ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.Р. ДЕРЖАВИНА

SamISI

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

халқаро илмий-амалий анжуман

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

(II-қисм)

(2021 йил 19-20 февраль)

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

(II 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 2)

(19-20 февраля 2021 г.)

ТАМБОВ – 2021

Хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш муаммолари. / Халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари (II қисм). 2021 йил 19-20 февраль кунлари. Самарқанд, СамИСИ, 2021. – 248 бет.

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

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

Саҳифаловчи: Ҳилола Очилова

Анъанавий илмий-амалий конференция материалларида 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

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

С.Р.Джульматова – и.о. доцента кафедры «Отраслевая экономика»,
СамИЭС, к.э.н.,

ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Аннотация: в представленной статье рассматривается фактор человеческого капитала как важная функциональная составляющая инновационного производства и источник качественного формирования стабильного социально-экономического развития экономики, направленного на повышение уровня жизни населения

Ключевые слова: человеческий капитал, качество жизни, инвестиции, человеческий потенциал.

Annotatsiya: taqdim etilgan maqolada inson kapitali omili innovatsion ishlab chiqarishning muhim funktsional tarkibiy qismi va aholi turmush darajasini oshirishga qaratilgan iqtisodiyotning barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini sifatli shakllantirish manbai sifatida ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: inson kapitali, hayot sifati, sarmoyalar, inson salohiyati.

Abstract: The presented article considers the factor of human capital as an important functional component of innovative production and a source of high-quality formation of stable socio-economic development of the economy aimed at improving the living standards of the population.

Keywords: human capital, quality of life, investment, human potential. investment, human potential.

Человек, его творческие качества, силы и способности, с помощью которых он преобразует себя и окружающий мир, традиционно занимали центральное место в экономических и социальных науках. Вместе с тем ускоренное развитие материально-технической базы производства, связанное с промышленным переворотом, заслонило проблемы развития человека и его производительных способностей, создав иллюзию превосходства физического капитала в обеспечении экономического роста. Как следствие этого, долгие годы производительные способности человека рассматривались и оценивались как один из количественных факторов производства. Задача состояла лишь в том, чтобы удачно соединить труд, основной и оборотный капитал.

Национальная экономика – специфическая модель хозяйствования (экономическая система) в рамках определенной страны с присущими ей национальными особенностями и традициями, функционирующая с учётом

достижения экономического суверенитета и вступающая в комплекс мирохозяйственных связей как самостоятельный субъект.

Достижение устойчивости развития — по сути проблема управления национальным богатством страны. Основные составляющие национального богатства (капитала) - человеческий капитал (способность людей к участию в процессе производства, их знания, опыт, трудовые навыки); природный капитал (запасы природных ресурсов, которые могут использоваться в производственных целях, включая почву, воду, воздух, полезные ископаемые); произведенный капитал (сырье, машины, оборудование, сооружения, используемые для дальнейшего производства).

Устойчивое развитие национальной экономики в настоящее время находится в прямой зависимости от качественных характеристик человеческого капитала. В современной экономической системе, характеризующейся переходом к инновационному развитию, сущность инноваций видится в возможностях реализации способностей каждого человека, в формировании нестандартного образа и качества жизни.

Следовательно, можно определить принцип устойчивого развития как управление капиталом в интересах сохранения и приумножения человеческих возможностей. При этом в понятие «капитал» включается не только произведенный, но и природный, и человеческий капитал.

Известно то, что человеческий каптал усиливает конкурентные позиции работников на рынке труда: чем лучше образовательная подготовка, тем выше уровень экономической активности; меньше риск попадания в безработицу и короче её продолжительность; выше заработки и шире доступ к привлекательным рабочим местам; интенсивнее профессиональная и территориальная мобильность. Более образованная рабочая сила успешнее адаптируется к технологическим, институциональным и социальным сдвигам, активнее включается в освоение новых знаний и навыков, быстрее откликается на достижения научно-технического прогресс и раньше начинает внедрять их в своей повседневной практике.

Устойчивое развитие национальной экономики в настоящее время находится в прямой зависимости от качественных характеристик человеческого капитала.

Человеческий капитал - это интенсивный производительный фактор развития экономики и общества, включающий трудовые ресурсы, знания, инструменты интеллектуального и организационного труда, среду обитания и интеллектуальной работы, обеспечивающие эффективное и рациональное функционирование человеческого каптала как производительного фактора развития.

Его формирование происходит за счет инвестиций в воспитание, образование, здоровье, знания, предпринимательскую способность и климат, в информационное обеспечение труда, в формирование эффективной элиты, в безопасность граждан и бизнеса и экономическую свободу, а также в

культуру, искусство и другие составляющие. Формируется человеческий капитал и за счет притока из других стран.

Повышение качества человеческого капитала, наращивание его объема может быть увеличено путем предоставления более высокого уровня образования, здравоохранения, а также повышения общего уровня культуры. Инвестиции со стороны государства, хозяйствующих субъектов. предприятий в формирование человеческого капитала. приобретая право на часть будущих доходов от его использования, во многом зависит наше будущее.

Инвестиции в человеческий капитал — это, прежде всего, вложения в образование и производственную подготовку, которые представляют собой специализированный вид деятельности по формированию знаний, навыков и умений. В качестве инвестиций в человеческий капитал можно рассматривать расходы, которые улучшают качества и характеристики человека, связанные с его производительностью, так как понесенные текущие затраты осуществляются с расчетом на то, что они будут компенсированы возросшим потоком доходов в будущие периоды.

Можно выделить следующие направления инвестирования в человеческий капитал: образование, здравоохранение (медицинское обслуживание), а также программы мобильности персонала. Все эти инвестиции направлены на развитие и поддержание созидательных способностей работника, создание условий для раскрытия его креативного потенциала.

Под человеческим капиталом, как правило, понимают совокупность приобретенных знаний, навыков, мотиваций и энергии, которыми наделены индивидуумы и которые могут использоваться в течение определенного периода времени в целях производства товаров и услуг Несмотря на наличие серьезных проблем, в стране имеются предпосылки для перехода к экономическому росту на основе инноваций в виде значительного задела отечественных научных разработок, высокого кадрового потенциала в сфере научных исследований, достаточно высокого уровня образования работников. что человеческий капитал − это инновационная экономика, которая на следующем этапе развития экономики знаний, становится главным фактором его формирования и развития. Особую актуальность в условиях модернизации экономики имеет вопрос о совершенствовании методологии управления человеческим капиталом как определяющего фактора и необходимого условия активизации инновационного развития. Человеческий капитал по-прежнему остается важнейшим преимуществом национальной экономики.

Р.С.Рўзметов – катта илмий ходими, қ.х.ф.ф.д.,(PhD), Хоразм Маъмун академияси,
П.Камолов – УрДУ, Тупроқшунослик ва агрономия кафедраси мудири доцент, қ.х.ф.н.,
З.Ю. Сапарбоев– УрДУ, Тупроқшунослик ва агрономия кафедраси ўқитувчиси

ЎСИМЛИКЛАРНИ ҲИМОЯ ҚИЛИШ ТИЗИМИДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ

Аннотация: мазкур мақолада ўсимликларнинг зараркунанда ва касалликларни тарқалишини башорат қилишда рақамли технологиялардан фойдаланиш ва уни қўллаш учун амалга ошириш зарур бўлган ишлар кўрсатилган.

Калит сўзлар: рақамли технология, зараркунанда, касаллик, биологик, экологик, тунлам.

Аннотация: В этой статье описывается работа, которую необходимо проделать, чтобы использовать и применять цифровые технологии для прогнозирования распространения вредителей и болезней растений.

Ключевые слова: цифровые технологии, вредители, болезни, биологический, экологический, озимая совка

Abstract: This article describes the work that needs to be done to use and apply digital technologies to predict the spread of pests and plant diseases.

Keywords: digital technologies, pests, diseases, biological, environmental, turnip moth

Зараркунанда организмларнинг таъсири натижасида дунё мамлакатларининг қишлоқ хўжалигида экинларни 40-80 % гача ҳосили камайиши ўрганилган. Республикамизда ғўза, сабзавот ва бошқа экинлар ҳосили зараркунанда ҳашаротлар томонидан 30-40% гача камайиши қайд қилинган. Глобал миқёсдаги қишлоқ хўжалиги махсулотлари савдосини амалга ошириш ўсимликлар саломатлиги масалаларига халқаро стандартларларга амал қилишни тақазо этмоқда. Ўсимликларни зараркунанда ва касалликлардан ҳимоя қилишнинг янги усулларини ишлаб чиқиш долзарб масалалардан бири ҳисобланади. Бу борада бир қатор меъёрий ҳужжатлар ишлаб чиқилган.

Давлатимиз томонидан қишлоқ хўжалигини ривожлантиришда замонавий ахборот технологияларидан фойдаланиш юзасидан қатор меъёрий ҳужжатлар қабул қилинган. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси қишлоқ хўжалигини ривожлантиришнинг 2020-2030 йилларга мўлжалланган стратегиясини тасдиқлаш тўғрисидаги Ўзбекситон Республикаси фармонида ҳам замонавий ахборот технологияларини кенг жорий этиш орқали статистик маълумотларни тўплаш, таҳлил қилиш ва тарқатишнинг ишончли услубларини жорий этишни назарда тутувчи тармоқ стратегиясининг шаффоф тизимини яратиш кўрсатиб ўтилган.

Ҳозирги кунда қишлоқ хўжалик экинларининг зараркунанда ва касал-

ликлари жумладан: кўсак қурти, помидорда томат куяси, физариоз, вертицеллёз сўлиш касалликлари, маккажўхори ва оқжўхорида тунламлар, шира битлари кутилмаганда ёппасига кўпайиши ҳисобига қишлоқ хўжалик экинларига катта зарар етказмоқда.

Қишлоқ хўжалик экинлари зараркунанда ва касалликларини тарқалишини, тарқалиш ўчоқларини олдиндан аниқлаш учун имкон борича кичик бўлган майдонлар юзасидан табиий омил кўрсаткичлари юзасидан маълумотлар зарур. Бу эса хар бир зараркунанда тарқалиш эҳтимоли юқори бўлган майдонларни аниқлаш юзасидан маълумотлар олиш имкониятини яратади.

Ўсимликларни ҳимоя қилиш тизимида ҳозирги кунда зараркунанда ва касалликлар тарқалишини башорат қилишда назоратчилар томонидан бевосита далага чиқиб ўсимликларни ва зарарли организмларни санаш усуллари қўлланилмоқда. Бу усул ёрдамида жуда аниқ натижалар олиш билан бирга кўп ишчи кучи ва сарф харажатлар талаб қилмоқда. Анъанавий усулда етиштирилган махсулот таннархи ортиши олиб келиши мумкин. Назоратчи хақиқатда далага чиққанлиги ва олган маълумотлар аниқлигига шубхаланиш ҳолатлари кузатилади. Зараркунанда ва касалликларни далада турини аниқлаш кучли билим ва кўникмага эга бўлган мутахассис бўлиши зарур. Ҳозирги кунда зараркунанда ва касалликлар тарқалишини башорат қилиш соҳасида рақамли технологияларни жорий қилишга эҳтиёж мавжуд. Буни амалга оширишда ГАТ технологияларидан фойдаланиш қулай ҳисобланади. Бу усул ҳар бир кичик ҳудудларда табиий омилларни касаллик ва зараркунандалар билан зарарланишга мойиллиги бўйича баҳолаш имкониятларини беради. ГАТ технологиялари ёрдамида зараркунанда ва касаллик тарқалган майдонларнинг уларнинг зичлиги бўйича тезкор хариталари ишлаб чиқилади. Ўсимликларнинг ҳимоя қилиш бўйича мавжуд табиий имкониятлар имкониятлар бахоланади. Бу усул ўсимлик зараркунанда ва касалликларини биологик, экологик хусусиятларини чуқур ўрганган ҳолда ГАТ маълумотлар маълумотлар базасини шакллантириш ва табиий омиллар юзасидан мавжуд маълумотлар базаси билан қиёсий таҳлил қилиш орқали далада зараркунанда ва касалликлар миқдорини масофадан туриб башорат қилиш имкониятларини яратади. Зараркунанда ва касалликлар тарқалишини масофадан туриб башорат қилишни яъни ГАТ технологияларини қўллаш орқали башорат қилиш усули республика миқёсида жорий қилиш учун вилоят, туман Агрокимёҳимоя мутахассислари ва биолаборатория мудирларини ГАТ технологиялари билан ишлаш борасида қисқа муддатли ўқишни ташкил қилиш, бу дастурни муасаса компютерларига ўрнатиш ва маълумотлар базасини шакллантириб бориш учун муасаса ходимларини GPS фотоаппаратлари билан таъминлаш зарур. Бунда назоратчи далада кўрган зараркунанда ва касалликларни суратга олади. Суратни электрон вариантини базага жўнатади. Суратда касаллик ва зараркунанда тури башорат қилинса, ГАТ дастурига GPS маълумоти киритилиб, ўша жойни координатаси аниқланади. Маълумотлар базаси асосида ўша координатада касаллик ва зараркунанда ривожланишига таъсир қилаётган доминант омил

аниқланади. Агротехник тадбирлар ёрдамида зарарни камайтириш имкониятлари баҳоланади. Дори сепувчи мутахассислар мустақил ва хатосиз ўша далани топиб олади. Ўсимликларни ҳимояи қилиш тизимида ГАТ технологияларини қўллаш президентимиз фармонларида кўрсатилган замонавий ахборот технологияларини кенг жорий этиш орқали статистик маълумотларни тўплаш, таҳлил қилиш ва тарқатишнинг ишончли услубларини жорий этишни назарда тутувчи тармоқ стратегиясининг шаффоф тизимини яратиш имконини берди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1.Болтаев Т., Акбаров О. География ахборот тизими. ТИМИ.2009.160.
2. Сафаров ва бошқалар. География ахборот тизимилари ва технологиялари. Тошкент. 2008.
3.Paul Longiey et ai. Geographic Information Sustems and Science.-UK 2 nd Editon "John wiley Sons" Ltd., 2005.-517p

З.Муқумов – ТМИ, "Бюджет ҳисоби ва ғазначилик иши" кафедраси катта ўқитувчиси, и.ф.н.,илмий раҳбар

Б.Ғуломов – ТМИ, "Бюджет ҳисоби ва назорати" йўналиши магистранти

ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ НАЗАРИЙ ВА УСЛУБИЙ ЖИҲАТЛАРИ ҲАМДА РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

Аннотация: мақолада рақамли иқтисодиёт тушунчаси, рақамли иқтисодиётга берилган таърифлар, рақамли иқтисодиётга хос бўлган технологик ўзгаришлар, рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши аҳоли бандлигига таъсири, миллий рақамли иқтисодий хавфсизлик тизимини яратиш, ялпи миллий маҳсулотдаги ахборот коммуникация технологиялари соҳасининг улуши, алоқа ва ахборотлаштиришнинг айрим кўрсаткичлари таҳлили, ёритиб берилган.

Калит сўзлар: Рақамли иқтисодиёт, рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши, миллий рақамли иқтисодий хавфсизлик, дастурий воситалар.

Аннотация: В статье показано понятие цифровой экономики, даны определения цифровой экономике, технологические изменения, присущие цифровой экономике, влияние развития цифровой экономики на занятость населения, создание национальной системы цифровой экономической безопасности, доля информационно-коммуникационных технологий в валовом национальном продукте, проведен анализ некоторых показателей развития связи и информатизации.

Ключевые слова: Цифровая экономика, развитие цифровой экономики, национальная цифровая экономическая безопасность, программные средства.

Abstarct: The article shows the concept of the digital economy, defines the digital economy, technological changes inherent in the digital economy, the impact of the development of the digital economy on employment, the creation of a national system of digital economic security, the share of information and communication technologies in

the gross national product, analyzes some indicators of the development of communications and informatization.

Keywords: Digital economy, digital economy development, national digital economic security, software tools.

Кириш. Ҳозирги кунда рақамли иқтисодиёт тушунчаси бир қатор мамлакатларнинг иқтисодий назарияси ва амалиётида пайдо бўлди. Бу рақамли технологияларнинг жадал ривожланиши, ахборот соҳасида инқилоб ва иқтисодиётнинг глобаллашув жараёнларини тезлаштириш билан ажралиб турди. Улардан фойдаланиш самарадорлиги ортиб бораётган билимга айлантирилди ва ижтимоий-иқтисодий алоқалар тобора кенгайиб бормоқда.

Бозор субъектларининг фаолиятида рақамли трансформацияларнинг асосий омили рақамли маданиятни ривожлантиришдан иборат. Жамиятни ижтимоий ва иқтисодий ислоҳ қилишнинг ҳозирги босқичида атроф-муҳит жамиятнинг институционал тузилишига хос хусусиятларини келтириб чиқармоқда ва бу асосда янги тушунчалар ва ёндашувларни шакллантиришга зарурат туғдиради. Президентимиз Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга 25.01.2020 йилда йўллаган мурожаатномасида 2020 йил — “Илм, маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили” деб эълон қилинганлиги ва ушбу мурожаатномани нафақат ўткан йилга қўлланма ва йўлланма сифатида, балки яқин ўрта муддат учун Ўзбекистоннинг тараққиёт йўлини белгилаб берувчи дастур, фундаментал аҳамиятга эга бўлган ҳужжат сифатида баҳолаш мумкин[1]. Таъкидлаш лозимки, Президентимизнинг “Ахборот технологиялари ва коммуникациялари соҳасини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” 2018 йил 19 февралдаги ПФ-5349-сон Фармони[2] ҳукуматимиз томонидан рақамли иқтисодиётни ривожлантириш бўйича муҳим чора-тадбирлар ишлаб чиқилишига ва ҳаётга татбиқ этилишига асос бўлди.

Баъзилар рақамли иқтисодиёт нега керак ва нима беради, деб ўйлаши мумкин. Рақамли иқтисодиёт деганда, фақатгина Блокчейн (Blockchain) технологиясини ва улардан халқаро молия бозорларида фойдаланиш масалаларини ёки криптовалюталарни тушуниш керак эмас. Албатта, Блокчейн технологияси, криптовалюталар ҳам рақамли иқтисодиётнинг бир бўлаги. Лекин рақамли иқтисодиёт (Digital Economy) деганда, рақамли коммуникациялар, IT ёрдамида олиб бориладиган иқтисодиёт тушунилади. Бунда, яширин иқтисодиётга барҳам бериш воситаси сифатида ҳам қараш мумкин. Чунки биринчидан, барча операциялар электрон рўйхатдан ўтилишига, иккинчидан шаффоф бўлишига эришилади. Қолаверса, ишлаб чиқаришда янги IT технологиялар қўлланилиши туфайли маҳсулот ва хизматларнинг таннархи пасаяди.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Иқтисодиёт ва жамиятнинг "рақамлаштириш" жараёни (инглиз тилида – digitization яъни, рақамлаштириш, баъзан эса digitalization яъни рақамлаштирилиши маъносини

[1] https://uza.uz/uz/posts/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyeevning-oliy-25-01-2020

[2] “Ахборот технологиялари ва коммуникациялари соҳасини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” 2018 йил 19 февралдаги ПФ-5349-сон Фармони https://www.lex.uz/docs/3564970

билдиради.) ҳақида гапирганда, биринчи навбатда, терминологияга аниқлик киритиш керак. Энг кенг маънода "рақамлаштириш" жараёни одатда рақамли технологияларни кенг қўллаш ва ассимиляция қилиш ташаббуси билан бошланган ижтимоий-иқтисодий ўзгаришни англатади. Ахборотни яратиш, қайта ишлаш, алмашиш ва узатиш технологияларидир[1].

Рақамли иқтисодиёт – бу иқтисодий, ижтимоий ва маданий алоқаларни рақамли технологияларни қўллаш асосида амалга ошириш тизимидир. Баъзида у интернет иқтисодиёти, янги иқтисодиёт ёки веб-иқтисодиёт деган терминлар билан ҳам ифодаланади.

1995 йилда америкалик дастурчи **Николас Негропонте** “рақамли иқтисодиёт” терминини амалиётга киритди. Ҳозирда бу истилоҳни бутун дунёдаги сиёсатчилар, иқтисодчилар, журналистлар, тадбиркорлар – деярли барча қўлламоқда. 2016 йилда Бутунжаҳон банки дунёдаги рақамли иқтисодиётнинг аҳволи ҳақида илк марта маъруза эълон қилди (“Рақамли дивидендлар”).

Бундан ташқари жаҳон банкининг “Рақамли дивидендлар”[2] номли тад-қиқоти хулосалари мамлакатлар иқтисодиётини ривожлантиришда рақамли иқтисодиётнинг нақадар долзарб ва муҳим масала эканлигини кўрсатади.

Рақамли иқтисодиёт тушунчасига бир қатор таърифлар берилган. Жумладан, иқтисодиёт фанлари доктори, Россия Фанлар академиясининг мухбир аъзоси В.Иванов "Рақамли иқтисод - ҳақиқатимизни тўлдирадиган виртуал муҳит" - деб таъриф берган. Томск давлат университетининг профессори, Р. Мешчеряковнинг фикрича "рақамли иқтисод" атамасига иккита ёндашиш мавжуд деб ҳисоблайди. Рақамли технологиялар асосида иқтисодиётнинг ва электрон товар ва хизматлар эксклюзив домен тавсифлов-чи рақамли иқтисодиёт: биринчи ёндашув "классик" деб номланиб, классик мисоллар - телетиббиёт, масофавий таълим, дори-дармонларни сотиш (фильмлар, телевизорлар, китоблар ва бошқалар). Иккинчи ёндашув: "рақамли иқтисод" илғор рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда иқтисодий ишлаб чиқаришдир. М.Л. Калужский рақамли иқтисодиёт - иқтисодий интернет фаолияти, шунингдек, шакллари, усуллари, воситалари ва уни амалга ошириш алоқа муҳитидир деб таърифлаган. Манбаларда келтирилишича “Рақамли иқтисодиёт” иқтисодиётнинг бундай тури маълум даражада амалда ишлайдиган турдаги модель ҳисобланади. Рақамли иқтисод - бу ишлаб чиқариш комплекси, инсон учун ҳаёт ва қулайликни таъминлайдиган маҳсулот ва хизматларни яратадиган ишлаб чиқариш тизими бўлиб, у ерда маълум бир кибер-жисмоний(киберфизическая) тизим пайдо бўлади.

Фикримизча, рақамли иқтисодиёт бу ишлаб чиқариш комплекси инсонлар учун қулайликларни таъминлайдиган маҳсулот ва хизматларни яратадиган виртуал муҳит бўлиб, рақамли технологиялардан фойдаланган

[1] Данное определение приводится, в частности, экспертами UNCTAD (The Transformative Economic Impact of Digital Technology,http://unctad.org/meetings/en/Presentation/ecn162015p09_Katz_en.pdf)
[2] https://review.uz/oz/post/raqamli-iqtisodiyot-mamlakatimiz-taraqqiyoti-garovidir

ҳолда иқтисодий ишлаб чиқариш тизимидир. Шунингдек, рақамли иқтисод расмийлаштирилиши мумкин бўлган барча нарсани қамраб олиши мумкин, яъни мантиқий схемаларда намоён бўлади. Ҳаётнинг ўзи эса бу "нарсаларни" ишлаб чиқариш, тарқатиш, алмаштириш ва истеъмол қилиш тизимига айлантиришга имконият яратади. Хақиқатдан ҳам инсоннинг руҳий ҳақиқатида жойлашган дунёнинг виртуал қисмидан олдин ишлаб чиқариш кучи бўлмаган, янги ғоялар ва маҳсулотлар яратилган муҳит эмас эди.

Тадқиқот методологияси. Мамлакатимизда рақамли иқтисодиётни ривожланишидаги иқтисодий статистик кўрсаткичлари таҳлил қилинди. Рақамли иқтисодиёт фаолияти яқиндан ўрганилди ва маълумотлар базаси йиғилди. Тўпланган маълумотлар асосида кузатиш ва иқтисодий таҳлилни қиёслаш, тизимли ёндашув ҳамда мантиқий ёндашув каби услублардан самарали фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар. Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳаси самарадорлигини оширишда бухгалтерия ҳисоби, иқтисодий таҳлил, аудит ва статистика кўрсаткичлар таҳлил қилинди. Унга кўра Республикамизнинг ялпи миллий маҳсулотдаги рақамли иқтисодиётнинг улушини қуйидагича кўришимиз мумкин:



1-расм. Республикамиз ва баъзи мамлакатларнинг ялпи миллий маҳсулотдаги рақамли иқтисодиётнинг улушини[1]

1-расмга қарейдигон бўлсак, Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётнинг **ЯИМ.даги улуши 2,2%** ни ташкил этади. Шу билан бирга, ўртача оптимал кўрсаткич **7-8%,** масалан, **Буюк Британияда 12,4%, Жанубий Корея-8%, Хитой-6,9%, Ҳиндистон-5,6%, Россияда – 2,8%, Қозоғистон – 3,9%** ни ташкил этади.

Хусусан, **интернет тезлигининг 10 фоизга ўсиши мамлакат ЯИМ ўсишига олиб келади. Ривожланган давлатларда бу кўрсаткич 1,21 фоизни ташкил этса, ривожланаётган мамлакатларда 1,38 фоизга тенг. Демак, интернет тезлиги 2 баробар ошадиган бўлса, ЯИМ ҳажми 13-14 фоиз ортишига эришиш мумкин.**

[1] Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси. https://stat.uz/uz/.

Рақамли иқтисодиёт – бу нолдан бошлаб яратилиши лозим бўлган қандайдир бошқача иқтисодиёт эмас. Бу янги технологиялар, платформалар ва бизнес моделлари яратиш ва уларни кундалик ҳаётга жорий этиш орқали мавжуд иқтисодиётни янгича тизимга кўчириш деганидир.

Белгилари:

- юқори даражада автоматлаштирилганлик;
- электрон ҳужжат алмашинуви;
- бухгалтерлик ва бошқарув тизимларининг электрон интеграциялашуви;
- маълумотлар электрон базалари;
- CRM (мижозлар билан ўзаро муносабат тизими) мавжудлиги;
- корпоратив тармоқлар.

Қулайликлари:

1. Тўловлар учун харажатлар камаяди (масалан, банкка бориш учун йўлкира ва бошқа ресурслар тежалади).

2. Товарлар ва хизматлар ҳақида кўпроқ ва тезроқ маълумот олинади.

3. Рақамли дунёдаги товар ва хизматларнинг жаҳон бозорига чиқиш имкониятлари катта.

4. Фидбек (истеъмолчи фикри) ни тез олиш ҳисобига товар ва хизматлар жадал такомиллаштирилади.

5. Тезроқ, сифатлироқ, қулайроқ.

Яққол мисол: Рақамли платформаларнинг ривожланиш соҳасидаги ёрқин мисоллардан бири сифатида “Алибаба” электрон савдо тизимига эга бўлган Хитой компаниясини келтириб ўтиш мумкин. Ундан фойдаланиш тажрибаси шуни кўрсатадики, маълумотлар тўплаш жараёнида иқтисодиётнинг турли секторларига экспансия учун ўта рақобатли устунликлар яратилади. “Алибаба” бу – оддийгина рақамли платформа эмас, балки платформалар экотизимидир.

Таъкидлаш жоизки, бугунги кунда фойдаланувчилар озиқ-овқат маҳсулотларига буюртма бериш учун Телеграм ботларидан фаол фойдаланмоқдалар. Шунингдек, турли интернет дўконлар, электрон тўлов тизимлари ҳам фаол ривожланиб бормоқда. Демак, фуқароларимиз электрон битимларни амалга оширишга ишоняптилар. Фақат ҳозирги кунгача фойдаланувчилар катта харажатлар талаб қилмайдиган кичик битимларни амалга оширмоқдалар, ўртача харид ҳажмини оширишга эса унчалик тайёр эмаслар. Эндиги масала ўртача ва йирик иқтисодий битимлар ва молиявий операцияларни рақамли технологиялар орқали амалга оширишни ривожлантиришдан иборат.

Рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши халқаро бизнеснинг ички ва ташқи муҳитига таъсир кўрсатиши мумкин. Ахборот-коммуникация технологиялари соҳасида катта ўзгаришлар рўй бермоқда, бу эса компаниялар фаолиятининг турли йўналишларида акс эттирилиши мумкин эмас. Интернет орқали бутун дунё бўйлаб ўз маҳсулотларини сотишлари мумкин. Кичик

инвестицияга эга бўлган компаниялар тезда пайдо бўлиб, тез ўсиб ривожланиши мумкин.

Рақамли иқтисоднинг самарадорлигини ҳар бир замонавий тадқиқотчи ва тажрибали тадбиркор кўрмайди. Аҳолига таҳдид солаётган томони шундаки, рақамли иқтисоднинг энг муҳим намойиши - роботларни ишлаб чиқаришга ва хизмат кўрсатиш соҳасига кенг жорий этишдир. Сўнгги пайтларда ҳатто халқаро ташкилотлар ҳам иқтисодиётни роботлаштиришга олиб келиши мумкин бўлган хавфларни тушунишди, чунки роботлар деярли одамларни йўқ қилади. Башоратларга кўра, келгуси ўн йилликлар ичида учинчи дунё аҳолисининг учдан икки қисми ишсиз бўлади. Муаммо бу мамлакатларга тегишли бўлиши тасодиф эмас, чунки бу ерда роботлаштиришга дуч келадиган моддий ишлаб чиқариш устунлик қилади. Ўтган асрнинг охирида ҳам нақд бўлмаган рақамли пул расмийлаштирилган эди. Улар марказий банклар томонидан чиқарилган ва улар депозит пул деб аталар эди. Энди янги пул тўплами пайдо бўлади, бу шахсий рақамли пул деб аталади. Кўпгина мутахассисларнинг фикрига кўра, бу одамлар учун ҳаётни осонлаштирмайди. Шу билан бирга, ёшларнинг янги технологияларга мослашиши осонроқ бўлган рақамли иқтисоддаги ёшларнинг аҳамияти катта ёшдагиларга қараганда муҳимдир. Шубҳасиз рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши аҳоли бандлиги соҳасига таъсир қилади. Келажакда қуйидаги касблар пайдо бўлиши мумкин:

- шахсий брендни бошқарувчи;
- виртуал адвокат;
- давлат органлари вакиллари билан мулоқот платформаси модератори;
- инфостйлеист;
- рақамли лингвист;
- муддатли брокер;
- интерфейси услубчиси.

Шунингдек, рақамли иқтисодиётни ривожланиши оқибатида миллий рақамли иқтисодий хавфсизлик тизимини яратиш лозим. Институционал ёндашиш нуқтаи назаридан “Миллий рақамли иқтисодий хавфсизлик тизими” тушунчаси мураккаб сиёсий-ҳуқуқий, ташкилий, техник, ижтимоий-маданий тизим бўлиб, у миллий рақамли иқтисодий хавфсизликни таъминловчи объект ва субъектлар мажмуасидан иборат, бу рақамли иқтисодиёт субъектларининг миллий манфаатларини, амалдаги миллий қонунчиликни етарли даражада ҳимоя қилиш учун фойдаланилиши мумкин.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки рақамли иқтисодиётда замонавий илмий ёндашувлар ва инновациялар муҳим ҳамда устувор аҳамиятга эга бўлади. Бунда илмий сиғимкорлик юқори бўлган тармоқлар равнақ топади. Рақамли иқтисодиёт ривожланган давлатларда ЯИМ ҳажми ҳам, ЯИМнинг аҳоли сон бошига улуши ҳам юқоридир. Шу жиҳатдан, давлатимиз раҳбарининг бу масалага катта эътибор қаратиши бир мақсадни кўзлайди, у ҳам бўлса, биринчидан, аҳолининг яшаш даражасини юксалтириш, иккинчидан, аҳолининг реал даромадларини ошириш ва халқимизни рози қилишдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 25.01.2020 йилдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси: https://uza.uz/uz/posts/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyeevning-oliy-25-01-2020
2. "Ахборот технологиялари ва коммуникациялари соҳасини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида" 2018 йил 19 февралдаги ПФ-5349-сон Фармони: https://www.lex.uz/docs/3564970
3. Данное определение приводится, в частности, экспертами UNCTAD (The Transformative Economic Impact of Digital Technology, http://unctad.org/meetings/en/Presentation/ecn162015p09_Katz_enpdf)
4. https://review.uz/oz/post/raqamli-iqtisodiyot-mamlakatimiz-taraqqiyoti-garovidir.
5. Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси. https://stat.uz/uz/.

Р.М.Эгамов – СамДАҚИ докторанти

ҚУРИЛИШ ИНДУСТРИЯСИ КОРХОНАЛАРИНИНГ РАҚОБАТДОШЛИГИНИ ОШИРИШДА ИННОВАЦИОН ЁНДАШУВ

Аннотация: мақолада қурилиш индустрияси корхоналарида инновацион ёндашувлар орқали қурилиш корхоналари рақобатбардошлигини оширишнинг барқарор ривожланишини таъминлашнинг объектив зарурияти ҳамда асосий йўналишлари кўриб чиқилаган ва уларни такомиллаштиришга қаратилган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: қурилиш индустрияси, инновация, инновацион ёндашув, инновацион жараён, рақобатдошлик,

Аннотация. В статье рассматриваются объективная необходимость и основные направления обеспечения устойчивого развития строительных предприятий за счет инновационных подходов в строительной отрасли, а также разрабатываются предложения и рекомендации по их совершенствованию.

Ключевые слова: строительная отрасль, инновации, инновационный подход, инновационный процесс, конкурентоспособность,

Abstract. The article examines the objective necessity and main directions of ensuring the sustainable development of construction enterprises through innovative approaches in the construction industry, and also develops proposals and recommendations for their improvement.

Keywords: construction industry, innovation, innovative approach, innovation process, competitiveness,

Бугунги рақобат шароитида инновацион ёндашувларсиз қурилиш индустрияси корхоналарининг ички ва ташқи бозорлардаги стратегик муваффақияти ҳамда барқарор ривожланишига эришиб бўлмайди.

Қурилиш индустрияси соҳасини инновацион ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятини ишлаб чиқаришга илмий-тадқиқот ишланмаларини кенг жорий этиш ҳамда тармоқ корхоналарининг фаолият йўналишига

зарурий янгиликлар олиб кириш, замонавий техника ва технологияларни жалб этиш орқали, янги турдаги қурилиш маҳсулотларини ишлаб чиқариш, бошқарув сифатини яхшилаш, корхона самарадорлигининг жадал ривожланишида инновацион ёндашувларни такомиллаштириш бўйича илмий-асосланган таклиф ва тавсиялар бериш бугунги куннинг долзарб бўлган асосий масалаларидан бири ҳисобланади деган фикрдамиз.

Жумладан, Президентимиз Ш.М.Мирзиёев “Бугун биз давлат ва жамият ҳаётининг барча соҳаларини тубдан янгилашга қаратилган инновацион ривожланиш йўлига ўтмоқдамиз. Бу бежиз эмас, албатта. Чунки замон шиддат билан ривожланиб бораётган ҳозирги даврда ким ютади? Янги фикр, янги ғояга, инновацияга таянган давлат ютади.

Инновация – бу келажак дегани. Биз буюк келажагимизни барпо этишни бугундан бошлайдиган бўлсак, уни айнан инновацион ғоялар, инновацион ёндашув асосида бошлашимиз керак” [1] деган фикрларни кўп маротоба билдирган.

Қурилиш индустрияси корхоналарида ишлаб чиқаришни такомиллаштириш, барча техника - технологиялардан самарали фойдаланиш орқали ички ҳамда ташқи бозорда рақобатбардош маҳсулот ишлаб чиқаришни кенгайтириш, корхоналарнинг инновацион салоҳиятини бошқариш ҳамда инновацион технологияларни самарали қўллаш ва такомиллаштириш жараёнларига бевосита боғлиқдир.

Тадқиқотчи ва илмий изланувчилар тамонидан қурилиш индустрияси корхоналарида инновацион ёндашувларни амалга ошириш борасида кўп изланишлар олиб борилган бўлсада, лекин, изланиш асосида ўрганилган илмий - иқтисодий адабиётлар ва журналлар таҳлили шуни кўрсатмоқдаки, мавжуд илмий - услубий ишланмалар қурилиш индустрияси корхоналарида инновацион ёндашувлар асосида қурилиш маҳсулотларининг рақобатбардошлигини таъминлашнинг тўлалигича ўрганилмаганлигидан далолат бермоқда. Чунки, қурилиш индустрияси корхоналарида инновацион ёндашувлар асосида қурилиш маҳсулотларининг рақобатбардошлигини таъминлашга мажмуавий (комплекс) ёндашув мавжуд эмаслиги ва изланиш олиб борган муаллифларнинг турлича (хар хил) ёндашувдаги муаллифларнинг фикрлари асосидаги ўз баҳолаш усул ва услубларини таклиф қилганлигидадир[2].

Инновацион ёндашувларнинг **асосий мақсади** – корхона бозорда ўз ўрнини мустаҳкамлашга, иммиджини сақлаб қолишга имконият берувчи

---

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. //Халқ сўзи, 23 декабрь 2017 йил.

[2] Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Серия "Высшее образование" - М.: ИНФРА-М, 2000. - 312 с. Дж. Бернал. Наука в истории общества. М.: ИЛ — 1956. G. Mensch. Das Technologische Patt: Innovationen ubervinden die Depression. Frankfurt, 1975. G. Mensch. Stalemate in Tecnology: Innovation Overcame the Depression/ Camdridge (Mass.), 1979.-247 с. Гарбацевич С.Л. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности предприятий Республики Беларусь: Автореферат диссертации / С.Л. Гарбацевич. Мн. Акад. Упр. При Президенте., 2002. - 20 с. Трубилин А. Конкурентоспособность - главный фактор эффективного производства. // АПК: экономика, управление. - 2002. - №12.- С.39-46. 26. Ахматова М., Попов Е. Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг. - №4. -2003. - Стр. 35

инновацион стратегияни танлаш ва уни муваффақиятли амалга ошириш ҳисобланади.

Қурилиш индустрияси корхоналарида инновацион ёндашувларни амалга ошириш натижасида:

•Қурилиш индустрияси корхоналарида инновацион ёндашувларни амалга оширишнинг зарурийлигини ўрганиш имконияти пайдо бўлади;

• Қурилиш индустрияси корхоналарининг инновацион ривожланиш фаолиятини таҳлил қилган ҳолда, қурилиш маҳсулотини ишлаб чиқариш бўйича корхонанинг кучли ва заиф томонларини ўрганиш имконияти пайдо бўлади;

•Қурилиш индустрияси корхонаси ўзи учун келажакдаги инновацион ривожланиш стратегиясини танлаш ва уни амалга ошириш механизминларини шакллантириш бўйича таклиф ва тавсияларни ишлаб чиқиш имкониятига эга бўлади деган фикрдамиз.

Й.Шумпетер ва Ж. Берналларнинг ғояларини давом эттириб, инновациялар назариясига бир қатор янги ёндашувларни ўз ичига олган Саймон Кузнецнинг Нобел мукофати учун қилган маърузасида инновацияларнинг иқтисодий ўсиш билан боғлиқ масаласи ўз аксини топган[1].

С. Кузнец нафақат иқтисодиётда, балки бутун жамиятнинг ҳам бир босқичдан иккинчисига ўтиш даврига асосланаган улкан инновациялар концепциясига аниқлик киритган[2] етук иқтисодчи олимлардан ҳисобланади.

Президентимиз Ш.М.Мирзиёев тамонидан ушбу масалага ҳам ечим топилганлигини, бугунги кунда инновация жараёнлар бўйича Ўзбекистон Республикасида олиб борилаётган ишлардаги сезиларли ўзгаришлардан ҳам билиш мумкин.

Республикамизда инновацион ёндашувни иқтисодиётнинг реал секторига жорий этиш бўйича самарали механизми яратилганлигини кўришимиз мумкин. Жумладан:

■ Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2018 йилни Ўзбекистонда **“Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш йили”** деб эълон қилиниши;

■ Ўзбекистон Республикаси қурилиш тармоғини модернизация қилиш, жадал ва инновацион ривожлантиришнинг 2021-2025 йилларга мўлжалланган стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 27- ноябрдаги ПФ-6119 сонли фармонининг қабул қилинган;

■ 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини амалга оширишни такомиллаштириш бўйича Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 17- янқардаги ПФ-5635 сонли фармонининг қабул қилинган;

[1].Simon Kuznets, «Modern economic growth: Findings and reflections», Nobel lecture delivered in Stockholm, Sweden, December 1971 and published in the American Economic Review 63 (September 1973).

[2].Кузнец С. Современный экономический рост: результаты исследований и размышлений. Нобелевская лекция // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России; под ред. Ю.В. Яковца. СПб.:Гуманистка, 2003.

■ 2020 йил 24 июл куни **“Инновацион фаолият тўғрисида”**ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни қабул қилиниши.

Республика иқтисодиётининг бир томонлама хом ашёвий йўналишига қатъий барҳам бериши, мустақил миллий иқтисодиётни яратиш ва уни ривожлантириш учун фаол қурилиш индустрияси корхоналарининг фаолиятини ривожлантиришни талаб қилади.

Бизнинг фикримизча қурилиш индустрияси фаолиятини ривожлантирувчи асосий омилларидан бири бу ҳар бир қурилиш индустрияси корхоналарида инновацион жараёнларни олиб боришдир.

Бозор иқтисодиёти шароитида қурилиш индустрияси корхоналарида ишлаб чиқарилган қурилиш маҳсулотларини жаҳон бозорларига олиб чиқиш, ҳамда ўз брендларини яратиш мақсадида инновацион маркетингнинг фаолиятига зарурият туғилмоқда. Республикамизда қурилиш индустрияси жараёни охирги йилларда жадал ривожланиб бормоқда. Шу муносабат билан қурилиш индустрияси тармоғига янги технологияларнинг жорий этилиши ва улар асосида умуман янги товар ва хизматлар турларининг яратилаётганлиги, кейинги вақтларда олиб борилаётган илмий тадқиқот ишларидаги иннова-ционон ёндашувларга берилаётган эътибор орқали ҳам кўришимиз мумкин.

1-жадвал

Республика бўйича инновацион маҳсулотлар ишлар, хизматлар ишлаб чиқарган корхоналар сони тўғрисида М А Ъ Л У М О Т Л А Р[1]

т/р	Вилоятларнинг номи	Жами инновацион маҳсулотлар ишлар, хизматлар ишлаб чиқарган корхоналар сони	Шу жумладан йиллар бўйича			
			2016	2017	2018	2019
1	Қорақалпоғистон Республикаси	214	24	69	62	59
2	Андижон	352	31	94	99	128
3	Бухоро	498	55	100	171	172
4	Жиззах	260	41	53	50	116
5	Қашқадарё	234	5	25	67	137
6	Навоий	1125	96	175	280	574
7	Наманган	586	37	173	192	184
8	Самарқанд	546	61	44	226	215
9	Сурхондарё	654	84	163	195	212
10	Сирдарё	675	51	129	180	315
11	Тошкент вилоят	1058	97	200	373	388
12	Фарғона	1369	80	412	446	431
13	Хоразм	185	17	34	54	80
14	Тошкент ш.	2368	214	500	749	905
Жами		***10124***	***893***	***2171***	***3144***	***3916***

1 - жадвалдан кўриниб турибдики 2017 йилда 2171 та корхоналар инновацион хизматлар кўрсатган бўлса, 2019 йилга келиб уларнинг сони 3916

[1] Республика Статистика қўмитаси маълумотлари асосида, автор томонидан тузилган жадвал.

тага етган. Бу 2017 йилга нисбатан 55,44 (%) фоизга кўпайган инновацион маҳсулотлар ҳажми.

2019 йилда энг кўп инновацион маҳсулотлар хизматлар ишлаб чиқарган Тошкент шаҳри бўган бўлса, энг кам Хораз вилояти ва Қорақалпоғистон Республикасига тўғри келмоқда.

Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, қурилиш индустрияси корхоналари ишлаб чиқараётган маҳсулотлари рақобатбардошлигини таъминлашда, ишлаб чиқариш жараёнида янги технологияларидан кенг фойдаланишда, корхона изчил ва барқарор ривожланишини таъминлашда, шунингдек, қурилиш индустрияси корхоналарида рақобатбардош товарлар ишлаб чиқариб, тармоқда мустаҳкам ўрин эгаллашида ва маҳсулотларининг жаҳон бозорларига чиқишида инновацион ёндашув албатта ёрдам беради ва:

- қурилиш индустрияси корхоналарида инновацион ёндашувлар учун зарур шарт-шароитлар яратилади ва корхонада инфратузилма яхшиланади;
- қурилиш корхоналарида инновацион ёндашувларни давлат томонидан қўллаб - қувватлаш ва рағбатлантириш механизми такомиллаштирилади;
- илм - фан техника ютуқларига асосланиб яратилган қурилиш маҳсулотининг давлат тамонидан, ҳамда халқаро бозорларда харид қилувчи мижозлари кўпаяди;
- инновацион фаолият билан шуғулланувчи кадрларни тайёрлашга, қайта тайёрлашга ва уларнинг малакасини оширишга замин яратилади.
- қурилиш индустрияси корхоналарида асосий эътиборни мавжуд илмий салоҳиятини ривожлантириш ва улардан самарали фойдаланган ҳолда инновацияларни яратиш ҳамда ишлаб чиқаришга жорий этишга қаратади деган фикрдамиз.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. “Инновацион фаолият тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни. Тошкент.24.06.2020.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПФ-6119 сонли фармони. Тошкент. 27.11.2020.
3. “Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиеевнинг Олий Мажлисга Мурожатномаси” Тошкент шаҳри 2017 йил, 23-декабр.
4. Нуримбетов Р.И., Тошмухаммедова К.С, Қурилиш индустриясида инновацион бошқариш усулларини жорий этишга таъсир этувчи омиллар //Архитектура. Қурилиш. Дизайн. Илмий – амалий журнал,Издательства ТАСИ; Тошкент, 2016 №2.
5. Гарбацевич С.Л. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности предприятий Республики Беларусь: Автореферат диссертации / С.Л.Гарбацевич. Мн.Акад. Упр. При Президенте., 2002.- 20 с.
6. Кузнец С. Современный экономический рост: результаты исследований и размышлений. Нобелевская лекция // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России; под ред. Ю.В. Яковца. СПб.:Гуманистка, 2003.

К.М.Ибодов – СамИСИ, Маркетинг кафедраси таянч докторанти

ХИЗМАТЛАР СОҲАСИДА РАҚОБАТ МУҲИТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ МЕЪЁРИЙ-ҲУҚУҚИЙ АСОСЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: ушбу мақолада хизматлар соҳасида рақобат муҳитини ривожлантиришнинг меъёрий-ҳуқуқий асосларини такомиллаштириш, рақобатга оид меъёрий ҳуқуқий хужжатлар базасини унификациялаштириш асосида Рақобат кодексини ишлаб чиқиш масалалари ёритилган.

Калит сўзлар: рақобат муҳити, рақобат сиёсати, антимонопол сиёсат, Рақобат кодекси.

Аннотация: На данной статье изложены совершенствование нормативно-правовые основы развитие конкурентной среды в сфере услуг, разработка Конкурентного кодекса путем унификации нормативных правовых документов сфере конкуренции.

Ключевые слова: конкурентная среда, конкурентная политика, антимонопольная политика, Конкурентный кодекс.

Abstract. This article reveals the problems of improving the regulatory and legal framework for the creation of an efficiently functioning competitive economic space in the service sector, the unification of the norms of normative and legal documents on competition and the development of the Competitive Code.

Keywords: competitive environment, competitive policy, Antimonopoly policy, Competitive Code.

Кейинги 10 йил мобайнида мамлакатимиз дунёнинг нуфузли ҳамкорлик ташкилотларига аъзо бўлди, айрим халқаро ташкилотлар билан ҳамкорликда фаолият олиб бормоқда.

Мамлакатимизда амалга оширилаётган кенг кўламли ислоҳотлар туфайли одамларимизнинг онгу-тафаккурида рўй бераётган туб ўзгаришлар мустақил ва янгича фикрлайдиган, замон талабига жавоб берадиган истиқлолнинг янги авлоди шаклланганлигини алоҳида таъкидлаб ўтишимиз керак. Тадбиркорликни ривожлантиришда уларнинг салоҳиятидан фойдаланишга жуда катта эътибор берилмоқда. Шу боис улар учун рақобат кундалик турмуш жараёнига айланиб қолган. Рақобат улар учун тадбиркорлик, иқтисодиётни ҳаракатга келтирувчи кучдир. Бугунги авлод бизнес юритишда олдинги авлодларига нисбатан бой билимга эга ва рақиблардан ўзиб кетишга интилиш асосий мақсадларига айланиб улгурди десак муболаға бўлмайди.

Мустақилликкача бўлган даврдаги вазият билан яхши таниш бўлмаган бўлажак иқтисодчилар бу давр мобайнида мамлакатимиз иқтисодиётида рақобат мавжуд бўлмаганлиги, ушбу мавзуни ўрганиш маълум даражада таъқиқланганлиги тўғрисидаги маълумотларни қийинчилик билан қабул қиладилар. Ўз-ўзидан аниққи, рақобат ривожланишининг замонавий муаммолари нафақат уларни ўрганишни, шу билан бирга ривожлантириш, қўллаб-қувватлаш, давлат даражасида ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солиш ҳам муҳим вазифалардан биридир.

Давлатнинг ягона рақобат сиёсатини олиб боришга яхлит ёндашув мавжуд эмас. Шунингдек, рақобат сиёсатини ташкил қилиши мумкин бўлган элементлар (антимонопол сиёсат, саноат сиёсати, тариф, божхона ва бошқ) турли соҳа ёки тармоқларга тааллуқлидир. Яхлит рақобат сиёсатининг мавжуд эмаслиги хўжалик юритувчи субъектларнинг рақобатбардошлигини ошириш, узоқ муддатга мўлжалланган ҳаракатлар стратегиясини ишлаб чиқишда камчиликларда ва ўзаро уйғунлик кузатилмаётганлигида акс этмоқда. Амалиётда нафақат атамаларнинг қўлланилиши, балки турли тармоқларга оид чора-тадбирлар ҳам чалкаштириб юборилмоқда. Натижада, замонавий рақобат сиёсати асосан ҳуқуқий амалиётга хос бўлган монополияга қарши курашиш билан чекланиб, илмий адабиётларда “антимонопол сиёсат”, “рақобатга қарши ҳаракат” атамалари билан кифояланмоқда.

Мамлакатимизда дастлабки антимонопол қонунчилик 1996 йилда қабул қилинган бўлиб, унинг бир қатор қонуности меъёрий ҳужжатлари мамлакатнинг иқтисодий ривожланиш даражасига етарли даражада мувофиқ эмас эди [1]. Қонун молиявий хизматлар бозорларидаги рақобатни тартибга солиш масалаларини тўлиқ ўз ичига олмаган, бу эса мазкур соҳада рақобатга қарши ва рақобатни чекловчи ҳаракатларга йўл қўймаслик юзасидан чораларни амалга оширишга имкон бермас эди. Шунингдек, “бозор”, “бир-бирининг ўрнини босувчи товарлар“, “инсофсиз рақобат”, “камситувчи шартлар”, “нотўғри таққослаш”, “монопол юқори нархлар”, “монопол паст нархлар”, “шахслар гуруҳи”, “устун мавқе” каби асосий тавсифларнинг бир-биридан аниқ ажратиш ва тоифалаш тартиби мавжуд эмас эди. Амалиётда бу қонунга шарҳ беришда фарқланишга ва уни турли соҳаларга татбиқ қилишда муаммоларни юзага келтирар эди. Шу боисдан рақобат соҳасида мукаммал қонунчилик хужжати сифатида унга ўтган давр мобайнида кўплаб тузатиш ва қўшимчалар киритилди.

Бугунги кунда иқтисодиёт тармоқларида, айниқса хизматлар соҳасида рақобат муҳитини тадқиқ этиш муҳим вазифалардан бири ҳисобланади. Бунга асосий сабаблар сифатида қуйидагиларни келтиришимиз мумкин:

– Бутунжаҳон иқтисодий Форуми томонидан микроиқтисодий рақобатбардошлик даражаси (The Microeconomic Competitiveness Index)ни аниқлашда ***маҳаллий рақобатнинг изчиллик даражаси*** мамлакат рақобатбардошлигини оширишнинг муҳим омилларидан бири сифатида қаралади;

– Бутунжаҳон иқтисодий Форуми томонидан глобал рақобатбардошлик индекси (Global Competitiveness Index, GCI)ни аниқлашда ***антимонопол сиёсат самарадорлиги*** кўрсаткичи мамлакат рақобатбардошлигини оширишнинг муҳим омилларидан бири сифатида қаралади;

– тадбиркорлик фаолиятининг ривожланганлик даражаси энг аввало ўз олдига қўйган мақсадларни амалга оширишни таъминловчи рақобат муҳитининг мавжудлигига боғлиқ;

– бугунги кунда хизматлар соҳасида сезиларли ўзгаришлар содир бўлмоқда. Янги хизмат турлари, технологиялар жорий этилмоқда, янги техника ва технологиялардан фойдаланиш бўйича ҳамкорлик алоқалари

кенгаймоқда. Соҳанинг барқарор ривожланиши келгусида рақобат атамаларининг қўлланилиш доирасини ҳам кенгайтирмоқда[2];

– рақобат муҳитини баҳолашда институционал ҳамда регуляторлик ёндашувларига кенг урғу берилганлиги хизматлари соҳасида рақобат муҳитининг моҳиятини етарли даражада очиб бера олмайди. Шу боис замонавий иқтисодий муносабатларга хос бўлган ижтимоий ёндашув, кластер ёндашуви, маркетинг ёндашуви ҳамда тузилмавий ёндашувлар асосида баҳолашни тақозо этмоқда;

– маҳсулот дифференциацияси, нархсиз омилларга асосланган рақобат, нарх дискриминациясининг хизматлар соҳасига тобора кўпроқ кириб келаётганлиги ва шу кабилар.

Рақобат назарияси, рақобат муҳитини тадқиқ этишга қаратилган илмий ишларнинг аксарияти иқтисодиётнинг ишлаб чиқариш соҳасига оид бўлиб, уларда хизматлар соҳасига етарли даражада эътибор қаратилмаган ҳамда объект сифатида кенг тадқиқ қилинмаган. Хизматлар соҳасида рақобат муҳитини тадқиқ қилиниши билан боғлиқ долзарб масалалардан бири соҳада рақобат билан боғлиқ атамалар базасининг етарли даражада шаклланмаганлиги, амалиётда қўлланиладиган атама ва тушунчаларни ёритишга асосий эътибор қаратилганлиги билан ҳам изоҳланади. Хорижнинг етакчи мамлакатлари амалиётида кенг қўлланилиб келинаётган “рақобатли ҳаракатлар”, “рақобат стратегияси”, “рақобатли стратегиялар”, “рақобатлашув имконияти”, “рақобат салоҳияти” атамалар мамлакатимиз хизматлар соҳаси амалиётида деярли қўлланилмайди. Бундан ташқари соҳага оид меъёрий-ҳуқуқий хужжатларда “хизмат”, “операция”, “сервис” каби дифференциал тушунчалар моҳияти ҳам аниқ очиб берилмаган.

Рақобат тўғрисидаги қонунчилик бугунги кунда дунёнинг 90 дан ортиқ мамлакатида қабул қилинган бўлиб, мамлакатимизда ҳам мазкур соҳага оид қонунчиликни миллий давлатчилик тажрибаси асосида такомиллаштириб бориш бугунги кун талабидир.

Ўзбекистон Республикасида амалга оширилаётган замонавий рақобат сиёсатининг асосий камчиликларидан бири ижтимоий-иқтисодий муносабатларнинг барча жабҳаларини тўлиқ қамраб олмаганлиги, яхлит тизимга эга эмаслиги, жамиятнинг умуммиллий қадриятлари ҳамда иқтисодий ислоҳатларнинг миллий моделини ўз ичига олмаганлигидадир. Шунингдек, рақобат сиёсатини олиб бориш дастаклари, ҳуқуқий асослари, уларнинг амал қилиш миқёси ва чегаралари етарли даражада очиб берилмаган.

Бугунги ижтимоий-иқтисодий вазиятда ҳаракат дастурлари, концепция ва “йўл харита”ларини ишлаб чиқиш, уларни амалга ошириш масалаларига кенг урғу берилмоқда. Аммо уларнинг сиёсий характер касб этмаслигини таъминлаш, жамият манфаатларини тўлақонли кўзда тутиши эркин фуқаролик жамиятини барпо этишнинг муҳим шартларидан биридир. Шу боисдан ҳам мамлакатимизда рақобат сиёсатини амалга оширишда қуйидаги тамойиллар ўз аксини топиши муҳимдир:

– соҳада эркин иқтисодий фаоллик, самарали рақобат муҳитини яратиш,

истеъмолчилар ҳуқуқ ва манфаатларини ҳимоялаш;

– рақобатга оид масалаларни ҳал этишда тизимли ва мажмуавий ёндашиш;

– давлат, маҳаллий, тармоқ ва соҳалар даражасида рақобатни ривожлантириш билан боғлиқ масалаларнинг ўзаро боғлиқ ҳолда ҳал этилишига эришиш;

– миллий иқтисодиётнинг жаҳон хўжалигига интеграциялашувини ҳисобга олган ҳолда товарлар ва хизматлар бозорининг халқаро рақобатга бардошлилигига эришиш.

“2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”[3] да белгилаб берилган вазифаларни амалга ошириш, иқтисодиёт тармоқлари учун самарали рақобатбардош муҳитни шакллантириш ҳамда маҳсулотлар ва хизматлар кўрсатиш бозорларида монополияни босқичма босқич камайтириш, ички ва ташқи бозорларда миллий товарларнинг рақобатбардошлигини таъминлашда давлатнинг рақобат сиёсатини амалга оширишга қаратилган энг муҳим меъёрий ҳуқуқий хужжатлари сифатида Рақобат Кодексини қабул қилиш муҳим масала бўлиб ҳисобланади.

Бизнингча, рақобат сиёсатини амалга ошириш билан боғлиқ меъёрий хужжатларни такомиллаштириш, рақобатни ҳуқуқий жиҳатдан қўллаб-қувватлаш билан боғлиқ ижтимоий-иқтисодий муносабатларни келгусида Рақобат Кодексини ишлаб чиқиш орқали ҳал этиш бугунги кунда долзарб масалалардан бири ҳисобланади. Рақобат Кодексини ишлаб чиқишда қуйидаги томойилларга кенг урғу берилади:

– рақобатга оид ҳуқуқий меъёрларнинг унификациялашувини таъминлаш;

– рақобат тўғрисидаги ҳуқуқий меъёрларнинг ихтисослашувини таъминлаш;

– ижтимоий-иқтисодий муносабатларнинг барча жабҳаларида рақобат тўғрисидаги ҳуқуқий хужжатларнинг ўзаро боғлиқлиги ва алоқадорлигини ҳисобга олиш;

– рақобат муносабатларини ҳуқуқий тартибга солишнинг яхлитлигига эришиш;

– рақобат муносабатларига оид иқтисодий ва юридик атамаларнинг уйғунлашувига эришиш.

Ўзбекистон Республикасининг Рақобат Кодексини ишлаб чиқиш ва қабул қилиш ижтимоий-иқтисодий муносабатларнинг барча жабҳаларида рақобатга оид асосий тушунча тарифларнинг яхлит тизимга келтирилишига, ҳуқуқий хужжатларнинг ўзаро боғлиқлиги ва алоқадорлигини таъминлашга хизмат қилади. Бизнингча, Ўзбекистон Республикасининг Рақобат Кодекси қуйидаги таркибий қисмлардан иборат бўлиши мақсадга мувофиқдир:

1-бўлим. Умумий қоидалар (Кодекснинг мақсади ва амал қилиш соҳалари).

2-бўлим. Рақобатни қўллаб қувватлаш (рақобатни давлат томонидан

қўллаб қувватлаш, рекламани тартибга солиш масалалари).

3-бўлим. Рақобатни ҳимоя қилиш (монополистик фаолият, инсофсиз рақобат, хўжалик юритувчи субъектларнинг рақобатга қарши ва уни чеклайдиган ҳаракатлар ҳамда хужжатларни тақиқлаш масалалари, давлат ва маҳаллий давлат органлари томонидан кўрсатиладиган ёрдам, иқтисодий концентрациялашувни тартибга солиш, рақобат қўмитасининг функциялари, ҳуқуқ ва ваколатлари).

4-бўлим. Табиий монополиялар ва давлатнинг монопол фаолияти (табиий монополиялар, табиий монополияларни давлат томонидан тартибга солиш, давлат монополиясининг ҳуқуқий асослари).

5-бўлим. Ташқи иқтисодий фаолиятни давлат томонидан тартибга солиш (асосий қоидалар, Ташқи иқтисодий фаолиятни давлат томонидан тартибга солишнинг усуллари,).

6-бўлим. Якуний қоидалар.

Хизматлар соҳасида бугунги кунда рақобат муҳитини ривожлантиришнинг энг муҳим ҳисобланган қуйидаги йўналишлар ўз ечимини кутмоқда:

– рақобатни қўллаб-қувватлаш;

– эркин тадбиркорлик муҳитини таъминлаш ва мавжуд маъмурий тўсиқларни баратараф этиш;

– инсофсиз рақобатга барҳам бериш ва рақобатга қарши фаолиятни чеклаш;

– табиий монополиялар фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш, ҳамда маҳаллий бозордаги фаолиятини назорат қилиш;

– товарлар ва молия бозорларида иқтисодий концентрациялашуви устидан давлат назоратини йўлга қўйиш;

– ноёб ресурсларни эркин танлов ва аукционлар асосида тақсимлаш;

– давлат ва маҳаллий даражада қўллаб-қувватлаш;

– соҳада интеллектуал мулк муҳофазасини кучайтириш.

Хулоса қилиб айтганда ушбу масалаларнинг ҳал этилиши рақобатга оид муносабатларни тартибга солувчи қонун ҳужжатларини такомиллаштириш, ижтимоий-иқтисодий муносабатларнинг барча соҳаларида давлатнинг рағбатлантириш, ҳимоялаш ва қўллаб-қувватлаш механизмини амалга ошириш, рақобатни ривожлантиришнинг ижтимоий аҳамиятга эга бўлган самарасига эришиш, давлатнинг иқтисодий фаолиятдаги иштирокининг аниқ чегараларини белгилаш, иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини ислоҳ қилиш ва ривожлантириш орқали соғлом рақобат муҳитини яратиш, ҳамда монополияга қарши курашишнинг ноёб ҳуқуқий амалиётини йўлга қўйиш имконини беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. “Рақобат тўғрисида“ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни, 2012 йил
2. Ибодов К.М., Банк хизматлари рақобатбардошлигининг маркетинг тадқиқотлари: Монография.; – Тошкент “Наврўз” нашриёти, 2016 йил.-156 бет.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони, 2017 йил 8 феврал, ПФ-4947-сон.

И. Абдурахмонов – СамДУ магистранти

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ – АХБОРОТ ЖАМИЯТИНИНГ ҲОСИЛАСИДИР

Аннотация: мазкур мақолада ахборотлашган жамиятнинг хусусиятини фалсафий таҳлили баён этилади. Мақолада рақамли иқтисодиёт ахборотлашга жамиятга хос хусусият эканлиги ҳамда унинг ижтимоий турмуш тарзидаги ижобий жиҳатлари ёритилган.

Калит сўзлар: Ахборот, ахборотлашган жамият, ахборот технологиялар, рақамли иқтисодиёт, ижтимоий муносабатлар.

Аннотация: в статье дается философский анализ природы информированного общества. В статье подчеркивается тот факт, что цифровая экономика - это специфическая для общества характеристика информации, а также ее положительные аспекты социальной жизни.

Ключевые слова: информация, информационное общество, информационные технологии, цифровая экономика, социальные отношения

Abstract: This article provides a philosophical analysis of the nature of an informed society. The article highlights the fact that the digital economy is a society-specific feature of information, as well as its positive aspects of social life.

Keywords: Information, information society, information technology, digital economy, social relations.

Кишилик жамияти XXI асрда информацион цивилизасия босқичига қадам қўйди. Жамият тараққиётининг бу босқичи ахборот ва компютер инқилоби каби омиллар асосида ахборотнинг товар маҳсулотга айланиши, жамиятда компютер соҳасида муҳандис-техник зиёлилар қатламининг вужудга келиши, компютерлаштириш жараёнининг ишлаб чиқариш кучига айланиши, интернет тармоқларининг ижтимоий турмуш тарзига тоборо сингиб бориши билан характерланади. Шунингдек, мазкур цивилизасия босқичида глобаллашув жараёнининг имконияти тезлашди ва кенгайиб боради. Мамлакатимиз ҳам жаҳон ҳамжамияти сингари информацион сивилизасия босқичига кириб бормоқда.

Ахборотлашган жамиятнинг асосий хусусиятлари қуйидаги жиҳатлар билан белгиланади:

- Ихтиёрий индивид, гуруҳлар, корхона ёки ташкилотлар ўзларининг ҳаёт фаолияти учун зарур бўлган шахсий ёки ижтимоий аҳамиятга эга бўлган ҳоҳлаган информацсия ва билимни пул тўлаб ёки бепул равишда исталган вақтда мамлакатнинг ихтиёрий бурчагида олиш имконияти мавжуд бўлиши;
- Жамиятда ихтиёрий индивид, гуруҳлар ёки ташкилотлар фойдалана олиши мумкин бўлган замонавий информатцион технологиялар ишлаб чиқарилиши ва ундан эркин фойдалана олиш имкониятининг мавжуд бўлиши;
- Ҳозирги мураккаб глобаллашув жараёнида информатсион жамият талабларини қўллаб қувватлаш ва рағбарлантириш мақсадида Миллий информатсион ресурс марказлари ва уларнинг инфратузилмасини яратиш;
- Жамиятда ишлаб чиқариш ва бошқарув соҳаларининг деярли барча йўна-

лишларини автоматлаштириш, компютерлаштириш ва роботлаштириш жараёнининг жадаллашуви;

-Ижтимоий структурада кескин ўзгаришларнинг содир бўлиши, информатсион фаолият ва хизмат кўрсатиш соҳаининг кенгайиши. Бу соҳада аҳолининг аксарият қисми банд бўлиши.

Информацион цивилизация босқичи ва глобаллашув жараёни кишилик жамияти тараққиётига хос бўлган табиий-тарихий жараён бўлиб, унинг ижобий жиҳатлари «давлатлар ва халқлар ўртасидаги интеграсия ва ҳамкорлик алоқаларини кучайиши, хорижий инвестисиялар, капитал ва товарлар, ишчи кучининг эркин ҳаракати учун қулайликлар вужудга келиши, кўплаб янги иш ўринларининг яратилиши, замонавий коммуникасия ва ахборот технологияларининг, илм-фан ютуқларининг тезлик билан тарқалиши, турли қадриятларнинг умуминсоний негизда уйғунлашуви, сивилизациялараро мулоқотнинг янгича сифат кашф этиши, экологик офатлар пайтида ўзаро ёрдам кўрсатиш имкониятларининг ортиши» билан белгиланади[1].

Жамиятнинг компютерлаштириш жараёни, уни ишлаб чиқариш – қишлоқ хўжалиги ва саноатда, таълим тарбия тизимида, тиббиётда, маиший хизмат кўрсатиш соҳаларида шунингндек, коммуникатив алоқа ва почта тизимида кўлланиши билан намоён бўлмоқда.

Ахборотлашган жамиятда ижтимоий иқтисодий жараёнларда рақамли иқтисодиёт тушунчаси муҳим роль уйнайди. Рақамли иқтисодиётнинг моҳияти нимадан иборат? Рақамли иқтисодиёт – бу иқтисодий, ижтимоий ва маданий алоқаларни рақамли технологияларни қўллаш асосида амалга ошириш тизимидир. Баъзида у интернет иқтисодиёти, янги иқтисодиёт ёки веб-иқтисодиёт деган терминлар билан ҳам ифодаланади. 1995 йилда америкалик дастурчи Николас Негропонте “рақамли иқтисодиёт” терминини амалиётга киритди. Ҳозирда бу истилоҳни бутун дунёдаги сиёсатчилар, иқтисодчилар, журналистлар, тадбиркорлар – деярли барча қўлламоқда. 2016 йилда Бутунжаҳон банки дунёдаги рақамли иқтисодиётнинг аҳволи ҳақида илк марта маъруза эълон қилди (“Рақамли дивидендлар”)[2].

Республикасизда рақамли иқтисодиётнинг белгилари бир неча йил аввал бошланган эди. Хусусан, савдо-сотиқ муносабатлари ва ишчи ходимларнинг маошларни пластик карточкалар орқали амалга оширилиши, коммунал хизматлар бўйича тўловларнинг электрон тарзда жорий этилиши ва ҳоказо бу каби жараёнлар рақамли иқтисодиётнинг муҳум хусусиятларидан биридир.

Мамлакатимизда ахборот технологияларини жорий этишни янада жадаллаштириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш Вазирлигини ташкил этилди. Мазкур вазирликни ташкил этишдан мақсад халқимиз ҳаёт даражаси ва сифатини юксалтиришда ахборот технологиялари имкониятларини кенгайтириш, замонавий компьютер ва интернет тармоқларидан фойдаланишни янада қулайликлар яратиш, шунингдек, ахборот хавфсизлигини

[1] Каримов И.А. Юксак маънавият- енгилмас куч.Т. “Маънавият”, 2008, 112-бет.
[2] aniq.uz›yangiliklar/raqamli-iqtisodiyot-nima

таъминлаш ва коммуникация тармоқлари, дастурий маҳсулотлар, ахборот тизимлари ва ресурсларини ҳимоя қилишнинг замонавий технологияларни татбиқ этиш чора тадбирларини амалга ошириш, ахборот ресурсларини ҳимоя қилиш бўйича техник инфратузилмани янада ривожлантиришдир.

Замонавий коммуникация воситалари соҳасида илмий тадқиқотлар ва ишланмаларни, кадрлар тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини оширишни ташкил қилиш, дастурий маҳсулотлар, ахборот тизимлари ва маълумотлар базаларини ишлаб чиқиш ва татбиқ этиш, ахборот хавфсизлигини таъминлаш ва ахборот-коммуникация технологияларининг бошқа соҳаларида шундай ишларни ташкил этишдан иборатдир.

Ўзбекистон Республикаси Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш Вазирлигини ташкил этилиши мамлакатимизда ахборотлашган жамият ривожланиши ва рақамли иқтисодиётни шакллантиришда янги истиқболларга имконият яратади.

Президентимиз Ш.М.Мирзиёевнинг ўтган йили Олий Мажлисга йўллаган Мурожаатнимасида таъкидланганидек: “Тараққиётга эришиш учун рақамли билимлар ва замонавий ахборот технологияларини эгаллашимиз зарур ва шарт. Бу бизга юксалишнинг энг қисқа йўлидан бориш имкониятини беради. Зеро, бугун дунёда барча соҳаларга ахборот технологиялари чуқур кириб бормоқда.

Албатта, рақамли иқтисодиётни шакллантириш керакли инфратузилма, кўп маблағ ва меҳнат ресурсларини талаб этишини жуда яхши биламиз. Бироқ, қанчалик қийин бўлмасин, бу ишга бугун киришмасак, қачон киришамиз?! Эртага жуда кеч бўлади. Шу боис, рақамли иқтисодиётга фаол ўтиш – келгуси 5 йилдаги энг устувор вазифаларимиздан бири бўлади»[1].

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, рақамли иқтисодиёт ахборотлашган жамиятнинг ҳосиласи бўлиб, табиий тарихий жараёндир. Кишилик жамияттига хос бўлган бу жарёнинг турмуш тарзимизда кўплаб ижобий жиҳатлари мавжуддир. Аввало рақамли иқтисодиётнинг жорий этилиши ижтимоий муносабатларимиздаги энг салбий иллат –коррупциянинг барҳам беришга ёрдам беради. Шунингдек, «яширин иқтисодиёт»га қарши курашда ҳам қулай имконият вужудга келади. Энг муҳуми рақамли иқтисодиёт шароитида фуқароларимизнинг вақтдан унумли фойдаланиш имконияти пайдо бўлади, хавфсизлик таминланади, масалан тўловлар учун харажатлар камаяди, яъни, банкка бориш учун вақт ва йўлкира ҳамда бошқа ресурслар тежалади. Бундан ташқари мижоз товарлар ва хизматлар ҳақида кўпроқ ва тезроқ маълумот олинади.

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси 2020йил 24 январь

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

Г.М.Шадиева – Тошкент давлат транспорт университети профессори в.б., и.ф.д.
О.М.Пардаева – Тошкент давлат иқтисодиёт университети Самарқанд филиали кафедра мудири, PhD

ОИЛА ХЎЖАЛИГИ ТАДБИРКОРЛИГИДА ИШОНЧ ТАМОЙИЛИНИНГ ЎРНИ

Аннотация: мақолада оила хўжаликларида тадбиркорликни ташкил қилиш ва уни юритишда ишонч томойилига асосланиш масалалари қараб чиқилган. Чунки ҳозирги пайтда жуда кўп алдов йўли билан кун кўришни одат тусига киритиб олганлар ҳам йўқ эмас. Булардан келиб чиқиб, ишончга сазовар бўлиш ва ишонч ҳосил қилиш жараёни ўта мураккаблиги, бунинг мазмун моҳиятини очиб бериш учун уни алоҳида икки турга: ҳақиқий ва самимий ишонч;сохтаишонч турларига бўлиб изоҳланди.

Калит сўзлар: оила, оила хўжалиги, оилавий тадбиркорлик, ишонч тамойили,сохтаишонч, самимий ишонч, оилавий тадбиркорлик, оила иқтисодиёти, қонун, иймон-эътиқод.

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы организации предпринимательства в семейных фермерских хозяйствах и обоснования доверия к его ведению. Потому что в настоящее время встречаются такие которые привыкли жить путём обмана. Исходя из этого, процесс убеждения и убеждения чрезвычайно сложен, для того чтобы раскрыть суть этого смысла, его интерпретировали как два отдельных типа: истинное и искреннее доверие; типы ложного доверия.

Ключевые слова: семья, семейная экономика, семейное предпринимательство, принцип доверия, ложное доверие, искреннее доверие, семейное предпринимательство, семейная экономика, право, вера

Abstract: The article deals with the organization of entrepreneurship in family farms and the justification of trust in its management. Because at present there are those who are used to living by deception. Based on this, the process of persuasion and persuasion is extremely complex, in order to reveal the essence of this meaning, it was interpreted as two separate types: true and sincere trust; types of false trust.

Keywords: Family, family economy, family entrepreneurship, the principle of trust, false trust, sincere trust, family entrepreneurship, family economy, law, faith.

Бугунги кунга келиб оилавий тадбиркорлик кенг қулоч ёйиб бормоқда. Чунки оилалар сони ҳам кундан-кунга ошиб бормоқда. Давлат статистика қўмитаси маълумотларига кўра, энг кўп аҳоли Самарқанд вилоятида яшашлиги, яъни 2021 йилнинг бошида 3928 млн. кишини ташкил қилиши

қайд этилди.. Энг кам аҳоли эса Сирдарё вилоятида экан. Бу ерда 856,9 минг киши яшаши кўрсатилган[1]. Мос равишда 2021 йилнинг 1 январь ҳолатига вилоятимиз бўйича ФҲДЁ органлари томонидан 33 375 та никоҳ ҳолатлари қайд этилди. 2020 йил мобайнида ҳудудлар кесимида энг кўп никоҳ Ургут тумани (4 485 та) да, энг ками эса Тайлоқ тумани (1872 та) да қайд этилган. Ҳар 1000 аҳолига олиб қарайдиган бўлсак, энг юқори кўрсаткич Пайариқ туманида. Бу ерда никоҳ тузиш 10,7 промилени ташкил этган[2]. Кўриниб турибдики аҳоли ҳам оилалар ҳам мунтазам ўсиш тенденциясига эга.

Аҳолини иш билан таъминлашда оилавий тадбиркорликнинг ўрни кундан-кунга ошиб бормоқда. Ҳар қандай тадбиркорлик сингари оила тадбиркорликида ҳам ҳамкорлик ўзаро ишонч тамойилига асосланмоғи лозим. Лекин ишончга сазовар бўлиш ва ишонч ҳосил қилиш жараёни ўта мураккаб жараёндир. Бунинг мазмун моҳиятини очиб бериш учун уни алоҳида турлари бўйича қараб чиқиш мақсадга мувофиқдир.

Тадқиқотларимиз кўрсатишича, ишонч, икки хил бўлар экан:

ҳақиқий ва самимий ишонч;

сохта ишонч.

Биринчиси, ҳақиқий ва самимий ишонч хусусида шуни таъкидлаш жоизки, бу ишончга, энг авволо, оилавий тадбиркорликни юритадиганлар сазовар бўлишлари даркор, яъни ким билан ҳамкорлик қиладиган бўлинса, унга тўлиқ ишонч ҳосил қилишлик лозим бўлади. Шу ўринда, оила аъзолари ҳам бошқалар олдида шундай ишонч қозонган ва шунга сазовар бўлган бўлишлари лозимдир. Ишонч ва ишончга сазовар бўлишлик – бу ўта нозик жараён. Бунда самимий ишончга сазовар бўлиш учун инсоннинг иймони бутун, эътиқоди мустаҳкам бўлиши лозим.

Иккинчиси эса, келажакда сизни алдаб, катта фойда қўриши учун қилинадиган соҳта, вақтинчалик ишончга сазовор бўлишга ҳаракат қилинади. Шу туфайли ҳамкорлар билан ўта эҳтиёткорлик асосида муносабат қилишга тўғри келади. Бирорта маблағни ёки товарни ноқонуний, шунчаки ишонч асосида бериб бўлмайди. Ҳамма муносабатингизда шартнома ва бошқа тегишли ҳужжатлар билан расмийлаштирган ҳолда фаолият кўрсатиш кўникмасини ҳар бир оилавий тадбиркор ўзида шакллантириши керак. Маълум миқдорда кўпроқ фойда қиламан деган туйғу билан ноқонуний ҳаракатларни қилмаслик керак. Балки қонунни четлаб ўтиб бир-икки марта яхшигина фойда қиларсиз, аммо унинг охири вой. Ёки сизни бирортаси яхшилаб алдаб кетади, ёки сирингиз очилиб (бу муқаррар) катта жарима тўлаб корхонангиз синиб қолиши ҳам мумкин.

Ўзингиз ким билан ҳамкор бўлаётган бўлсангиз сўраб-суриштиринг, яхши ишонч хосил қилинг. Алданмаслик йўлини тутинг. Агар бордию алданиб қолсангиз ҳам қуйиб қолмаслик учун тегишли кафолатни қонуний шартнома ва бошқа ҳужжатларни таъминланг. Шундай қилмасангиз ишонганингиз ишончили бўлмайди.

[1] @malhamuz.

[2] https://t.me/zarnews_uz/32067

Энг муҳими, ўзингиз ҳам бировларнинг, ўз ҳамкорларингизнинг ишончига сазовор бўлинг. Булар кимлар бўлиши мумкин? Фикримизча улар таркибига қуйидагилар киради:

- сизнинг тадбиркорликингиз инвесторлари;
- сизнинг маҳсулотингиз (иш, хизматингиз) харидорлиги;
- хизматингиздан фойдаланувчи истеъмолчилар;
- сизга қарз берувчилар;
- сиз аъзо бўлган ассоциация;
- сиз ишлайдиган ходимлар;
- сиз иқтисодий муносабатда бўладиган бошқа давлат ва нодавлат ташкилотлари.

Сиз оила бошлиғи сифатида оилавий тадбиркорликда катта нуфузга эга бўлмоқчисиз. Бу албатта ҳар бир тадбиркорликменнинг мақсади. Бунга эришиш йўли ўзгалар ишончини қозониш. Ишонч, ишонч ва яна ишонч – сизга фақат муваффақият келтиради.

Инвестор сизга ишониши керак. Сизнинг тадбиркорлик фаолиятингизга қўйган маблағи унга ўз вақтида маълум фойда билан қайтишига ишониши лозим. Фаолиятингиз натижаси бўйича, энг авволо, шартномада кўзда тутилган масалаларни ечишга ҳаракат қилиш лозим бўлади. Агар унда инвесторнинг манфаати кўзда тутилган бўлса, биринчи галда унинг мақсадини амалга оширишга ҳаракат қилинг. Чунки, сизнинг мувоффақиятингизнинг асосий гарови шу инвесторнинг маблағидир. Буни яхши тушиниш ва қадрлаш лозим.

Харидор сизга ишониши керак. Сизнинг товарингиз (иш хизматингиз) келишилган хажмида ва нархда, юқори сифатда ўз вақтида етказиб турилмоғи лозим. У «куйиб» қолмаслигига ишонч ҳосил қилиши керак. Ҳамкорингиз сиз учун зарар кўрадиган бўлса, унинг ишончи йўқолади. Ишончи йўқолган ҳамкор ҳисобидан ҳамкорлар сони биттага камаяди. Ундан қиладиган фойдангиз ҳам камаяди. Демак, ишонч ва иш натижаси бир-бири билан узвий боғлиқ тушунча ва жараёнлар эканлигини унутмаслик лозим экан.

Сиз билан бирга ишлайдиган ходимлар сизга ишониши керак. Улар ўз вақтида ойлик маошини олмоғи лозим. Агар у юқори кўрсаткичларга эришса, тадбиркорлики сердаромад, самарали бўлса албатта шунга яраша чекланмаган миқдорда даромад, яъни мукофот олишга ишонч хосил қилмоғи лозим.

Акциядорлар ишониши керак. Агар сизнинг акциянгизни сотиб олса иккиламачи бозорда ҳам, дивиденд олишда ҳам катта фойда кўришга ишончи комил бўлиши керак. Демак, ҳамиша ишонч қозониши лозимдир. Бунинг учун оилавий тадбиркорликнинг барқарор ривожланишини таъминлашингиз лозим.

Ишонч бу тадбиркорликда катта мувоффақиятлар калити, лекин бу ишончларни қозониш ўз-ўзидан бўлмайди. Сиз ўз фаолиятингизни мукаммал таҳлил қилиб чиқишингиз лозим. Бировни ишонтириш учун ўз тадбиркорликингизнинг самарадорлигига, энг аввало, ўзингиз ишонч хосил

қилишингиз керак. Бу учун ишончли далилга эга бўлишингизни тақоза қилади. Ишончли далилига ўз лойиҳангизни чуқур таҳлил қилиб эришасиз.

Сиз тадбиркорлик фаолиятини юргизмоқчисиз! Сизнинг ўзингизнинг манфаатингиз бор. Аммо бу манфаатга шунчаки эришиб бўлмайди. Сиз аввало кимлардандир қарз олишингиз керак. Бу ҳолда ўзингизни қарз берувчи ўрнига қўйинг. У билан шундай муоммалада бўлинг. Қарз берган кишиларда ҳам Сизга нисбатан катта ишонч ҳосил қилинсин, шунга эришинг.

Сиз бировлардан қарз олишда уни жуда пухта ўйланг! Сизга ҳамма ҳам ҳамиша ҳам қарз беравермайди. Биринчи галда сизга қарз бермоқчи бўлган киши сизга беришдан кўра кўпроқ ўз нафини, манфаатини ўйлайди. Иккинчидан, берган қарзнинг ўз вақтида қайтишига тўлиқ ишонч ҳосил қилиш лозим. Буларга оддий сўз, ҳатто қасам билан ҳам эришиш қийин. Бунга реал, аниқ ҳисоб-китоб билан, ҳозирги тилда айтиладиган бўлса, тўғри ёки аниқ тузилган тадбиркорлик-режа билан эришиш мумкин. Шу туфайли ҳар қандай тадбиркорликни бошлашдан олдин, таъкидлангандек, аниқ тадбиркорлик-режа тузиб олиш лозим бўлади.

Товар ишлаб чиқариб сотмоқчисиз ёки бирорта хизмат кўрсатмоқчисиз. Бу ҳолда сиз ўзингизни истеъмолчи ўрнига қўйиб кўринг. Ўзингиз ишлаб чиққан товар ўз истеъмолингизни, талабингизни тўла қондирадими? Бу саволга ўзингиз тўлиқ жавоб олгандан кейингина ишга тушинг. Шунда ҳамманинг ишончига сазовор бўласиз. Ишонч қозониш тадбиркорлик оламида катта муваффақиятга эришишнинг асосий омили.

Сиз ишлаб чиқарадиган товарингизнинг кимга ва қайси бозорга мўлжалланганлигини билинг. Агар товарингиз сердвромад оилаларга мўлжалланган бўлса нархининг ошиб кетишидан чўчиманг. Товарнинг сифатига катта аҳамият беринг.

Сизнинг ютиғингиз чиройли ва сифатли товар ишлаб чиқаришингизда. Сиз ўз товарингизга ўзингиз харидор сифатида ёндошинг. У энг аввало ўзингизга маъқул бўлсин. Ўзингизга маъқул бўлмаган нарсани бошқа кишига сотаман деб ўйламанг. Сиз ўз истеъмолчиларингиз, харидорларингиз олдида сифатли товарингиз билан ишонч қозонинг.

Товарингиз болаларга мўлжалланган бўлса, унинг чидамлилигига аҳамият беринг. Бир марта тикадиган жойни икки марта тикинг. Чиройли ва арзон бўлишига ҳаракат қилинг. Шундагина товарингиз ўзининг доимий харидорига эга бўлади.

Агар махсус иш кийими ишлаб чиқадиган бўлсангиз унинг нархи арзон бўлишига ҳаракат қилинг. Хулас, ҳар кимнинг ҳам ишончига ўзига хос ёндошиш орқали сазовар бўлишингиз мумкин. Қаердан қанча фойда олиш мумкинлиги билан кимларнинг ишончига сазовор бўламан деган савол Сизга ҳамиша ҳамроҳ бўлгани маъқул. Ишонч қозонишга ҳаракат қилинг. Бу Сизнинг муваффақиятларингизнинг ўзагини ташкил қилади.

Х.С. Мухитдинов – Қарши мухандислик-иқтисодиёт институти профессори,
О.Зохидов – ТАТУ Қарши филиали магистранти

АҲОЛИГА ПУЛЛИК-МАИШИЙ ХИЗМАТ КЎРСАТИШНИ ЭКОНОМЕТРИК МОДЕЛЛАШТИРИШ

Аннотация: ушбу мақолада аҳолига пуллик-маиший хизмат кўрсатишни эконометрик моделлаштириш жараёни ёритилган. Эконометрик моделлаштириш аҳолига пуллик-маиший хизмат кўрсатиш даражаси хисоблаб йиллик натижалари ошириш ҳақида маълумотлар олинган.

Калит сўз: эконометрик моделлаштириш, маиший хизмат, иқтисодий таҳлил, статистика.

Аннотация: в статье описан процесс эконометрического моделирования платных государственных услуг. Данные об увеличении годовых результатов эконометрического моделирования с учетом уровня платных услуг населению.

Ключевые слова: эконометрическое моделирование, потребительские услуги, экономический анализ, статистика.

Abstract. This article describes the process of econometric modeling of paid public services. Data on increasing the annual results of econometric modeling, taking into account the level of paid services to the population.

Keywords: econometric modeling, consumer services, economic analysis, statistics.

Жаҳон амалиётида хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқларини ҳамда уларнинг истиқболли ва юқори технологияларга асосланган механизмларини, комплекс моделлаштиришнинг илмий-методологик асосларини такомиллаштириш, хизмат кўрсатиш жараёнларини жадаллаштириш ва самарадорлигини ошириш, борасида илмий тадқиқотлар олиб бориш муҳим аҳамият касб этмоқда. Мазкур ҳолатлар мақола доирасида ҳал этилиши зарур бўлган мақсадли йўналишларни белгилаб беради.

