	Достижение финансовой стабилизации и увеличение доходной части бюджета	201
Табаев А. Хамраев М.С.	Прогнозирование развития производства и защиты качества реализации сельхозпродукции	204
Ражабов Д.Д.	Хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналарда молиявий фаолиятга қилинадиган инвестицияларни баҳолаш масалалари	207
Расулов Ш.Ж.	Стратегическая направленность системы налого-обложения в развитии привлечения инвестиций	209
Шамахмудов Ш. Турсунов И.	Роль рационального управления финансовыми ресурсами предприятий	213
VI ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ, АУДИТ ВА СТАТИСТИКА ФАНЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Уразов К.Б., Абдурасулов Ж.	Корхоналарни қайта ташкил қилиш жараёнларини ҳисоб ва ҳисоботда акс эттириш тартибларини халқаро стандартларга мувофиқлаштириш	216
Курбанов З.Н.	Рақамли иқтисодиёт шароитида аудитни ташкил этиш масалалари	219
Urazov K.B. Sattorov T.T.	Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida ichki audit xizmati ishining samaradorligini baholashning nazariy asoslari	222
Пардаев Обид	Ичимлик суви таъминоти ва канализация хизматлари учун тарифларнинг шаклланиши	230
Уразов К.Б., Абдурайимов У. Нурниёзов Ф.	Аудиторлик фаолиятининг бугунги муаммолари	235

Уразматов Ж.М.	Ўзбекистонда қўшилган қиймат солиғини такомиллаштириш йўллари	238
Turdibekov Yu.I.	Avtotransport vositalarini baholashning o’ziga xos jihatlari	243
Уразов К.Б.	Рақамли иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш субъектларида бухгалтерия ҳисоби ва аудитни халқаро стандартларга мувофиқлаштириш заруратлари ва йўналишлари	246
Ширинов У.А.	Алоқа хизматларини кўрсатувчи субъектларда сегментар ҳисоб, ҳисобот ва сегментар аудитнинг аҳамияти	253
Холиқулов О.Х.	Қурилиш машина-механизмлар эҳтиёт қисмлари ҳисоби ҳамда ҳисобга олинган қўшилган қиймат солиғини ҳисобдан чиқариш хусусиятлари	257
Тошназарова Д.	Рақамли иқтисодиёт шароитида таннарх ҳисобининг таърифи ва вазифалари	261
VII ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ”		
Труфанова Т.А.	О проблеме формирования информационной образовательной среды вуза	266
Очилов А.О. Эргашев Т.Ш.	Бакалавриат таълим йўналишлари талабаларининг ўқиш муддатини беш йиллик сиртқи таълим шаклидан тўрт йилликка ўтказиш юзасидан таклифлар	269
Ахмеджанова Ф. Мукимова У.Т.	Основные проблемы обеспечения качества высшего образования в подготовке высококвалифицированных специалистов	274
VIII ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА УМУМИҚТИСОДИЙ ВА ИЖТИМОИЙ МУАММОЛАР”		
Саламов И. Назарова М.Ш. Казакова З.С. Жалилов Б.С.	Қишлоқ хўжалик тармоғига хизмат кўрсатувчи инфратузилмани инновацион ривожлантиришда буюртма столларининг иқтисодий самарадорликни оширишдаги имкониятлари	279
Hamzaev A.H.	Computerization of management activities in service provider activities after Covid-19 pandemic	282
Ibragimov M.N.	The changing customer-oriented policy of drugstore in selling otc products after covid-19 pandemic	285
Ташбаев Б.Ў.	Тарихий ректорспективадаги иқтисодий қарашлар парадигмасида давлат қарзларининг мазмуни	288
Qarshiboyev X., Ergashev Sh. B.	Ko‘p tarmoqli iqtisod modeli	292

Хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш муаммолари

мавзусидаги халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари

2021 йил. Қоғоз бичими А5,

Офсет қоғози. Times New Roman" гарнитураси
Босма тобоғи 18,75 б.т.
Буюртма № 10/21, Адади 80 нусха

"Наврўз полиграф" МЧЖ матбаа бўлимида чоп этилди.
Лицензия № 18-3327 30.08.2019 йил

Манзил: Самарқанд шаҳри, Л.М.Исаев кўчаси, 38-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2021