Аҳолига пуллик-маиший химзмат кўрсатишни мураккаб тизим сифатида қаралади. Ўзаро боғланган элементлардан ташкил топган жараёнларни, улар биргаликда иқтисодий жараённинг маълум хусусиятлари ва функцияларига қуйидагича моделлаштириш белгиларини киритамиз:

$$Au_t = f_1(t); \quad (1)$$

$$A_t = f_2(Au_t); \quad (2)$$

$$QA^{mr}{}_t = f_3(QA_t); \quad (3)$$

$$A^{hq}{}_t = f^h{}_4(t),\ h=1\div n \quad (4)$$

Бу ерда: A_t – t йилдаги вилоят аҳолиси сони, минг киши ; Au_t – t йилдаги аҳоли сонининг ўсиши, минг киши; $QA^{mr}{}_t$ – t йилдаги меҳнат ресурслари, минг киши; $A^{hq}{}_t$ – t йилдаги вилоятнинг h – ҳудудидаги аҳолиси сони, минг киши;

Ислоҳотларни амалга ошириш учун аҳолига хизмат кўрсатиш имкониятларини ошириш зарурияти пайдо бўлади. Бу ўринда пуллик ва маиший хизмат кўрсаткичларини моделлаштириш учун қуйидагича белгиларни киритамиз:

P_t – t вилоят бўйича аҳолига кўрсатилган пуллик хизмат, минг сўм;$P^t{}_e$ –

вилоят аҳолисига t йилда, e турдаги пуллик хизмат, минг сўм;P^t_i – t йилдаги i турдаги бошқа хизматлар ҳажми, минг сўм;P^D_t – t йилда вилоятда аҳоли жон бошига пуллик хизмат, минг сўм;P^{eD}_t – t йилда вилоятда аҳоли жон бошига e турдаги пуллик хизмат, сўм;M_t – t йилдаги жами маиший хизмат, минг сўм;M^i_t – t йилдаги i турдаги маиший хизмат, минг сўм;M^τ_t – t йилдаги ишчилар сони, киши;M^B_t – t йилдаги устахона ва маиший муассасалар сони, дона;M^s_t – t йилда жойларда кўрсатилган маиший хизмат, минг сўм;M^{pv}_t – t йилда v ҳудуд бўйича кўрсатилаётга маиший хизмат, минг сўм;M^{SD}_t – t йилда жойларда жон бошига тўғри келадиган ўртача маиший хизмат, минг сўм.

Белгилашлар асосида қуйидаги функционал боғланишларни ҳосил қиламиз:

$$P_t = f_5(A_t, t);\quad P^t = \sum_{e=1}^{n} P^t_e;\quad P^{eD}_t = P^t_e / A. \qquad (5)$$

Маиший хизмат кўрсатиш қуйидаги кўриниш олади:

$$M^B_t = \varphi_1(t);\quad M^s_t = \varphi_2(t);\quad M^i_t = \varphi_3(A_t, t);\quad M^t = \sum_{i=1}^{n} M^t_i;\quad M^{SD}_t = M^t_i / A_t; M^t = M^t_e * I_i(t). (6)$$

Ижтимоий ривожланишнинг муҳим омилларига аҳолига пуллик ва маиший хизмат кўрсатишни такомиллаштириш каби вазифалар киради. Яъни нафақат малакали кадрларнинг мавжудлиги, балки пуллик ва маиший хизмат кўрсатиш тармоқлари ҳам саноатлаштиришга катта таъсир ўтказади.

Жаҳон иқтисодиётида хизмат кўрсатиш соҳасининг аҳоли бандлигини таъминлашдаги роли ошиб бормоқда. Иқтисодиёти ривожланган Ғарб мамлакатларида иқтисодиётда банд бўлган аҳолининг 70 фоизи хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият кўрсатади[1].

Кўриниб турибдики, вилоятда ҳам аҳолига хизмат кўрсатиш даражаси кескин ошиб бормоқда (1-жадвал).

1-жадвал

Вилоят аҳолисига хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиш тенденцияси

Йиллар	Аҳоли сони (минг киши)	Маиший хизматлар ҳажми (млрд. сўм)	Пуллик хизматлар ҳажми (млрд. сўм)
2004	2378,2	13,7	46,92
2005	2419,8	19,92	69,29
2006	2462,2	25,42	100,1
2007	2506,2	28,69	152,6
2008	2565,9	35,25	223,32
2009	2615,5	38,14	286,19
2010	2671	48,34	377,11
2011	2713,2	63,73	524,64
2012	2762,3	70,8	719,6
2013	2895,5	123,48	1027,1
2014	2958,9	147,38	1286,9
2015	3025,6	181,4	1566,9

[1] Пастухов А.Л. Ускорение развития сферы услуг как необходимое условие модернизации экономики//Экономика и экономические науки, 2012, №20. –С. 80–85.

2016	3089,4	224,6	1928,2
2017	3148,1	261,3	2270,4
2018	3186,8	307,3	2668,7
Ўртача қиймат		105,96	883,20
Стандарт четланиш		96,65	868,81
Ўрт.қийматдан қатор даражаларининг четланиш квадратлари йиғиндиси		130768,8	10567641,0

Вилоят аҳолисига маиший хизмат кўрсатиш даражаси 2004 йилда 13,7 млрд. сўмни ташкил қилган бўлса, 2018 йилга келиб 307,3 млрд. сўмни, пуллик хизматлар ҳажми эса 2004 йил 46,92 млрд. сўмни, 2018 йилда 2668,7 млрд. сўмни ташкил этди. Вилоят аҳолисига маиший хизмат кўрсатиш даражаси 2004 йилда аҳоли жон бошига ўртача 5760,7 сўмни ташкил қилган бўлса, 2018 йилда аҳоли жон бошига ўртача 96429 сўмга тўғри келаяпти. Вилоят аҳолисига пуллик хизмат кўрсатиш даражаси 2004 йилда аҳоли жон бошига ўртача 19729 сўмни ташкил қилган, 2018 йилда аҳоли жон бошига ўртача 837,4 минг сўмга тўғри келаяпти.

Хулоса. Аҳолига хизмат кўрсатиш тармоқлари бошқа соҳа турлари каби, бошқарувга объектив эҳтиёж сезади. Бу эса, аҳолини хизматларга бўлган эҳтиёжини қондиришга, хизмат кўрсатиш самарадорлигини ошириш ва мақбул келадиган фойдалилик даражасини таъминлаш учун мақсадли йўналтирилишни ифодалайди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Рахимов А.Н. Аҳолига хизмат кўрсатишни ривожлантиришда ахборот модели. // Бизнес-Эксперт журнали. 2019 йил 11-сон 94-97 б.
2. Салимов Б. Қишлоқ хўжалигида инфратузилма хизматларини ривожлантириш. // Иқтисодиёт ва таълим. –Тошкент, 2009. -№2.- 174 б.
3. Солиев А.С. ва бошқалар. Минтақавий иқтисодиёт.-Тошкент: Университет, 2003.-Б.6-7.
4. Солиев А., Абдуназаров Ҳ. Аҳоли ўсиши ва истеъмолларини ишлаб чиқаришнинг ҳудудий ҳусусиятлари// Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. -Тошкент, 2003. -№12. –Б.50-52.

Л.Н. Худоёров – Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги ТАТУ Қарши филиали Ахборот технологиялари кафедраси мудири

ҚАРШИ ШАҲРИДА МЕҲНАТ РЕСУРСЛАРИНИНГ ТАДБИРКОРЛИККА МОЙИЛЛИК ДАРАЖАСИ ТАҲЛИЛИ

Аннотация : Мақолада Қарши шаҳрида кичик корхоналар ва хусусий тадбиркорликнинг ривожланиш даражаси кўрсаткичлари ва савдо-сотиқ тармоғида меҳнат ресурсларининг тадбиркорликка мойиллик даражаси таҳлил қилинди.

Калит сўзлар: кичик бизнес, кичик бизнес субъектлари, кичик бизнес улуши, янги иш ўринлари, тадбиркорликка мойиллик даражаси.

Аннотация: В статье анализируются показатели уровня развития малого

бизнеса и частного предпринимательства в Карши, а также уровень предпринимательской направленности трудовых ресурсов в сфере торговли.

Ключевые слова: малый бизнес, субъекты малого бизнеса, доля малого бизнеса, новые рабочие места, уровень предпринимательства.

Abstract: The article analyzes the indicators of the level of development of small businesses and private entrepreneurship in Karshi and the level of entrepreneurial tendency of labor resources in the trade sector.

Keywords: small business, small business entities, small business share, new jobs, level of entrepreneurship.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантиришни рағбатлантириш республикамизни ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг асосий устувор йўналишларидан бири қилиб белгиланган. Яқин истиқболда кичик бизнес республикамизда иқтисодиётни узлуксиз ривожлантиришнинг энг муҳим омили, тараққиёт йўлидан олға етаклайдиган етакчи куч бўлиб қолади.

Шаҳарда тадбиркорликнинг ривожланиш даражаси орқали уларнинг фойдали иш коэффициентлари аниқланади. Фойдали иш коэффициентларига кичик тадбиркорлик корхоналарининг яратилиши ва ликвидлик коэффициентлари киради.

Ликвидлик бу – кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг тўлов қобилиятидир. Бундан ташқари, кичик тадбиркорлик субъектларининг 1000 кишига тўғри келиши унинг ривожланиш даражасини белгилайди. Ликвидлик коэффициентини Қарши шаҳар бўйича ўрганилганда, шундай ҳолат кўрилдики, Қарши шаҳрида 2019 йил ликвидлик деярли 4,0 ни ташкил қилиб, 2015 йилга нисбатан беш баробарга камайган. 1–жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, кичик тадбиркорликнинг шаҳар бўйича ривожланиш даражаси юқори бўлса ҳам, аммо уларнинг умумий самарадорлигини баланд деб бўлмайди.

Тадбиркорликнинг яратилиш коэффициенти кейинги олти йил ичида 4 мартага камайиб кетган. Тадбиркорликнинг ривожланиш даражаси кўрсаткичларини ҳисоблашда шаҳар меҳнат ресурсларининг тадбиркорликка мойиллик даражасини аниқлаш муҳим. Чунки иқтисодий фаол аҳоли иқтисодий муносабатларда қатнашиш жараёнида жисмоний ва ақлий имкониятларини ишга солади.

Қарши шаҳрида 2019 йилда иқтисодиётда банд бўлган аҳоли сони 113400 кишини, фаолият кўрсатаётган тадбиркорлик субъектлари сони 4489 тани ташкил қилган. Шаҳарнинг тадбиркорликка мойиллик даражасини қуйидагича топишимиз мумкин:

$$ТМД_т = ТБС_т/ТМС_т*100=61153/394700*100=1,35$$

Қарши шаҳрида 2019 йил савдо-сотиқда 2,8 фоиз меҳнат ресурси тадбиркорликка мойил ва лаёқатли деб топилган.(2-жадвал)

Қашқадарё вилоятида шаҳарнинг тадбиркорликка мойиллик даражаси 5,4 фоизни ташкил қилиб, 2015 йилга нисбатан 1,5 мартага ошган. Агросаноат

1-жадвал

Қарши шаҳрида 2015-2019 йилларда кичик корхоналар ва хусусий тадбиркорликнинг ривожланиш даражаси кўрсаткичлари

Кўрсаткичлар	Йиллар					2019 йилда 2015 йилга нисбати (%)
	2015 й	2016 й	2017 й	2018 й	2019 й	
Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг 1000 кишига тўғри келиши	13,5	13,9	14,0	13,2	15,6	15,6
Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналари яратилиш коэффициенти	57	33,1	22,6	6,6	4	-
Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарининг ликвидлик коэффициенти	1,3	2,4	0,9	0,7	2,9	-

мажмуида тадбиркорликка мойиллик даражаси 2019 йилда 15,4 фоизни ташкил қилиб, 2015 йилга нисбатан 1,5 мартага ошган. Ушбу кўрсаткич агросаноат мажмуи тадбиркорлар сонининг ўсиши меҳнат ресурслари сонининг кўпайишига нисбатан паст эканлигини англатади. Шунингдек, тадбиркорликка мойиллик даражаси меҳнат ресурсларининг қанча фоизи тадбиркорликка қизиқиши ва уни уддалай олиши мумкинлигини англатади. Шу нуқтаи назардан келиб чиқиб, шаҳар ёки тармоқнинг ривожланиш даражасини аниқлаш ва қайси жойда қандай тадбир ўтказиш йўналишларини белгилашга имкон яратади.

2-жадвал

Қарши шаҳар савдо-сотиқ тармоғида меҳнат ресурсларининг тадбиркорликка мойиллик даражаси

Кўрсаткичлар	**2015 йил**	**2016 йил**	**2017 йил**	**2018 йил**	**2019 йил**	**2019 йилда 2015 йилга нисбатан, марта.**
Тадбиркорлик субъектлари сони, бирлик	3213	3247	3442	3835	4489	1,4
Жами меҳнат ресурслари сони, минг киши	153	154	155	156	158	1,03
шаҳар меҳнат ресурсларининг тадбиркорликка мойиллик даражаси,%	2,1	2,08	2,09	2,22	2,84	1,35

Кишиларнинг ҳаётини корхона ва ташкилотларсиз тасаввур қилиб бўлмайди. Уларнинг турмуш фаровонлигининг ошиши корхоналарнинг самарали фаолиятига боғлиқ.

Таклиф ва тавсиялар. Иш билан бандликни таъминлаш билан боғлиқ вазифаларни бажариш ва муаммоларни ҳал қилиш мамлакатимиз иқтисодий стратегияси марказида турган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш орқали ҳал қилиш мумкин:

- иқтисодий ва маъмурий ислоҳотларни чуқурлаштириш орқали инвестиция иқлимини яхшилаш, бу эса ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлмаган харажатларни камайтиради ва носавдо-сотиқий секторни қонуний мақомга ўтишини рағбатлантиради;
- саноатнинг қайта ишлаш тармоқларини ривожлантиришни, айниқса енгил саноат маҳсулотларини қайта ишлашни рағбатлантириш;
- бюджетдан ташқари маблағларни жалб қилган ҳолда, айниқса шаҳарда юридик мақомга эга бўлмасдан фаолият юритаётган ҳамда аёллар меҳнатидан фойдаланувчи кичик тадбиркорликни микрокредитлашни кенгайтириш;
- ортиқча ишчи кучи мавжуд бўлган шаҳарларда инвестиция фаоллигини ва иш жойлари яратишни рағбатлантиришга қаратилган фаол шаҳарий саноат сиёсатини амалга ошириш. Меҳнат бозоридаги вазият оғирлашган шаҳарларда аҳолини иш билан таъминлаш бўйича алоҳида тадбирларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш. Бу шаҳарлар меҳнат бозоридаги тангликни бартараф этиш учун қулай инвестиция шароитларини яратиш зарур.
- ОТМларда уларнинг мутахассислик ва ўқув йўналишларининг юз бераётган таркибий ўзгаришлар билан чамбарчас боғлиқлигини таъминлаш. Бунда меҳнат бозорининг жорий эҳтиёжлари ҳамда иқтисодиётнинг янги тармоқлари, қайта ишлаш ишлаб чиқаришлари, ижтимоий ва бозор инфратузилмаси, хусусий сектор ва кичик бизнесни жадал ривожлантиришни кўзда тутиш;
- барча вилоятларда минтақавий меҳнат бозорларида етарлича талаб мавжуд бўлмаган касблар бўйича кичик мутахассислар тайёрлаш билан шуғулланувчи касб-ҳунар коллежлари профилини ўзгартириш ҳисобига кичик бизнес соҳасида ишлаб чиқаришни ташкил этиш бўйича ташкилотчи-менеджерлар тайёрлаш билан шуғулланувчи ихтисослашган касб-ҳунар коллежларини ташкил этиш
- ишсизларни ўқитиш, қайта ўқитиш ва малакасини ошириш бўйича меҳнат идораларининг хизматларини ривожлантириш. Бунда ўқитишнинг катта қисми шартнома асосида касб-ҳунар коллежлари негизида амалга оширилиши лозим.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Эконометрика: Учебник. /Под ред. И.И.Елисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 344 с.:
2. Dimitrios Asteriou and Stephen G. Hall. Applied econometrics. A modern approach using Eviews and Microfit. Revised edition. Palgrave Macmillan, New York, 2007. – p.397

Р.М.Каримжанова – Наманган муҳандислик-технология институти “Маркетинг” кафедраси катта ўқитувчиси
Г.А.Солиева – Наманган муҳандислик-технология институти “Маркетинг” кафедраси доценти, PhD

НАМАНГАН ВИЛОЯТИДА ТИББИЁТ ХИЗМАТЛАРИНИНГ РИВОЖЛАНИШИ

Аннотация. Мақолада Наманган вилоятида тиббий хизматларнинг ривожланиши, тиббий хизматларнинг ўзига хос хусусиятлари баён этилган.
Калит сўзлар: тиббий хизмат, соғлиқни сақлаш, тиббий лаборатория, тиббий диагностика.
Аннотация. В статье рассказывается о развитии медицинских услуг, особенностях оказания медицинских услуг в Наманганской области.
Ключевые слова: медицинская помощь, здоровье, медицинская лаборатория, медицинская диагностика.
Abstract. The article describes the development of medical services, the features of the provision of medical services in the Namangan region.
Key words: medical care, health, medical laboratory, medical diagnostics.

Тиббий хизмат кенг қамровли доимий ривожлантириш лозим бўлган соҳа сифатида қаралади. Бугунги кунда соғлиқни сақлаш вазирлиги аҳолига тиббий хизмат кўрсатиш сифати ва самарадорлигини оширишда кўпгина ютуқларга эришди. Жумладан, тизимнинг меъёрий-хуқуқий базаси такомиллаштирилди, шошилинч тиббий ёрдамнинг мутлақо янги ва бир бутун тизимни ташкил этилди, аҳолига санитария ёрдами кўрсатиш тизими яхшиланди, нодавлат тиббиёт сектори ривожлантирилди, ихтисослаштирилган тиббий ёрдам жаҳон стандартларига кўтарилди.

Аҳоли саломатлигини сақлаш тизимини такомиллаштириш соғлиқни сақлаш муассасаларининг моддий-техника базасини мустаҳкамлаш ва ривожлантириш, уларни замонавий ташхис ва даволаш асбоб-ускуналари билан жиҳозлаш, касалликлар профилактикасини кенгайтириш ҳамда уларни даволашнинг илғор тиббий технологиялари ва методларини жорий этиш, пировард натижада одамларнинг айниқса, болалар ва оналарнинг соғлигини мустаҳкамлаш, аҳолига кўрсатиладиган тиббий хизмат сифатини янада ошириш, тиббий лабораторияларни юқори технологияли асбоб-ускуналар билан таъминлаш бугунги куннинг энг долзарб вазифаларидан бири ҳисобланади.

Бугунги кунда ижтимоий соҳа тараққиёти дунё мамлакатлари барқарорлигининг муҳим бўғини ҳисобланади. Кўплаб давлатларда ижтимоий соҳа харажатлари бюджет харажатларининг салмоқли қисмини ташкил қилади. Бугунги кунда ижтимоий соҳаларни, жумладан тиббиёт соҳасини ривожлантириш борасида бир қатор ишлар амалга оширилмоқда. Бу эса ўз навбатида инсон саломатлиги, ҳаёт тарзини соғломлаштириш, ўртача умр кўриш даврийлигини узайтиришни назарда тутади.

Бу борада, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёев “Халқимиз генофондини мустаҳкамлаш мақсадида тиббий хизматлар сифатини

яхшилаш ва кўламини кенгайтириш лозим. Бизнинг бош мақсадимиз-нафақат касалликни даволаш, балки унинг олдини олишдан иборат. Тиббий-ижтимоий ёрдам кўрсатиш жараёнида давлат хусусий шериклик муносабатларини кенгайтириш лозим. Давлат томонидан кўрсатиладиган тиббий хизматлар доираси белгиланиб, пуллик ва бепул даволаниш ўртасида аниқ чегара ўрнатилиши керак”[1]-деб таъкидлаб ўтди.

Хизматлар – инсонларнинг моддий эгаликка олиб келмайдиган фойдали фаолиятидир. Тиббий хизматларга нисбатан умумий тарифни келтириш жараёнида унинг ўзига хос хусусиятларга эга эканлигини ҳам эътиборга олиш керак. Тиббий хизматлар кўрсатилиш жараёнида кишилар маълум товарларга эгалик ҳам вужудга келади. Товар элементи сифатида касаллик тарихидан кўчирма, дориресепти, касалликтарихи, таҳлил натижалари ва бошқалар. Масалан кишилар стоматология хизматларини ҳарид қилиш жараёнида нафақат даволанадилар, балки тиш протезига ҳам эга бўлиши мумкин. Аммо бу тиббий хизмат тушунчаси тарифига зид. Шу сабабли тиббий хизматлар кўрсатиш жараёнида эгалик қилишга олиб келадиган товарлар умумий ҳолда хизмат деб талқин этилмоғи зарур.

Аҳоли турмуш фаровонлигининг ортиши, янги технологияларнинг ривожланиши натижасида кўрсатилаётган тиббий хизматлар миқдорининг ўсиши кузатилмоқда. Бунда нафақат инвесторлар, тиббий хизмат кўрсатувчи шахслар, балки жамият ҳам катта наф кўрмоқда. Чунки соғлом кишилар мамлакат ЯИМ яратишда фаол иштирок этади, давлат бюджетидан турли касалликларнинг олдини олиш ва вақтинчалик меҳнатга лаёқацизликни даволашга камроқ маблағ ажратилади.

Бунда айрим хизмат турлари улкан капитал қўйилмаларни талаб этган ҳолда (тиббий диагностика, турли хирургик операциялар) айримлари (массаж, тиш даволаш, косметолог хизматлари) қисман бошланғич сармояга эга бўлишлиги талаб этилади. Аммо уларнинг барчаси ҳам хизмат кўрсатувчилардан юқори малака даражаси бўлишликни талабэтади.

Тиббий хизматларнинг муҳим хусусиятларига тўхталар эканмиз, энг аввало уларнинг умумий эътироф этилган иқтисодий тарифининг мавжуд эмаслигига эътибор қаратмоғимиз зарур. Чунки тиббий хизматларга берилган тариф айрим холларда хизмат категориясидан четланиши, тиббий хизмат кўрсатувчи муассасаларнинг иқтисодий муаммоларини тўлиқ ёритиш ва ҳам қилиб бермаслиги мумкин.

Таъкидлаш жоизки хизмат – маълум миқдордаги товар ёки иш ҳаракатнинг вақт давомида ўзгариши бўлиб, бир томоннинг розилиги билан иккинчи томонга йўналтирилган бўлади. Бироқ тиббий хизмат кўрсатиш жараёнида жундай вазият бўладики, мижоз(бемор) мулоқот қилиш имкониятига эга бўлмаслиги, бехуш бўлиши ёки вафот этган бўлиши мумкин.

Шубҳасиз бунда кўрсатилган хизмат учун хақ тўлаш амри маҳол.Тиббий хизмат кўрсатувчи муассасалар, жисмоний шахслар ва мижозларни қийнаб келадиган бундай муаммоларни ҳал этишда энг аввало

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга мурожаатномаси 28.12.2018.

“нафлилик” тушунчаларига тўхталишимиз зарур бўлади. “истеъмолчи нафлилиги” ва “ишлаб чиқарувчи нафлилиги” мавжуд.

Истеъмолчи (бемор) нафлилиги тиббий хизматнинг истеъмолчи(бемор)нинг талабини қондириш даражаси билан баҳоланади. Ҳар бир товар ва хизмат ўзининг функсионал хоссаларига кўра базавий нафлилигига эга бўлиб, уни қўшимча нафлиликдан ажратиш зарур. Масалан электромассажер, қон босимини ўлчаш асбобини ҳарид қилиш келгусида кишиларнинг ушбу хизматларга бўлган талабини энг юқори қондириш имконини беради. Бироқ тиббий хизматларнинг “фойда” ва “нафлилиги”ни ажратиб олиш мураккаб.

Ишлаб чиқарувчи нафлилиги” тиббий хизмат кўрсатувчи шахслар (вралар, касалхоналар) одатда фойдани мақсад қилади. Фойда уларнинг келгуси фаолиятини рағбатлантиради.

Тиббий хизматлар ўзига хос хусусиятларга эга: касалланиш эҳтимолининг ноаниқлиги, томонлар ўртасидаги ахборотнинг номутаносиблиги, ахлоқий идрок ва адолатлилик муаммоси, шунингдек давлат аралашуви.

1.Касалланиш хатари ва унинг ноаниқлиги тиббий хизматларга бўлган эҳтиёж тўсатдан вужудга келади ва ҳеч ким бирор бир кўнгилсизлик содир бўлишига аниқ ишончи бўлмайди. Шунинг учун кишилар шифокор билан ҳисоб китоб қилишлари учун маблағга эга бўлиши керак, аксинча давлат ёки бирор бир хомийга эга бўлиши талаб этилади.

2.Тиббий хизматларга хақ тўлашнинг усулларидан бири суғурталашдир. Мажбурий тиббий суғурталаш натижасида касалланиш хатари аниқ баҳоланади ва маълум давр ичида тиббий хизматлардан фойдаланиш учун маблағга эга бўлади.

3.Аммо тиббий суғурта тизимининг камчилиги тиббий хизматларнинг ортиқча истеъмол қилинишидир. Ортиқча истеъмол қилиниш мижоз томонидан ҳам, ишлаб чиқарувчи(врач) томонидан ҳам бўлиши мумкин.

4.Истеъмолчи томонидан тиббий хизматларнинг исроф қилиниши– одатда тиббий суғуртага эга шахслар ўз соғлиғи хақида кам қайғурадиларва соғлом турмуш тарзига риоя этмайдилар. Бунинг натижасида турли касалликларга чалиниш даражаси ортади. Иккинчидан суғурталанган мижозлар тиббий хизматлардан ўз вақтида ва маълум имтиёзлар билан фойдаланишлари мумкин бўлади. Бунинг натижасида ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасидаги нарх сигнали йўқолиб боради. Мижозлар тиббий хизматларга эҳтиёж сезмаган холларда ҳам мурожаат қилишлари мумкин бўлади.

Ишлаб чиқарувчи томонидан тиббий хизматларнинг исроф қилиниши, мукофот тарзидаги, ёки гонорар тамойилига кўра иш хақи олувчи врач шифокорлар мижоз(бемор)ларга зарур бўлмаган текшириш ва муолажаларни ҳам тавсия қилишлари билан намоён бўлади. Бунда шифокорлар талабни сунъий равишда рағбатлантирадилар ва уларнинг ортиқча истеъмолига сабаб бўлади.

Истеъмолни қондириш хусусиятига кўра тиббий хизматларни

хизматларни ўрнини босувчи тиббий хизматлар ва бир-бирини тўлдирувчи тиббий хизматларга ажратиш мумкин.

Наманган вилоятида аҳолини сифатли тиббий ёрдамга бўлган эҳтиёжини қондириш борасида 75 қишлоқ врачлик пунктлари ва 12404 бемор ўринли 477 та(шундан 315 таси кичик бизнесда) та шифохоналарда 4592 нафар врачлар ва 2665 нафар ўрта тиббиёт ходимлари меҳнат қилмоқдалар.[1]

Бугунги кунда вилоятда жами амбулатор поликлиникалар сони 352 та, шифохоналар 125 та ҳамда оилавий поликлиникалар сони 75 тани ташкил қилади. Вилоятда аҳолининг барча қатлами учун малакали тиббий хизматдан фойдаланиш имкони мавжуд. Айниқса, ижтимоий ҳимояга мухтож қатлам вакилларига алоҳида имтиёзлар жорий қилинган. Вилоятда пуллик тиббий хизмат ривожланиши учун ҳам етарли шарт-шароит яратилган.

Хулоса қилиб айтишимиз мумкинки бугунги кунда Наманган вилоятида замонавий тиббиёт масканлари замонавий асбоб-ускуна ва жиҳозлар билан таъминланди. Уларда малакали шифокорлар хизмат қилиб келмоқда. Фикримизга халқ хўжалигининг бошқа соҳалари қатори тиббиёт соҳаси ҳам мижозларга юқори сифатли хизмат турларини кўрсатиш учун электрон соғлиқни сақлаш тизимини жорий этиш, унда эса даволанувчиларни электрон маълумот базаси ва тиббий анализлари хулосалари киритилиб, истеъмолчилар ва тиббий хизматлари ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги масофавий мулоқотни шаклланишигаэришиш керак деб ҳисоблаймиз. Бу эса тиббий ёрдам сифатини оширади.

S.L.Alibekova – Docent of SamSU
Z.A.Orzuqulova – Base doctoral student of SamSU

INFLUENCE OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC ON YOUTH EMPLOYMENT RATE

Abstract. This article discusses the problems of the standard of living of young people during the coronavirus pandemic, as well as anti-crisis measures - increasing youth access to quality education, promoting employment, supporting the most vulnerable youth, information support for young people.

Keywords: coronavirus pandemic, youth, education, unemployment, employment, access to information, human capital.

Аннотация: мазкур мақолада коронавирс пандемияси давомида ёшларнинг иш билан бандлиги билан боғлиқ муммолар, шунингдек ёшларнинг сифатли таълим олиш имкониятини янада ошириш,иш билан бандлигини таъминлаш, ёрдамга муҳтож ёшларни қўллаб-қувватлаш, ёшларни ахборот билан таъминлаш каби инқи-розга қарши чора-тадбирлар муҳокама қилинган.

Калит сўзлар: коронавирус пандемияси , иш билан бандлик, ёшлар, таълим, ишсизлик, иш билан таъминлаш, маълумот олиш, инсон капитали.

Аннотация: в данной статье рассмотрены проблемы занятости молодежи во время пандемии коронавируса, а также антикризисные меры - повышение доступа

[1] Наманган вилоят статистика бош бошқармаси 2020 йил маълумотлари

молодежи к качественному образованию, содействие трудоустройству, поддержка самой уязвимой молодежи, информационная поддержка молодежи.

Ключевые слова: пандемия коронавируса, занятость, молодежь, образование, безработица, трудоустройство, доступ к информации, человеческий капитал.

… “In order to reach this aim our youth put high goals and create wide opportunities to reach them and support them in each aspect- should be the priority duty of everybody. Only then our children will be significant power in realizing hope of our nation”.

Shavkat Mirziyoyev

There are more than 18 million young people under the age of 30 in Uzbekistan. This is about 55% of the population. Today, the official unemployment rate among 18- to 30-year-olds is 17 percent. This means that the issue of youth employment needs special attention. President Shavkat Mirziyoyev stressed the need to organize work on this issue in two important directions. The first is to support youth entrepreneurship, ensure their employment through vocational training; the second is the meaningful organization of youth leisure. In order to systematically address these issues, the Republican Working Group is studying the proposals of boys and girls on their living places(mahallas).

The measures taken by the governments of different countries to prevent the spread of the coronavirus have generated social problems that can painfully affect the living standards of young people and the quality of human capital. Growing unemployment, a decrease in the level of access to education, a decrease in trust in government institutions - the authorities of all countries are looking for answers to these challenges.

The crisis caused by the novel coronavirus pandemic has forced countries to focus primarily on health issues and to seriously cut funding in other areas. This can lead to the fact that many of the initiatives that were aimed at young people (their socialization, education, career guidance, employment) remain unfulfilled. Young people who do not yet have experience in overcoming such shocks need support. A generation that has faced limited access to education, unemployment, destroyed plans and dreams, in the future risks not realizing its potential, which will seriously affect the quality of global human capital. These and other problems that young people now face should not be ignored, because their solution will allow us to cope with the crisis and overcome its consequences.

This economic crisis has led to serious long-term consequences for young people around the world, primarily because governments have suspended funding for education and a large number of youth projects, many children and adolescents have not been able to fulfill their plans for quality education and decent work. Now one of the most pressing issues is the fair distribution of resources between generations. Young people who have lost the opportunity to achieve their goals in 2020 have a high chance of being among the most vulnerable in the ensuing economic shocks, which will seriously affect the quality of global human capital in

the long term.

Youth unemployment can have long-term repercussions. Young people who have had long periods of professional downtime are more likely to face lower wages, fewer career opportunities, and therefore lower pensions. The economic impact of the pandemic exacerbates the vulnerability of young people in the labor market, as young people are more likely to be in temporary and part-time employment than older people, which means they are more likely to face a high risk of losing their jobs and income.

In many countries affected by the pandemic, access to education has declined. An OECD study in nearly 60 countries shows that despite the opportunities for distance learning created in most countries, only half of the students were able to access the entire curriculum. According to experts, one school year lost by a young person is equivalent to a loss of 7 to 10% of income over a lifetime. Experts warn that young people with lower secondary education are three times more likely to be in the NEET (youth who do not study or work) group, which will affect their employment prospects and incomes.

Among the anti-crisis measures to help young people, there are several main areas: education, employment, support for vulnerable groups and information support.

Increasing youth access to quality education. Much attention in many countries is paid to supporting education and students, changing the educational process, using distance learning technologies. But the Spanish and Italian authorities are not limited to the translation of educational courses into online format, but take into account the logistical constraints and the special needs of individual groups of students. For example, in Spain smartphones, tablets and computers are distributed to the most vulnerable segments of the population.

Several countries during the pandemic offered more flexible mechanisms of financial and other assistance: direct financial assistance to students and graduates of universities (France); increase in the size of scholarships (Canada, Italy), allocation of funds to help students.

In addition, some governments have introduced exemptions on student loans and grants. In Canada, the payment of loans and interest on educational loans by students and trainees has been suspended: all borrowers will automatically be repaid loans and credits. In Germany, recipients of student grants and loans under the BAföG law will continue to receive funding for their studies, even if education in schools and universities has been suspended due to the pandemic.

Several countries have offered to help students with work difficulties. For example, Canada introduced taxable benefits (Canada emergency student benefit - CESB) for students and graduates of secondary specialized and higher educational institutions who cannot find work due to the pandemic (1.2 thousand Canadian dollars per month for ordinary students and 2 thousand - for students whose families have dependents and / or disabled people).

Promotion of employment. The UN recognizes the problem of employment as one of the main problems for young people in the post-like world. Young people

are more likely to be employed in the informal economy, especially in low- and middle-income countries. Some of them resort to part-time employment, as well as temporary and "casual" jobs. As a result, young workers are socially vulnerable. Young people are more likely to be laid off: More than a quarter of companies are cutting the number of young graduates they recruit this year, according to a survey conducted by the Institute for Student Employers (ISE). According to the International Labor Organization, among those young people who had a job before the crisis, one in six young Europeans have lost their jobs since the beginning of the epidemic, and those who have retained their work have decreased by about 23%. In addition, entry into the labor market for young people will be made more difficult by the reduction in internships. All these problems have led to the fact that some countries have taken measures to support youth in employment. Among world practices, it is worth noting:

-creation of additional jobs for students and graduates;

-subsidizing employers when hiring or training young specialists (Canada, Germany);

-tax benefits when hiring young specialists (France);

- temporary changes in labor relations, allowing to attract young professionals to a wider range of jobs (Spain, Canada);

Canada provides subsidies to private and public employers participating in the Canada Summer Jobs program. Employers were able to offer part-time jobs, extend their employment periods, and expand their use of teleworking.

In Germany, small and medium-sized businesses receive financial support for vocational training (Ausbildung).

Supporting the most vulnerable youth. Most Western countries are, in one way or another, focused on helping the most vulnerable groups of young people, and the youth agenda of these states is formed taking into account the processes of active expansion of these groups and the demands of new approaches from governments. Support for vulnerable groups can be roughly divided into several types: psychological support for young people, assistance to young families and families with children, most often material assistance. The last measure is the most popular among all countries.

Informational support of youth. Surveys of youth organizations show that trust in governments by young people during a pandemic is shaped by accessible and open information from government institutions. It is important for young people during a crisis to realize that their generation is actively involved in making serious decisions at the state level. Thus, the outbreak of the epidemic was accompanied by an increase in volunteering among citizens of the affected states, and representatives of young people also became volunteers. The governments of the countries drew attention to the fact that young people are much more willing to take part in activities that are not artificially imposed from above, and therefore focused on information support for young people and on supporting volunteer movements.

Many countries have promoted digital initiatives to involve young people in the creation of measures to rebuild states during a pandemic.

Ш.Т.Раҳмонов – Денов тадбиркорлик ва педагогика институти, табиий фанлар кафедраси доценти, география фанлари номзоди

ОИЛАЛАРДА БОЛА СОНИНИ КАМАЙТИРИБ ТАРТИБГА СОЛИШНИНГ ИҚТИСОДИЙ ВА ИЖТИМОИЙ АҲАМИЯТИ

Аннотация: мақолада оилаларда бола сонини камайтириб тартибга солишнинг иқтисодий ва ижтимоий аҳамияти тўғрисида маълумот бериб ўтилди. Оилаларда бола сонининг кўплиги қайси муаммоларни келтириб чиқиши аниқланиб, уларни бартараф этиш учун керакли аниқ тавсиялар берилди.

Калит сўзлар: аҳоли, кўпфарзандлик, иқтисодий-ижтимоий шароит, муаммо, омил.

Аннотация: в статье обсуждена экономическая и социальная значения уменшить и привести в порядок число детей в семье. Установлено какие проблемы могут привести многодетсво в семье и даны конкретные предложения по их удалениям.

Ключевые слова: населения, многодетсво, экономическое -социальное условия, проблема, фактор.

Abstract: The article deals with reducing the number of children in families economic and social significance. What problems does the high number of children in families couse identified and the necessary thematic recommendations were given to address them.

Keywords: populations, polygamy, socio-economic conditions, problem, factor.

Аҳолининг иқтисодий-ижтимоий шароитини янада яхшилаш ҳар бир мамлакатнинг асосий мақсади ҳисобланади. Ўзбекистон Республикаси Президенти, Ҳурматли Мирзиёев Шавкат Миромонович таъкидлаганларидек: “Инсонларнинг дарду ташвишларини ўйлаб яшаш одамийликнинг энг олий мезонидир”. Аҳоли яшаш турмушини янада яхшилаш мақсадида мамлакатимизда минглаб чора-тадбирлар ишлаб чиқарилган ва мамлакатимиз юксак ютуқларга эришган. Шуни таъкидлаш зарурки, оилаларда кўп фарзандлиликни керакли миқдорда камайтириб тартибга солмасдан кўзланган иқтисодий-ижтимоий ривожланишга эришиш қийин.

Оилаларда кўп фарзандлилик иқтисодий ва ижтимоий муаммоларнинг келиб чиқишининг асосий омилидир. Аҳолини иш жой билан таъминлаш, ташқи ишчи кучи миграцияси, айрим ҳуқуқбузарлик ва жиноятчилик турининг кўпайиши, уй жой танқислиги, ёрдамга муҳтож оилаларнинг кўпайиши, болалар ўлими, боланинг ногирон дунёга келиши, аёллар орасида айрим касаликларнинг кўпайиши, фоҳишабозлик, одам савдоси, айрим табиий ресурсларнинг камайиши ва шунга ўхшаш муаммоларнинг айрими кўп фарзандлилик билан боғлиқдир.

Агар оилаларда кўп фарзандлилик керакли миқдорда камайтирилса, мамлакатда яратилаётган ишчи ўринлар аҳолига тўлиқ етказилиб, аҳолини иш жой билан таъминлаш муаммоси ўз ечимини топади ва иш ахтариб бошқа мамлакатларга бориш зарурати қолмайди. Ўзидан ўзи мамлакатда бандлик ва ташқи ишчи кучи миграцияси муамолари бартараф этилади.

Яшаш шароитини яхшилаш мақсадида билмасдан ҳуқуқбузарлик ва жиноятга қўл урганларнинг ичида кўп фарзандли кишилар ва кўп фарзандли оилалар аъзолари ҳам жуда кўп. Кўп фарзандли оилаларнинг аксарияти

фарзанд тарбиясига ва унинг ўқишига оз эътибор беришади натижада фарзанд айрим ҳуқуқбузарлик ва жиноятларга қўл уради. Агар оилада бир ёки икки фарзанд дунёга келса ота-она уларни қийинчиликсиз тўғри тарбиялаб вояга етказа олади.

Уй-жой танқислиги ҳам кўп фарзандли оиларларга хос. Фарзандларимни уй-жой билан таминлай деб, бошқа мамлакатга иш ахтариб борган ёки ўзи билмаган ҳолда ҳуқуқбузарлик ва жиноятга қўл урган ота ва оналарни ҳам учратиш мумкин. Агар оилада фарзандлар сони иккита яъни бир ўғил ва бир қиз бўлса, уларни ўқитиш, оилали қилиш, керакли шароитлар билан таъминлаш ва тарбиялаш осон бўлади. Икки фарзандли оилалларда қиз бола турмушга чиқса, ўғил бола отасининг уйида қолиб яшайди ва фарзанд учун ортиқча харажат қилиб уй- жой қилиш ё уй сотиб олиш зарурати ҳам қолмайди, ҳамда уй-жой танқислиги муаммоси ўз ечимини топади. Мамлакатимизда уй-жой қуриш учун: “Ер майдони ажратинг” деб маҳаллалар, туман ҳокимлиги ва бошқа ташкилотларга мурожаат қилаётганларнинг сони йилдан йилга ортиб бормоқда. Агар ҳар йили аҳолига ҳозиргидек уй-жой учун ер майдонлар ажратилаверса мамлакатда ер майдонлари қисқариб қолади. Қишлоқ хўжалиги ер майдонларининг қисқариши қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг камайиши ва озиқ-овқат танқислигини келтириб чиқиши мумкин.

Ёрдамга муҳтож оилаларнинг ичида кўп фарзандли оилалар жуда кўпдир. Иқтисодий-ижтимоий шароитини инобатга олмасдан 3-4 ва ундан ортиқ фарзанд дунёга келтирган ота-оналарнинг аксарияти зиммасига юклатилган вазифани (фарзандларига керакли даражадаги иқтисодий-ижтимоий шароит яратиш) бажара олмасдан маҳаллий ҳокимиятларга ёрдам беришлари учун мурожаат этадилар. Ҳозирда бундай оилалар давлат томонидан қўллаб қувватланмоқдалар. Давлат бюджетидан ҳар йили ёрдамга муҳтож оилаларни қўллаб-қуватлаш учун катта маблағлар ажратилади. Агар ота оналар 3-4 фарзанд ўрнига иқтисодий имкониятларига мос равишда 1 ёки 2 фарзанд дунёга келтирсалар, оиланинг иқтисодий-ижтимоий шароитлари ўзидан ўзи яхшиланади. Натижада мамлакатда ёрдамга муҳтож оилалар сони камайиб бу йўналишда ажратилаётган маблағлар мамлакатнинг янада ривожланиши учун ишлатиларди. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ҳурматли, Мирзиёев Шавкат Миромонович, таъкидлаганларидек: “Халқ бой бўлса, давлат ҳам бой ва қудратли бўлади”.

Кўп фарзанд дунёга келтириш, туғилиш ўртасидаги вақтга риоя этмаслик (тиббий нуқтаиназаридан биринчи ва кейинги ҳомиладорлик орасида 3 йил вақт бўлиши керак) болалар ўлими, боланинг ногирон дунёга келиши ва аёллар орасида айрим касаликларнинг кўпайишига сабаб бўлмоқда. Фарзанд дунёга келганлигига 45 кун ўтмасдан айрим аёллар ўзи билмаган ҳолда яна ҳомиладор бўладилар. Ҳали аёл организми ҳомиладорликка тайёр бўлмасдан яна ҳомиладор бўлиш аёл ва бола саломатлигига салбий таъсир етказади. Агар икки фарзанд дунёга келтириб, туғилиш орасидаги вақтга риоя этилса ёш болаларнинг дунёдан ўтиши ва аёллар ўртасида айрим касаликлар ҳам камаяди. “Бойликнинг боши соғлик” деб бежиз айтилмаган.

Миллий қадриятларимизга хос бўлмаган жуда нохуш жараёнлардан бири фоҳишалик ҳисобланади. Фоҳишаликка асосан оилада яхши тарбия олмаган ва келажагини ўйламайдиган аёллар қўл уришади. Юқорида таъкидлаганимдек кўп фарзандли ота ва оналарнинг аксарияти фарзандларини керакли даражада шароит яратиб тарбиялай олмайдилар, натижада қизбола ўзи билмаган ҳолда ё фоҳишаликка қўл уради, ё одам савдоси фирибгарлари домига тушиб қолади.

Долзарб муаммолардан бири одам савдоси ҳисобланади. Одам савдоси домига тушган кишиларнинг аксарияти ҳам ишсиз, иш ахтариб юрган, кўп фарзандли оилалар ёки кўп фарзанди бор ота-оналардир. Иш ахтариб юрганларнинг аксарияти ҳар қандай ишда ишлашга ҳам рози. Мана шундай тоифадаги кишилар одам савдоси қурбонига айланадилар.

Аҳоли сонининг кўпайиши билан табиий ресурсларга бўлган эҳтиёж ҳам ошиб боради. Аҳоли эҳтиёжини қондириш мақсадида айрим табиий ресурслар (ер, ўрмон, фойидали қазилмалар) кўпроқ ишлаб чиқаришга жалб этилади, натижада табиий ресурсларнинг заҳираси ҳам озайиб боради. Аҳоли сонининг керакли миқдордан кўпроқ ошиши билан сув ва ер танқислиги ҳамда электр-энергия ва табиий газ етишмаслик муаммоси келиб чиқади.

Ҳозирда умумтаълим мактаби ҳамда ўрта махсус касб ҳунар таълими битирувчиларининг ҳаммаси ҳам олий ўқув юртларига ўқишга кира олмайдилар. Нега деганда олий ўқув юртининг бирон бир йўналишига 30 нафар талаба қабул қилиниши керак бўлса, 70-100 ва ундан ортиқ абитуриентлар ҳужжат топширадилар ва натижада 40-70 кишига олий ўқув юртига кириш насиб этмайди. Бу муаммо ҳам кўпфарзандлилик билан боғлиқ. Агар оилаларда фарзанд сони керакли миқдорда камайтирилса, умумтаълим мактаби ва ўрта махсус касб ҳунар таълими битирувчиларининг 70-80% ни олий ўқув юртига жалб этиш имконияти вужудга келади.

Аҳоли табиий ўсишининг юқорилиги ва кўп фарзандлилик нафақат оиланинг бюджетига балки мамлакатнинг ривожланишига ҳам салбий таъсир етказади.

Оилаларда кўп фарзандликни керакли миқдорда камайтиришнинг асосий йўли бу давлат томонидан қонун чиқарилиб унинг ижросини қатъий назорат қилиш ҳисобланади. Қонунда ҳар бир оилада икки фарзанд дунёга келтириш лозимлиги ва ундан ортиқ фарзанд дунёга келтирган оилаларни қонунчиликка мувофиқ жазоланиши кўрсатилиши лозим. Бу масаланинг моҳият ва мазмуни аҳолига тўғри етказилса, ҳар бир киши унга риоя этади.

Агар “Оилаларда кўпфарзандликни керакли миқдорда камайтириб ҳар бир оилада икки фарзанд дунёга келтириш тўғрисида” ги қонун чиқарилиб унга риоя этилса, қисқа муддатда аҳолини иш жой билан таъминлаш, ташқи ишчи кучи миграцияси, айрим ҳуқуқбузарлик ва жиноятчилик турининг кўпайиши, уй-жой танқислиги, ёрдамга муҳтож оилаларнинг кўпайиши, болалар ўлими, боланинг ногирон дунёга келиши, аёллар орасида айрим касалликларнинг кўпайиши, фоҳишабозлик, одам савдоси, айрим табиий ресурсларнинг камайиши ва шунга ўхшаш муаммоларнинг кўпи ўз ечимини топади.

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

МАМЛАКАТИМИЗДА ИННОВАЦИОН САЛОҲИЯТИНИНГ АҲОЛИ БАНДЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШДАГИ РОЛИ

Аннотация: ушбу мақолада мамлакатимиз инновацион салоҳиятининг аҳоли бандлигини таъминлашдаги роли чуқур ўрганилган. Минтақада саноат инновацион салоҳиятини ошириш чора-тадбирлари, чора тадбирларни амалга оширишда минтақавий омиллардан самарали фойдаланиш йўллари, минтақанинг саноат инновацион салоҳиятини ошириш натижасида эришиладиган ҳудудий, ижтимоий-иқтисодий имкониятлар кенг ёритилган.

Калит сўзлар: минтақа, бандлик, саноат, инновация, бозор, ҳудудий таркиб, ялпи ҳудудий маҳсулот, хомашё, ўсиш қутблари, ишлаб чиқариш, тадбиркорлик.

Аннотация: В статье исследуется роль инновационного потенциала нашей страны в обеспечении занятости. Широко освещены меры по повышению индустриально-инновационного потенциала региона, способы эффективного использования региональных факторов при реализации мероприятий, региональные, социально-экономические возможности, достигаемые в результате повышения индустриально-инновационного потенциала региона.

Ключевые слова: регион, занятость, промышленность, инновации, рынок, региональное содержание, валовой региональный продукт, сырье, полюса роста, производство, предпринимательство.

Abstract: This article explores the role of the innovative potential of our country in providing employment. Measures to increase the industrial innovation potential of the region, ways to effectively use regional factors in the implementation of measures, regional, socio-economic opportunities achieved as a result of increasing the industrial innovation potential of the region are widely covered.

Keywords: Region, employment, industry, innovation, market, regional content, gross regional product, raw materials, growth poles, manufacturing, entrepreneurship.

Ҳозирги вақтда мамлакатимизда тўлиқ бандликка эришиш мақсадида кенг қамровли ишлар амалга оширилиб келинмоқда. Лекин шунга қарамай аҳолини иш билан банд қилиш муаммоси ҳамон сақланиб келинмоқда. Шунинг учун аҳоли бандлигини муайян даражада барқарор ушлаб туриш ҳар қандай мамлакат олдида турган мураккаб вазифалардан саналади. Бандлик соҳасида бозорнинг ўзини ўзи автоматик суратда тартибга солиш жараёнига таъсири ҳар доим ҳам сезилмайди. Шу сабабли бозор иқтисодиётига йўналтирилган барча мамлакатларда доимий бандлик соҳасига таъсир кўрсатиш шакллари ва воситалари жиҳатидан эгилувчан чораларни қўллаш асосида бандликни тартибга солиш сиёсати амалга оширилмоқда. Аҳолининг тўлиқ ва самарали бандлигини таъминлаш ҳар қандай демократик жамиятнинг муҳим вазифаларидан биридир.

Ҳозирги кунда аҳолининг бандлик муаммосини ҳал қилишнинг учта кўриниши мавжуд:

- биринчидан, давлатга тегишли бўлган корхоналар ва ташкилотларга иш излаётганларни жалб этиш;
- иккинчидан, хусусий шахсларга тегишли бўлган корхоналарга иш излаётганларни жалб этиш;

- учинчидан, ўз-ўзини иш билан банд этиш.

Бозор талабидан келиб чиққан ҳолда жараёнлар ва маҳсулотларнинг сифатли ўсиш самарадорлигини таъминлаш учун жорий этилган янгиликни инновация дейишимиз мумкин. Минтақада саноат инновацион салоҳиятининг ўсиши, амалдаги ишлаб чиқариш салоҳиятининг техник ва технологик янгиланишини ҳамда юқори технологияли фаолият турлари ривожланишининг жадаллашган суръатларини таъминлайди.

Минтақанинг саноат инновацион салоҳиятини ошириш туфайли, ишлаб чиқаришининг юқори даражасига эришиш, унинг тармоқ ва ҳудудий таркибини такомиллаштириш, саноат соҳасини кескин ривожлантириш ҳисобига минтақа иқтисодиёти таркибини ўзгартириш, ялпи ҳудудий маҳсулот ишлаб чиқаришни ўстириш, бандликни таъминлаш, аҳоли турмуш даражаси ва сифатини ошириш, инвестицияларини жалб қилиш орқали саноат салоҳиятини ошириш, ички ва ташқи (жаҳон) бозорларда минтақа иқтисодиётининг рақобатбардошлигига эришиш мумкин.

Минтақада саноатнинг инновацион салоҳиятини ошириш учун, ишлаб чиқарувчи кучларни мақсадга мувофиқ жойлаштириш, шу асосда саноатнинг тармоқ ва ҳудудий таркибини такомиллаштиришга эришиш зарур. Бунда ижтимоий-иқтисодий сиёсат саноатнинг хомашё ва ярим тайёр маҳсулотга йўналтирилганлини бартараф қилишга, табиий-иқтисодий салоҳиятдан самарали фойдаланиш негизида рақобатбардош саноат маҳсулоти ишлаб чиқаришни таъминлашга қаратилган иқтисодий механизм ташкил этиш, ҳудудлар саноатини ривожлантиришга рағбатлантирувчи таъсир кўрсата оладиган янги саноат марказларини (“ўсиш қутблари”), тадбиркорлик ҳудудларини, технологик паркларни, технополислар ва бошқаларни тузиш, саноат жиҳатдан суст ривожланган минтақаларни ривожланган иқтисодий тизимларга интеграциялашни кучайтириш, капитал оқиб кириши ва инвестиция муҳитини соғломлаштириш учун шароит яратиш, бюджет ва солиқ сиёсатини такомиллаштириш лозим. Бу минтақалар саноати ривожланишини таъминлаш учун зарурий шароит ҳисобланади. Яъни давлат солиқ ва бюджет қонунчилигини ислоҳ қилиш, давлат бюджетига солиқ тўловлари бўйича ажратмалар меъёрларидаги ўзгартиришларга ва кўп сонли маҳаллий солиқларнинг бекор қилинишига олиб келди. Иқтисодий асоснинг мустаҳкамланиши минтақаларда ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг сифат жиҳатдан янги йўлга ўтишини таъминлаш, аҳоли бандлигини оширишнинг янги йўналишларини ташкил этиш имкониятини яратиш мумкин. Бу омилларни етарли даражада ҳисобга олмаслик бир минтақада саноат ишлаб чиқаришини ҳаддан ташқари концентрациялашга, бошқаларида суст ривожланишга олиб келади.

Минтақаларни саноатлаштиришда саноат ҳудудий таркибини такомиллаштириш муҳим муаммо ҳисобланиб, бу муаммонинг ечими мавжуд маҳаллий, табиий, ишлаб чиқариш, илмий-техник, меҳнат салоҳиятини иқтисодий оборотга янада тўлароқ жалб қилишга, аҳоли турмуш даражаси ва сифатини оширишга ёрдам беради.

Минтақада саноатнинг инновацион салоҳиятини ошириш учун:

- минтақада мавжуд саноат тармоқларини техник ва технологик қайта жиҳозлаш, ишлаб чиқаришнинг ресурс талаблилигини бартараф қилиш;
- юқори сифатли, рақобатбардош маҳсулот ишлаб чиқариш мақсадида табиий ва қишлоқ хўжалиги хомашёсини чуқурлаштирилган саноат қайта ишлашига фаол жалб қилиш;
- саноат ишлаб чиқариши хомашёга йўналтирилганлиги билан боғлиқ юзага келган тармоқдаги ички номутаносибликларни бартараф қилиш асосида минтақалар саноати таркибини такомиллаштириш;
- халқаро стандартларга мос келадиган саноат ишлаб чиқаришини кенгайтириш,
- самарали ташқи иқтисодий фаолият олиб бориш, ўзаро фойдали иқтисодий ҳамкорликни ривожлантириш зарурият ҳисобланади.

Хулоса сифатида шуни айтиш мумкинки, минтақада саноатнинг инновацион салоҳиятини оширишда минтақавий омиллардан самарали фойдаланиш, минтақаларнинг моддий-техник, молиявий базасини мустаҳкамлаш, сермаҳсул иш ўринлари ташкил этилишини ва маҳаллий аҳоли даромадлари ошишини таъминлайдиган инфратузилмавий, ишлаб чиқариш ва ижтимоий лойиҳаларни амалга ошириш учун маҳаллий ресурслар ва имкониятларни жадал сафарбар қилиш йўли билан амалга оширилиши мумкин.

Фойдаланган адабиётлар рўйхати.

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.

Ш.С.Шарифов – СамДУ ассистенти,
Д. Э.Умрзоқова – СамДУ ассистенти,
Д.М.Иззатова – СамДУ талабаси

МАИШИЙ ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА РЕСУРСЛАР САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада маиший хизмат кўрсатиш соҳасида меҳнат, моддий ва молиявий ресурслар самарадорлигини ошириш йўллари, усуллари ҳамда ресурсларнинг умумий синергитик самараси бўйича муаллиф фикрлари, таклиф ва тавсиялари келтирилган.

Калит сўзлар: хизмат, хизмат кўрсатиш, маиший хизмат, ресурс, самарадорлик, ресурслар самарадорлиги, рақобат, рақобатбардошлик.

Аннотация: В статье представлены авторские взгляды, предложения и реко-

мендации повышение эффективности использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов, а также общие синергитических эффект в сфере обслуживания бытовые услуги населения.

Abstract: The article presents suggestions and recommendations for increasing the efficiency of the labor, material and financial resources, as well as general synergistic effects in the sphere of household services.

Ключевые слова: услуга, услуга, бытовая услуга, ресурс, эффективность, ресурсоэффективность, конкуренция, конкурентоспособность.

Keyword: service, service, domestic service, resource, efficiency, resource efficiency, competition, competitiveness.

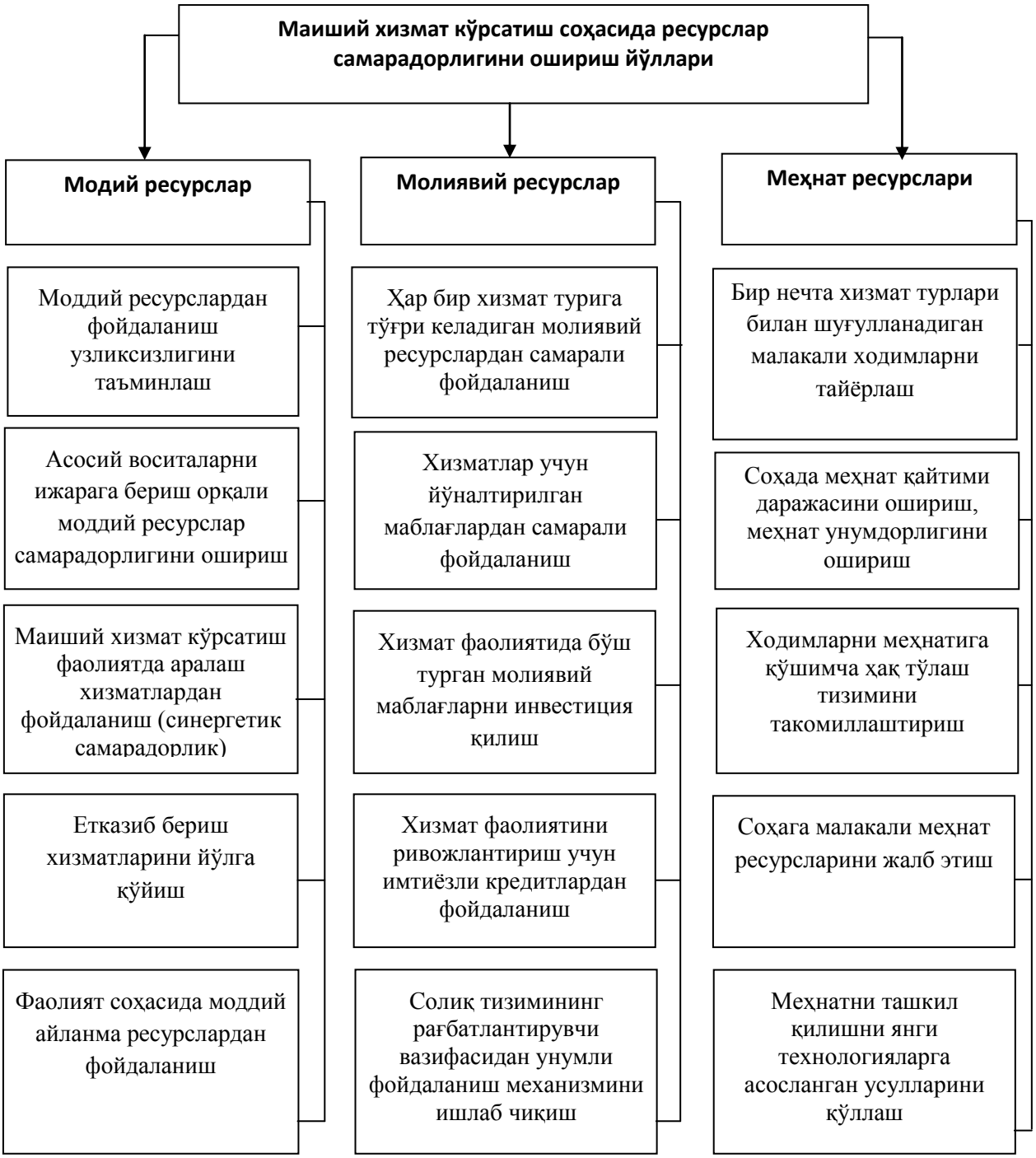
Республикамизда замонавий иқтисодиёт тармоқларини модернизациялаш жараёнида маиший хизмат кўрсатишнинг кенгайиб бориши иқтисодиётнинг асосий тармоқларидан бўлган саноат ишлаб чиқаришининг ривожланиши ва аҳоли харид қобилиятининг ошишига боғликдир. Саноат корхоналари томонидан ишлаб чиқарилган маҳсулот маиший хизмат кўрсатиш корхоналари томонидан таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш бўйича хизматларнинг объекти бўлиб ҳисобланади. Ишлаб чиқариш ва савдонинг ривожланиши аудиторлик, ахборот, тиббий ва бошқа хизмат турларини тақазо этади. Яъни ишлаб чиқаришнинг ривожланиши маиший хизмат кўрсатиш соҳаси фаолиятининг ривожланишига туртки беради ва тескари, унинг паст даражаси маиший хизмат кўрсатиш соҳаси фаолиятининг ҳам таълуқли даражасини белгилайди.

Бозор муносабатларининг ривожланиши шароитида миллий иқтисодиётимиз иқтисодий ислоҳотларни чуқурлаштириш ва замонавий иқтисодиёт тармоқларини модернизациялаш жараёнида вужудга келаётган янгича иқтисодий муносабатлар маиший хизмат кўрсатиш фаолиятини ривожлантириш учун қўлай имкониятлар яратди. Яъни иқтисодий ислоҳатлар маиший хизмат кўрсатиш корхоналари фаолиятларини такомиллаштириш, янги маиший хизмат кўрсатиш шакллари ва усулларининг вужудга келишига имконият яратмоқда.

Маиший хизмат кўрсатиш соҳалари фаолияти кўпроқ истемолчиларнинг якка тартибдаги эҳтиёжларини қондиришга қаратилиши билан белгиланади. Чунки, бу ҳолат соҳада интенсив ривожланиш натижасида вужудга келаётган рақобат муҳити чуқурлашиб боришини назарда тутади.

Маиший хизматлар соҳаси субъектлари ресурслари самарадорлигини оширишнинг асосий йўналишлари сифатида қуйидагиларни тавсия этмоқдамиз маиший хизматлар соҳасида меҳнат ресурсларидан самарали фойдаланиш жиҳатларига асосий эътибор қаратилиб, ушбу жиҳатга кўпроқ устунлик берилди. Меҳнат ресурслари самарадорлигини оширишнинг тармоқ хусусиятларидан келиб чиқадиган бўлсак, маиший хизматлар соҳаси субъектларида меҳнат ресурслари самарадорлигини оширишнинг интенсив усулидан фойдаланиш самарали эканлиги асосланди.

Рақобат муҳитининг яратилиши республикамиздаги маиший хизмат кўрсатиш корхоналари фаолиятини ривожлантириш ва такомиллаштириш,



янги харидорларни топиш, аҳолининг турли қатламлари учун кўрсатиладиган хизматлар ассортиментини таълуқли нархларда шакллантириш учун қўшимча дастак бўлиши зарур. Хизматлар бозоридаги рақобат ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатишнинг динамик такомиллашувини рағбатлантиради, чунки у хизмат кўрсатиш корхоналари ва субъектларини фан-техника янгиликларини киритишга ва такомиллашишга мажбур қилади. Айнан хизматлар бозоридаги рақобатчилар нархларни пасайтиради, сифатни ва хизмат кўрсатишни яхшилайди ва янги турдаги хизматларни барпо этади. Бизнинг фикримизча, хизматлар бозоридаги рақобат хизмат кўрсатиш соҳасининг динамик такомиллашувини рағбатлантиради, чунки у корхонани техник янгиликларни киритишга ва такомиллашишига мажбур қилади.

Рақобатбардошликка эришишнинг замонавий моделлари маиший хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг умумий тусга эга ва рақобат муҳитини шакллантириш хусусиятларидан иборат. Бизнинг фикримизча, бу омиллар қуйидагилардан иборат: соҳада хизмат кўрсатишнинг сифат нуқтаи назаридан аҳволи ва унинг самарадорлиги; ходимларнинг касбий таркиби, ихтисослашуви, малака даражаси; соҳада асосий рақобатбардош бўғинларда хизмат кўрсатувчи корхоналар аҳволи; талаб шартлари; корхона стратегияси ва таркиби.

Мамлакатимизда маиший хизмат кўрсатиш корхоналарини ривожлантириш учун муайян чоралар кўрилаётганлигига қарамай, тегишли рақобат муҳити ҳали яратилгани йўқ, шу боис давлатнинг маиший хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш бўйича қабул қилинган қарорларининг бажарилиши у томонидан назорат остига олиниши керак.

Миллий иқтисодиётдаги қўлай тадбиркорлик муҳити, жумладан, давлатнинг маиший хизмат кўрсатиш соҳасини хизмат кўрсатишнинг алоҳида тармоғи сифатида қарор топтириш ва ривожлантиришга қаратилган оқилона мақсадли сиёсати билан шакллантириладиган қўлай ижтимоий-психологик, иқтисодий, ташкилий, ҳуқуқий шарт-шароитларни назарда тутади. Булар мазкур шарт-шароитларга таъсир этувчи омиллар билан белгиланади.

Юқорида қайд қилинган омиллар хизматлар бозорини реконструкция қилинишини таъминлайди. Натижада маиший хизмат кўрсатиш корхоналари фаолиятлари манзиллигини аниқлайди. Яъни, бир томондан якка тартибдаги истемолчиларнинг ҳозирги даврдаги талабларини қондирувчи, иккинчи томондан ташкилотларнинг эҳтиёжларини қондирувчи сервис хизматларининг янги йўналишлари вужудга келди.

Маиший хизмат кўрсатиш миллий иқтисодиётнинг ажралмас қисми бўлиб, унинг асосий мақсади инсоннинг шахсий ва ижтимоий эҳтиёжларини қондиришдан иборатдир.

Мамлакатимизда хизматлар соҳасининг ривожланиши билан бирга аҳолига маиший хизмат кўрсатиш соҳасини самарали шаклланишига жиддий эътибор берилмоқда. Иқтисодиётнинг шу соҳа корхоналарини фаолиятини тартибга солувчи давлат ва муниципал (маҳаллий) тузилмалар яратилди. Нуфузли бирлашмалар пайдо бўлди, улар соҳада долзарб масалаларни ҳал этишда ва фаолият юритувчи субъектларнинг манфаатларини ҳимоя этувчи таянчга айланди. Маиший хизмат соҳаси ривожланишига тегишли бир қатор қонунлар ва меъёрий ҳужжатлар қабул қилинган. Бундай тадбирлар маиший хизмат соҳалари фаолиятини ривожлантиришда ижобий рол уйнайди.

Шу билан бир қаторда, бизнинг фикримизча, мамлакатимизда маиший хизмат кўрсатиш корхоналари орқали жамиятдаги ижтимоий муаммоларни ҳал этадиган, аҳолини маиший хизматларга бўлган талабини қондиришга қаратилган масалаларни тартибга солувчи ҳудудий даражада ташкилий тузилма барпо этиш зарур. Мазкур ташкилий тузилманинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат бўлиши зарур:

– соҳа корхоналари фаолиятлари ривожланишини мувофиқлашти-

рувчи ташкилий-ҳуқуқий, ташкилий-иқтисодий механизмни яратиш;

– аҳолининг маиший хизматларга бўлган кенг қамровли талабларини қондириш бўйича мониторинг ўтказиш тизимини яратиш;

– замонавий маиший хизмат кўрсатиш бўғинларини ривожланишига ташкилий-иқтисодий жиҳатдан кўмаклашиш;

– ишлаб чиқарилаётган ва таъминланаётган маиший техниканинг янги, замонавий типлари ва моделларини ўзлаштириш ва техник хизмат кўрсатиш учун сервис марказлари мутахассисларини ўқитиш, қайта тайёрлаш ва малака оширишини ўтказиш бўйича координацияни амалга ошириш;

– маиший хизмат кўрсатиш соҳасининг барча жабҳаларини қамраб олувчи маълумотлар банкини яратиш ва унинг Интернет сайтини яратиш;

– ўрта махсус ва олий маълумотли мутахассисларни хизматлар бозоридаги янги маиший хизмат турлари бўйича ихтисослашуви учун уларни қайта тайёрлаш тизимини яратиш;

– соҳада кўрсатиладиган хизматларнинг рақобатбардошлигини ошириш учун такомиллашган ва самарали технологиялардан фойдаланиш бўйича инвестицион муҳитни яратишга кўмаклашиш ва бошқалар.

Мамлакатимизда маиший хизматлар яратиш жараёнини интенсивлаштириш ҳам мўҳим аҳамиятга эга. Ушбу жараён хизматларни яратишда янги такомиллашган ва самарали технологиялардан фойдаланишни зарурат этади. Бу ҳол маиший хизматлар яратишда буюмлашган меҳнат сарфи омилидан кенгроқ фойдаланишни ҳамда кўрсатилаётган хизматлар сифатини ошири билан бирга, хизмат кўрсатиш соҳасида хўжалик юритиш услубларини ҳам такомиллаштириб боради. Маиший хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият натижаларига эришиш юқори технологияларга асосланган инвестицион фаолиятни амалга ошириш, меҳнатни ташкил этишни яхшилаш ва соҳада банд бўлган ходимлар малакасини ошириш орқали эришилади. Ҳозирги вақтда мамлакатимиз олдида турган муҳим масала бўлиб, унинг ечими миллий иқтисодиёт тараққиётини таъминловчи асосий йўлдир.

Ҳозирги вақтда хизмат соҳасида туб ўзгаришлар рўй бермоқда, хусусан, турли машиналар, техника-технологиялар хизмат кўрсатишнинг ажралмас қисмига айланиб бормоқда. Бу жараён маиший хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириб боришнинг ўзига хос хусусиятидир. Иқтисодиётнинг замонавий тармоқларини модернизациялаш, соҳада банд бўлганларнинг малакасини узлуксиз ошириб боришни талаб этади. Акс ҳолда, соҳа ходимлари замон талаби даражасидаги хизматларни кўрсата олишмайди.

Бизнинг фикримизча, маиший хизмат кўрсатиш корхоналарини ривожланиши учун уларда меҳнат шароитини яхшилашга эътиборни қаратиш зарурдир. Чунки мазкур жараёнда соҳада банд бўлган ҳар бир ҳодим ўзининг ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш имкониятларини максимал даражада намоён этади. Шунинг учун ҳар бир хизмат кўрсатиш корхоналари миқёсида ишчи кучи сифати ва уни рағбатлантиришни ташкилий-иқтисодий моделини яратиш лозимдир.

М.Ибрагимов – СамИСИ катта ўқитувчиси, и.ф.н.,
М.Мардонов – СамИСИ, Иқтисод факультети IY-босқич талабаси.

ЎЗБЕКИСТОНДА УЗУМЧИЛИК СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИҚТИСОДИЙ АСОСЛАРИ

Аннотация: мақолада қишлоқ хўжалигида боғдорчилик ва узумчиликни ривожлантиришда мавжуд муаммолар баён этилган ҳамда уларнинг ечимини топиш бўйича илмий ва амалий аҳамиятга молик таклиф-тавсиялар келтирилган.

Аннотация: В статье изложены имеющийся проблемы в развитие сферы плодоовощеводства и виноградарства и подготовлены научно и практически обоснованные предложения по их решению.

Abstract: The article outlines the existing problems in the development of fruit and vegetable production, particularly viticulture, and prepared scientifically and practically sound proposals for their solution.

Калит сўзлар: узумчилик, қайта ишлаш, экспорт, кластер, кооперация, самарадорлик.

Ключевые слова: виноградарство, переработка, экспорт, кластер, кооперация, эффективность.

Key words: viticulture, processing, export, cluster, cooperation, efficiency.

Республикамиз аҳолисини озиқ-овқат маҳсулотлари билан узлуксиз таъминлаш, ички бозорни сифатли мева-сабзавот ва узумчилик маҳсулотлари билан тўлдириш мақсадида агросаноат мажмуида етакчи тармоқлардан бири ҳисобланган мева- сабзавотчилик ва узумчиликни янада ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади. Чунки бу тармоқ аҳолини сифатли озиқ-овқат маҳсулотлари, саноат корхоналарини эса хомашё ресурсларига бўлган талабини узлуксиз қондириш имкониятини беради. Қолаверса, Ўзбекистон боғдорчилик ва узумчилик маҳсулотлари етиштириш учун салоҳияти юксак давлатдир.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги "Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”[1] 4947-сонли фармони билан тасдиқланган 2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясининг “Иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришнинг устувор йўналишлари”да белгиланган вазифалар қаторига қишлоқ хўжалигида “... пахта ва бошоқли дон экиладиган майдонларни қисқартириш, бўшаган ерларга картошка, сабзавот, озуқа ва ёғ олинадиган экинларни экиш, шунингдек, янги интенсив боғ ва узумзорларни жойлаштириш ҳисобига экин майдонларини янада оптималлаштириш” вазифаси қўйилган. Хусусан, 2017 йилда замонавий агротехнологиялар асосида юқори ҳосилдорликка эга бўлган, эртапишар ҳамда ширин таъмга эга узумчиликни ривожлантириш ва дунё бозорларида харидоргир экспортбоп маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмларини ошириш, жумладан, 7,3

[1] Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 6-сон, 70-модда

минг гектар токзорлар ташкил қилиш ҳамда 9 минг гектар токзорларни реконструкция қилиш, мавжуд паст рентабелли токзорларни босқичма-босқич, йилига 10 фоиздан ёки 14,1 минг токзорларни интенсив усулга ўтказиш, янги ташкил этилаётган ва мавжуд интенсив токзорларга босқичма-босқич томчилатиб суғориш тизимини жорий қилиш, токзорлар майдонларини кенгайтириш ва уларнинг эскирган ва яроқсиз майдонларини янгилаш, токзорлар майдонларини янгилаш натижасида ер унумдорлиги ошиши ҳисобига маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш вазифалари белгиланган.

Республикамизда узумчилик ва мева-сабзавотчиликни ривожлантириш, мавжуд имкониятлардан янада самарали фойдаланиш, ички бозорни тўлдириш, экспорт салоҳиятини юксалтириш борасида давлатимиз раҳбари ҳамда ҳукуматимиз томонидан бир қатор қарор ва фармонлар қабул қилинди. Бу борада, айниқса, Президентимизнинг 2018 йил 29 мартдаги ПФ-5388 сонли “Ўзбекистон Республикасида мева-сабзавотчиликни жадал ривожлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармони, 2016 йил 12 апрелдаги “Мева-сабзавот, картошка ва полиз маҳсулотларини харид қилиш ва улардан фойдаланиш тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги, 2019 йил 14 мартдаги ПҚ-4239 сонли “Мева-сабзавотчилик соҳасида қишлоқ хўжалиги кооперациясини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”, 2019 йил 11 декабрдаги “Мева-сабзавотчилик ва узумчилик тармоғини янада ривожлантириш, соҳада қўшилган қиймат занжирини яратишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ги қарорлари тармоқни ривожлантиришда муҳим аҳамиятга эгадир.

“Мева-сабзавотчилик соҳасида қишлоқ хўжалиги кооперациясини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорга мувофиқ, мева-сабзавотчилик, хусусан, узумчилик соҳасида ҳам қўшилган қиймат занжирини яратишни рағбатлантириш, сифатли мева-сабзавот маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва уларнинг экспорти барқарорлигини таъминлаш, бундай маҳсулотлар ишлаб чиқарувчиларнинг молиявий имкониятларини кенгайтириш, шунингдек, ишлаб чиқаришнинг рақобатбардошлигини ошириш мақсадида ихтиёрий ва пай асосида иштирок этиш тамойилларида мустақил ва ўзаро боғлиқ қишлоқ хўжалиги корхоналари, фермер ва деҳқон хўжаликлари ҳамда томорқа ер эгаларининг кооперацион бирлашиши негизида қишлоқ хўжалиги бирлашмалари институтини яратишга асос солинди.

Президентимизнинг 2019 йил 11 декабрдаги “Мева-сабзавотчилик ва узумчилик тармоғини янада ривожлантириш, соҳада қўшилган қиймат занжирини яратишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ги қарорида қишлоқ хўжалигида кластерлар ва кооперация тизимини янги қоидалар бўйича ривожлантириш белгиланди. Қарорга мувофиқ токзорлар барпо этиш, маҳсулотларни сақлаш ва қайта ишлаш обьектларини яратиш учун 20 млрд сўмгача миқдордаги кредитлар бўйича фоиз ставкасининг МБнинг қайта молиялаштириш ставкасидан ошадиган, лекин 8 фоиз пунктидан кўп бўлмаган қисмига компенсация ёки кредит суммасининг 50 фоизи миқдорида кафиллик тақдим этилиши, интенсив боғ ва токзорлар ташкил этиш

лойиҳаларини молиялаштиришда иштирок этадиган банкларга шбу лойиҳалар учун кредитлар ажратишда боғ ва токзорлар ҳосилга киргунга қадар асосий қарз бўйича имтиёзли давр белгилаш, маҳаллий шароитда етиштирилган интенсив кўчатлар ҳамда пайвандтаглар сотиб олиш харажатларининг бир қисмини қоплаш учун субсидиялар ажратиш каби имтиёзлар белгиланди.

Ҳукуматимиз томонидан мева-узумчилик соҳасига берилаётган имтиёзлар натижасида соҳа йил сайин ривожланиб бормоқда.

Республикамизда 2019 йилда 2,6 млн тонна мева маҳсулотлари етиштирилган бўлиб, 2020 йилда бу кўрсаткич 2,9 млн тоннани ташкил этиши режалаштирилган. Ўзбекистонда жами 269,5 минг гектар боғлар бўлиб, шундан 188 минг гектар боғлар фермер хўжаликлари ихтиёрида. 2018 йилда 9 минг гектар интенсив боғлар барпо этилган. Боғдорчилик соҳасини техникалар билан тўлиқ таъминлаш мақсадида 2025 йилгача агротехникалар сонини 12 минг 533 донага кўпайтириш юзасидан чора-тадбирлар ишлаб чиқилган ва бу жараён босқичма-босқич амалга оширилмоқда. 2020 йилнинг биринчи ярим йиллигида жами 780 минг тонна мева-сабзавот маҳсулотлари (700 млн доллардан ортиқ) ҳўл мева-сабзавот маҳсулотлари экспорт қилинган. Ташқи бозорга чиқарилган қуритилган мевалар эса 10 268 тоннани ташкил этиб, қиймати 7 9024,8 минг долларни ташкил этган.[2]

Албатта ҳукуматимиз томонидан мева-узумчилик тармоғининг қўллаб-қувватланиши, заҳматкаш боғбонларимиз, мутахассис ва олимларимизнинг меҳнатлари, саъй-ҳаракатлари натижаси ўлароқ кейинги йилларда соҳада сезиларли натижаларга эришилди. Шу билан бир қаторда узумчилик соҳаси ривожига тўсиқ бўлаётган қатор муаммолар ҳам мавжуд. Мева-узумчилик маҳсулотлари етиштириш учун ер майдонларининг чекланганлиги, кўчат етиштиришнинг етарли даражада ривожланмаганлиги, етиштирилган маҳсулотларни қайта ишлаш ҳажмининг камлиги, маҳсулотларни мавсумий сақлашдаги мавжуд муаммолар шулар жумласидандир

Бу муаммоларни илмий жиҳатдан чуқур ўрганиш, уларнинг ечимлари бўйича илмий асосланган таклиф ва тавсиялар тайёрлаш бугунги куннинг муҳим вазифаларидан ҳисобланади.

Республикамизда узумчиликни янада ривожлантириш бўйича қуйидаги чора-тадбирларни ишлаб чиқишни ва амалиётга жорий этишни мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз:

– республикамизда етиштирилаётган узум маҳсулоти ички талабдан кўп бўлиб, ҳосилдорликни янада ошириш, етиштирилаётган узум маҳсулотлари сифатини яхшилаш эвазига экспорт ҳажмини ошириш учун қулай имкониятлар мавжуд. Узум етиштирувчи хўжаликлар манфаатдорлигини ошириш, улар етиштирган узум маҳсулотларини сотиб олиш, ички ва ташқи бозорга олиб чиқиш ҳамда қайта ишлаш ва экспортни амалга ошириш мақсадида кластер, кооператив каби тузилмаларни ривожлантириш зарур. Бунинг натижасида узум маҳсулотларини истеъмолчига етказиб бериш вақти ва харажатлари тежалади, экспорт натижасида соҳада самарадорлик ошади;

[2] Kun.uz.2020 й. 18 июль

–узумни қайта ишлаш корхоналари ўртасида тўлақонли рақобат муҳитининг яратилмаётганлиги сабабли узум маҳсулотлари баҳосининг пастлиги узум етиштирувчи деҳқон ва фермер хўжаликларини маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини оширишга рағбатлантирмайди. Шу сабабли турли мулкчилик шаклидаги қайта ишлаш корхоналарини кенг ривожлантириш ҳамда нарх белгилаш механизмини қайта кўриб чиқиш мақсадга мувофиқдир;

– узум тез бузилувчан маҳсулот бўлгани сабабли уни сақлаш жараёнини такомиллаштириш зарур. Замонавий музлаткичлар билан жиҳозланган йирик типдаги маҳсулот сақлаш омборларидан ташқари, узум етиштирувчи деҳқон ва фермер хўжаликлари ҳамда томорқа ер эгалари учун кичик ҳажмли омборлар қуришлари учун уларга имкониятлар яратилиши лозим;

– узумчиликда механизациялаш даражасини ошириш учун деҳқон ва фермер хўжаликларининг моддий-техник базасини мустахкамлаш, бунинг учун уларга махсус техника воситаларини сотиб олишлари учун паст фоизли ва узоқ муддатли мақсадли кредитлар ажратиш, техника воситаларини лизинг асосида етказиб бериш тизимини янада такомиллаштириш зарур.

Мазкур чора-тадбирларнинг амалга оширилиши узумчилик соҳасининг янада ривожланишида ва узум етиштирувчиларнинг моддий манфаатдорлиги ошишида муҳим омил бўлиб хизмат қилади.

D.Z. Norqulova– SamISI dotsent v.b., PhD,
B.Sh. Usmonov– SamISI, IRB-120-guruh talabasi

AXBOROT KOMMUNIKATSIYA TEXNOLOGIYALARINI O‘RGANISH UZVIYLIGINI TA’MINLASH

Аннотация: ushbu maqolada axborot kommunikatsiya texnologiyalarini o‘rganish uzviyligini ta’minlashning ahamiyati hamda mamlakatimizda ushbu sohaga qaratilayotgan e'tibor bayon etilgan.

Kalit so‘zlar: Axborot kommunikatsiyasi, IT texnologiyalari, raqamli texnologiya, aloqa, internet, tizim, vokansiya, kiber xavfsizlik, inovatsiya.

Аннотация: В этой статье рассказывается о важности обеспечения взаимосвязи разноуровневых стадий обучения информационных и коммуникационных технологий, а также о внимании, которое уделяется данной сфере в нашей стране.

Ключевые слова: Информационная связь, ИТ-технологии, цифровые технологии, связь, Интернет, система, вакансия, кибербезопасность, инновации.

Abstract: This article highlights the importance of ensuring the continuity of the study of information and communication technologies, as well as the attention paid to this area in our country.

Keywords: Information communication, IT technologies, digital technology, communication, internet, system, vacancy, cyber security, innovation.

Dunyo tobora ehtiyoj sezayotgan soha, bu axborot kommunikatsiya texnologiyalari mutaxasislaridir. Jahon miqyosida o‘zini ko‘rsatgan kompaniyalarning aksariyati IT bozorining asosiy bo'g'ini hisoblanadi. Shuni esdan chiqarmasligimiz kerakki, bugun biz bu sohaga jiddiy etibor qaratmasak, ertaga o'z

uyimizda oʻtirgan holda, boshqa birdavlatfuqarosigaboʻysinishimiz, ular tuzgan rejalar asosida ishlashga majbur boʻlib qolishimiz mumkin. Axborot - aynan mana shu omilsiz, bir qadam ham oldinga siljiy olmaydigan bir zamonda, bu sohaga etibor qaratmasligimiz, kelajakka nisbatan eng katta xatolarimizdan biridir. Oʻzaro axborot almashishning eng kichik elementi bo'lgan mobil telefonlarning hayotimizda qay darajada muhim ekanligini o'ylab koʻrsak, AKTning ahamiyatini shundan ham tushunib yetishimiz mumkin.

2018-yilning 10-iyulida Oʻzbekiston Respublikasining Axborot texnalogiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vaziri Azim Ahmadxo'jayev ommaviy axborot vositalariga intervyu berar ekan, O'zbekistonga yarim milliyondan ortiq AKT mutaxasislari kerakligini malum qildi[1]. Endi, shu ta'lim yo'nalishidagi kamchiliklarimizdan biri esa, maktablarda boshlang'ich sinfni tugatguncha o'quvchilarda bu soha bo'yicha hech qanday saboq berilmaydi. 5-sinfdan boshlab esa katta qismi faqatgina nazariy holda bu yo'nalish fan sifatida o'tiladi. Ammo, o'rta taʻlimni tugatgunga qadar, eng kamida bitta, sodda ko'rinishdagi dasturlash tilini ham o'rganish imkoniyati mavjud emas. Oliy ta'limga qabul jarayonlarida esa bu fanga doir birorta ham savol berilmaydi, so'ngra yana hammasi bir boshdan boshlanadi. Biz raqamli texnologiyalaning asosi algoritm, algoritmni esa Al-Xorazmiy yaratgan deb faxirlanamiz, ammo algortmni tushunmaydigan avlod bilan qiziqmaymiz ham. Barchamiz Google, Apple, Amazon, Mozilla kompaniyalarini bilamiz. Bularning barchasi chet elda va IT bilan shug'ullanishadi.

2018-yil 9-yanvar kuni Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada rivojlantirish va xavfsizligini taʼminlash boʻyicha amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar natijadorligiga bagʻishlangan yigʻilishi boʻlib oʻtdi. Prezidentimiz ham hali Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish sohasida qilinishi kerak boʻlgan yangilik va oʻzgarishlar koʻp ekanligi haqida taʼkidladi. Misol uchun, Janubiy Koreyada axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalari sohasi mamlakat yalpi ichki mahsulotining 9 % ni, Yaponiyada 5.5 % ni, Xitoy va Hindistonda 4.7 % ni, Oʻzbekistonda esa atigi 2.2 % ni tashkil etadi[2]. Biz, axborot-kommunikatsiya rivojlanish indeksi reytingida ham 176 mamlakat orasida 95-oʻrinda ekanimizni inobatga olishimiz kerak. Yigʻilshda koʻtarilgan eng ahamiyatli muammolardan biri, yurtimizning chekka hududlarida, avtomobil va temir yoʻllarda aloqa va internet sifati juda pastligi, hatto bazi joylarda aloqaning mavjud emasligidir. Butun dunyo online tizimdan foydalanyotganda Oʻzbekistonga tashrif buyurgan turistlar online xaritalardan foydalanmaydi deya olmaymiz, vaholanki, bizda bunga barcha sharoitlar yaratilgan ham deb aytolmaymiz. Mutasaddilarga internet narxini keskin arzonlashtirish, tezligini kamida 4 barobar oshirish, 2020-yilgacha esa MDH davlatlari darajasiga yetkazish chora-tadbirlarini koʻrish boʻyicha zarur topshiriqlar berilgan edi[3]. Ammo, tarmoqdan foydalanishda hech qanday sezilarli oʻzgarishlar boʻlmadi. Milliy internetning xizmat koʻrsatishi va qulayliklari darajasi pastligi sababli, aksariyat tarmoqdan foydalanayotgan aholi, qandaydir malumot olish yoki biror xizmatdan foydalanish uchun emas, messengerlar orqali oʻzaro yozishish

uchungina foydalanadi. Aslini olganda ham, biz bu sohada ancha ortda qolganimiz hech kimga sir emas. Barcha tizmni raqamlashtirishga harakat qilayotganimiz ham bor gap. Ammo malumot va axborotlarimizni elektron shaklga ko'chirganimizda, ularni himoya qila oladigan kuchga egamizmi?

2021-yil 6- yanvar kuni Surxondaryo viloyatining rasmiy sayti va hokimiyat tizimi o‘zlarini Clone Security deb atagan hakkerlar jamoasi tomonidan buzulgani haqida ijtimoiy tarmoqlarda xabar tarqaldi[4] . Ular saytda qoldirgan xabarnomasida Surxondaryo viloyati hokimi To'ra Bobolovga AKT bo'limiga otasini puliga universitetni tugatgan kattakonlarning bolasini emas, sohaning haqiqiy mutaxasislarini ishga olishni takitlagan. Jamoaning aytishiga ko'ra, hokimiyat, xodimlarni ishga olish tizimini o‘zgartirmasa, butun internetta hokimning yopiq qaror va farmonlari sharmandalarcha tarqaladi...

Ko'rinib turibdiki, biz zudlik bilan kadrlarni ishga olish siyosatini o‘zgartirmasak, butun jahonga sharmanda bo'ishimiz hech gap emas. Ammo, O'zbekiston Respublikasi Prezdenti huzuridagi Davlat xizmatini rivojlantirish agentligi o'zining argos.uz saytida joylagan vokansiya tizimi ayni bugungi zamonga xos bo'lgan yechim deb bilaman. “Yangi O'zbekiston - Yangicha dunyoqarash” shiori ostida ishlayotgan agentlik, kadrlarni ishga olish siyosatini SSSRning sarqitidan tozalab, shaffoflik, ochiqlik va haqqoniylikdan foydalanishda chin ma'noda to'g'ri yo'lda deb o'ylayman. Mamlakatimiz bosqichma bosqich bu tizimga o‘tmoqda. Misol uchun, 2020-yilda yurtimizda boshlangan pandimeya jarayonida ta’lim yuz foiz online tarzda davom etdi. OTMlarning aksariyati Moodle tizimidanfoydalanibdarslarnio‘zlashtirdi. Mana shu tizimni tuzish vaqtida ham kerakli mutaxasislar yetishmaganligi sababli bir qancha kamchiliklar mavjud. Shulardan biri, Moodle orqali test ishlayotganimizda bir jarayonni o‘zida, bitta savolning uch martagacha takrorlanish ehtimoli bor. Bu esa arzimagan bitta savolni bilmagan talaba uchta savolni bilmaydi, oddiyroq bittasini bilgani esa uchta to'g‘ri belgilaydi. Afsuski buni shafofflik deb ayta olmaymiz.

Xalqaro tajribaga yuzlanadigan bo‘lsak, bugungi kunda raqamli texnologiyalar asosan tashkilot va sektorda jadal rivojlanmoqda. Shuning uchun davlat, aynan, ushbu sohalarda innovatsion loyihalar va IT-kompaniyalarni qo‘llab quvvatlashi, hamda qulay sharoit va muhit yaratishi lozim deb o‘ylayman. Shuningdek, davlat innovatsion va raqamli ekotizimni qo‘llab-quvvatlash sohasida raqamli ta’limning zamonaviy metodlarini qo‘llab-quvvatlashi ham, davr talablaridan biri hisoblanadi. Raqamli texnologiyalar o‘z faoliyatlarini sifatli olib borishlari uchun, inavatsion muhitni shakillantirish va bu borada davlat xizmatlarini yo‘lga qo‘yishimiz kerak. 2019-yilda berilgan malumotga ko‘ra, mamlakatimiz kiber xavfsizlik global reytingi bo‘yicha 41 pog‘ona yuqorilab, 52 o‘ringa chiqdik[5] . Ammo, kuchlilar orasida bo‘lishni talab qilayotgan bugungi davrda, bu natija bilan qanoatlanibqolish ham yaramaydi. Keltirilgan muammolarning yechimi sifatida esa, ta’lim tizimining AKT yo‘nalishi bo‘yicha Singapur tajribasidan foydalanish kerak deb o‘ylayman. Singapurda bolalarga informatika darslari maktabgacha ta’lim muassasalaridayoq o‘rgatiladi. Biz ham maktabgacha ta’lim va boshlang‘ich ta’limga axborot texnologiyalari fanini kiritsak, hamda 5-sinfdan

boshlab 70%lik amaliy dars uslubidan foydalansak, albatta maktab jarayonlarining o‘zidanoq, o‘quvchilar bu sohaga doir anchagina kerakli bilimlarni o‘zlashtiradi. Oliy ta’lim muassalariga qabul jarayonlarida esa, abiturentlardan, kamida bitta, o‘zi yaratgan dastur yoki loyiha talab qilishimiz kerak. Kiritilayotgan takliflar amalda qo‘llansa, axborot texnologiyalari oily ta’lim muassalarida haqiqiy innovatsion muhitga ega bo‘lishimiz va boshqa soha mutaxasislarining ham bu boradagi savodxonlik darajasi qoniqarli darajada shakllanadi. Axborot texonlogiyalar asrida, bolalarni, turli ko‘rinishdagi texnologiylardan va internetdan to‘sib bo‘lmaydi. Hozirgi kunda yurtimizdagi bog‘cha yoshidagi bolalar telefon va kompyuterlarni katta yoshdagilardan kam bilmaydi. Tan olishimiz ham kerak, yurtimizda maktabgacha ta’lim a’lo darajada yo‘lga qo‘yilgan. Ammo, bolalar uch-to‘rt yil bog‘chada o‘rgangan bilimlari, ular maktabga chiqqanda takrorlanishi yoki o‘sha yo‘nalishda umuman davom etilmasligi, faqatgina samarasizlikka olib kelmoqda. Barchamizga ma’lumki, aksariyat maktabgacha ta’lim muassasalaridan chiqqan bolalar, o‘sha hududdagi maktablarga o‘qishlarini davom etirishadi. Navbatdagi taklifimiz, maktablar, o‘zlariga hudud jihatdan yaqin bo‘lgan maktabgacha ta’lim muassasalari bilan hamkorlik qilishi va o‘quv rejalarini o‘sha hamkorlik bo‘yicha davom ettirishidir. Bu hamkorlik esa, eng avvalo axborot texnologiya ta’limini o‘qitish bilan boshlanishi kerak deb o‘ylaymiz.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. https://kun.uz/uz/news/2018/07/11/it-mutahassislarga-bulgan-talab-ukori-kaerda-ukigan-makul (Murojaat etilgan sana 28.01.2021)
2. https://www.lex.uz/docs/-83472 (Murojaat etilgan sana 28.01.2021)
3. https://www.lex.uz/docs/-83472 (Murojaat etilgan sana 28.01.2021)
4. https://t.me/Qashqadaryo_Koson_Chiroqchi/5159 (Murojaat etilgan sana 28.01.2021)
5. http://tsue.uz/uz/raqamli-iqtisodiyot-yangi-ozbekiston-taraqqiyotining-yangi-davri/ (Murojaat etilgan sana 28.01.2021)

С.Б.Бобоқулов – СамДУ ассистенти

ПАНДЕМИЯ ШАРОИТИДА КОММУНАЛ ХИЗМАТЛАРНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада муаллифнинг пандемия шароитида коммунал хизматларни ташкил этиш, ривожлантириш, коммунал хизматлар сифатини ошириш бўйича фикрлар келтирилган ҳамда таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: коммунал хўжалиги, коммунал тизим, коммунал, сервис, уй-жой ширкати, механизим, чиқиндини қайта ишлаш, сув таьминоти, аққли уй, иссиқлик таьминоти.

Аннотация: В статье представлены авторские взгляды на организацию, развития и повышение качества государственных услуг в условиях пандемии. А также предлажениы разработки и рекомендации.

Ключевые слова: коммунальные услуги, инженерная система, коммунальные услуги, сервис, жилищная компания, механизм, переработка мусора, водоснабжение, умный дом, теплоснабжение.

Abstract: The article presents the author's views on the organization, development and improvement of the quality of public services in a pandemic. As well as suggestions for

development and recommendations.

Keywords: utilities, utility system, utilities, service, housing company, mechanism, waste recycling, water supply, smart home, heat supply.

Ҳозирги вақтда коронавирус пандемия таъсирини бартараф этиш учун давлат тамонидан амалга ошириладиган ислоҳотлар ўз самарасини бериб бормоқда. Аммо, ислоҳотларни амалга ошириш билан иқтисодиётда юзага келган салбий ҳолатларни тубдан бартараф этиб бўлмайди. Халқаро валюта жамғармасининг (ХВЖ) коронавирус пандемияси кенгайишининг тўхтатилиши ва иккинчи ярим йилдан бошлаб иқтисодий фаолликнинг босқичма-босқич тикланиши бўйича тахминларига асосланган базавий прогнозларига кўра, 2020 йилда жаҳон иқтисодиёти ЯИМда улуши 3 фоизга қисқарганлигини кўришимиз мумкун. Мамлакатимизда ҳам коронавирус пандемияси иқтисодиётга етарлича таъсир этиб иқтисодий ўсиш суратини 0.8 фоизга тушишига сабаб бўлди.

Юзага келган муаммоларни бартараф этиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев тамонидан қабул қилинган “Коронавирус пандемияси даврида аҳоли, иқтисодиёт тармоқлари ва тадбиркорлик субъектларини қўллаб-қувватлашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”[1]ги Фармонида коронавирус инфекцияси тарқалишига қарши курашиш даврида аҳолини ижтимоий ҳимоя қилишни кучли кучайтириш ва иқтисодий тармоқлари фаолият кўрсатишнинг барқарорлигини таъминлаш, шунингдек, айрим хўжалик юритувчи субъектларни қўллаб-қувватлашга алоҳида эътибор беришни таъқоза қилмоқда.

Пандемия шароитида мамлакатимиз аҳолисини турмуш даражаси ва сифатини яхшилашда коммунал хизматлар соҳасининг ўрни ва роли жуда каттадир. Бу ҳолат коммунал хизматлар кўрсатиш соҳаси фаолиятини ташкил этиш ва самарадорлигини оширишга алоҳида этибор беришни талаб этади. Шунинг учун ҳам коммунал хизмати тизими соҳасидаги ислоҳатлар мамлакатимизда амалга оширилаётган ижтимоий-иқтисодий ўзгаришларнинг узвий таркибий қисми ҳисобланади.

Шу мақсадда, уй-жой коммунал хизмат кўрсатиш вазирлиги, давлат хизматлари ташкилотлари тамонидан коммунал хизматларни тўлов жараёнини амалга оширишни “online” тизимини ишлаб чиқганлиги коранавирус пандемияси шароитида аҳолига қулай шароит яратиб, истемолчиларнинг вақтини ҳамда ортиқча ҳаражатларни тежаб қолишини таъминлаб бермоқда[2]. Бироқ, “online” тизим самарали ишлаш жараёнини ташкил этиш учун бир қатор муаммолар вужудга келмоқда. Масалан, жисмоний шахслар газ, сув, электр токи, иссиқлик таъминоти тизими учун тўловларни амалга оширишда шахсий ҳисоб рақами (лицевой счёт)даги пуллари кўринмай қолиши ёки бошқа ҳисоб рақамига ўтиб қолиши каби ҳолатларга тез-тез дуч келишади. Бу

[1] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni “Koronavirus pandemiyasi davrida aholi, iqtisodiyot tarmoqlari va tadbirkorlik subyektlarini qo‘llab-quvvatlashga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” Toshkent sh., 2020-yil 3-aprel, PF-5978-son. www.lex.uz

[2] А.Сидякин, А.Чибис. “Азбука для потребителей услуг ЖКХ” Учебник. Москва. 2015 год.

тизимни электрон ахборот тизимига интеграциялаш зарур. Истеъмолчи ҳисоблагич кўрсаткичи, қарзи, қанча олдиндан тўланганлиги ҳақида маълумотларни билиши ҳамда тизимдан масофадан фойдалана олиши лозим.

Бу тизим автоматлаштирилса, юзага келаётган тушунмовчилик ва муаммоларнинг олди олинар эди. Шунингдек, коммунал хизмат таъминотчиларига кучли ва замонавий серверларни харид қилиш соҳа самарадорлигини ошишига олиб келади. Чунки, кўп ҳолларда истеъмолчиларнинг база билан ишлаш жараёнида муаммолар вужудга келмоқда ва узоқ вақт кутиб қолишига сабаб бўлмоқда. Ҳозирда мавжуд газ, электр токи, сув ва иссиқлик таъминоти каби коммунал хизматларнинг шахсий кабинет, иловаларини ягона “ID” рақам ёки иловага интеграциялаш, бирлаштириш зарур. Шунда фуқароларда коммунал хизматлар учун тўловларни ўз вақтида амалга ошириш имконияти ортишига олиб келади.

Каронавирус пандемия шароитида коммунал хизмат кўрсатиш тизимини ривожланиши бизнинг фикримизча мамлакатнинг ҳудудий хусусиятлари ва ундаги тафовутларни бартараф этиш билан боғлиқ. Ушбу тафовут ва хусусиятларни инобатга олиш биринчи навбатта соҳада меҳнатни ташкил этишни самарали бўлишини таьминлайди ҳамда коммунал хизмат кўрсатиш тизимининг ривожланиш суръатларини ва йўналишларини белгилаб беради. Бунда биринчи навбатта шаҳар ва қишлоқ ҳудудларида ҳамда республикадаги алоҳида вилоятлар ўртасидаги уй-жой хўжалигига хизмат кўрсатиш соҳасида тафовутларни йўқатишга этиборни қаратиш мақсадга мувофиқ. Коммунал хизмат кўрсатиш тизимининг алоҳида ҳудудлараро тафовутлари республика вилоятлари бўйича ривожланиши ҳолатини тавсифлайди.

Ҳозирги вақтда чиқиндиларни йиғиш, уни тўплаш, қайта ишлаш, утилизация қилиш каби ишларни амалга ошириш глобал муаммолардан бири ҳисобланади. Кейинги йилларда мамлакатимизда аҳоли харидини ошиши, халқ фаробонлигини юксалиши қувонарли ҳолатдир, аммо истемол жараёнидан сўнг вужудга келадиган маиший чиқиндилар хажмининг ошиб бориши коммунал соҳанинг долзарб масалаларидан биридир. Шунингдек, қаттиқ чиқиндилар, саноат чиқиндилари, қишлоқ хўжалиги чиқиндилари, кимёвий чиқиндилар республика миқёсида кўпайганини кўришимиз мумкун.

Коммунал хизмати, йўл қурилиши, чиқиндиларни қайта ишлаш каби соҳаларда инфратузилма лойиҳаларини амалга оширишда давлат-хусусий сектор ҳамкорлиги механизмини қўллаш бўйича бугунги ҳолат ва ривожланиш истиқболлари муҳим аҳамият касб этмоқда. “Уй-жой коммунал хизмат кўрсатиш” вазирлиги маълумотига кўра, йилига 100 миллион тонна саноат чиқиндилари, 35 миллион метр куб маиший-рўзғор чиқиндилари ҳосил бўлади. Бу чиқиндиларни утилизация қиладиган, қайта ишлайдиган тизимли корхоналарнинг йўқлиги натижасида мамлакатимиз миқёсида 2 миллиард тонна чиқинди йиғилиб қолгани экологик хавфсизлик нуқтаи назаридан ҳам бу борада зарур чоралар кўришни тақозо этади[1].

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев “2018–2022 йилларда иссиқлик таъминоти тизимини ривожлантириш дастури тўғрисида” ги қарори. Ўзбекистон, 24 апрел 2017 йил. 3568. lex.uz

Бизнинг фикримизча, саноат шахарларида чиқиндини қайта ишлаш ва ундан саноат тармоқлари учун хом-ашё ишлаб чиқариш, қаттиқ маиший чиқиндиларни органик ўғитлар ишлаб чиқиш, коммунал хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлган ходимларнинг меҳнатини рағбатлантириш мақсадга мувофиқдир. Шунингдек, каронавирус пандемияси шароитида вужудга келган тиббиёт чиқиндиларини йиғиш ва уларни алоғида утилизация қилиш мақсадга мувофиқдир. Ушбу тадбирларни амалга оширилиши натижасида янги иш ўринлари яратилади, экологик ва санитария муҳитини яхшиланади, аҳоли саломатлигини мустаҳкамлаш каби ишлар амалга оширилади.

С.Б.Шарипов – СамДУ докторанти

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР

Аннотация: ушбу мақолада муаллиф томонидан хизмат кўрсатиш корхоналари рақобатбардошлигига таъсир қилувчи омиллар ўрганилиб, таҳлил қилинган ҳамда уларни хизмат соҳасини барқарор ривожлантиришдаги ўрни, роли тўғрисида таклиш ва хулосалар келтирилган.

Калит сўзлар: рақобат, рақобатбардошлик, рақобат шартларини баҳолаш, рақобатбардошликка таъсир қилувчи омиллар, рақобатбардошлик омилларини таснифлаш.

Аннотация: В данной статье автор исследует и анализирует факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий сферы услуг, а также обсуждает и делает выводы об их роли в устойчивом развитии сферы услуг.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, оценка условий конкуренции, факторы, влияющие на конкурентоспособность, классификация факторов конкурентоспособности.

Abstract: In this article, the author studies and analyzes the factors affecting the competitiveness of service enterprises, and discusses and draws conclusions about their role in the sustainable development of the service sector.

Keywords: competition, competitiveness, assessment of competition conditions, factors affecting competitiveness, classification of competitiveness factors.

Инновацион-инвестицион иқтисодий муносабатлар шароитида хизмат кўрсатиш корхоналарнинг барқарор иқтисодий фаолиятига кўплаб макро ва микро даражадаги омиллар (рақобат, фойдаланилаётган технологиялар, ишлаб чиқариш воситалари, уларга хизмат кўрсатувчи корхоналар ва ҳ.к.) таъсир қилади. Бунда бир хил имконият ва шарт-шароитга эга бўлган баъзи бир хизмат кўрсатиш корхоналари яхши натижаларга эришади ёки инқирозли ҳолатдан чиқиб кетади; бошқа корхоналар эса зарар кўрганликлари натижасида инқирозга юз тутади. Хизмат кўрсатиш корхоналари яхши натижаларга эришиши учун аввалambор корхона ишлаб чиқариш фаолиятини бошқаришни шунингдек, корхонанинг ҳар бир бўғин ходимлари фаолиятларини тўғри ташкил қилиш муҳим масала ҳисобланади. Бунинг учун рақобатбардошлик

масаласини методологик асосини билиш ва уни амалиётга қўллаш асосий масала ҳисобланади. Демак, инновацион иқтисодиёти шароитида хизмат кўрсатиш корхоналарнинг рақобатбардошлиги ҳозирги даврда муҳим масала ҳисобланади.

Мамлакатимиз иқтисодиётидаги рақобатнинг хусусиятлари қуйидагиларни ўз ичига олади:

- рақобат соҳасидаги давлат сиёсатининг йўқлиги ва жаҳон бозорида миллий маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини ошириш;

- ички бозорда рақобатбардошликни пасайтириш мақсадида импорт қилинадиган товарларга нисбатан давлатнинг протекционистик қатъий сиёсати (юқори импорт божлари ҳисобига);

-миллий иқтисодиётнинг жаҳон бозорига, экспортга йўналтирилганлиги ва юқори технологияли саноат маҳсулотлари импорти (натижада савдо баланси ва аҳоли турмуш даражаси пасайиши);

- миллий иқтисодиётнинг саноат ишлаб чиқариш тармоқларида 10-30 йил давомида технологиялар жаҳон даражасидан орқада қолиши (натижада қиммат ва нисбатан паст сифатли маҳсулотлар ишлаб чиқариш);

- миллий иқтисодиётнинг кўпгина йирик корхоналарида ишлаб чиқаришнинг иқтисодий жиҳатдан рентабеллиги даражаси (натижада ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларга нисбатан юқори нархлар ва рақобатбардошликнинг пастлиги).

Хизмат кўрсатиш корхоналарининг рақобатбардошлигини таҳлил қилишда корхонанинг кучли ва кучсиз томонларига, мижозларнинг корхонага бўлган муносабатига ва маълум бир бозорда маҳсулот сотишдаги улушининг ўзгаришига таъсир этувчи омилларни аниқлашни ўз ичига олади.

Рақобатбардошликни таъминлашда умумий ва ихтисослашган омиллар муҳимроқдир. Уларнинг ривожланиши кўп вақт талаб қиладиган капитал ва инсон ресурсларини талаб қилади. Уларнинг яратилишининг шарти юқори малакали мутахассислар ва юқори технологиялардан фойдаланиш ҳисобланади. Ривожланган омиллар кўпинча асосий омиллар, яъни рақобатдошликнинг манбаи ҳисобланмайди, шу билан бирга, асосий омиллар уларнинг асосида тегишли ривожланган омилларни яратиш учун етарлича юқори бўлиши шарт.

Факторларни (Омилларни) ажратишнинг яна бир принсипи уларнинг ихтисослашиш даражасидир. Шунга мувофиқ рақобатбардошлик омиллари қуйидагиларга бўлинади.

- умумий;

- ихтисослашган.

Ихтисослашган омиллар орасида юқори малакали кадрлар, ўзига хос инфратузилма, алоҳида билим соҳаларидаги маълумотлар базаси ва маълум ёки чекланган соҳаларда ишлатиладиган бошқа омиллар мавжуд. Умумий омиллар чекланган рақобатдош устунликларни беради. Хўжалик юритувчи субъектларнинг катта қисми уларга эга. Баъзида умумий омилларга асослан-ган ихтисослашган омиллар корхонанинг рақобатдошлигини таъминлаш учун

узоқ муддатли асосни ташкил қилади. Ушбу омилларни яратишни молиялаштириш кўпроқ йўналтирилган ва кўпинча кўпроқ талабга жавоб беради.

Шундай қилиб, корхонанинг рақобатбардошлиги бир томондан, корхонанинг ўзига хос хусусиятларининг ички омиллар, иккинчи томондан эса унга ташқи омилларнинг комбинациясини мужассамлаштиради. Турли хил соҳалар мутахассислари бозор шароитида корхоналар фаолиятига индивидуал омилларнинг таъсирини ва уларнинг якуний натижаларини ҳар хил баҳолайдилар. Шу билан бирга, мутахассисларнинг бир гуруҳи инновацияларни энг муҳим, иккинчиси - инвестиция, учинчиси - қонунчилик ва тўртинчиси - айнан ушбу корхона ишига боғлиқ бўлган омиллар деб ҳисоблашади.

Корхонанинг рақобатбардошлик омилларини таснифлашнинг кўплаб усуллари мавжуд, улардан фойдаланиш ва ўрганиш мақсадларига кўра улар ўтказилаётган умумий иқтисодий вазиятни ҳамда ҳал қилиниши лозим бўлган вазифаларнинг хусусиятларига боғлиқ. Рақобатбардош омилларнинг мавжудлиги ва амал қилиши иқтисодиётни барқарор ривожланиши учун муҳим аҳамият касб этади чунки, рақобат устунлигига эришиш корхонанинг амалий фаолиятида қанчалик самарали қўлланилиши билан узвий боғлиқдир.

Ш.С.Шарифов – СамДУ ассистенти
Х.Т.Мелиев – СамДУ магистранти

МАИШИЙ ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАЛАРИДА МЕҲНАТ РЕСУРСЛАРИ БАНДЛИГИ МАСАЛАЛАРИ ВА ИШ ЎРИНЛАРИ ЯРАТИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада муаллифлар томонидан маиший хизмат кўрсатиш соҳасида меҳнат ресурслар бандлиги масалалари ва иш ўринларини яратиш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: Хизмат кўрсатиш, маиший хизмат, бандлик, ресурс, меҳнат ресурслари, иш ўрни.

Аннотация: В статье рассматриваются все вопросы занятости ресурсов, а также процесс выработки предложений и рекомендаций по созданию рабочих мест по использованию домашних услуг, которыми руководят авторы.

Ключевые слова: Сервис, бытовая услуга, занятость, ресурс, трудовые ресурсы, рабочее место.

Abstract: In this article, the authors have developed proposals and recommendations on employment issues and job creation in the field of consumer services.

Keywords: Service, domestic service, employment, resource, labor resources, workplace.

Иқтисодий тизимлар ривожланишининг барқарорлиги иш билан бандликнинг белгиланган аниқ даражасига мувофиқ келишини назарда тутади. Иш билан бандлик даражаси ижтимоий фойдали меҳнат соҳасида меҳнатга лаёқатли аҳолидан фойдаланиш даражасини тавсифлайди. Бу кўрсаткичнинг кўтарилиши мамлакатда иқтисодий ҳолатлар

мураккаблашувининг олдини олади. Шу ўринда Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 9 июнь куни миллий иқтисодиёт барқарорлигини таъминлашга доир долзарб масалалар муҳокамасига бағишланган йиғилишда, коронавирус пандемияси бутун дунё учун катта синов бўлиб келаётганлиги ҳамда вужудга келган глобал инқироз барча мамлакатлар иқтисодиётига жиддий таъсир кўрсатаётганллигига алоҳида тўхталиб ўтдилар. Жаҳон банкининг прогнози бўйича 2020 йилда ялпи глобал маҳсулот 5,2 фоизга, АҚШда ялпи ички маҳсулот 6,1 фоизга, Россияда 6 фоизга, Европа Иттифоқида 9,1 фоизга тушиши кутилмоқда. Шу билан бирга, Хитойда 1 фоиз, Ўзбекистонда эса 1,5 фоиз иқтисодий ўсиш бўлиши тахмин қилинмоқда. Ўтган уч ойда юртимизда иқтисодиёт тармоқларига 2,3 триллион сўм солиқ имтиёзлари берилди, инқирозга қарши курашиш жамғармасидан 3,6 триллион сўм ажратилди. Мамлактимиз раҳбари иқтисодиётга янгича ёндашув ва инструментларни қўллаш орқали жорий йил иқтисодиётда ўсиш суръатларини таъминлаш учун барча имкониятлар борлигини таъкидлаб, шу борадаги 8 та асосий йўналишни кўрсатиб бердилар.

Биринчи – иқтисодиёт ва бюджет барқарорлигини таъминлаш;

иккинчи – камбағалликни қисқартириш ва аҳоли бандлигини ошириш;

учинчи – банк тизимидаги ислоҳотларни жадаллаштириш;

тўртинчи – тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларни кўпайтириш;

бешинчи – экспорт салоҳиятини ошириш ва валюта тушумларини таъминлаш;

олтинчи – саноатда рақобатбардошликни кучайтириш;

еттинчи – кичик бизнесни ривожлантириш;

саккизинчи – рақамли технологияларни барча тармоқларда кенг жорий қилиш устувор вазифалар этиб белгиланди.

Биринчи масала муҳокама қилинар экан, бюджет тушуми ва харажатларини оптималлаштириш топширилди. Корхоналар фаолиятини қайта тиклаш ва солиқ маъмуриятчилигини яхшилаш ҳисобига қўшимча даромадларни таъминлаш, ташқи қарз битимларини тузишда белгиланган чекловдан ошмаслик бўйича кўрсатма берилди.

Иккинчи йўналиш бўйича бу йил 810 мингта доимий иш ўрнини қайта тиклаш, 310 минг доимий ва 633 мингта мавсумий иш ўрни яратиш зарурлиги таъкидланди.

8 июнь куни қабул қилинган “Тадбиркорлик фаолияти ва ўзини ўзи банд қилишни давлат томонидан тартибга солишни соддалаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Президент қарорига мувофиқ, ўзини ўзи банд қилувчи фаолият турлари сони 24 тадан 67 тага кўпайтирилди.

Давлатимиз раҳбари Хитой тажрибасидан келиб чиқиб, камбағаллик даражаси юқори бўлган қишлоқларга вазирлик ва идораларни бириктириб, муҳтожларга кўмаклашиш тизимини яратиш, оилавий тадбиркорлик ва томорқачиликни ривожлантириш бўйича топшириқлар бердилар. Давлат гранти ҳисобига таҳсил олган талабаларни 3 йил муддатга шундай ҳудудларга меҳнат фаолияти учун йўналтириш таклифи билдирилди.

Маълумки, банк тизимида катта ислоҳотлар белгиланган. Мамлакатимизда бу чораларни жадаллаштириб, давлат улушига эга ўнта банкда трансформация жараёнини ўз вақтида амалга ошириш, фоиз ставкаларини инфляцияга қарши сиёсат билан уйғунлашган ҳолда пасайтириш муҳимлиги таъкидланди.

Пандемия шароитида экспортни ошириш ва валюта тушумларини таъминлаш жуда долзарб масала. Ташқи бозорларда талабнинг кескин камайиши экспортчи корхоналаримизга жиддий таъсир қилмоқда. Шу муносабат билан, бешинчи устувор йўналиш ўлароқ, Инвестициялар ва ташқи савдо вазирлигига экспорт кўрсаткичини 2019 йилгидан кам бўлмаган миқдорда таъминлаш бўйича қўшимча чоралар кўриш юзасидан топшириқлар берилди.

Мамлакатимизда кичик бизнес иқтисодиётнинг ўсиш нуқтаси этиб белгиланди, тадбиркорларга эркин рақобат муҳитини яратиш учун хусусий мулкчиликни ҳимоя қилишга қаратилган суд-ҳуқуқ тизимини ислоҳ этиш зарурлиги таъкидланди.

Юқори технологияли тармоқларда кичик бизнес ҳиссаси камлиги қайд этилиб, бундай субъектларни давлат томонидан рағбатлантириш механизмини ишлаб чиқиш вазифаси қўйилди. Ҳудудларда кичик саноат зоналари ташкил этиш бўйича топшириқлар берилди.

Маълумки, 2020 йил 8 июнь куни Президентимиз ҳузурида ўтказилган тақдимот чоғида рақамли технологияларни тезкор ривожлантириш, уларни барча тармоқларда кенг жорий қилиш вазифалари келишиб олинган эди. Бу борадаги ишларни бугун белгиланган саккизинчи устувор йўналишга мувофиқ ташкил қилиш лозимлиги кўрсатиб ўтилди.

Бугунги кунда айтиш мумкинки, хизмат кўрсатиш соҳаларида меҳнат ресурслари бандлиги муаммолари ва янги иш ўринларининг яратилиши ҳисобига ишсизлар сони бир мунча қисқармоқда. Бозор иқтисодиётини амал қилиши ва ривожланиши унинг элементлари бўлмиш меҳнат бозори, бандлик, ишсизлик кабиларни амал қилишини тақозо этади. Бу ҳолат мамлакатимиз ҳукумати томонидан қабул қилинган ҳуқуқий–меъёрий хужжатларда ҳам ўз аксини топган.

2020 йил 31 июль ҳолатига ўзини ўзи банд қилганларнинг умумий сони мамлакатимиз бўйича 201283 нафарни ташкил этди. Ҳудудлар кесимида етакчи учлик – Самарқанд, Наманган ва Бухоро вилоятларидир.

Ўзини ўзи банд қилганлар учун мавжуд бўлган 67 турдаги фаолиятдан **Ахборот коммуникация йўналиши бўйича хизматлар** (ижтимоий тармоқлардаги фаолият, дастурий таъминот, мобил иловалар ва веб сайтларнии ишлаб чиқиш, матнни яратиш ва ишлов бериш) - 2 995 нафар шахс ўзини ўзи банд қилган.

Энг оммабоп – **Маиший хизматлар** (сартарошлик, маникюр, косметолог, педикюр, уйда кир ювиш ва дазмоллаш, калитлар тайёрлаш, пойабзал тикиш, таъмирлаш ва бўяш хизматлари). Мазкур йўналишда 54 932 нафар аҳоли банд.

Қишлоқ хўжалиги йўналиши бўйича хизматлар (чорва молларини

ўтлатиш, уларни парвариш қилиш, қишлоқ хўжалик ўсимликларини экиш ва парвариш қилишда томорқа эгаларига ёрдам бериш) соҳасида эса 42 947 нафар шахс ўзини ўзи банд қилган.

Саноат йўналиши бўйича хизматлар (ёғоч меъморчилиги, сантехника хизмати, электр монтаж ишлари, макулатура, пластик идиш, темир терсак тўплаш ва қўшимча хомашё тўплаш) билан 34 768 нафар шахс шуғулланмоқда.

Ижтимоий йўналишлар бўйича хизматлар (уйда репетиторлик қилиш, болаларга қараб туриш ва уларни парвариш қилиш, уй хўжалигини юритиш, хоналарни тозалаш, халқ табобати) соҳасини 33 837 нафар шахс маъқул топган.

Халқ истеъмоли моллари ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатишда (нон, уйда поп-корн, музқаймоқ, салатлар, салқин ичимликлар, айрон, гўжа ҳамда деҳқон бозорларида қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сотиш) 31 788 нафар фуқаро рўйхатдан ўтди.

Ўзини ўзи банд қилишнинг афзалликлари ҳақида эслатиб ўтилган:

меҳнат фаолияти натижасида олган даромадлар жисмоний

- шахслар жами даромадлари таркибига киритилмайди;
- бир йилда бир марта ижтимоий солиқ тўлаш кифоя (2020 йил учун энг камида 111 500 сўм);
- ўзини ўзи банд қилган шахслар учун назарда тутилган фаолият турлари билан шуғулланувчи, иштирокчилари сони камида уч нафар бўлган оилавий корхоналар айланмадан солиқни белгиланган миқдордан 50 фоизга камайтирилган ставкада тўлайдилар.

Маиший хизмат корхоналари, хизмат кўрсатиш соҳаларининг бошқа тармоқлари (масалан, савдо, умумий овқатланиш, болалар муассасалари, турар жой, коммунал хўжаликлари ва ҳ. к) билан биргаликда хонадон хўжалигида бажариладиган айрим ишлар ва хизматларни аста-секин ижтимоий ишлаб чиқариш ва умумий хизмат кўрсатиш шакллари билан алмаштириб боради.

ЯИМда хизматлар соҳасининг улиши 2019 йилга келиб сезиларли даражада пасайишини кўришимиз мумкин. Ўтган йилнинг мос даврига нисбатан бу кўрсаткич 2,6 фоизга тушиб кетганлигини кўришимиз мумкин.

Самарқанд вилоятида ЯҲМ ҳажми жорий нархларда 18319,5 млрд. сўмни ташкил этди ва 2018 йил билан таққослаганда 2,5 % га ўсди. Ушбу ҳудудда қишлоқ, ўрмон ва балиқ хўжалигида - 101,4 % (ЯҲМ таркибидаги улуши - 32,2 %), саноатда - 102,2 % (16,5 %), хизматлар соҳасида - 104,5 % (51,3 %) ижобий ўсиш суръатлари қайд этилди. қурилиш тармоғида эса, бажарилган ишлар ҳажмининг камайиши қайд этилди, яъни 2018 йилга нисбатан 95,6 % ни ташкил этди (ушбу тармоқнинг ЯҲМ таркибидаги улуши - 5,9 %). Аҳоли жон бошига ЯҲМ 0,6 % га ўсди ва 4970,4 минг сўмни ташкил этди.

Ўзбекистон республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясида “янги иш ўринларини яратиш ҳамда аҳолининг, энг аввало, ўрта махсус ва олий ўқув юртлари муассасалари битирувчилари бандлигини

таъминлаш, меҳнат бозори мутоносиблигини ва инфратузилмаси ривожланишини таъминлаш, ишсизлик даражасини камайтириш” борасида устивор вазифалар белгилаб олинди. Бу каби белгилаб олинган устивор вазифалар маиший хизмат кўрсатиш соҳасида мамлакатимизда олиб борилаётган ижтимоий-иқтисодий сиёсатнинг яққол далилидир.

Жумладан: 2018-2019 йилларда Самарқанд вилоятида комплекс ривожлантириш дастури ишлаб чиқилди, унинг доирасида хизмат кўрсатиш соҳаси бўйича амалга ошириладиган лойиҳаларининг йўналишлари белгилаб олинди.

Дастурда белгиланишича 2019 йилда вилоятда хизматлар соҳасида 4321 та янги иш ўрни, шундан маиший хизмат кўрсатиш соҳасида 127 та янги иш ўрни яратилади. Ҳозирги вақтда аҳоли бандлигини таъминлаш мақсадида олиб борилаётган чора тадбирларга қарамасдан маиший хизмат кўрсатиш соҳасида бандликни таъминлашда ўзига хос муаммолар мавжуд. Бу вилоятимиз тармоқлар, соҳалар ҳамда ҳудудлар кесимида яққол номоён бўлмоқда. Нисбатан аҳоли сони кам бўлган ҳудудларда (Нуробод, Қўшработ) меҳнат бозорида ишчи кучи талаби ва таклифи ўртасидаги мувозанат бузилмоқда. Шунингдек, бозор хўжалигини юритиш шароити унинг субъектлари ўртасидаги (яъни иш берувчилар ва ишловчилар) рақобатни кучайишига сабаб бўлмоқда. Ушбу ҳолатлар ҳозирги вақтда маиший хизмат кўрсатиш соҳасида бандликни ривожлантириш омилларини, уни бошқариш хусусиятларини тадқиқ этишни зарур қилмоқда.

Бунинг учун бизнинг фикримизча биринчи навбатда иқтисодий тадқиқот бошқарув объекти сифатида бандлик билан боғлиқ бўлган асосий тушунчаларнинг иқтисодий мазмунини аниқлаш, унинг моҳиятини англаш мақсадга мувофиқдир.

Хулоса сифатида шуни эътироф этиш мумкинки, меҳнат ресурслари нисбатан кўп бўлган мамлакатимизда аҳолини самарали бандлигини таъминлаш бўйича методологик асосларини ишлаб чиқишда юқоридаги концепцияларни инобатга олиш тўлақонли бандлик сиёсатини амалга оширишда муҳим аҳамиятга эга.

Ш.А.Бегматова – ТДИУ катта ўқитувчи
С.Н.Нормуродов – ТАҚИ магистранти
Ш.Қ.Ҳолиёрова – ТДИУ талабаси

ЗАМОНАВИЙ РАҚОБАТ ШАРОИТИДА ИННОВАЦИОН САЛОҲИЯТ ВА ИННОВАЦИОН ФАОЛЛИКНИ ОШИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада глобаллашув шароитида инновацион соҳа учун рақобатдош кадрлар тайёрлашни ривожлантириш йўналишлари, илмий меҳнат нуфузлилигини ошириш масалалари юзасидан фикр-мулоҳазалар келтирилган ҳамда илмий салоҳиятни кўтариш бўйича илмий асосланган тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: миллий иқтисодиёт, миллий таълим тизими, инноваацион тараққиёт, инсон капитали, интелектуал салоҳият.

Аннотация: В статье представлены отзывы о развитии конкурентоспособной подготовки к инновациям в условиях глобализации, вопросы повышения престижа научной работы, а также научно обоснованные рекомендации по наращиванию потенциала.

Ключевые слова: национальная экономика, национальная система образования, инновационное развитие, человеческий капитал, интеллектуальный потенциал.

Abstract: This article provides feedback on the development of competitive training for innovation in the context of globalization, the issues of increasing the prestige of scientific work, as well as scientifically based recommendations for capacity building.

Keywords: national economy, national education system, innovative development, human capital, intellectual potential.

Жаҳон бозорида рақобатбардош бўлиш учун аҳолининг билими, иқтидори ва қувватидан фаол фойдаланиб арзон ва сифатли маҳсулот ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш бугунги давр талабидир. Бунда миллий иқтисодиётни инновацион ривожлантириш табиий ресурсларни ишлатишга асосланган иқтисодиётдан, инсон билимлари каби энг қувватли такрор ишлаб чиқариш ресурсларига асосланган тараққиётга ўтиш муҳим аҳамиятга эга. Зеро, хозирги даврда давлатнинг халқаро ҳамжамиятдаги ўрни унинг интелектуал салоҳияти, янги билимларни яратиш ва улардан самарали фойдаланиш имконияти ва қобилияти билан ўлчанмоқда.

Илмий фаолият давлат сиёсатининг энг фаол соҳаси ҳисобланади. Жаҳон бозорларида илмий-инновацион салоҳият кўрсаткичларини оширишнинг янгича ёндошувлари вужудга келаётган вақтда Ўзбекистонда ҳам бу жабҳада туб ислоҳотлар амалга оширилмоқда. Бу ислоҳотларнинг барчаси инсон омилини ҳар қачонгидан ҳам юқори савияга кўтариб, унинг кучи идроки, салоҳиятини бевосита тараққиёт ривожланиш ва цивилизация билан боғлаб, долзарб масалага айлантирмоқда. Шу боис инновацион фаолиятни ташкил этиш, шакллантириш, уни стратегик бошқариш жараёнлари билан боғлиқ муаммоларни илмий ва амалий ҳал этиш алоҳида аҳамият касб этиб, миллий иқтисодиётни ислоҳ қилишда илмий-инновацион салоҳият кўрсаткичларини ошириш йўналишларини тадқиқ этиш энг долзарб муаммолардан бири ҳисобланади.

Президентимиз ташаббуси билан қабул қилинган 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида демократик ислоҳотларни чуқурлаштириш, етакчи тармоқларни модернизация ва диверсификация қилиш асосида мамлакат иқтисодиётининг рақобатбардошлигини ошириш борасида соҳалар кесимида барча ҳудудларда кенг кўламли ислоҳотлар олиб борилмоқда. Жумладан, сўнгги икки, уч йилда мамлакатимизда умуммиллий бойликнинг ажралмас қисми ҳисобланган инсон капитали ривожига эътибор ошиб, кадрлар тайёрлашда сифатга, ҳудудий жиҳатларга эътибор кучайтирилмоқда. Хусусан, мамлакатимизда илм-фанни янада равнақ топтириш, ёшларимизни чуқур билим, юксак маънавият ва маданият эгаси этиб тарбиялаш, рақобатбардош иқтисодиётни шакллантириш борасида бошлаган

ишларимизни жадал давом эттириш ва янги, замонавий босқичга кўтариш мақсадида, юртбошимиз 2020 йилга “Илм-маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили” деб ном бердилар.

Президентимизнинг 2018 йил 21-сентябрдаги “Ўзбекистон Республикасини 2019-2021 йилларда инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида“ги қарорларида “Мамлакатнинг халқаро майдондаги рақобатбардошлик даражасини ва инновацион жиҳатдан тараққий этганини белгиловчи асосий омил сифатида инсон (ақлий) капиталини ривожлантириш-стратегиянинг бош мақсади” этиб белгиланди. **[1]** Шунингдек, юртбошимизнинг “Биз таълим ва тарбия тизимининг барча бўғинлари фаолиятини бугунги замон талаблари асосида такомиллаштиришни ўзимизнинг биринчи даражали вазифамиз деб биламиз” деб айтилган сўзларида ҳам миллий кадрлар тайёрлашга алоҳида урғу берилаётганлигини кўришимиз мумкин. **[2]**

Миллий таълим тизимида амалга оширилаётган ислоҳотлар туфайли мамлакатимизда олий таълим муассасалари таркибида ижобий ўзгаришлар содир бўлмоқда. Қайд этиш жоизки, ҳозир Ўзбекистонда 117 та олий таълим муассасаси фаолият юритмоқда. Мактаб битирувчиларини олий таълим билан қамраб олганлик даражаси 2018/2019 ўқув йилида 15 фоизни ташкил этди. Мактабгача таълимни ривожлантириш борасида бошланган ислоҳотлар натижасида, ўтган йили 5 минг 722 та давлат, хусусий, оилавий болалар боғчаси ташкил қилинди. Хусусан, 2019 йилда мутлақо янгича мазмун ва шаклдаги 4 та Президент мактаби, 3 та ижод мактаби иш бошлади. Мактаб битирувчиларини олий таълим билан қамраб олиш даражасини 2020 йилда камида 25 фоизга ва келгусида 50-60 фоизга етказиш, олий ўқув юртларига талабалар қабул қилиш давлат грантларини 2 баробар кўпайтириш, олий таълимда ўқув жараёнини кредит-модуль тизимига ўтказиш, олий ўқув юртларига босқичма-босқич академик ва молиявий мустақиллик бериш, камида 5 та олий таълим даргоҳини конкурс асосида танлаб, нуфузли хорижий олий таълим даргоҳлари билан ҳамкорликда, уларни трансформация қилиш режалаштирилмоқда. Олий таълимни ривожлантириш учун ўтган йили 19 та олий ўқув юрти, жумладан, 9 та нуфузли хорижий университет филиали очилди. Етакчи хорижий университетлар билан ҳамкорликда 141 та қўшма таълим дастури бўйича кадрлар тайёрлаш йўлга қўйилди. Олий таълим муассасаларига 146 минг 500 нафар ёки 2016 йилга нисбатан 2 баробар кўп талаба ўқишга қабул қилинди.**[3]**

Мамлакатимизда олий таълим тизимининг такомиллашуви билан бир қаторда олий ўқув юртидан кейинги таълимга ҳам катта эътибор қаратилмоқда. Ушбу тизим ўзига хос ривожланиш тарихига эга бўлиб, 1992-2012 йилларда икки поғонали (фан доктори ва фан номзоди), 2013-2017 йилларда бир босқичли (фан доктори) ва 2017 йилнинг 1 июлидан бошлаб яна ҳозирга қадар икки поғонали (фан доктори (DSc) ва фалсафа доктори (PhD)) тизимида фаолият кўрсатмоқда. Республика ёшларининг таълим муассасалари ва олий таълимдан кейинги таълим институтларида ҳудудлар

кесимидаги тақсимоти 1-жадвалда келтирилган. **[4]**

Ўзбекистонда олий ва ўрта махсус таълим масканлари битирувчиларини олий таълим билан қамраб олиш ўтган даврда 9-10 фоиз даражасида сақланиб келинаётган эди. Сўнги икки йилда кўрилган чора-тадбирлар натижасида, бу кўрсаткич 2019/2020 ўқув йилида 20 фоизни ташкил этди. Дунёдаги ривожланган давлатлар билан солиштирадиган бўлсак, бу кўрсаткич уларда 60-70 фоизни ташкил этади. Ўзбекистон жаҳон тадқиқотларининг 0,02 фоизини амалга оширади ва улар далил қилиб келтиришда паст кўрсаткичларига эга. Олимлар ва тадқиқотчилар иш билан банд аҳолининг кичик қисмини ташкил этади (0,12%), уларнинг мутлақ сони эса-16,7 минг киши холос. Юртимиз "Халқаро ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш индекси" бўйича 2019 йилда 8 поғонага кўтарилган бўлса-да, ҳали жудаям орқадамиз. Шунингдек, Ўзбекистон юқори технологияли ва тадқиқот-талаб маҳсулотларнинг соф импортчиси бўлишига қарамай импортнинг умумий ҳажмида у фақат 6,2 фоизни ташкил этмоқда. **[4]**

Инсон, унинг салоҳятини кашф этиш ҳамда уни маълум мақсадларга эришиш йўлида сафарбар қилиш каби вазифаларни тўлақонли бажаришимиз мамлакатимиз тараққиётини асосини ташкил этади. Олиб борилган тадқиқот-лар мамлакатимизда қуйидаги муаммолар мавжудлигини кўрсатмоқда:

-таълим даражисининг етишмаслиги Ўзбекистонда инновацион ривожланишга тўсқинлик қилади: таълимга йўналтирилган инвестициялар ривожланган мамлакатлардагига қараганда 10 баравар паст давлат томонидан қўллаб-қувватланадиган дастурларнинг мавжудлиги ва иш ҳақининг йиллик ўзгариши мавжуд бўлишига қарамасдан ўқитувчиларнинг иш ҳақининг пастлиги (ривожланган мамлакатлардаги ўқитувчиларникидан 30 баробар паст) **[5]** буларнинг барчаси моддий-техника базасининг сустлиги ва компьютер синфларининг етишмаслиги билан мураккаблашади;

-асосий воситаларнинг эскириши юқори даражада бўлган эски таълим инфратузилмаси: 3644 та мактаб (38%) капитал таъмирга муҳтож, мактабларнинг фақат 37% замонавий компютер техникаси мавжуд, 7% и эса интернет тармоғидан фойдаланиш имкониятига эга; **[5]**

-таълимга инвестицияларнинг етишмаслиги таълим муассасаларининг моддий-техника базасига салбий таъсир кўрсатмоқда. Экспертларнинг фикрига кўра, Ўзбекистон Республикасининг барча ҳудудларида сув ва электр таъминоти катта муаммо бўлиб қолмоқда;

-2008 йилдан 2015 йилгача бир талабага тааллуқли ўртача харажатлар 2 баробар кўпайган, **[5]** лекин барибир бошқа ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлардаги ўхшаш кўрсаткичларидан анча паст;

-Ўзбекистон Республикасининг айрим мактабларида синфлардаги ўқувчилар сони 45-50 кишига етади, бу улар учун сифатли таълим олишларига тўсқинлик қилади.

Бу муаммоларни босқичма–босқич бартараф этиш ҳамда Ўзбекис-тонда инновацион ривожланишни таъминлашда инсон омили ва уни фаоллаштириш учун фикримизча, қуйидаги тадбирларни амалга

ошириш лозим:

- таълимнинг барча даражаларида ўқув методологияси ва дастурларини иқтисодиётнинг эҳтиёжларига мослаштириш;
- ривожланган хусусий таълим бозори шаклланишини рағбатлантириш;
- эксперементал ва инновацион дастурларни амалга оширадиган мактаблар тармоғини яратиш;
- талабаларнинг ўқишдан узулишсиз ишлашига имкон берадиган таълим лойиҳаларини ривожлантириш;
- юқори малакали ходимларнинг улушини ошириш учун илмий даража олишни рағбатлантириш, шароитларини яхшилаш;
- ОТМлар сонини (филиалларини) кўпайтириш;
- онлайн таълимни фаол равишда жорий этиш;
- юқори малакали кадрларнинг чет элга чиқиб кетишини олдини олиш борасида чора-тадбирлар кўриш;
- барча даражада таълим сифати ва қамровини ошириш, узлуксиз таълим тизимини ривожлантириш, кадрлар тайёрлаш тизимининг иқтисодиёт эҳтиёжларига мослашувчанлигини таъминлаш;
- илмий тадқиқотлар ва ишланмаларнинг илмий салоҳиятини мустаҳкамлаш ва самарадорлигини ошириш, илмий-тадқиқот, тажриба-конструкторлик ва технологик ишлар натижаларини кенг жорий этиш учун таълим, илм-фан ва тадбиркорликни интеграция қилишнинг таъсирчан механизмларини яратиш;
- инновациялар, илмий-тадқиқот, тажриба-конструкторлик ва технологик ишларга давлат ва хусусий маблағлар киритилишини кучайтириш, бу соҳалардаги тадбирларни молиялаштиришнинг замонавий ва самарали шаклларини жорий этиш;
- мулкчилик ҳуқуқлари ҳимоясини таъминлаш, рақобатбардош бозорлар ташкил этиш ва бизнес юритиш учун тенг шарт-шароитлар яратиш, давлат-хусусий шериклигини ривожлантириш;

Хулоса қилиб айтганда, инсон инновацион тараққиётнинг асосий омилига айланиши учун унинг ривожланишини комплекс равишда тизимнинг барча унсурларидаги жараёнларни ҳисобга олиб, бир-бирини тўлдирган ҳолда амалга ошириш мақсадга мувофиқ бўлади.

Фойдаланган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикасининг 2018йил 21 сентябрдаги “2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5544-сонли фармойиши.
2. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. – Тошкент: “Ўзбекистон”. 2017 й.
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 2020 йил 24 январь.
4. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси “2018 йилда Ўзбекистон республикасининг илмий-техникавий салоҳияти ва инновациялар ривожланишининг кўрсаткичлари”. – Тошкент: 2019 (2019 йил 1 январь ҳолатига кўра).
5. https://www.caple.co.uk/broadband/speed/worldwide-speed-league/

У.Ч.Худойқулов – СамДАҚИ, “Иссиқлик газ таъминоти, вентиляция ва сервис” кафедраси катта ўқитувчиси

САМАРҚАНД ШАҲРИДА ТАБИИЙ ГАЗ ЕТКАЗИБ БЕРИШ ТАРТИБИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация. Мазкур мақола аҳоли, ташкилот ва корхоналарнинг табиий газ таъминотини такомиллаштириш масаласига бағишланган. Унда муаллифнинг Самарқанд шаҳрида кунлик газ сарфининг ойлар ва кунлар бўйича ўзгаришини тадқиқ қилиш натижалари келтирилган.

Калит сўзлар: газ таъминоти, газ таъминоти тизими, истеъмол нотекислиги, истеъмол меъёри.

Аннотация. Данная статья посвящена вопросу совершенствования газоснабжения населения, предприятий и организаций. В ней приводятся результаты исследования автора суточного расхода газа в городе Самарканде по месяцам и дням.

Ключевые слова: газоснабжение, система газоснабжения, неравномерность газопотребления, нормы потребления.

Abstract. This article is devoted to the issue of improving gas supply to the population, enterprises and organizations. It presents the results of the author's study of the daily gas consumption in the city of Samarkand by months and days.

Keywords: gas supply, gas supply system, uneven gas consumption, consumption rates.

Коммунал-маиший хизматлар аҳолининг турмушида энг асосий ўринлардан бирини эгаллайди. Айниқса табиий газ билан таъминлаш хизматларини ташкил қилиш турмуш сифатининг даражасини белгиловчи мезонлардан ҳисобланади. Шу билан биргаликда, куз-қиш мавсумида шаҳар аҳолисини ўйлантирадиган биринчи муаммо ҳам хонадонларга газ етказилишига ишонч хосил қилишдир. Сир эмаски, бугунги кунда ушбу муаммо ўз ечимини топган деб ҳисобланмайди.

Иккинчи томондан табиий газ миллий бойлик бўлиб, уни самарасиз сарфлаш нафақат иқтисодий жиҳатдан катта йўқотишларга олиб келади, балки келажак авлоднинг ҳақидан фойдаланиш ҳолатига олиб келади. Шунинг учун газни етказиб беришда “қанча кўп бўлса шунча яхши” тамойили бўйича фикрлашдан йироқ бўлиш лозимлигини барчамиз яхши тушунамиз.

Газ таъминоти тизимини такомллаштириш, унинг самарадорлигини ошириш хорижий олимларнинг изланишларида ҳам ўз аксини топмоқда. Охирги йилларда аҳоли пунктларини газ билан таъминлаш тизимларини, газни етказиб бериш техник тизимларини такомиллаштиришга қатор тадқиқотлар олиб борилган. Бизнинг изланишларимиз мамлакатимизда аҳоли яшаш пунктларида, хусусан шаҳарларда газ таъминоти тизимини такомиллаштириш муаммосига бағишланган.

Ўзбекистонда табиий газни истеъмолчиларга етказиб бериш асосан қувурлар орқали амалга оширилади. Қувурлар газ босими бўйича юқори, ўрта ва паст босимли бўлса, тизимдаги ўрни бўйича магистрал ва тақсимловчи

турларга бўлинади. Хизмат кўрсатиш доираси бўйича уларни “Узтрансгаз” АЖ, “Ҳудудгазтаъминот” АЖ ва якуни истеъмолчилар тасарруфидаги қувурларга ажратиш мумкин. Табиий газ етказиб бериш бўйича қувурлар тизимининг ҳар бир участкасида масъулият шу ташкилотлар зиммасида бўлади.

Аҳоли яшаш пунктларида, хусусан шаҳарларда газ таъминоти қувурлари ва техник инфратузилмаси “Ҳудудгазтаъминот” АЖнинг маҳаллий бўлимларига қарашли бўлади. Ушбу ташкилотларнинг вазифаларига нафақат табиий газни етказиш, ҳисобга олиш ва ҳисоб-китобларни амалга ошириш, балки қувурлардан фойдаланиш хавфсизлигини таъминлаш ва назорат қилиш, истеъмолчиларга қўшимча хизматлар кўрсатиш ҳам киради.

Самарқанд шаҳрида газ таъминотини ташкил қилиш “Ҳудудгазтаъминот” АЖнинг Самарқанд шаҳар бўлими амалга оширилади. Ташкилотнинг хизмат кўрсатиш ҳудудида 121 мингдан ортиқ хонадонлар ва ўнлаб саноат корхоналари бўлиб, кенг тарқалган газ таъминоти қувурлар тизими мавжуд. Истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини қондириш мақсадида ташкилотда қувурлар ҳолатини назорат қилиш тизими шакллантирилган. Аҳолининг ўсиши, газ истеъмоли йўналишларининг кенгайиши, тадбиркорликнинг жадал ривожланиши газ таъминоти тизимининг мураккаблашишига олиб келмоқда. Ушбу тизимнинг асосий вазифаси – газни истеъмолчиларга етарли ҳажмда етказиш масаласи мазкур мақоламиз предметидир.

Самарқанд шаҳрида табиий газ истеъмолини таҳлил қилишда бизлар аввало охирги йилларда сарфланган табиий газ умумий миқдорини ўрганамиз (1-жадвал).

1 - жадвал

Самарқанд шаҳрида истеъмолчилар томонидан табиий газнинг сарфланиши, млн.куб.м.

Истеъмолчиларнинг турлари	Йиллар				
	2015	2016	2017	2018	2019
Жами Самарқанд шаҳри бўйича, шу жумладан:	514,0	510,3	525,2	551,3	534,1
1.Корхона ва ташкилотлар	106,3	121,0	154,1	152,7	154,0
2.Аҳоли истеъмоли учун	407,7	389,3	371,1	398,6	380,1

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, корхона ва ташкилотлар томонидан газдан фойдаланиш ҳажмлари мунтазам равишда ошиб бормоқда. Таҳлил қилинган давр ичида табиий газнинг сарфи 106,3 млн. кубометрдан 154 млн.кубометргача (144,8%) ошган. Аҳоли томонидан эса 2018 йилгача истеъмол ҳажми ошиб бориб 2019 йилда камайиши кузатилмоқда (398,6 дан 380,1 млн.кубометргача). Бунинг иккита сабаби мавжуд, яъни шаҳарнинг олтита узоқ жойлашган маҳалласини баллонли суюлтирилган газ таъминотига ўтказиш ҳамда истеъмолчиларни табиий газ ҳисоб назоратининг автоматик тизими (ТГҲНАТ) хизматига улаш натижасида газ сарфини иқтисод қилишдир.

Табиий газ сарфининг муҳим кўрсаткичи – бу истеъмолнинг бир маромдалик (ритмлилик) кўрсаткичидир. Бунинг учун Самарқанд шаҳрида

2019 йилнинг ойлари бўйича табиий газ сарфини таҳлил қилиш мақсадга мувофиқдир. Маълумотларининг таҳлили Самарқанд шаҳри бўйича газ сарфи белгиланган меъёрдан ортиқ эканлигини кўрсатиб берди (2-жадвал).

Жадвал маълумотларининг таҳлили қуйидаги дастлабки хулосаларга асос бўлмоқда. 2019 йил давомида деярлик барча ойларда ҳақиқий кунлик газ сарфи меъёрдан ортиқ бўлган. Фақат август ва сентябрь ойларида ҳақиқий кунлик сарфи меъёрдан бироз кам бўлган. Газ сарфининг четланишини кўрадиган бўлсак энг катта фарқ октябр, феврал ва март ойида кузатилган. Табиий газнинг энг катта кунлик сарфи қиш ойларига, яъни январ (1867 куб.м), феврал (1931 куб.м.) ва декабр (1889 куб.м.) ойларига тўғри келали. Газнинг энг кам сарфи май, июн, июл ва сентябр ойларида кузатилган.

2 - жадвал

2019 йилда Самарқанд шаҳри бўйича табиий газ етказиб берилишининг ўртача кунлик миқдори (куб.м.)*

Ойлар	Етказиб бериш меъёри, $м^3$	Ҳақикий етказиб берилган, $м^3$	Фарқи +,-
Январ	1816	1867	+ 51
Феврал	1680	1931	+ 251
Март	552	817	+ 265
Апрел	660	749	+ 89
Май	304	336	+ 32
Июн	388	412	+ 24
Июл	350	380	+ 30
Август	635	627	- 8
Сентябр	403	396	- 7
Октябр	475	912	+ 437
Ноябр	1350	1418	+ 68
Декабр	1775	1889	+ 114

*- жадвал муаллиф томонидан “Ҳудудгазтаъминот” АЖ Самарқанд шаҳар бўлими маълумотлари асосида тузилган.

Шуниси эътиборлики, табиий газ истеъмолининг ёздаги кунлик меъёри қишникидан 4-5 баробар камдир. Табиий газ истеъмолини меъёрлаштиришнинг ўзига хослиги шундаки, улар маълум муддатга тасдиқланади ва шу вақт ичида деярлик ўзгармайди. Ойлар бўйича истеъмол нотекислигини юқоридаги омиллар таъсири сабабли бўлганлиги билан изоҳлаш мумкин. Ушбу жадвалнинг маълумотларига асосланиб бизлар табиий газ сарфида қонуниятларни аниқлаш вазифасини кўриб чиқдик. Кунлик газ сарфи нотекислигини аниқ баҳолаш учун бизлар математик статистика услубиётидан фойдаландик ва қуйидаги натижаларни олдик (3-жадвал).

Ушбу жадвалдан кўриниб турибдики, газ етказиб беришнинг ҳақиқий ҳолати режалаштирилгандан анча фарқ қилади, яъни газ таъминотида ритмлилик даражаси қониқарли эмас. Ўртача четланиш миқдорлари жуда катта интервалда ўзгариб бормоқда. Шундан хулоса қилиш мумкинки,

3-жадвал

2019 йилда табиий газни истеъмол қилиш меъёридан математик ўртача четланишнинг ва дисперсиясининг ойлар бўйича миқдори.

Ойлар	Танлама ўртача четланиш ($\bar{\chi}_B$)	Дисперсия (D_B)
Январ	4,933	7,865
феврал	21,075	86,369
Март	55,33	794,941
Апрел	21,0	244,0
Май	14,83	75,871
Июн	14,5	10,575
Июл	12,095	28,660
Август	19,353	125,366
Сентябр	13,33	317,261
Октябр	98,7	3354,81
Ноябр	16,165	41,142
Декабр	10,0	2095,0

истеъмолчиларга газ етказиб меъёрларини ишлаб чиқиш ва қўллаш соҳасида такомиллаштириш имкониятларидан тўлиқ фойдаланилмаган.

Юқоридаги газ таъминотидаги четланишларнинг келиб чиқиш омилларини таҳлил қилишни ўрганиш уларнинг иккита асосий манбасини аниқлашга имкон берди: истеъмолнинг нотекислиги омиллари ҳамда меъёрларни белгилашдаги омиллар.

Истеъмол нотекислигининг асосий омиллари аҳоли ва ташкилот мутахассисларининг газдан фойдаланиш маданиятининг пастлиги, ҳамда газ истеъмоли меъёрларига риоя қилиш муаммоси билан боғлиқдир.

Истеъмол меъёрларини белгилаш омиллари газ таъминотининг иккита тизим ўртасида ахборот алмашиш тартибининг номукаммаллиги билан боғлиқдир. Газга бўлган эҳтиёж кескин ўзгарганда тизимнинг реакцияси етарли бўлмаганлиги четланишларни келтириб чиқаради. Бизнинг фикримизча, ушбу масалада ахборот технологияларидан кенг фойдаланиш катта самара бериши мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1.Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 18 июндаги “Табиий газ ва электр энергиясини сотиш механизмини такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 6010-сонли Фармони.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 24 сентябрдаги “Табиий газ назорати ва ҳисобининг автоматлаштирилган тизимини жорий этиш” лойиҳасини амалга оширишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-4840-сон Қарори.

3. Боярко А.В. Совершенствование управления развитием услуг газоснабжения населения (на примере Республики Башкортостан). Автореферат. - Екатеринбург, 2004 г. – 24 с.

4. Джафаров Т.В. О повышении надёжности систем газоснабжения. – Нефтегазовое дело, 2009. http://www.ogbus.ru.

5. Жила В.А. Газоснабжение: Учебник. -М.: Изд-во АСВ, 2014. – 368с.

6. Фокин С.В. Системы газоснабжения: устройство, монтаж и эксплуатация: учебное пособие / С.В. Фокин, О.Н. Шпортько. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: КНОРУС, 2019. – 284 с.

Ж.Элчиев – ҚарМИИ магистранти

САНОАТ КОРХОНАЛАРИДА МЕҲНАТ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ МЕЗОН ВА КЎРСАТКИЧЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада саноат корхоналарида меҳнат самарадорлигини ошириш бўйича мезон ва иқтисодий кўрсаткичлари таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: меҳнат, меҳнат самарадорлиги, мезон, кўрсаткич, саноат корхоналари

Аннотация: В статье анализируются критерии и экономические показатели повышения эффективности труда на промышленных предприятиях.

Ключевые слова: труд, эффективности труда, критерии, показатель, промышленные предприятия.

Abstract: This article analyzes the criteria and economic indicators for improving labor efficiency in industrial enterprises.

Keywords: labor, labor efficiency, criteria, indicator, industrial enterprises

Саноат ишлаб чиқаришнинг ижтимоий ва иқтисодий самарадорлиги назарияси кўплаб олимлар томонидан тадқиқ қилинган. Шунга қарамай унинг айрим жиҳатлари тадқиқ қилинмасдан мунозаралигича қолмоқда. Саноат корхоналарида меҳнат самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмини асосий мезон ва кўрсаткичлари ҳақидаги масалалар шулар жумласидандир. Иқтисодий адабиётларда меҳнат самарадорлигини ўрганиш масаласига анчагина илмий ишлар бағишланган, бироқ улардаги асосий эътибор корхоналарда меҳнат муносабатларини шакллантириш ва ривожлантириш жараёнларига қаратилган.

Саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш жараёнида сарфланган ресурслар ва кўлга киритилган натижани ҳаққоний таққослаш учун меҳнатнинг унумдорлиги асоси ҳамда ишлаб чиқариш самараси сингари тушунчаларни яхлит ижтимоий-иқтисодий тушунча сифатида “меҳнат самарадорлиги” бирлаштиради. Меҳнат самарадорлиги ошиши асосини унинг унумдорлиги ортиши ташкил этса-да, иқтисодий самарадорликка эришмай туриб асосий мақсадни амалга ошириб бўлмайди. Шу сабабдан ҳам, моддий ишлаб чиқаришда меҳнат самарадорлигининг асосини икки тушунча: ижтимоий (ижтимоий-иқтисодий) ва иқтисодий ишлаб чиқариш асослар ташкил этади. Айнан саноат корхоналарида ижтимоий натижаларнинг яхшиланиши меҳнат самарадорлиги сифат даражаларининг кўтарилишига олиб келади. Ижтимоий натижалар самараси иқтисодий тартибдан чиқмаган ҳолда қабул қилинган ёндашувни, яъни муносиб меҳнатни, жумладан, ижтимоий-меҳнат шароитларининг мавжудлиги, муносиб иш ҳақи, жисмоний ва ақлий қобилиятларни ривожлантириш ҳамда меҳнат жараёнидаги имкониятларни ҳисобга олиш ва бошқаларни талаб қилади. Ижтимоий натижаларда нафақат ижтимоий, балки иқтисодий самара ҳам кўзда тутилади. Бу иккиси эса, биргаликда ижтимоий-иқтисодий самарани ташкил этади. Бу ҳолда ижтимоий-иқтисодий самарадорлик тушунчасидан фойдаланиш саноат корхоналардаги турли ишлаб чиқариш жараёни ва улар орасидаги

муносабатларни, биргаликдаги меҳнат ва унинг натижасини қамраб олади. Меҳнатнинг ижтимоий-иқтисодий натижалари одатда адолатлилик тамойили билан узвий алоқада бўлиб: корхона фаолиятининг пировард натижасида қўлга киритилган моддий фойдада инсон меҳнатининг ўрнини пропорционал ҳисоблаган ҳолда адолатли тақсимлаш, асосан бу, моддий ишлаб чиқариш фаолиятида энг муҳим ижтимоий-иқтисодий самарани беради. Бир томондан олганда адолат (асосан, меҳнат натижасини тақсимлашда) саноат корхоналарида меҳнат самарадорлигини оширишнинг энг асосий ижтимоий-иқтисодий омили ҳисобланади. Бошқа томондан қараганда, бу ҳолат ишлаб чиқариш ресурсларидан фойдаланиш, уларга етишиш йўлидаги асоссиз тенгсизлик ва ишлаб чиқариш маҳсулотларидан фойдаланишдаги чекланишлардан холос бўлишга замин яратади. Саноат корхоналари фаолиятида меҳнат натижасининг турли миқдорий кенгайиши ва сифат жиҳатдан яхшиланиши, бир вақтда умумий меҳнат сарфларининг камайишини ва ишчи кучидан унумли фойдаланишни юзага келтиради.

Саноат корхоналарида меҳнатдан олинадиган хақиқий самара уни аниқ бир меҳнат фаолияти сифатида ташкил эта олишликда боғлиқ бўлади. Меҳнат натижасининг самараси, меҳнатнинг якуний натижасига эришишдан кўзга тутилган мақсад учун сарфланадиган ресурсдан фойдаланишни ифода этувчи самарадорлик ҳисобланади. Меҳнат маҳсули бўлган маҳсулот ишлаб чиқаришда инсон томонидан техника-технологиялар ишга солинади, бунинг натижасида бир томондан дастлабки табиий маҳсулот ўз кўринишини ўзгартиради ҳамда истеъмол учун яроқли ҳолатга келтирилиб ўзида қўшимча қийматни, иккинчи томондан, инсон меҳнатини максимал даражада қисқартириш ва фаолият натижаларини максимал даражада оширишни ифода этади. Шу сабабдан ҳам инсон меҳнатининг қисқариши билан унга сарфланадиган сарф миқдори ва меҳнатнинг маҳсулотдаги салмоғи ҳам қисқариб боради.

Асосли равишда, саноат корхоналарида ижтимоий-иқтисодий меҳнат самарадорлиги замирида иқтисодий ишлаб чиқариш натижаси ётади. Шундан келиб чиққан ҳолда, иқтисодий ишлаб чиқариш меҳнат самарадорлигини икки турга бўлиш мумкин: 1) хусусий самара – меҳнат натижасининг умумий сарфлардан устун келиши; 2) барча турдаги меҳнат фаолиятидан унумли фойдаланиш. Натижа ва харажат ўртасидаги математик муносабатлар нафақат “натижа / харажат” тарзида балки “натижа – харажат” кўринишида ҳам бўлиши мумкин. Бу ёндашув самарадорликнинг барча яъни сифат ва миқдор кўрсаткичларини кўриб чиқиш имконини беради: 1) меҳнат сифатида намоён булувчи сифат кўрсаткичлар; 2) алоҳида миқдорий кўрсаткичлар, жумладан, меҳнат унумдорлиги, меҳнат сиғими ва ҳ.к. Сифат кўрсаткичлар меҳнатнинг ижтимоий фойдалилиги ва меҳнат натижаларининг қўйилган талабга жавоб беришини намоён этади. Алоҳида меҳнатни миқдорий тавсифловчи кўрсаткичлар орасида меҳнат унумдорлиги ва инновацион технологиялар билан қўролланганлик кўрсаткичлари муҳим аҳамиятга эга. Меҳнат унумдорлиги маълум бир вақт оралиғида инсонларнинг ишлаб чиқаришдаги меҳнат маҳсулини, замонавий техника-технологиялар билан

қуроланганликни ифода этувчи кўрсаткичлар ишлаб чиқаришда моддий ресурслардан самарали фойдаланиш даражасини ифода этади.

Ижтимоий-иқтисодий меҳнат самарадорлиги бошқа томондан қараганда саноат корхоналарида меҳнат қилаётган инсонларнинг тобора ошиб борувчи эҳтиёжлари кўринишидаги кўрсаткичлар тарзида намоён бўлади. Саноат корхонасининг умумий фаолиятдаги ва унинг аъзоларининг якка тартибдаги барча эҳтиёжларини том маънода қондириш, амалдаги эҳтиёжлар ҳамда реал қондирилиши мумкин бўлган эҳтиёжлар билан биргаликдаги фаолиятларнинг энг муҳим ижтимоий-иқтисодий натижаси сифатида яъни меҳнат билан банд бўлганларнинг турмуш сифати ва якуний меҳнат сифатининг ошишида намоён бўлади.

Механизмдаги ташкилий ва иқтисодий индикаторлар саноат корхоналарининг фаолият хусусиятларини инобатга олган ҳолда ишлаб чиқилди, жумладан, ташкилий индикаторларга: хавфсиз меҳнат шароитларида меҳнат билан банд бўлганлар улуши; бахтсиз ҳодиса ва касб касаллигига дуч келмаган ходимлар улуши; меҳнат қонунчилиги бўйича ҳуқуқлари бузилмаган ходимлар улуши; унумли иш вақти даражаси; асосий воситаларда инновацион технологиялар улуши; лавозим даражасида салоҳиятга эга бўлган ходимлар улуши; меҳнат имкониятларини намоён қилиш имконият даражаси; иқтисодий индикаторларга: ўртача иш ҳақи даражасидан кам бўлмаган иш ҳақини олувчилар улуши; персонал эҳтиёжининг қондирилиш даражаси; меҳнат натижасида юқори меҳнат сифатининг улуши; меҳнат унумдорлиги даражаси; меҳнат сиғими.

Шуни қайд этиш лозимки, ижтимоий-иқтисодий меҳнат самарадорлиги ва иқтисодий ишлаб чиқариш меҳнат самарадорлиги мезонлари ҳамда кўрсаткичлар саноат корхоналарида меҳнат самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмининг устувор вазифалари ва муносиб меҳнат тамойилларини таъминлаш имконини яратади.

M.R.Sobirova – SamISI, MMN-119 guruh magistranti

OILAVIY TADBIRKORLIK – IQTISODIY RIVOJLANISH KALITI

Annotatsiya: Maqolada oilaviy tadbirkorlikning vujudga kelishi va rivojlanishi, oilaviy biznes va xususiy tadbirkorlikning ijtimoiy samaradorligini ta’minlashda manfaatlar ustuvorligi masalasi tahlil etilgan. Mamlakatimizda tadbirkorlikning tarixi. Uning jamiyat rivojlanishiga ta’siri kabi masalalar aniq ma’lumotlar asosida yoritilgan. Unda oilaviy biznesning jamiyat hayotidagi o‘rni va roli aholi farovonligining asosiy kaliti ekanligi ham ko‘rsatib berilgan. Bir so‘z bilan aytganda, inson hayot faoliyati, uning shaxsiy manfaati tadbirkorlik faoliyati zaminida ijtimoiy ahamiyat kasb etishi ko‘rsatib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: tadbirkorlik, savdogarlik, ishbilarmonlik, hunarmandchilik, xususiy mulk, mulkdor, kichik biznes, farovonlik, halollik, to‘g‘ri so‘zlilik, oilaviy tadbirkorlik, inson tabiati, xalq farovonligi, ijtimiy – ma’naviy taraqqiyot,tijoratchilar,

mulkdorlar,kasb-hunar axloqi, bozor iqtisodiyoti, rejali taqsimot, kasanachilik, ijtimoiy – iqtisodiy taraqqiyot.

Аннотация: В статье, написанной на основе законов о предпринимательстве,сделано попитка кратко показать историю возникновения и сущность семейного бизнеса и предпринимательства. Особо отмечено социальное значение семейного бизнеса как основы благо состояния человека и общества в целом, где человеческая деятельность, личные и общественные интересы должны совпадать, переплетаться в ходе своего развития.

Ключевие слова: предпринимательство,занятие ремеслом, частная собственность, собственник, малый бизнес, честность, правдивость, семейное предпринимательство, природа человека, благосостояние народа, социально – духовное развитие, коммерсанты, класс собственников, профессиональная этика, риночная экономика, плановое распределение, народные промыслы, социально – экономическое развитие.

Abstract: This article is devoted to the arising and developing of business undertakings, analysis the social efficiency of providing benefits of steadfast matters the family business and free enterprise. This particular article describes factual materials such as the history of enterprise in our country and its influence on developing society life. In general, it was shown that family business was the key plenty of population and the place and the part in society life. In general, it was explained to gain in social importance on activity of enterprise human vital activity, its personal life.

Keywords: businessman, merchant, skills, usury, occupation craft, private property, owner, small business, key of well-being, profpity, truthful, family business is a key to peoples prosperity, family enter premiership, human nature, peoples, economical – enlightmat development comers man, property owners class, professional ethics marketing, economy planned destitution, handcraft, socio – economical development.

Iqtisodiyot shakllanishining ilk bosqichlarida tadbirkorlik to‘g‘risidagi tasavvurlar kundalik xo‘jalik faoliatini kuzatish jaroyonida vujudga kelgan. Dastlabki tadbirkorlar savdogarlar bo‘lgan. Shu nuqtai nazardan qaralsa, O‘zbekiston hududida tadbirkorlik eramizdan ko‘plab asrlar oldin ham mavjud bo‘lganligi ma’lum bo‘ladi. Mamlakatimizda tadbirkorlik savdogarlikning kuchli rivojlanishi Buyuk ipak yo‘li tashkil topgan dastlabki asrlarga to‘g‘ri keladi.

Mamlakatimiz mustaqillikka erishganidan to bugungi kungacga aynan kichik biznesga bo‘lgan e’tibor, oxirgi yillarda esa aynan oilaviy tadbirkorlikka bo‘lgan e’tiborning kuchayishidan maqsad bu har bir oilaning avvalambor tinch, hotirjam va farovon yashashini ta;minlash maqsadida amalga oshirilmoqda. Mamlakatning rivojlanishi oilalarning tinchligi, farovonligi, bandligi bilan uzviy bog‘liq hisoblanadi. Bu e’tiborni qonun darajasiga ko‘tarilib, 2012-yil “ Oilaviy tadbirkorlik to‘g‘grisidagi “ qonun qabul qilindi. Ushbu qonunning asosiy maqsadi iqtisodiyotning turli sohalarida oilaviy tadbirkorlikni kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning muhim shakli sifatida rivojlantirish uchun zarur qonunchilik bazasini yaratish, oilaviy biznes uchun huquqiy kafolatlarni kuchaytirish va yangi ish joylarini tashkil etishdan iborat. “Oilaviy tadbirkorlik to‘g‘risidagi” O‘zbekiston Respublikasining qonunining qabul qilinishi, mamlakatimizda, avvalo, mahallalarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yanada kengayishi va

rivojlanishiga, uning yalpi ichki mahsulotdagi ulushining oshishiga muhim omil bo‘ladi. Aynan ushbu qonunda oliviy tadbirkorlarning imkoniyatlari, imtiyozlari, huquq va majburiyatlari, davlat tomonidan muhofazaga olinishi va uning kafolatlari keng mazmunda yoritib berilgan.Aynan ushbu qonunning 6 – bobida “Oilaviy korxona faoliyati erkinligining kafolatlari” ko‘rsatilgan. Bularga misol qilib yuqoridagi sanab o‘tilganlarga qo‘shimcha sifatida quyidagilarni keltirish mumkin;

- Oilaviy korxonani davlat tomonidan qo‘llab quvvatlash;
- Oilaviy korxona mol mulkining natsionalizatsiya, musodara va rekvizitsiya qilinishiga yo‘l qo‘yilmasligi;
- Oilaviy korxona faoliaytining erkinligi;
- Oilaviy korxonaga soliq solish xususiyatlari;
- Oilaviy korxona faoliyatini navbatdan tashqari tekshirishlarning cheklanishi;
- Oilaviy korxonaning komunal infratuzilma obektlaridan foydalanishini ta’minlash
- Oilaviy korxonaga bank xizmati ko‘rsatish va uni kreditlash.

O‘zbekiston Respublikasi “ Oilaviy tadbirkorlik to‘g‘risida”gi qonunini qabul qilinganligi O‘zbekistonda oilaviy biznesni yanada rivoj topishini ta’minlaydi va u xususiy tadbirkorlikni merosiy shakli sifatida oilalarning iqtisodiy salohiyati va bandligini oshirishga ko‘maklashadi.

“Oilaviy biznes” deganda yollanma ishchilarni jalb etmasdan oila a’zolari mehnatidan foydalangan holda xususiy tadbirkorlik bilan shug‘ullanish nazarda tutiladi. “Oilaviy ish”ini G‘arbda avloddan avlodga o‘tadigan merosiy biznes sifatida e’tirof etadilar. Uning asosiy motivatsiyasi – kelajak avlodni moliyaviy farovonligini ta’minlash uchun oilaviy ishini tashkil etishdadir. O‘zbekistondagi oilalarda odatda farzand va nevaralarning kelajagi haqida qayg‘urish keng tarqalgan. Biroq bu say’ – harakatlar jamg‘arish xususiyatiga ega. Ya’ni, biz barkamollik davrimizda farzandlarimizni oilaviy va uy – joyli qilishga, bilimdon, kasb – hunarli, ishbilarmon va ish bilan band bo‘lishlariga harakat qilamiz – da lekin ularga ko‘proq tayyor narsalarni qoldirib ketishga intilamiz.Bozor iqtisodiyoti sharoitida kelajak avlodning kasb – hunarimiz negizidagi tadbirkorlik ishimizni qoldirib ketgan taqdirimizda, ularga ko‘proq iqtisodiy manfaat keltirgan bo‘lar edik. Bu maqsadga erishish uchun “Oilaviy tadbirkorlik” alohida ahamiyat kasb etadi, chunki u quyidagi afzalliklarga ega;

1. Umumiy ish tufayli barcha oila a’zolarini birlashtiradiki, bunday hamkorlik esa oilaning yanada jipslashishiga va mustahkamlanishiga olib keladi;
2. Foydani ko‘paytirish va oila budjetini oshirishga intilish
3. Yoshlikdan bolalarni mehnatga, keyin biznesga jalb etish ikoniyati vujudga keladi. Biznesni yuritish bo‘yicha bilim va ko‘nikmalarni ota – onadan. Kattalardan o‘rganish ko‘p hollarad mutaxasislardan oladigan quruq nazariy saboqlardan afzalroqdir.
4. Oilaviy ishni farzandlarga meros qoldirib, ularning barqaror va farovon kelajagini ta’minlash;
5. Oila a’zolarning ish bilan bandligi uzoqlarga ish qidirib ketmasdan, o‘z uyida qolib ishlashni Afzal ko‘rish;

6. Oila a’zolarining mehnatsevarlik, tejamkorlik, tashabbuskorlik, tadbirkorlik, ma’suliyatlilik kabi ijtimiy – iqtisodiy ahamiaytga ega bo‘lgan fazilatlarning shakllanishi.

Mening fikrimcha O‘zbekiston sharoitida oilaviy biznesning eng ma’qul turlari xizmat ko‘rsatish bilan bog‘liq bo‘lishi maqsadga muvofiq bo‘lardi. Istiqbolli oilaviy tadbirkorlik faoliyatlariga quyidagilarni misol qilib keltirish mumkin;

- Novvoylik – ertalab va kechqurun issiq nonlarni buyurtma asosida mijozlar uylariga yetkazib berish xizmati bilan birga;
- Oilaviy qahvaxona, oshxona, to‘yxona, choyxona;
- Go‘zallik saloni;
- Qandolatchilik sehi;
- Tikuvchilik sehi;
- Mebel yasash ustaxonasi;
- Gular va sovg‘alar do‘koni;
- Internet klublar;
- Bolalar kiyim – kechak va o‘yinchoqlar do‘koni;
- Hunarmadchilik mahsulotlari ishlab chiqarish korxonalari;
- Avtoservis xizmati
- Mehmon uylarini tashkil qilish kabi oilaviy tadbirkorlik faoliyat turlarini tavsiya qilish mumkin.

Oilaviy biznesni rivojlantirish evaziga xonadonlarning daromadi oshadi va uy – ro‘zg‘ordagi ayrim pazandalik, bog‘bonchilik, bolalarga qarash, haydovchilik, qorovullik kabi ishlarni bajarish uchun yollanma ishchiarni jalb etis natijasida qo‘shimcha ish o‘rinlari yaratish imkoniyati ham vujudga keladi.

‘Oilviy biznes’’ ning qulayligi va yutuqlari bilan bir qatorda uning kamchiliklari ham mavjud, ular quyidagilardan iborat;

- Ayrim oila a’zolarining nokompetentligi biznesni yaratishda muammolar keltirib chiqaradi.
- Qarindoshlar nazarida isbilarmonlik obro‘sining mavjud bo‘lmasligi, ya’ni ishonchsizlik tufayli tan olinmaslik, psixologik jihatdan oilaviy biznesni yurgizishga halaqit berishi yoki to‘sqinlik qilishi mumkin;
- Shaxsiy va ishbilarmonlik munosabatlarini ajrata bilish, aks holda, barcha oilaviy hayot biznesga aralashib ketib faoliyat davomida tushunmovchiliklar, to‘siqlar yuzaga kelishi mumkin;
- Ko‘pinca oila a’zolarida haddan tashqari jizzakilik va takabburlikning vujudga kelishi to‘sqinliklarga sabab bo‘lishi mumkin.

Oilaviy biznes o‘z samaradorligi bilan xalqaro miqiyosida yuqori nufuzli tadbirkorlik turiga aylangan. Uning negizida xalqaro darajada obro‘li korporatsiyalar yetishib chiqqan, bunga Ford avtomobil korporotsiyasi misol bo‘ladi. Genri Ford “Mening hayotim, mening yutuqlarim” nomli kitobida oilaviy biznesni vujudga kelishi tarixi, an’analari va tajribalari haqida ikoya qilib, oilaviy avtomobilsozlik biznesini tashkil etishda quyidagi tamoyillarga e’tiborini qaratganini ta’kidlaydi;

1. Kelajakdan qo‘rqma va o‘tmishdan saboq olgin, kim kelajakdan qo‘rqsa, u

o‘z faoliyat doirasini yo‘qotadi. O‘tmish bizga rivojlantiis yo‘llari va vositalarini ko‘rsatishi bilan foydalidir.
2. Raqobatga uncha e’tibor berma, kim o‘zini ishini yaxshi uddalasa o‘sha davom ettiraversin
3. Umumiy manfaatga ishlashni shaxsiy naflilikdan ustun qo‘y, daromad nafli ishningasosida emas,balki uning so‘ngida qaror topishi lozim
4. Ishlab chiqarish – arzon sotib olishni va qiymatli sotishni bildirmaydi, bu ko‘proq mo‘taddil narxlar bilan xom – ashyo va materiallarni xarid qilib ularni imkoni boricha kamroq qo‘shimcha harajatlar bilan iste’molchilarga yetkazadigan sifatli mahsulotga aylantirishdir

Qadimdan tadbirkorlik insonlar uchun o‘z hayotini qurish, mustaqil ro‘zg‘or yuritishm tashabbuskorlik bilan mehnat qilib, oilasi, elu yurtining farovonligiga o‘z hissasini qo‘shishning muhim omili bo‘lib kelgan. Qolaversa ishbilarmonlik xalqimizning qon qoniga singib ketgan. Aytish joizki, xonadonlarning oilaviy tadbirkorlik bilan shug‘ullanishi oilalarning mustahkamlanishiga ko‘maklashadi va turmushda uchraydigan turli muammolarni oqilona hal etish imkonini kengaytiradi. Tadbirkorlar oilasidagi turmush bilan bog‘liq ziddiyatlar boshqa oilalardagiga nisbatan ancha kam uchraydi. Ta’kidlash lozimki, tadbirkorlarning yarmidan ortig‘I oilaviy muammoalrni yechish uchun ayni biznes bilan shug‘ullanish yordam berayotganini e’tirof etishmoqda. Oilaviy biznesda odatda, vazifalarning icki taqsimoti yuzaga keladi, unda erkakning ham, ayolning ham va balog‘atga yetgan bolalarning ham mehnatidan foydalaniladi. Binobarin, oilaviy biznesning muvaffaqiyati uyushganlkda, ya’ni hammaning bir biriga yordam berishda, korporativ manfaatlarni birgalikda himoya qilishda va olia inoqligidadir.

Xulosa, shunday qilib merosiy tadbirkorlik shaklidagi “oilaviy biznes” oddiy ish emas, balki u bilan shug‘ullanish uchun tadbirkorlik faoliyat turning xususiyatlaridan kelib chiqqan holda, har bir oila o‘z oila a’zolarining tashabbuskorlik, tashkilotchilik, novatorlik, bozorshunoslik, tavakkalchilik kabi tadbirkorlik qobiliyatlarini rivojlantirib ish tutgandagina muvaffaqiyatga erishishi mumkin. O‘zbekiston Respublikasi “Oilaviy biznes to‘g‘risida”gi yangi qonunni ishlab chiqish va qabul qilish bilan bog‘liq takliflarni amalga oshirganda O‘zbekistonda oilaviy biznes yanada rivoj topadi. Ota – onalar barkamollik yoshlarida o‘z oilaviy ishini boshlab o‘z farzand va nevaralariga meros qoldirib, ularning barqaror va farovon kelajagini hamda o‘zlarining keksaligini ham moliyaviy ta’minlashga erishadilar.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasining “Oilaviy tadbirkorlik to‘g‘risida”gi qonuni; O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2012-y,17 – son, 188 – modda.
2. Oblomurodov N.N. “Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik asoslari” o‘quv qo‘llanma, T.2011.
3. Qulmamatov O.A. “Tadbirkorlik faoliati asoslari” ma’ruzalar matni, T.2015.
4. Ziyonet axborot ta’lim tarmog‘i, www.ziyonet.uz.

Ғ.Зоиров – ҚарДУ магистранти

МЕҲНАТ БОЗОРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ОРҚАЛИ АҲОЛИНИ ИШ БИЛАН БАНДЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ ИЖТИМОИЙ-ИҚТИСОДИЙ АҲАМИЯТИ

Аннотация: Мақолада меҳнат бозори талаб ва таклифни тартибга солиш орқали аҳолини иш билан бандлигини таъминлашнинг ижтимоий–иқтисодий аҳамияти очиб берилган.

Калит сўзлар: меҳнат бозори, меҳнат бозор талаби ва таклифи, аҳолини иш билан таъминлаш.

Аннотация: В статье раскрывается социально-экономическая значимость обеспечения занятости за счет регулирования спроса и предложения на рынке труда.

Ключевые слова: рынок труда, спрос и предложение на рынке труда, занятость.

Abstract: The article reveals the socio-economic importance of providing employment through the regulation of supply and demand in the labor market.

Keywords: labor market, labor market supply and demand, employment.

Ўзбекистонда меҳнат бозорида банд аҳолининг иқтисодиётда банд аҳоли сонидаги улуши тобора ўсиб бормоқда. Лекин у ривожланган мамлакатлар эришган даражага нисбатан ҳали анча кам. Юқоридагилардан келиб чиқиб, Ўзбекистонда ушбу соҳани жадал ривожлантириш кўзда тутилган. Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича қабул қилинган Ҳаракатлар стратегиясида меҳнат бозори соҳасини ривожлантириш ва унда аҳоли бандлигини таъминлаш бўйича муҳим вазифалар белгилаб берилган. Мазкур вазифаларнинг самарали бажарилиши мамлакатимизда меҳнат бозори соҳасини ривожлантириш ва унда аҳоли бандлигини ошириш бўйича хорижий тажрибалардан мақбул фойдаланишни тақозо этади.

Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётида меҳнат бозори соҳасининг аҳоли бандлигини таъминлашдаги роли ошиб бормоқда. Иқтисодиёти юксак ривожланган мамлакатларида иқтисодиётда банд бўлган аҳолининг 70 фоизи меҳнат бозори соҳасида фаолият кўрсатади. Инновацион иқтисодиёт шароитида меҳнат унумдорлигининг тез суръатлар билан ўсиши натижасида хизматлар соҳасида аҳоли бандлигини таъминлаш муаммоларининг долзарблиги янада ошади.

Ўзбекистонлик иқтисодчи олим Қ.Х.Абдураҳмонов “Меҳнат бозори деганда ишчи кучи такрор юзага келишининг барча босқичларида: унинг етиштирилиши (ижтимоий-демографик жиҳат, янги ишчи кучи пайдо бўлиши), айрибошланиши (сотиб олиш-сотиш ҳаракати амалга оширилиши), тақсимланиши (ишчи кучининг ижтимоий, касбий ва ҳудудий кўчиши орқали тақсимланиши) ва меҳнат соҳасида фойдаланилиши босқичларида ходим билан иш берувчи ўртасида кечадиган ижтимоий муносабатлар тизими тушунилиши керак”[1].

[1] Абдураҳмонов Қ.Х. Меҳнат иқтисодиёти. – Т.: Меҳнат, 2009. Б.105.

“Меҳнат бозори” тушунчасини кенг талқин этиш концепцияси тарафдорлари бундай чегаралаш меҳнат муносабатлари соҳасини торайтиради ва бутун жараённи иш жойини излаш билан чеклашга олиб келади деб ҳисоблайдилар. Улар фикрига кўра, “меҳнат бозори”ни кенгроқ маънода кўриб чиқиш учун ҳамма асослар бор, чунки “ходим–иш берувчи” ижтимоий муносабатларининг жамланмаси ижтимоий шериклар улар биргаликда иш тутадиган барча босқичларда, иқтисодий тизимда пайдо бўлиши мумкин бўлган барча вазиятлар, шу жумладан ишлаб чиқариш суръати пасайиши, ишсизлик, корхонанинг ёпилиши, иш ҳақининг камайиши ва бошқа ҳолатларда ўзаро қалин муносабатда бўлишади.

Меҳнат бозори бозор иқтисодиётининг мураккаб, кенг кўламли, ҳаракатчан ва очиқ ижтимоий–иқтисодий тизими эканлигини, бу ерда аҳолининг иш билан банд ва банд бўлмаган тоифалари билан иш берувчи ўртасида улар шахсий муносабатлари, талаб ва таклиф ҳисобга олинган ҳолда контрактлар (шартномалар) асосида меҳнат қилиш қобилиятининг олди–сотдиси содир бўлади деган фикрда[1].

Меҳнат бозори талаб ва таклифни тартибга солишнинг ижтимоий–иқтисодий механизми сифатида номутаносибликка қараганда мувозанат кўпроқ хос бўлган бошқа бозорлардан жиддий равишда фарқ қилади. Агар бошқа бозорларда бозорга тааллуқли бўлмаган омиллар амал этишига қарамасдан талаб ва таклиф нарх–наво орқали мувозанатга келтириб турилса, меҳнат бозорида мутлақо бошқа ҳолатга дуч келинади. Меҳнат бозорлари учун мувозанатга қараганда номутаносиблик хосдир.

Меҳнат бозорида иш кучига талаб товарлар ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш учун иш берувчилар билан ходимлар ўртасида муайян вақтга ва муайян иш ҳақига янги иш жойлари яратиш бўйича ўзаро муносабатларини шакллантиради. Меҳнат бозорида иш кучига талаб кўпгина ташқи омиллар: мамлакатдаги иқтисодий ҳолат, ижтимоий вазият, инвестицион муҳит, иқтисодий цикл босқичи, меҳнат унумдорлиги даражаси, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ривожланиши ва ҳоказоларга боғлиқдир.

Иш ўринларида ифодасини топадиган меҳнат хизматига талаб мулкчилик шакллари, тармоқлар, иш ўринлари бандлиги ва банд эмаслиги тарзида намоён бўлади. Миллий меҳнат бозорида бу қуйидагиларни кўзда тутади:

- иқтисодиёт реал секторини қўллаб-қувватлаш, шунингдек, даромадларни қайта тақсимлаш ва тартибга солишга йўналтирилган солиққа тортишнинг энг мақбул даражасини ўрнатиш;
- кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш: иш ўрнилари сонини кўпайтириш мақсадида кредитлар ажратиш, солиқ имтиёзлари бериш, яъни меҳнат хизматига талабни рағбатлантириш;
- иш кучи ҳаракатчанлигини таъминлаш, хусусан оилаларни иш кучи ортиқча бўлган минтақалардан иш кучи етарлича бўлмаган минтақаларга кўчиб ўтишлари учун субсидиялар бериш ва кредитлар ажратиш йўли билан

[1] *Холмуминов Ш.Р.* Меҳнат бозори иқтисодиёти :Ўқув қўлланма. -Т.: ТДИУ, 2004. Б.10.

таъминлаш;

- меҳнат бозорида рақобатбардош бўлмаган аҳоли қатламини давлат томонидан қўллаб-қувватлаш;
- ишчилар умумий таълим даражасини ошириш, уларни меҳнат бозорида барқарор талабга эга касбларга ўқитиш ва қайтадан ўқитиш.

Минтақа меҳнат бозорида қуйидагилар кўзда тутилади:

- ҳар бир ишга муҳтож фуқарога касблар, тармоқлар ва мамлакат минтақалари бўйича бўш иш жойлари тўғрисида маълумотлар банкини яратиш ва тўлиқ маълумотларни тақдим этиш;
- минтақавий иш билан бандликни фаоллаштириш йўлларини излаш мақсадида асосан ёлланма ходимларнинг ҳимоясиз гуруҳлари учун ижтимоий чораларни кўзда тутиш;
- минтақа иқтисодиёти таркибини ҳисобга олган ҳолда, кичик корхоналарга, айниқса тадбиркорлик фаолиятини бошлаётганларга имтиёзлар бериш;
- ишга жойлаштириш хизматларини ташкил этиш;
- минтақа иқтисодиётидаги таркибий-технологик ўзгаришларни таҳлил этиш;
- минтақа иқтисодиёти талабларидан келиб чиққан ҳолда инсон капиталига маблағ сарф қилишни тартибга солиш;
- меҳнат бозори статистикаси ва маркетинг тадқиқотларини таҳлил этиш, улар асосида аҳоли учун энг қулай йўналишларда тегишли шарт-шароитлар яратиш.

А.А.Абдусаидов - СамДУ тадқиқотчиси,
А.Ходжаев – СамДУ 2-курс магистранти,
И.Мелибоев– СамДУ 1-курс магистранти

ИШ БИЛАН БАНДЛИК ХИЗМАТИНИНГ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: мақолада ҳудудий иш билан бандлик хизматининг инновацион шакллари унинг тартибга солиш шакллари ва воситалари, иш билан бандлик соҳасида инновацион фаолият йўналишлари тадқиқ этилди.

Калит сўлар: меҳнат бозори, ҳудудий иш билан бандлик хизмати, инновация, ички ва ташқи инновация.

Аннотация: в статье рассматриваются инновационные формы региональной службы занятости, ее формы и средства регулирования, направления инновационной деятельности в сфере занятости.

Ключевые слова: рынок труда, региональная служба занятости, инновации, внутренние и внешние инновации.

Abstract: The article examines the innovative forms of the regional employment service, its forms and means of regulation, the directions of innovative activity in the field of employment.

Key words: labor market, regional employment service, innovation, internal and external innovation.

Республикамиз иқтисодиётининг инновацион ривожланиши замонавий тармоқларда юқори технологияли ишлаб чиқаришни кенгайтиришни рағбатлантириш, инновацияларни амалда кенгроқ жорий этиш, бошқаришнинг янгича усуллари ва шаклларидан фойдаланиш, ижтимоий-меҳнат муносабатлари ривожланишининг эгилувчан воситаларидан фойдаланишни назарда тутади.

Ҳозирги вақтда ҳудудий иш билан бандлик хизматининг инновацион шакллари унинг тартибга солиш шакллари ва воситаларида тизимли ўзгаришларни юзага келтирувчи ижтимоий феномен сифатида қаралади. Инновацион шаклларни такомиллаштириш иш билан бандлик хизматининг барқарор ривожланиш стратегиясини амалга ошириш бўйича турли кўринишдаги режали фаолиятни таъминлайди. Шунга кўра, ҳудудий иш билан бандлик хизматининг инновацион ривожланиши алоҳида ёндашув асосида тадқиқ этишни назарда тутади.

Иш билан бандлик соҳасида инновациялар ўзининг йўналиши бўйича қуйидагилардан иборат:

- иш билан бандликка кўмаклашиш бўйича ижтимоий тадбирлар ва дастурларни амалга ошириш билан боғлиқ ташкилот фаолиятида оптимал даражада янги функцияларнинг пайдо бўлишини ифодаловчи функционал инновациялар;
- ташкилий тузилмаларни оптималлаштиришга йўналтирилган ташкилий инновациялар;
- персонал меҳнат фаолиятининг ижтимоий кўрсаткичларини яхшилашга йўналтирилган ижтимоий инновациялар;
- ташкилотнинг бошқарув самарадорлигини такомиллаштириш ва унинг самарадорлигини оширишга йўналтирилган бошқарув инновациялари.

Инновацияларни ички ва ташқи инновацияларга ажратиш мумкин. Ташқи инновациялар иш билан бандлик хизмати имиджини шакллантирадиган ва ижтимоий баҳоланадиган турли кўринишдаги янгиликларни ўзида намоён этади. Ички инновациялар ташкилотнинг функционал фаолиятини қайтадан ўзгартиришга тегишлидир, бироқ улар ҳудудий иш билан бандлик хизмати имиджини аҳамиятли даражада шакллантиради. Инновацион жараён ижтимоий жараён сифатида имкон даражасида бошқарув таъсири мавжуд қатор ўзгарувчан белгиларга эга.

Ҳозирги шароитда инновацион салоҳиятни бошқаришнинг онгли ва мақсадга йўналтирилганлиги қуйидаги хусусиятлар билан белгиланади:

- инновацион ривожланиш ресурс базасининг мазмуни, таркиби ва динамикасини мураккаблашиши;
- инновацион фаолият мақсадларига эришиш учун ресурслардан фойдаланиш вариантларининг кенгайиши;
- инновацион салоҳиятнинг бошқарув ресурсларидан фойдала-ниш йўналишларини аниқлаш бўйича эҳтимолий омиллар ролининг ошиши;
- инновацион ресурслардан самарали фойдаланишда давлат функцияларининг кучайиши;

- инновацион ресурслардан фойдаланишни жадаллаштириш аҳамиятининг ошиши ҳамда барқарор ўсиш ва ривожланишни таъминлаш.

Иш билан банлик хизмати инновацион салоҳияти унинг жами салоҳияти тизимида асосийси ҳисобланиб, унинг барча таркибий қисмларини ўз ичига олади.

Инновацион салоҳият таркиби инновацион фаолият ресурслари таркибидан фарқ қилади, у барча инновацион фаолият ресурсларининг ҳосиласи бўлиб ҳисобланади. Иш билан банлик хизмати инновацион салоҳиятини амалга ошириш инновацион жараёнда бошқарув ресурсларидан (ташкилий, молиявий, норматив-ҳуқуқий, ахборот, маркетинг, кадрлар) фойдаланиш шаклига боғлиқдир.

Иш билан бандлик хизматининг инновацион салоҳияти янгиликни яратувчи мавжуд ресурс таъминоти шароитида унинг имкониятлари ва инновацион жараён доирасида бошқарув ресурсларини самарали қамраб олиниши олдиндан аниқланади. Иш билан бандлик хизматининг инновацион салоҳияти ушбу ташкилот бошқарув ресурслари конфигурациясини аниқлайди. Шундай экан, мавжуд ресурс таъминоти шароитида иш билан бандлик хизматининг янгиликларни яратишнинг чегаравий имкониятларини баҳолашни юзага келтирувчи инновацион бошқарув ресурслари турли кўринишдаги янгиликларни жойлаштириш ва амалга ошириш учун зарурий ресурсларни аниқлашдан иборат.

Ҳудуд иқтисодиётининг ривожланиши аваламбор натижавий мақсадга эришишга йўналтирилиши зарур. Бунда натижавий мақсадга эришиш воситаси бўлиб, ишлаб чиқариш салоҳиятининг ўсиши ва ресурсларни ишлаб чиқариш ҳисобланади. Иш билан бандликка кўмаклашиш ҳудудий дастурлари таҳлили иш билан бандлик хизматининг барқарор ривожланишини таъминлаш учун лойиҳалаштириш ва дастурлаш технологиялари устунлигини кўрсатмоқда.

Ижтимоий лойиҳалаштириш инновацион бошқарув ресурсларини тўғри ташкил этиш ва самарадорлигини ошириш имконини берувчи ташкилотнинг бошқарув ресурслари салоҳиятини фаоллаштиришни юзага келтиради ва оптимал кўринишда уларни ҳудудий иш билан бандлик хизмати функционал бошқарув ресурсларида ўзгартиради. Инновацион бошқарув ресурсларининг лойиҳавий шакли ҳудудий иш билан бандлик хизматининг молиявий, ташкилий, ижтимоий рискларини минималлаштиришни назарда тутади ва унинг барқарор ривожланишини таъминлайди. Шундай экан, лойиҳавий ва дастурий технологиялар ҳудудий иш билан бандлик хизматининг барқарор ривожланиш учун дастлабки шарт-шароит яратади, унинг инновацион салоҳиятини фаоллаштиради ва сафарбар қилади. Ижтимоий лойиҳалаштиришнинг асосий йўналишлари ҳудудий даражада меҳнат бозоридаги фаол сиёсат устуворлигига мувофиқ келади. Ҳудудий иш билан бандлик хизматининг инновацион салоҳияти ижтимоий лойиҳалаштиришда технологияларни яратиш ва инновацияларни реализация қилиш ҳамда ижтимоий лойиҳаларни бошқаришда амалга оширилади.

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

A.N.Xoliqulov – SamISI, “Iqtisodiy tahlil va statistika” kafedrasi mudiri, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent
O.N.Samatov – SamISI magistranti

O‘ZBEKISTONDA SPORT TURIZMINI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI, MUAMMOLARI VA ULARNI HAL ETISH ISTIQBOLLARI

Annotatsiya. Maqolada O‘zbekistonda sport turizmini rivojlantirishga qaratilgan islohatlar yoritib berilgan. Mualliflar yurtimizda sport turizmini rivojlantirish imkoniyatlari, muammolari va ularni bartaraf etish yuzasidan tahliliy fikrlarini yoritb o‘tgan.

Kalit so‘zlar: turizm, sport turizm, tog‘, O‘zbekiston, GAT, mehmonxona, sport, klaster, aktiv, passiv.

Аннотация. В статье освещаются проводимые в Узбекистане реформы по развитию спортивного туризма. Авторы высказали свои аналитические взгляды на возможности, проблемы и пути решения для развития спортивного туризма в в нашей стране.

Ключевые слова: туризм, спортивный туризм, гора, Узбекистан, ГИС, гостиница, спорт, кластер, актив, пассив.

Abstract. The article describes the reforms in our country for the development of sport tourism. The authors share their analytical views on the opportunities, problems and solutions for the development of sport tourism in our country

Key words: tourism, sport tourism, mountain, Uzbekistan, GIS, hotel, sport, cluster, active, passive.

Sport turizmi hozirgi kunda eng tez rivojlanayotgan turizm turlaridan biri hisoblanadi. Sport turizmi bu sayyohlarning doimiy yashash muhitidan tashqariga chiqish yoki sport tadbirlariga qatnashish va ularda ishtirok etish tushuniladi. Sport sohasi sayyoramizdagi barcha odamlarga birdek qiziqarli bo‘lgan soha bo‘lganligi uchun sport turizmida imkoniyatlar juda keng. Har bir sport turining butun yer shari bo‘ylab o‘z havoskorlarlari bor. Statistik ma’lumotlarga qaraganda, sport turizmi butunjahon sayyohlik sanoatining jadal rivojlanib borayotgan sohasi ekan. Uning jahon iqtisodiyotidagi ulushi 7.68 millard dollarga teng.[1]

Mamlakatimizda sport turizmini rivojlantirishga juda katta e’tibor qaratilmoqda. Barchamizga ma’lumki, O‘zbekiston sport turizmi uchun juda qulay hudud hisoblanadi. Yurtimizda sportning juda ko‘plab turlari mavjud. Bu o‘z navbatida bizning mamlakatimizda yangi imkoniyatlar mavjudligini ifodalaydi.

[1] https://www.sport .uz/uz/news/-sport turizmi.

Sport turizmini rivojlantirish uchun birinchi navbatda sport turizmi va sport turlari haqida batafsil ma’lumotga ega bo‘lishimiz kerak. Hozirda 200 dan ortiq sport turi mavjud. Sport turizmida fasllar alohida ahamiyatga ega. Yozgi va qishgi sport turlari mavjud. Demak, sport turizmini yil davomida tashkil qilsa bo‘ladi va daromadi ham yaxshigina bo‘ladi. O‘zbekistonning ulkan tog‘li hududlari qishgi sport turizmi uchun qulay hudud hisoblanadi.

Hozirda klassik qishki sport turlari uchun to‘rtta kurort mavjud: Chimyon, Bildirsoy, Amirsoy va Yangiobod. Bunday joylar sonini yanada oshirishimiz kerak. Jizzaxda Zomin va Baxmal tog‘lari, Surxondaryoda Hisor tizmasi, Bobotog‘, Boysun tog‘lari, Samarqandda Urgut va Nurota tog‘lari, Farg‘onada Lazar va Chimyon tog‘lari sport turizmi uchun yangi marshrutlar qilsa maqsadga muvofiq bo‘ladi. Tog‘li hududlarda alpinizm, qoyalarga chiqish, muzga ko‘tarilish, tog‘ chang‘isi, konkida uchush, biatlon, fristayl, daryo va ko‘llarimizda suzish, kanoeda eshkak eshish, akademik eshkak eshish, ovchilik va baliq ovi, avtomobil sporti, mototsikl sporti, velosiped sporti, tog‘ velosipedi, aviatsiya sporti, ot sporti, ko‘p-kari, xokkey, bouling, golf piyoda yurish kabi sport turlarini rivojlantirishimiz za-rur. Sport musobaqalarini tizimli ravishda o‘tkazish orqali sport turizmi rivojlanib boradi. Davlatimiz iqtisodiga sport turizmi sezilarli darajada ta’sir o‘tkazadi, al-batta. Chunki sport turizmida uchun xorijdan hamda mahalliy turistlar ko‘p bo‘ladi.

Shu o‘rinda, SamISI professori I.S.Tuxliyev sport turizmini ikkita turi mavjudligini aytib o‘tgan: aktiv va passiv.[1] Aktiv sport turizmining asosini sport-ning ixtiyoriy turi bilan shug‘ullanish ehtiyoji tashkil qiladi. Passiv sport turizmida esa sport turizmiga qiziqish, asosan kuzatuv tashkil etadi. Sport turizmiga turistlarni jalb qilish uchun avval ularga munosib sharoitni yaratib berishimiz kerak.

Sport turizmida geoaxborot tizimи (GAT)larini, sport zallarini, mehmonxo-nalarda sport sohasiga oid plakatlarni, psixologik marketingni rivojlantirish, sportchilarimiz bilan hamjihatlikda sport turizmini rivojlantirish konsepsiyasini ishlab chiqashimiz kerak. Sport turizmini GAT tizimi muhim ahamiyatga ega.Chunki har bir turistga birinchi navbatda hududning obektlari, binolari, shaharlari, yo‘llari, daryolari, sport zallarini aniqlab beradigan geoaxborot tizimi kerak bo‘ladi. GAT turistlarga o‘zlariga maqbul mehmonxona, sport majmualari, yo‘llarni, tog‘larni topishda va restoranlarni topishda asqotadi. Sport turizmida turistlarni jalb qilish uchun mukammal ko‘rinishdagi GAT ni ishlab chiqish zarur. GATda sportga taalluqli tog‘li hududlar, avtomobil yo‘llari, sport jihozlari sotiladigan do‘konlar, sport zallari, sport mehmonxonalari, dor yo‘llari, suv havzalariva ot boqiladigan firmalar kiritish zarur.Turizm bu juda serdaromad soha bo‘lganligi uchun bu sohani sinchiklab o‘rganish va uni rivojlantirish juda muhim.

Prezidentimiz Shavkat Miromonovich Mirziyoyev aytganidek- “ Pandemiya nimani ko‘rsatdi. Sog‘lom xalqda bu ancha yengil o‘tdi. Biz tibbiyot to‘g‘risida gapirganimizda , sport bilan chambarchas ekanligini bilishimiz kerak.Hozir mana shu koronavirus paytidagi bizning eng katta masalamiz mana shu sportga jalb qilishdir. Bugungi kunda aholimizning bor yo‘g‘i 19 % i jismoniy tarbiya sport bilan qamrab olingan . Umuman odamlar sport bilan mutlaqo shug‘ullanmaydi

[1] Tuxliyev I.S. “Turizm: nazariya va amaliyot.-T.: «Barkamol fayz media» nashriyoti, 2018,400 bet.

degani.Rivojlangan mamlakatlarda bu ko‘rsatkich 70-90 % ga yetgan” Haqiqatdan ham sport sohasi inson uchun ham, davlat uchun ham muhim ahamiyatga ega. Sport turizmi davlatimizga va xalqimizga iqtisodiy jihatdan ham, sog‘lik jihatidan ham foydali soha ekanligi aniq. Biz ham xuddi rivojlangan mamlakatlardek sport turizmi jadallik bilan rivojlantirishimiz darkor[1].

Sport turizmini yanada rivojlantirishimiz uchun sport turizmi klasterini tashkil qilishimiz kerak. Chunki hududlarimizda sport turizmi uchun yetarli shart-sharoitlarni ytaratish uchun jamaoviy ishlashga to‘g‘ri keladi. Respublikamizda barcha hududlarimiz kesimida yagona sport turizmi klasterini tuzish maqsadga muvofiq bo‘ladi. Barcha viloyatlarimizda sport komplekslarini ko‘paytirib, malakali sport masterlarini ko‘paytirishimiz kerak. Aholi orasida sportni keng targ‘ib qilishimiz, tog‘li hududlarimizda dor yo‘llarini ko‘paytirishimiz, mehmonxonalar sonini oshirishimiz, tog‘ga boradigan yo‘llar infratuzilmasini yaxshilashimiz kerak.

Xulosa qilib aytadigan bo‘lsak, yurtimizda turizm sohasini rivjlantirish jadal ravishda amalga oshirilmoqda. Yurtimizning barcha hududlari turizmni rivojlantirish uchun juda qulay. Sport turizmi butun dunyoda alohida ahamiyatga ega. Chunki dunyo aholisining ko‘pchilik qismi sport sohasining ishqibozidir. Turistlarni sport turizmiga jalb qilish orqali juda katta daromad olish mumkin. Bu natijalarga erishish uchun turistlarga barcha sharoitlarni yaratib berishimiz kerak.Qachonki shart-sharoitlar a’lo darajada bo‘lsa, turistlar tashrifi ko‘payadi. Agar biz yurtimizdagi bor imkoniyatdan foydalansak, O‘zbekistonga keladigan turistlar sonining oshishiga erishamiz. Yangi ish o‘rinlari ko‘payadi, xalqimiz daromadi sezilarli darajada oshadi.

Ғ.А.Мадияров – Наманган мухандислик-технология институти доценти,
О.Б.Сарибаева – Наманган мухандислик-технология институти ассистенти,
О.Ғ.Мадияров – Наманган мухандислик-технология институти талабаси

ФАРҒОНА ВОДИЙСИДА ТУРИЗМНИ БАРҚАРОР РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада Фарғона водийсида туризмни ривожлантиришни мавжуд ҳолати таҳлил қилиниб, унинг ривожлантириш истиқболлари ҳақида сўз боради.

Калит сўзлар: рақамли технология, маркетинг тадқиқотлари, ахборот таъминоти туризм, туризм соҳаси, рекреация, экотуризм, ҳамкорликда туризм, агротуризм, махаллий ва халқаро туризм.

Аннотация: В статье анализируется текущее состояние развития туризма в Ферганской долине и обсуждаются перспективы его развития.

Ключевые слова: цифровые технологии, маркетинговые исследования, информационное обеспечение туризма, туризм, отдых, экотуризм, совместный туризм, агротуризм, местный и международный туризм.

[1] ’zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil dekabr oyidagi “Ziyorat turizmini rivojlantirish” ga bag‘ishlangan murojaati

Abstract: This article analyzes the current state of tourism development in the Fergana Valley and discusses its development prospects.

Key words: digital technology, marketing research, information support tourism, tourism industry, recreation, ecotourism, joint tourism, agritourism, local and international tourism.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28 апрелидаги “Рақамли иқтисодиёт ва электрон хукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида” ги қарори мамлакатимизда рақамли иқтисодиётга ўтиш жараёнини жадаллаштиришга асос бўлмоқда.

Рақамли технологияларнинг кенг қўлланилиши ва иқтисодиётнинг деярли барча соҳаларига кенг кириб бориши, жамият аъзоларини универсал тарзда рақамли иқтисодиётга ўтишига сезиларли даражада таьсир этмоқда. Мобил телефон ва смартфонларнинг тобора кўпроқ шахсий компъютерга мос келиши анъанавий иқтисодиётни рақамли иқтисодиётга транспормациясини тақазо этмоқда.

Ҳозирги кунда хеч кимга сир эмас, коронавирус пандимияси жаҳон иқтисодиётини издан чиқариб юборди ва инқирозга олиб келмоқда. Карантин даврида истеъмолчилар томонидан товар ва хизматларни on-line тарзда хариднинг кўпайиши рақамли технологияларга бўлган эҳтиёжни янада орттирмоқда.

Мамлакатимизда амалга оширилаётган кенг кўламли иқтисодий ислоҳотлар иқтисодиётни модернизациялаш, ишлаб чиқаришни техник-технологик янгилаш шароитида on-line тарзда йўлланмалар харидиниуu амалга оширилиши туризм соҳасини янада юқори суръатлар билан ривожланишига олиб келмоқда.

Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш ва тараққий этиши, унинг жаҳон туризм бозорида ўз ўрнига эга бўлиши учун республика Президенти фармонлари, Вазирлар Маҳкамаси қарорлари қабул қилиниб унинг ижросини таъминлаш учун туризмнинг замонавий инфратузилмаси шаклланмоқда.

2019 йил якунига кўра Ўзбекистонда сайёҳлик фаолияти билан шуғулланадиган фирма ва ташкилотлар сони 517 га етди, уларнинг энг катта улуши Тошкент шаҳрига – 64,2 % ва Самарқанд вилоятига - 13,2 % тўғри келди. Саёҳлик агентликлари томонидан ҳизмат кўрсатилганлар сони 942,0 минг кишини ташкил этди. Меҳмонхона ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситалари объектлари сони - 1051 та, ихтисослаштирилган жойлаштириш воситалари объектлари сони - 509 та, индивидуал жойлаштириш воситалари объектлари сони - 155 та, шунингдек 78 та бошка жойлаштириш воситалари мавжуд.

Мамлакатимизнинг кўпгина худудлари Бухаро, Самарқанд, Тошкент, Хивада туризм жадал ривожланмоқда. Шу билан биргаликда баъзи бир худудларда жумладан, Наманган, Андижон, Фарғонада туризмнинг ривожланиши бирмунча суст амалга ошмоқда. Фарғона водийсининг

вилоятларида туризмни ривожлантиришнинг кўплаб имкониятлари бор бўлишига қарамасдан улардан фойдаланиш даражаси паст бўлиб қолмоқда.

Буюк Ипак йўлини қайтадан тиклаш, халқаро туризмни ривожланишига олиб келади. Бунинг учун миллий туризмни бошқаришнинг ташкилий тузилмасини такомиллаштириш, моддий-техника базасини яхшилаш, туристларга хизмат кўрсатиш сифатини ошириш маркетинг тамийиллари асосида ташкил этишни тақозо этмоқда.

Ўзбекистон туристик заҳиралар борасида дунёда олдинги ўринлардан бирини эгаллайди ва тарихий маданий обидалар сони жиҳатидан дунё мамлакатлари ичида биринчи ўнликка киради.

Буюк Ипак йўли жойлашган, асрлар давомида ўз давлат хазинасининг катта қисмини саёҳатчилар ва чет эллик савдогарлар ҳисобидан тўлдириб келган Фарғона водийси шаҳарлари бой тарихий маданий ўтмишга эга. Аммо, бугунги кунда туризмнинг ривожланиши ўзининг тўлиқ имкониятига етгани йўқ. Асосан туристлар Бухоро, Самарқанд, Хоразм, Тошкент шаҳарларига ташриф буюришади. Мамлакатимиздаги 11 та шаҳар дунё миқёсидаги туристик шаҳарлар сифатида тан олинган. Тарихий маданий ёдгорликлар сони 2700 тадан ортиқ бўлиб, уларнинг атиги 200 тага яқинида сайёҳлар қабул қилинмоқда. Республикамизнинг Андижон, Қўқон, Наманган шаҳарларида ҳам ўзига хос тарихий ёдгорликлар талайгина. Фарғона вилоятининг биргина Қўқон шаҳрида Худоёрхон ўрдаси, “Дахмайи шоҳон” Фарғонада “Ал-Фарғоний”, Андижонда “Бобир боғи” мажмуалари, Наманганда “Мулла Қирғиз” мадрасаси Хазрати Увайс зиёратгоҳи ва шу каби чет эллик туристлар зиёрат қиладиган ва қизиқтирадиган жойлар бор. Бундан ташқари, Фарғона водийси туристик салоҳиятининг ўзига хос яна бир жиҳати шундаки, водийда табиатдаги рельеф шакллари тоғ, текислик, чўл, адир, дашт кўринишлари мавжуд бўлиб, бу худудларда тоғ спортини, экотуризмни ривожлантириш учун етарли имкониятлар мавжуд. Шунингдек, қўшни мамлакат Қирғизистоннинг Ўш, Ўзган, Арслонбобдаги тарихий ёдгорликларни инобатга оладиган бўлсак, ҳамкорликда Фарғона водийсида туристик салоҳиятни янада кенгроқ ривожлантириш имкониятига эга бўламиз.

Қишлоқлар дам олиш масканлари (рекреация) ва туризмни ривожлантиришда ҳам катта аҳамиятга эга. Сўлим ва соя-салқин, гўзал манзарали жойлар Фарғона водийсида кўплаб топилади. Хусусан, сой ва булоқлар бўйидаги қишлоқларда турли оромгоҳ ва сиҳатгоҳлар ташкил этиш ҳам қишлоқ жойларда маҳаллий, диний, агротуризм ва экотуризмни ривожлантиришга олиб келади. Турли хил қадамжолар, дам олиш масканлари ёки чинорлар, ғор ва шар-шараралар, ажойиб тоғ ландшафтлари, миллий халқ ўйинлари, маросим ва тўйлари, таомлари ва либослари ҳам муҳим туристик аҳамиятга эга. Жумладан, агротуризм маҳаллий ва минтақавий иқтисодиётнинг “қадам-бақадам” ривожланишида асосий рол ўйнайди. Фарғона водийсида рекреация имкониятлари анча кенг. Айниқса Наманган вилоятининг Чортоқ, Косонсой, Нанай, Чодак, Фарғона вилоятининг

Олтиариқ, Чимён, Андижон вилоятининг Хонобод ва бошқа қатор сиҳатгоҳлари катта аҳамиятга эга.

Рекреация билан туризм бир-бири билан яқиндан боғлиқ; саёҳат қилиб дам олиш, ҳордиқ чиқариш ҳам, дам олиб туриб қисқа муддатли саёҳатлар қилиш ҳам кишига маънавий бойлик, хуш кайфият ва тани сиҳатлик бағишлайди. Фарғона водийсида махаллий ва халқаро туризмни ривожлантириш учун имкониятлар катта.

Бундай шароитлар Қўқон, Марғилон, Андижон, Наманган, ва бошқа шаҳарларда ҳам мавжуд. Шунингдек, республикамиз қишлоқ жойларида агротуризм ва экотуризмни кенг миқёсда ривожлантириш мумкин. Ажойиб тоғ ва чўл ландшафтлари, воҳа ва водийлар, кўплаб қадамжо ва зиёратгоҳлар, чинорлар, ғорлар ва бошқа жонли ва жонсиз табиат мўжизалари ҳар қандай сайёҳни бефарқ қолдирмайди.

Бизнинг фикримизча, туризм йўналишлари бўйича битта сайёҳга тўғри келадиган йўлланма нархи, хизматлар таркиби бунга асосий хизматлар: ташувни ташкил қилиш бўйича хизматлар; жойлаштириш; овқатланиш;

қўшимча хизматлар бўйича: экскурсиялар ташкил қилиш; туристларни суғурталаш; гид, гид-таржимон хизматлари; туристларни ташиш бўйича хизматлар; валюта айирбошлаш; телефон; почта; маиший хизмат кўрсатиш ва ҳ.к.ларни инобатга олиш ва бу маълумотларни интернет сайтларига жойлаш лозим.

Туризм соҳаси жаҳон иқтисодиётида тез ривожланиб келаётган катта даромад келтирувчи соҳалардан бири ҳисобланади. Айниқса, кейинги йигирма йил ичида глобаллашув жараёни, интернет тизими ва халқаро ахборот тизимининг такомиллашуви туризмни жадал ривожланишига олиб келиши билан бирга унинг халқаро миқёсдаги аҳамияти ошиб бормоқда. Халқаро меҳнат ташкилотининг маълумотларига кўра, бугунги кунда халқаро туризм соҳасида 130 милиондан ортиқ киши банд, ёки бу соҳада янги иш ўрнини яратиш саноат тармоғидагига нисбатан 20 баробар арзонлигини инобатга оладиган бўлсак, Фарғона водийсида катта имкониятлар мавжуд. Бунинг учун куйидагиларга эътиборни қаратиш лозим:

- туристик ҳудудларни яратиш учун маркетинг тадқиқотларини олиб бориш;
- туристик бизнесни яратиш учун ахборот таъминоти ва реклама фаолиятини ривожлантириш;
- туристларга кўрсатиладиган меҳмонхона, транспорт хизматлари сифатини ошириш;
- дам олиш тадбирларини ишлаб чиқиш;
- туристларнинг қизиқишлари ва талаблари даражасида қўшимча хизматлар яратиш зарур;
- узоқ муддатли истиқболга йўналтирилган маркетинг дастурини ишлаб чиқиш;
- туристик хизматларга бўлган истеъмолчиларнинг мавжуд ва салоҳиятли талабини аниқлаш;

- туристларга хизмат кўрсатадиган кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш зарур.

Юқоридагиларни инобатга олиб уни бажаришга эришилса, биз ўйлаймизки, Фарғона водийсида туризм хизматлар бозори ривожланишига олиб келади ҳамда аҳолини иш билан таъминланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йилнинг 28 апрелда ПҚ 4699 сонли “Рақамли иқтисодиёт ва электорон хукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори.//WWW.Lex/uz.
2. https://www.stat.uz/uz/nashrlar/6430-o-zbekistonda-turizm
3. I.S. Tuxliyev, R. Hayitboyev, B.Sh. Safarov, “Turizm asoslaro”, Toshkent, 2014.
4. X.Tulenova, T.Xoldorov, “Turizm”, Toshkent, Iqtisod-Moliya, 2013.

M.A.Masharipova – UrDU,“Turizm va mexmonxona xo’jaligini boshqarish” kafedrasi katta o’qituvchisi PhD,

TURIZM INDUSTRIYASIDA RAQAMLI IQTISODIYOT

Annotasiya: ushbu maqolada turizm sohasida raqamli iqtisodiyotning o'rni ko'rib chiqiladi. Bugungi kunda texnologiyalarni rivojlantirish bilan raqamli ma'lumotlar shaklida taqdim etilgan ma'lumotlar muhim omil hisoblanadi. Shunday qilib, raqamli iqtisodiyot turli faoliyat sohalari korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish vositalariga aylanmoqda.

Kalit so‘zlar: Turizm, raqamlashtirish, raqamli texnologiyalar, biznesni axborot-kommunikatsiya qo'llab-quvvatlash.

Аннотация: В данной статье рассматривается роль цифровой экономики в сфере туризма. В настоящее время с развитием технологий ключевым фактором выступают информация, представленная в виде цифровых данных. Таким образом, цифровая экономика становится инструментов повышения конкурентоспособности предприятий различных сфер деятельности.

Ключевые слова: Туризм, цифровизация, цифровые технологии, информационно-коммуникационное сопровождение бизнеса.

Abstract. This article examines the role of the digital economy in the field of tourism. Currently, with the development of technology, the key factor is the information presented in the form of digital data. Thus, the digital economy becomes a tool for increasing the competitiveness of enterprises in various fields of activity.

Keywords: Tourism, digitalization, digital technologies, information and communication business support.

“2017 - 2021 yillarda O’zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo’nalishi bo’yicha Harakatlar Strategiyasini “Ilm, ma’rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili”da amalga oshirishga oid Davlat Dasturi to’g’risida”gi PF-5953-son O’zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni 02 mart 2020 yilda qabul qilinib, unda “2023 yilga kelib raqamli iqtisodiyotning mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushini 2 baravarga ko’paytirish nazarda

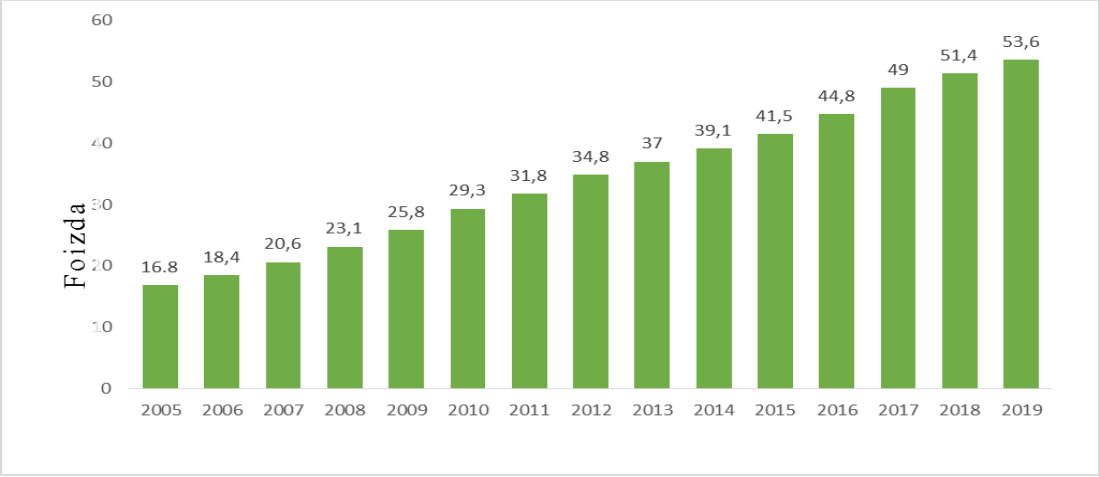
tutilgan bo‘lib, jumladan, ishlab chiqarishni boshqarishda axborot tizimlari kompleksini joriy qilish, moliyaviy-xo’jalik faoliyatida hisobot yuritishda dasturiy mahsulotlardan keng foydalanish, shuningdek, texnologik jarayonlarni avtomatlashtirish orqali uni jadal shakllantirish” vazifalari belgilangan.[1]

Darhaqiqat, global raqamlashtirish jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy hayotining barcha sohalarida tub o'zgarishlarga olib keladi. BMT ma'lumotlariga ko'ra, jahon yalpi ichki mahsulotidagi raqamli iqtisodiyotning ulushi 4,5% dan 15% gacha tashkil etadi.[2] Bugungi kunda inson taraqqiyotidagi eng muhim tendentsiyalar ham har qanday texnologik innovatsiyalarni hayotga tadbiq etish hamda barcha jarayonlarni raqamlashtirishdan iborat.

Global raqamlashtirish birinchilardan bo'lib, turizm sohasiga ham o‘z ta'sirini ko‘rsatdi, chunki u barcha o'zgarishlarga tezda javob beradigan mukammal axborotlashgan soha hisoblanadi. Raqamlashtirishning turizm sohasiga ta'siri nafaqat turizm sanoati korxonalarining biznes jarayonlariga raqamli texnologiyalarni joriy etish nuqtai nazaridan balki sayohatchining o'zini ham o'zgarishiga olib keladi.

Shuningdek, iqtisodiyotning zamonaviy sektorida turizm sohasini rivojlantirishning muhim afzalliklaridan biri eng yangi raqamli texnologiyalarni qo'llashning asosiy yo'nalishlari va imkoniyatlarini joriy etishga ko'maklashadigan omillardan, aholining “Internet muhiti”da ishlash qobiliyati va qulayligidir. Mamlakatlarning raqamli raqobatbardoshligini baholash ko'rsatkichlardan biri ham Internet tizimidan foydalanish darajasi hisoblanadi.

Xalqaro telekommunikatsiya Ittifoqi ITU (International Telecommunication Union) ma'lumotlariga ko'ra, 2019-yil yakuniga ko'ra, 4,1 milliard kishi, ya'ni dunyo aholisining 53,6 foizi internetdan foydalangan.[3] (1-rasm).



1-rasm. Dunyodagi shaxsiy Internet foydalanuvchilari soni (dunyo aholisi % da)[4]

[1] www.lex.uz
[2]Raqamli iqtisodiyot hisoboti 2019. BMT. Jeneva. URL:https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ru.pdf
[3] https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx
[4] O`sha joyda

1-rasm ma`lumotlaridan, 2005 yildan boshlab dunyodagi Internet foydalanuvchilari soni 16,8% dan butun dunyo aholisining 53,6% gacha o'sganini va dunyo aholisining yarmi uchun Internet kundalik va qulay vositalarga aylanganini ko‘rishimiz mumkin. Biroq, shu bilan birga dunyoning turli mintaqalarida internet tizimiga kirish tengsizligini ham ta'kidlab o‘tish lozim.

Bugungi kunda turizm sohasida ham raqamli texnologiyalarni faol joriy etish va foydalanishga qaratilgan. Ko’pgina kompaniyalar o’z biznes jarayonlarini raqamli iqtisodiyotning paradigmasiga muvofiq qayta tiklashmoqda, bu onlayn turlarni bron qilish tizimi, elektron tijorat va boshqalarni o’z ichiga olishi mumkin. Turizm sanoati raqamli iqtisodiyotda o’z rivojlanishini davom ettirmoqda, bu bozor iqtisodiyotining eng og’ir sharoitida bu sohani har qanday o’zgarishlar ostida yanada moslashuvchan bo’lishiga imkon beradi, bu esa rivojlanayotgan raqamli texnologiyalar dunyosida raqobatbardoshlik darajasini sezilarli darajada oshiradi.

Bundan tashqari, turizm sohasida turli texnologiyalarni uzluksiz joriy etish bilan bog’liq bo’lgan turli tendentsiyalar mavjud. Bularga quyidagilarni kiritishimiz mumkin:

- turizm sohasining globalizatsiya sur’atini oshirish;
- yangi savdo kanallarining paydo bo’lishi;
- sayohat xizmati provayderlari va iste’molchilarini bir-biriga yaqinlashtirish uchun zarur bo’lgan vaqtni kamaytirish;
- turizm tashkilotlarining internet tizimiga ochiq kira olish imkoniyatlari;
- turli mobil ilovalardan foydalanish orqali faoliyatini yaxshilash.

Statistik ma’lumotlar asosida bugungi kunda 3,5 milliardga yaqin kishi Internet resurslaridan o’z ehtiyojlari uchun foydalanish imkoniyatiga ega, biroq bu odamlar soni har yili oshib bormoqda.

Shu bilan birga, ushbu resursdan foydalanadigan auditoriya aholining turli qatlamlaridan, shuningdek, turli yosh guruhlaridan odamlarni o’z ichiga olishi mumkin. Ushbu sohaning raqamlashtirilishi tufayli har bir kishi sayohatning muayyan joylari haqida mustaqil ravishda ma'lumot izlash, turli sayyohlik kompaniyalari bilan bog'lanish va mijozlarni qidirishning eng munosib shaxsiy mezonlari foydasiga tanlov qilish, har qanday vaqtda onlayn rejimda istalgan turni xarid qilish imkonini beradi. Sayyohlik kompaniyasining taqdim etayotgan xizmatlari sifatiga, shuningdek, mijozning ulardan qoniqish darajasini oshirishga ta'sir qiladi. Chunki, bugungi kunda o'z sayohatlari marshrutini mustaqil ravishda qurish, aviachiptalarni sotib olish, mehmonxonalarni bron qilishni afzal ko'radigan odamlar sonining doimiy o'sishi kuzatilmoqda.

Bundan tashqari, turizm bozori o'z xizmatlarini onlayn tarzda taqdim etish bilan doimo rivojlanmoqda. Dunyo bo'ylab sayohatchilarning 74 % onlayn xizmatlardan foydalanishni afzal ko'radi. Har yili mobil qurilmalardan foydalanuvchilar tomonidan bunday onlayn so'rovlar soni ortib bormoqda: κarshering, temir yo'l va aviachiptalarni qidirish, joylashtirish vositalaridan xona bron qilish va h.k. Shunday qilib, foydalanuvchilarning asosiy qismi mobil qurilmalar orqali o'z xaridlarini amalga oshiradi, bu esa o'z navbatida kompaniyaga axborot va xizmatlarni taqdim etishdan tashqari, mijozga mobil qurilmadan

xizmatlarni to'lash uchun qulaylik yaratish imkonini beradi.

Bugungi kunda raqamli texnologiyalarni sanoatga integratsiyalashuvi mavjud bo'lib, bu intellektual turizmga olib keladigan ushbu sohaning innovatsion rivojlanishining muhim ko'rsatkichidir.

Yuqoridagilardan xulosa qiladigan bo‘lsak,turizm infratuzilmasini shakllantirishda raqamli innovatsion texnologiyalardan foydalanishda eng avvalo so’nggi yillarda boshlangan ishlarni davom ettirish, jahon turizmida qo’llanila-yotgan raqamli innovatsion texnologiyalardan kutilayotgan yangiliklarga va joriy qilinayotgan o’zgarishlarga biz ham tayyor turishimiz lozim. Chunki ,raqobat shu darajada rivojlanmoqdaki, unda yengib chiqish uchun stategik rejalar ishlab chiqishda yuqoridagi kabi axborotlardan to’g’ri yo’nalish olishimiz lozim bo’ladi.

С.Ш.Халилов – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори, ТДИУ

ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТНИ РАҒБАТЛАНТИРИШГА ҚАРАТИЛГАН БАРҚАРОР ТУРИЗМ КОНЦЕПЦИЯСИНИНГ БОШ МАҚСАДИ ВА АСОСИЙ ТАМОЙИЛЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада инновацион фаолиятни ташкил этиш ва бошқариш хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда барқарор туризм концепциясининг бош мақсади, амалий вазифалари аниқланган. Барқарор туризм концепциясига тааллуқли асосий тамойиллар тадқиқ қилинган. Шунингдек, туризм индустрияси корхоналарида инновацион фаолиятни тартибга солишда барқарор туризм концепциясидан фойдаланиш йўллари ёритилган.

Таянч сўзлар: инновацион фаолият, рағбатлантириш дастаклари, барқарор туризм, миссия, тамойил.

Аннотация: в данной статье определены основные цели и практические задачи концепции устойчивого туризма, исходя из особенностей организации и управления инновационной деятельностью. Исследованы основные принципы, относящиеся к концепции устойчивого туризма. Также обсуждаются способы использования концепции устойчивого туризма в регулировании инновационной деятельности в индустрии туризма.

Ключевые слова: инновационная деятельность, рычаги стимулирования, устойчивый туризм, миссия, принцип.

Abstract: This article defines the main goals and practical tasks of the concept of sustainable tourism, based on the characteristics of the organization and management of innovative activities. The basic principles related to the concept of sustainable tourism are investigated. It also discusses how to use the concept of sustainable tourism in the regulation of innovation in the tourism industry.

Keywords: innovation activities, incentive levers, sustainable tourism, mission, principle.

Туристик дестинациялар динамик ривожланишини инновацияларсиз тасаввур этиб бўлмайди. Иқтисодиёт тармоқларига фан-техника ютуқларини изчил татбиқ этиб боришга оид муносабатлар Ўзбекистон Республикасининг

2020 йил 24 июль куни қабул қилинган “Инновацион фаолият тўғрисида”ги Қонуни билан ҳуқуқий тартибга солинган[1]. Қонунда кўрсатилишича, инновацион фаолият – янги ишланмаларни ташкил этиш ва амалга оширилишини таъминлаш бўйича олиб борилувчи фаолиятдир. Инновация - қўлланилиши амалиётда катта ижтимоий-иқтисодий самарага эришишни таъминлайдиган янги ишланма. Барқарор туризм концепцияси макроиқтисодий ва минтақавий даражада, туризм индустрияси корхоналари миқёсида инновацион фаолиятни манзилли қўллаб-қувватлашга йўналтирилади. Даставвал, барқарор туризм концепциясининг миссиясига тўхталиб ўтиш лозим.

Барқарор туризм концепцияси миссияси деганда туристик ресурслардан фойдаланишда ижтимоий масъулиятли муносабатни қарор топтириб, туризмнинг атроф-муҳит муҳофазасига путур етказмаслик чораларини белгилашга йўналган бош мақсад ва ундан келиб чиқувчи устувор вазифалар тушунилади. Барқарор туризм концепцияси миссиясига тегишли мақсадлар ва вазифалар моҳияти қуйида келтирилган 1-жадвалда ўз аксини топган.

1-жадвал

Барқарор туризм концепцияси миссияси, мақсади ва вазифалари[2]

Барқарор туризм концепцияси миссияси		
Барқарор туризм концепциясининг бош мақсади: туристик ресурслардан фойдаланишда ижтимоий масъулиятли муносабатни шакллантириш.		
Т/р	**Мақсадлар**	**Вазифалар**
1.	Туризм ривожланишини биологик хилма-хилликни асраб қолишда етакчи омилга айлантириш	- экологик инқироз ҳудудлари бўйлаб туристик маршрутларни лойиҳа-лаштириш; - флора ва фауна ноёб намуналари ареали кенгайиши учун питомниклар ташкил қилиш; - миллий табиат боғи ва қўриқхоналар бўйлаб сайр-танишув тавсифидаги экологик тропаларни кўпайтириш.
2.	Туристик ресурсларнинг беталафот сақланишини таъминлаш	- гидром, фитом, литом, антроном туристик ресурсларнинг ўз ҳолича сақлаб қолинишига эришиш; - табиий эрозия ва фавқулодда ҳолатларда талафот кўрган туристик ресурсларнинг ўз вақтида қайта тикланишига кўмаклашиш.
3.	Туризмнинг маҳаллий аҳоли қадриятларига зид ҳолда амал қилишини чеклаш	- туристик дестинацияларда юқумли касалликлар ва жиноятчиликни қисқартириш бўйича профилактик фаолиятни йўлга қўйиш; - тубжой аҳолисининг маданий қадриятларига ҳурмат билан муносабатда бўлиш.

Туризм ривожланиши, шубҳасиз, биологик хилма-хилликни асраб қолишда етакчи омилга айланиши зарур. Туристик дестинациялар экотизими маҳаллий ва хориж туристлари томонидан фақатгина эҳтиёткорона муносабатни талаб қилади. Туристлар оқимини қабул қилиш ва унга хизмат кўрса-

[1] lex.uz – Ўзбекистон Республикаси қонунчилик ҳужжатлари миллий базаси.
[2] Хориж тажрибаси таҳлиллари асосида муаллиф ёндашувларига таянган ҳолда ишлаб чиқилган.

тишдан олинадиган даромаднинг муайян қисми, айнан, экотизим муҳофазасига йўналтирилади. Ушбу жараённи самарали ташкил этишда экологик инқироз ҳудудлари бўйлаб туристик маршрутларни лойиҳалаштириш мукобил ечимлардан биридир. Боиси, табиий ва техноген ҳодисалар оқибатида инқироз ўчоғига айланган ҳудудлар доим туристлар диққатини тортган.

Флоранинг ноёб намуналари парвариши учун алоҳида плантациялар қуриш маҳаллий экотизим элементлари ўртасидаги ўзаро табиий алоқадорлик узилишининг олдини олади. Ҳайвонот дунёсининг камёб вакиллари ареали мунтазам кенгайиб боришига шарт-шароитларни вужудга келтириш барқарор туризм концепцияси мақсадларини рўёбга чиқаришнинг муҳим йўналишларидан саналади. Йўқолиб кетиш хавфи остида турган жониворлар популяцияси учун ихтисослашган питомниклар сонини оширишга диққат қаратиш тақозо этилади. Миллий табиат боғи ва қўриқхоналар бўйлаб сайр-танишув тавсифидаги экологик тропаларни кўпайтириш туристларнинг ташриф объектига оид илмий-маърифий дунёқараши кенгайишига олиб келади.

Таснифлаш қоидаларига кўра, гидром (сув билан боғлиқ), фитом (ўсимликлар билан боғлиқ), литом (табиий ландшафтлар билан боғлиқ), антроном (инсон омили таъсирида вужудга келган объектлар мажмуи билан боғлиқ) туристик ресурслар фарқланади. Уларнинг ўз ҳолича сақлаб қолинишига эришиш, табиий эрозия ва фавқулодда ҳолатларда талафот кўрган туристик ресурсларнинг ўз вақтида қайта тикланишига кўмаклашиш барқарор туризм концепцияси ташаббускорлари, ижрочилари, иштирокчилари зиммасига масъулиятли вазифаларни юклайди. Бундан ташқари, туристик фаолиятнинг маҳаллий аҳоли қадриятларига зид ҳолда амал қилишига йўл қўйиб бўлмайди. Туристик дестинацияларда юқумли касалликлар ва жиноятчиликни қисқартириш бўйича профилактик ишларни юритиш давр талабига айланиб улгурди. Туристик оқимнинг жалб қилиниши дестинациялар кесимида хавфли касалликларнинг ортишига олиб келмаслиги ҳамда безорилик, ўғрилик, фирибгарлик сингари жиноят турларининг сабабчиси бўлиб қолмаслиги муҳим ҳисобланади. Тубжой аҳолисининг маданий қадриятларига ҳурмат билан муносабатда бўлиш, диний толерантлик, миллатлараро тотувлик, инсоннинг шахсий, мулкий ҳуқуқларини поймол қилмаслик ҳам барқарор туризм концепциясини амалга ошириш вазифалари қаторидан ўрин олган.

Барқарор туризм концепцияси миссияси ва унинг доирасида шаклланган устувор вазифалар ижроси пировард натижада ижтимоий-иқтисодий тараққиёт суръатларини изчил ошириб боришга асос бўлади. Туризм соҳасида фаолият юритувчи халқаро ташкилотлар, минтақалараро бирлашмалар, миллий вазирлик ва идоралар, ҳудудий бошқарув органлари, бизнес субъектлари ўз интеграцион алоқаларида, ишбилармонлик муносабатларида айни мақсад ва вазифаларнинг тўлақонли бажарилишига масъул саналишади. Худди шундай, барқарор туризм концепцияси тамойиллари ҳам шаклланган (2-жадвал).

2-жадвал

Барқарор туризм концепциясининг асосий тамойиллари тавсифи[1]

Т/р	Тамойиллар	Тавсиф
1.	Табиат билан уйғунлик	Ушбу тамойил инсон саломатлигини мустаҳкамлашнинг тиббий асослари ва табиат неъматлари ўртасида мувозанатни таъминлашга замин яратади.
2.	Экотизимлар муҳофазаси ва тикланишига ҳисса қўшиш	Ушбу тамойил туристик фаолиятдан ялпи тушумнинг муайян қисмини табиий ресурслар ҳимоясига йўналтиришга замин яратади.
3.	Эҳтиёткорона истеъмол	Мазкур тамойил туристлар истеъмолини табиий мувозанат сақланиши нуқтаи назаридан тартибга солишни англатади.
4.	Оптимал протекционизм	Мазкур тамойил миллий манфаатлар нуқтаи назаридан туристик оқимни квоталашни англатади.
5.	Атроф-муҳит муҳофазаси ва туризм ривожланишининг параллеллиги	Ушбу тамойил туризмни ривожлантириш стратегик режалари бажарилишида атроф-муҳит барқарорлигига замин яратади.
6.	Экологик муаммолар ечимида маҳаллий аҳоли фикрининг устуворлиги	Ушбу тамойил муаммолар ечимини танлашда экологик инқироз ҳудудида яшовчи аҳоли фикрига устуворлик мақомини беришга замин яратади.
7.	Туризм соҳаси ривожланишининг маҳаллий аҳоли манфаатларига хизмат қилиши зарурлиги	Мазкур тамойил туризм соҳасидаги тактик чоралар маҳаллий аҳоли манфаатлари нуқтаи назаридан баҳоланишини англатади.
8.	Гуманитар ва экологик масалаларда давлатлараро ҳамкорлик	Мазкур тамойил халқаро интеграция-нинг стратегик аҳамиятини англатади.
9.	Туризм соҳасида янги иш ўринларининг яратилишини қўллаб-қувватлаш	Ушбу тамойил туризм соҳасида фрикцион ишсизликни қисқартириш чораларини белгилашга замин яратади.
10.	Туризм ва атроф-муҳит муҳофазаси йўналишларидаги муносабатларни тартибга солишда халқаро ҳуқуқ меъёрларига оғишмай амал қилиш	Ушбу тамойил барча муносабатларда халқаро ҳуқуқ меъёрларига устувор-лик мақомини беришга замин яратади.

Барқарор туризм концепциясининг асосий тамойиллари деганда туристик оқимни атроф-муҳитга ижтимоий масъулият билан, маҳаллий аҳоли маданий қадриятларига эса ҳурмат билан ёндашишга ундовчи бирламчи

[1] Хориж тажрибаси таҳлиллари асосида муаллиф ёндашувларига таянган ҳолда ишлаб чиқилган.

қоидалар тушунилади. Барқарор туризм концепциясининг асосий тамойиллари ва уларнинг илмий-амалий мазмунини чуқур англаш бошқарув тузилмалари доирасида қабул қилинувчи меъёрий актлар барқарор туризм концепцияси миссиясига зид ҳолда қабул қилинмаслигини таъминлайди.

Барқарор туризм концепцияси инновацион фаолиятни ҳам мунтазам рағбатлантириб боради. Бунда инновацион фаолиятнинг эркинлиги, инновацион фаолиятни давлат томонидан қўллаб-қувватлашдан тенг фойдаланилишини таъминлаш, инновацион фаолиятни давлат томонидан қўллаб-қувватлашнинг ошкоралиги ва аниқ йўналтирилганлиги, рақобатни ривожлантиришга кўмаклашиш, ахборотни эркин алмашиш, инновацион фаолият натижасида яратилган интеллектуал мулк объектларини ҳуқуқий муҳофаза қилиш, фуқароларнинг ҳаёти ва соғлиғига, атроф-муҳитга зарар етказмаслик тамойиллари ҳам инобатга олиниши шарт.

Барқарор туризм концепциясини қўллаш асосида инновацион фаолиятни рағбатлантиришнинг қуйидаги жиҳатларига диққат қаратиш зарур:

► барқарор туризм тамойиллари негизида шакллантирилган ресурстежамкор ишланмалар миллий базасини яратиш ташаббусини илгари суриш лозим;

► барқарор туризм концепцияси мақсадларини рўёбга чиқаришда фан, таълим ва ишбилармонлик амалиёти интеграциясини таъминлаш чораларини кўриш керак;

► инновацион дастурий маҳсулотларни татбиқ қилган ҳолда туризм ривожланишининг барқарорлик тамойилларига мувофиқлигини электрон мониторинг қилиш талаб этилмоқда;

► туристик дестинацияларга нисбатан рекреацион юклама ҳажмини оптимал даражада сақлаб туришнинг ноанъанавий ечимларини қидириб топиш эҳтиёжи мавжуд;

► туристик бизнес субъектларида маркетинг инновациялари самарадорлигини таъминлаш эвазига ишбилармонлик ва тижорат фаолиятларининг барқарор туризм концепцияси негизида ривожланишига туртки бериш зарур.

Хулоса қилиб айтганда, барқарор туризм миссияси бизнес субъектлари ва минтақалар даражасида технологик, ташкилий ва маркетинг инновациялари муваффақиятининг бош омили ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Амонбоев М., Халилов С. Туризм индустрияси ривожланишининг асосий йўналишлари ва истиқболлари. Мақола. Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар. №3, 2019 й.

2. Халилов С. Туристик хизматлар экспортини диверсификация қилишнинг концептуал йўналишлари. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) илмий даражасини олиш учун тайёрланган диссертация автореферати. Самарқанд, 2020 й. – 18-22 б.

N.A. Xoliqov – “Ipak yo‘li” turizm xalqaro universiteti stajyor tadqiqotchisi

RAQAMLI IQTISODIYOTNING TURIZM SOHASIGA TA’SIRI

Annotatsiya: Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot atamasiga ta’rif berilgan hamda uning turizm sohasiga ta’siri ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: Raqamli iqtisodiyot, Turizm, Raqamli texnologiyalar

Аннотация: В этой статье дается определение термина «цифровая экономика» и обсуждается его влияние на индустрию туризма.

Ключевые слова: цифровая экономика, туризм, цифровые технологии.

Abstract: This article defines the term digital economy and discusses its impact on the tourism industry.

Keywords: Digital Economy, Tourism, Digital Technologies

Innovatsiya so‘zining lug‘aviy ma’nosi “O‘zbek tilining izohli lug‘ati” da shunday ta’riflangan: “Innovatsiya (ingl. innovation- kiritilgan yangilik, ixtiro)

1 iqt. texnika texnologiyaning yangi turlari (avlodlari)-ni joriy etish maqsadida iqtisodiyotga sarflangan mablag‘lar.

2 Ilg‘or texnika va texnologiya, boshqarish va boshqa sohalardagi yangiliklar va ularning turli sohalarda qo‘llanishi.[1]

Yuqoridagilardan xulosa qiladigan bo‘lsak, innovatsiya bu biror bir soha yoki tarmoqqa yangilik kiritish va yangicha tizim asosida yondashish.

Raqamli iqtisodiyot- bu noldan boshlab yaratilishi lozim bo‘lgan qandaydir boshqacha iqtisodiyot emas. Bu yangi texnologiyalar, platformalar va biznes modellari yaratish va ularni kundalik hayotga joriy etish orqali mavjud iqtisodiyotni yangicha tizimga ko‘chirish deganidir.[2]

Raqamli iqtisodiyotni sodda qilib tushuntiradigan bo‘lsak, deylik ovqatlanmoqchimiz, lekin uni tayyorlashni xohlamaymiz, muommo emas, internetdan uyga ovqat yetkazib berish xizmati orqali xohlagan taomni onlayn buyurtma qilishimiz mumkin. Yoki do‘stimizga pul o‘tkazishimiz kerak, bunda aynan bank yoki moliya muassasalariga borishga hojat yo‘q, biz pulni mobil bank orqali o‘tkazishimiz mumkin. Shu kabi ko‘plab xizmat turlarini onlayn, smartfon yoki kompyuter orqali amalga oshirishimiz raqamli iqtisodiyotga yaqqol misoldir.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti ham o‘zining 2018 yil 28 dekabrdagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi [3] da mamlakatimizda raqamli iqtisodning rivojlanishi bo‘yicha quyidagi fikrlarini aytib o‘tdi:

―Iqtisodiyotning barcha sohalarini raqamli texnologiyalar asosida yangilanishini ko‘zda tutadigan ― Raqamli iqtisodiyot milliy konseptsiyasini ishlab chiqishimiz kerak. Shu asosda ―Raqamli O‘zbekiston-2030 dasturini hayotga tadbiq etishimiz zarur. Raqamli iqtisodiyot yalpi ichki mahsulotni kamida 30 foizga o‘stirish, korrupsiyani keskin kamaytirish imkonini beradi. Nufuzli xalqaro tashkilotlar o‘tkazgan tahlillar ham buni tasdiqlamoqda. Shuning uchun Hukumatga ikki oy muddatda raqamli iqtisodiyotga o‘tish bo‘yicha ―yo‘l

[1] O‘zbek tilining izohli lug‘ati, O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi “Alisher Navoiy” nomidagi til va adabiyot instituti

[2] https://sof.uz/uz/post/raqamli-iqtisodiyot-haqida-nimalarni-bilish-kerak

[3] https://xs.uz/uz/post/ozbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyoevning-olij-mazhlisga-murozhaatnomasi

xaritasini ishlab chiqish topshiriladi. Bu borada axborot xavfsizligini ta'minlashga alohida e'tibor qaratish zarur. Bu ko‘rsatmalarning ahamiyatini ta'kidlagan holda, aytishimiz mumkinki, postindustrial yoki information jamiyatga xizmatlar sektori mamlakat yalpi milliy daromadning 60% dan ortig‘ini tashkil qiladigan davlatlar kiradi hamda ularda dasturiy ta'minot ishlab chiqarish bilan band bo‘lgan tarmoqlarda moliyalashtirish keyingi o‘ttiz yil davomida 130 martadan ko‘proq ortdi. Informatsion innovatsiyalarning tarkib toptirish uchun dunyo miqyosida faoliyat ko‘rsatuvchi global kompaniyalarda rivojlanish g‘oyasi juda ham oddiydir – yangi progressiv imformatsion texnologiyalar biznes masalalarini hamda tijorat muammolarini hal qilib beradilar va informatsion tizimlarning har bir yangi avlodi bir qancha yangi innovatsion xizmatlarning vujudga kelishiga va yanada rivojlanishiga sabab bo‘ladi.

Axborot texnologiyalari turizmda raqobatbardoshlikni oshirish uchun zamonaviy innovatsion manba hisoblanadi. Ular turistik faoliyatning barcha darajalarida yangi raqobatbardosh ustunliklarni yaratishga imkon beradi. Bu alohida turistik korxonalarga ham, turistik yo‘nalishlarning raqobatbardoshligini oshirishga ham to‘liq taalluqlidir. Axborotni rivojlantirish barcha darajadagi turizmning raqobatbardosh muvaffaqiyatining muhim omiliga aylanmoqda. U o‘zgaruvchan tashqi sharoitga yaxshiroq moslashishga imkon beradigan tizimdagi ma'lumotlarning ko‘payishini nazarda tutadi. Axborotni rivojlantirish axborotga yo‘naltirilgan yangiliklarning tarqalish jarayoni bilan bog‘liq bo‘lib, bu ham ma'lumot hajmining ko‘payishiga, ham tashkiliy xilma-xillikka olib keladi. Bunday yangiliklar raqamli texnologiyalar, kompyuter texnologiyalari, telekommunikatsiya tizimlari, shu jumladan elektron pochta, internet va hk.

Turizm obyektlarini raqamlashtirish deganda obyektlarga qilinadigan sayohat davomida inson omilini kamaytirish xususan, bilet sotib olishda, ziyorat turizmi obyektlari hududidan suvenir yoki boshqa bir mahsulot harid qilishda hamda sayohatchilar obyekt haqida ma'lumot olish va o‘z fikr-mulohazalarini bildirishda raqamli texnologiyalardan keng foydalanish tushuniladi.

Yuqoridagilardan xulosa qilib shuni aytish mumkinki, iqtisodiyot diversifikatsiyasi va dinamikasi qanchalik yuqori bo‘lsa, mamlakat ichida va tashqarisida noyob axborotlar aylanmasi shunchalik ko‘p, milliy iqtisodiyotlar ichida axborot hajmi esa shu qadar salmoqli bo‘ladi. Elektron savdo, internet-banking va boshqa shu kabi zamonaviy yo‘nalishlar kundan kunga rivojlanib bormoqda. Natijada daromadni oshirish uchun aksar sohalarda avtomatik tarmoqli servislar (masalan, sifatli veb-sayt yoki mobil ilova kabi) biznesdagi vositachilar o‘rnini egallamoqda. Ta'kidlanishicha, raqamli texnologiyalar iqtisodiyotga bog‘liq 50 foizdan ortiq sohalarni keskin o‘zgartirib yuboradi. Ushbu qarash axborot texnologiyalari va raqamli platformalar biznes modellarni keskin o‘zgartirib, ularning samaradorligini vositachilarni bartaraf etishi va jarayonlarni optimallash-tirishiga asoslangan. Jahon banki hisob-kitoblari binoan, tezkor internet foydala-nuvchilarining 10 foizga ko‘payishi yillik YaIM ko‘lamini 0,4 foizdan 1,4 foizgacha oshirishi mumkin ekan[1]. Shuningdek, raqamli iqtisodiyotning mamlakat YaIMdagi ulushi har yili

[1] https://kun.uz/uz/news/2020/07/06/raqamli-iqtisodiyot-rivojlanish-trendlari-va-xususiyatlari

taxminan 20 foizga o‘sishi (rivojlangan mamlakatlarda bu ko‘rsatkich 7 foiz atrofida) uning ahamiyati belgilaydigan ko‘rsatkich sifatida qaraladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiètni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida» PQ-3832-son Qarori, 2018 yil 3 iyul

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi, Xalq so‘zi gazetasi 28 dekabr

3. Baltabayeva G.R. “Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo‘nalishlari” , Xalqaro moliya va hisob ilmiy elektron jurnali. №6, dekabr, 2018 yil

4. O‘zbek tilining izohli lug‘ati, “I” harfi, O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi “Alisher Navoiy” nomidagi til va adabiyot instituti

Internet saytlari:

1. https://sof.uz/uz/post/raqamli-iqtisodiyot-haqida-nimalarni-bilish-kerak

2. https://xs.uz/uz/post/ozbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-irziyoevning-olij-mazhlisga-murozhaatnomasi\

3. https://kun.uz/uz/news/2020/07/06/raqamli-iqtisodiyot-rivojlanish-trendlari-a-xususiyatlari

4.https://passportbdd.ru/uz/rabota-s-pk/napravleniya-primeneniya informacionnyh-tehnologii-v-turizme/

M.Z.Xomidova – QarDU magistranti

INNOVATSION VA RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA O‘ZBEKISTONDA EKOTURIZMNI RIVOJLANTIRISH MUOMMOLARI VA YECHIMLARI

Annotatsiya: Maqolada O‘zbekistonda ekoturizmning rivojlanishidagi muommolar va uning yechimlariga doir amaliy takliflar berilgan.

Kalit so‘zlar: ekologik turizm, ekotur, pandemiya, ekologik ta’lim.

Аннотация: В статье представлены проблемы, практические предложения и рекомендации по развитию экологического туризма в Узбекистане.

Ключевые слова: экологический туризм, экотур, пандемия, экологическое образование.

Abstract: The article presents problems, practical suggestions and recommendations for the development of eco-tourism in Uzbekistan.

Keywords: ecological tourism, ecotour, pandemic, environmental education,

Ma’lumki, iqtisodiy rivojlanishning dunyodagi barcha davlatlar uchun umumiy qonuniyatlari mavjud bo‘lishi bilan birga, u yoki bu mamlakatning geografik joylashuvi, tabiiy sharoiti, iqlimi, aholisi, tabiiy resurslari va boshqa ko‘plab omillar ta’sirida iqtisodiy rivojlanish ko‘rsatkichlari turlicha bo‘ladi. Iqtisodiyotning eng daromadli sohalaridan hisoblangan turizmning rivojlanishi asosan, mamlakatga tashrif buyurayotgan turistlar soniga, mamlakat xalqining farovonlik darajasiga (buni esa aholi jon boshiga YIM ko‘rsatgichi ko‘rsatadi) va mamlakatning tabiiy-madaniy resurslar bilan ta’minlanganligiga bog‘liqdir.

YUNESKO tomonidan ro‘yxatga olingan jahonning madaniy va tabiiy merosning davlatlar bo‘yicha taqsimoti ishlab chiqilgan bo‘lib unga ko‘ra

O‘zbekiston 71 o‘rinni egallagan. Bundan ko‘rinib turibdiki bizdagi mavjud resurs imkoniyatlaridan oqilona foydalangan holda turizm sohasini yanada rivojlantirish, shu bilan birga iqtisodiyotimizda YIM ulushini oshirishimiz mumkin.

O‘zbekistonda turizmning rivojlanishini statistik ma’lumotlardan tahlil qilib, shuni ko‘rish mumkinki, 2020-yilning yanvar-sentabr oylarida O‘zbekiston Respublikasiga turistik maqsadlarda kelgan chet el fuqarolari soni 1354,3 ming kishini tashkil etgan. Bu ko‘rsatkich 2019-yilning shu davriga nisbatan 72,6 % ga kamaygan. [1]Bu esa pandemiya davrida sayyohlikka bo‘lgan talabning keskin tushib ketish bilan ifodalanadi. Keyingi davrlar uchun pandemiya ta’sirini yumshatish chora-tadbirlarini ishlab chiqqan holda, turizmning sarguzasht, ekologik, qishloq turizmini rivojlantirish ahamiyati yuqori bo‘lmoqda. So‘ngi yillarda jahon turizmi turistlarning tarixiy, diniy turistik obyektlarga qaraganda, tabiatning so‘lim maskanlari, tog‘ yonbag‘irlari, dengiz qirg‘oqlari, sarguzashtga boy maskanlar, turli o‘yinlar tashkil qilinadigan festivallar mavjud turistik hududlarga tashrifi ko‘payib bormoqda. Bu esa o‘z navbatida ekoturizm turizmning eng daromadli turi ekanligidan dalolat beradi.

Ekoturizm O‘zbekistonda katta salohiyatga ega sohalardan biri hisoblanadi. Lekin bugungi kunda boshqa turizm turlari bilan solishtirganda ekoturizmning turizm sohasidagi ulushi juda kam. Turistik mintaqaning jozibadorligini ajratuvchi asosiy omillardan biri bu O‘zbekistonning ekzotik tabiati, boy landshafti, hayvonot va o‘simlik dunyosining rang-barangligidir. Bugungi kunda muhofaza ostiga olingan tabiiy hududlar ekologik turizmning asosiy bo‘g‘ini hisoblanadi. Vatanimizga kelib ketayotgan xalqaro turistlar Orol dengizi qoldiqlariga, Quyi Amudaryo sohillariga, tog‘larimizdagi qadimiy shakllar va rasmlarga, ming yillik daraxtlarga (chinorlar, archalar va boshq…) va rekreatsion buloqlar, sharsharalarga qiziqmoqdalar. Mamlaktimizda ekologik turizmni rivojlantirishda qayd qilingan ekologik resurslarni alohida-alohida ro‘yxatga olganimizda xalqaro turistlarni qiziqtiruvchi quyidagi ekologik resurslar guruhlari tashkil topadi:

- O‘zbekiston Respublikasining davlat qo‘riqxonalari va milliy parklari ekologik turizm resurslari;
- xalqaro «Qizil kitob» va O‘zbekiston «Qizil kitob»i dagi noyob hayvonlar va o‘simliklar turlari;
- O‘zbekistondagi endemik havonlar va o‘simliklar turlari;
- orol dengizi qoldiqlari Quyiamudaryo sohili, to‘qayzorlar, ularning o‘simliklar va hayvonot olami;
- тog‘larimizdagi qadimiy shakllar, rasmlar;
- мing yillik daraxtlar va tabiat haykallari, tabiat yodgorliklari;
- rekreatsion tabiiy landshaftlar, shifobaxsh buloqlar, sharsharalar;
- O‘zbekistondagi tabiiy geografik mintaqalar(cho‘llar, adirlar, tog‘ oldi, tog‘lar, baland tog‘lar);
- suv havzalari(daryolar, ko‘llar, suv omborlari);
- то‘rt faslli iqlim mavsumlari;
- arxeologik topilmalar, geologik ko‘rinishlar;

[1] https://stat.uz/uz/

- ovchilik maydonlarining mavjudligi;
- тabiiy geografik mintaqalarda joylashgan qishloqlarimiz tabiati.

«O‘zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konvensiyasi» da ta’kidlanganidek, amalda O‘zbekiston ekologik turizmini rivojlantirishda yuqorida keltirilgan ulkan ekologik resurslardan, ekologik salohiyatlardan va imkoniyatlardan to‘la-to‘kis foydalanish tizimlari, omillari mukammal ishlab chiqilmaganligi natijasida mamlakatimizda turistlarni qabul qilish salohiyatiga nisbatan amaldagi ularning kelib-ketishi uch baravar kamdir.

Shuning uchun ham mamlakatimizda ekoturizmni rivojlantirishda xalqaro EKONET taklif qilgan eng qulay modellardan foydalanish muammolarini tezlikda hal qilishimiz lozim bo‘ladi.

O‘zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish bilan bog‘liq muammolar yetarlicha topiladi, lekin uning aksariyatini o‘zlashtirish, to‘g‘ri yo‘lga qo‘yish imkoni bor va ushbu yo‘nalishda jiddiy ishlar olib borilmoqda. Malakali kadrlar (ekologik tematika bo‘yicha gidlar, ushbu sohaga doir ma'lumotlarni tarqatuvchilar, ekskursovodlar) tayyorlashda, infratizimni rivojlantirishda investitsiyalar ishlab chiqilmoqda. Biroq mamlakatning alohida hududlarida va ulardagi turizm imkoniyatlari to‘g‘risidagi to‘laqonli axborotlarning yetishmasligi muammosini bartaraf etish hali hanuz dolzarb masaladir. Shu bois sifatli axborotlar va ekologik ta'lim alohida e'tiborni tortadi.

Ekologik turizmni ommaviy axborot vositalarida ommalashtirish shubxasiz, ekologik turizmga qiziqishni oshirish va jalb etish uchun katta ahamiyatga ega. Bunda dastavval reklamaga e’tiborni kuchaytirish muhim ko‘rinishlardan biridir. Reklamaning asosiy vazifalari sifatida xaridorlarni jalb etish, u yoki bu tovar va xizmatlarini keng tarqalishini ta’minlash va kimdir yoki nimadir haqida ma’lumotlarni tarqatish tushunilsa, har ikkalasining ahamiyati ekoturizmni ommalashtirishning hozirgi vaziyati uchun juda qulay keladi.

U xizmatlardan foydalanishga jalb etib, talablarni shakllantirishga yordam beradi. Ishlab chiqaruvchi to‘g‘risidagi ma'lumotlar oqimini va uning tovarlarini ta'minlab, reklama axborotlashtirish vazifasini bajaradi. Bozorda yangi mahsulotlarni joriyetishda reklama inson faoliyatining turli doirasidagi bilimlarini tarqatishni muvofiqlashtiradi, o‘z ta’limiy vazifasini namoyish etib iste'molchilarga alohida amaliy malakalarni singdiradi.

Shunga qaramasdan hozirdanoq tabiat qo‘riqxonalarimizdagi ekoturistik obyektlarni ro‘yhatga olishimiz va ularning tavsiflarini yozib borishni boshlashimiz kerak. Albatta tabiat qo‘riqxonalarning o‘ziga xos bo‘lgan tabiat landshaftlarining rangli tasvirlari kataloglari ishlab chiqilgan. Ekoturizm rivojlanishidagi halqaro statistikani ko‘rganimizda ichki turizmda ham halqaro turizmda ham 70 - 80% turistlar tabiat qo‘riqxonalaridagi noyob ayniqsa, tubjoy tabiatidagi hayvonot olamiga qiziqishmoqda.

Shuningdek ekoturizmni ommalashtirish maqsadida ekoturizm nafaqat iqtisodiyotga balki mahalliy aholi uchun ham foydali ekanligini, ekoturizm tabiatni saqlashning eng oqilona yo‘li ekanligi haqida mahalliy aholi orasida tushuntirish ishlarini olib borish kerak. O‘sha hududda yashovchi aholini shu sohada

ishlashga jalb qilish lozim ya'ni ular mutaxassis kadr sifatida ish olib borishlari lozim. Ekoturizmni rivojlantirish maqsadida fuqarolarda ekologik madaniyatni, ta'lim-tarbiyani shakllantirish talab etiladi. Ayni paytda ekoturizm va unga tegishli tashkilotlar to‘g‘risida to‘laqonli ma'lumot bera oladigan axborot resurslarini yaratish va takomillashtirish lozim. Shu bilan birgalikda shahar tashqarisida joylashgan kichik mehmonxonalar va guesthouselarga litsenziya olish tartibini soddalashtirish kerak. Asosiysi, bu yerda turizmning rivojlanishi tabiatga zarar yetkazmasligiga, keluvchi kapital urf-odatlar va asosiy elementlarning yo‘qolib ketishiga olib kelmasligini nazorat qilish talab etiladi. Mamlakatda ekoturizmni rivojlantirish orqali biz quyidagi natijalarga erishamiz:

- Aholining ekologik savodxonlik darajasining oshishiga;
- Mahalliy aholining qo‘riqlanadigan joylarga estetik va iqtisodiy qiymatga ega joy sifatida qarashlariga va ekoturizmni rivojlanishi hamkorlikda ishlashga turtki bo‘ladi;
- Hududlarga ijtimoiy va iqtisodiy sharoitning yaxshilanishiga shuningdek, mahalliy aholi uchun yangi ish joylarining yaralishiga;
- Moliyaviy jihatdan qo‘llab-quvatlovchi qo‘shimcha fondlarning paydo bo‘lishiga.

N.R. Khalliyeva – Buxoro muhandislik texnologiya institute doktoranti

INNOVATSION VA RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA TURIZM SOHASI SAMARADORLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARI VA RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Annotatsiya: maqolada turistik infratuzilmaning yangi elementlarini tiklash va yaratish orqali turizmni rivojlantirishning intensiv yo'lini qo'llash uchun zarur shart-sharoitlar, qulay turistik muhitni shakllantirish, ichki va jahon bozorlarida O‘zbekiston turistik xizmatlari va mahsulotlari raqobatdoshligini oshirish masalalari ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: turizm, turistik klasterlar, madaniy salohiyat, turistik muhit, turistik resurs, turistik dastur, turistik xizmatlar.

Аннотация: в статье рассматриваются необходимые условия для интенсивного развития туризма через восстановление и создание новых элементов туристической инфраструктуры, формирование благоприятной туристической среды, повышение конкурентоспособности туристических услуг и продуктов Узбекистана на внутреннем и мировом рынках.

Ключевые слова: туризм, туристические кластеры, культурный потенциал, туристская среда, туристский ресурс, туристская программа, туристские услуги.

Abstract: The article discusses the necessary conditions for the intensive development of tourism through the restoration and creation of new elements of tourism infrastructure, the formation of a favorable tourist environment, increasing the competitiveness of Uzbek tourism services and products in domestic and world markets.

Keywords: tourism, tourist clusters, cultural potential, tourist environment, tourist resource, tourist program, tourist services.

Turizmni rivojlantirishni strategik rejalashtirishning hozirgi bosqichi oldingi bosqichlarda erishilgan yutuqlarni mustahkamlash zarurati bilan bog'liq. Nisbatan yosh va tez rivojlanayotgan sanoat ko'p narsalarga erishdi. Dastlab rejalashtirishning asosiy maqsadi qonunchilik bazasini, turistik infratuzilmaning yangi elementlarini tiklash va yaratish edi. Bundan tashqari, strategik rejalashtirishga e'tibor mintaqalarda tadbirkorlik tashabbuslarini rag'batlantirish, erkin iqtisodiy zonalarni yaratish, turistik klasterlar va ularda amalga oshirilayotgan investitsiya loyihalarini aniqlashga qaratildi.

Shunday qilib, so'nggi besh yil ichida sanoat ma'lum bir rivojlanish darajasiga erishdi va hozirgi kunga kelib murakkablik, barqarorlik va insonga yo'naltirilganlik tamoyillariga asoslangan holda turizmni rivojlantirishning intensiv yo'lini qo'llash uchun zarur shart-sharoitlar paydo bo'ldi.

Bugungi kunda aynan insonning ehtiyojlari, madaniy salohiyati, turmush darajasi, xavfsizligi bilan inson umuman iqtisodiyotni va xususan, turizm sohasini rivojlantirishning markaziy bo'g'iniga va asosiy maqsadiga aylanadi.

Bugungi kunda turizm mintaqalarni rivojlantirish uchun lokomotivga, biznesning tijorat manfaatlari, davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlari va taraqqiyparvar jamiyatning madaniy-axloqiy talablari o'rtasidagi bog'lanishga aylanishi kerak. Mamlakatni rivojlantirish maqsad va vazifalarining birligi mamlakat va uning har bir fuqarosining madaniy darajasi, ma'naviy salohiyati va farovonligi o'sishi uchun barcha boshqaruv tarmoqlari, xizmatlar va vazirliklarning faoliyatini muvofiqlashtiradigan dasturiy maqsadli vositalarni muvaffaqiyatli amalga oshirishga imkon beradi.

Shunday qilib, 2020 yilgacha bo'lgan davrda turizmni rivojlantirish maqsadi mintaqalarning iqtisodiy va ijtimoiy-madaniy rivojlanishida O‘zbekiston aholisining hayot sifatini yaxshilash va tarixiy, madaniy va tabiiy merosi bilan tanishish orqali turizmning strategik rolini amalga oshirish bilan belgilanadi.

Ushbu maqsadga erishish uchun barcha vazifalarni hal qilish kerak:

- mamlakatning turistik-rekreatsion kompleksini rivojlantirish, qulay turistik muhitni shakllantirish;
- ichki va jahon bozorlarida O‘zbekiston turistik xizmatlari va mahsulotlari raqobatdoshligini oshirish;
- turizmning ta'limdagi rolini kuchaytirish va jamiyat taraqqiyotining ma'naviy-axloqiy asoslarini shakllantirish;
-yoshlar bilan ishlashda turizmning ta'limiy va madaniy-bilish funksiyasini amalga oshirish;
- turizm xavfsizligini oshirish, sohaning barqaror rivojlanishini ta'minlash;
- turizmni rivojlantirish orqali aholi turmush sifatining o'sishini, hududlarni iqtisodiy va ijtimoiy-madaniy rivojlanishini ta'minlash

O‘zbekistonda turizmni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari:

1. Ichki va tashqi turizmni rivojlantirish;
2. Mamlakatda turistik xizmatlar sifatini birlashtirish, ularni xalqaro standartlarga muvofiqlashtirish;

3. Turistik navigatsiya tizimini, yo'nalish belgilarini, turistik resurslar va mintaqaviy dasturlarni o'z ichiga olgan qulay turistik axborot muhitini yaratish va rivojlantirish;
4. turizmning ta'limdagi rolini kuchaytirish va O‘zbekiston aholisining madaniy-axloqiy salohiyatini shakllantirish;
5. O‘zbekistonning turistik mahsulotini ilgari surish bo'yicha barcha hududlarning sa'y-harakatlarini muvofiqlashtirish.

O‘zbekistonda turizmni rivojlantirishning strategik tamoyillari:
- turizmni rivojlantirishga kompleks yondashuvdan foydalanish;
- turizmni rivojlantirish rejalarini milliy iqtisodiyot va jamiyatning ijtimoiy hayotining barcha sohalariga: ta'lim, sog'liqni saqlash, ijtimoiy ta'minot, madaniyat, san'at, fan, ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish sohalariga integratsiyalash;
- turizmni rivojlantirishning innovatsion xususiyati;
- turistik biznes ishtirokchilarining tadbirkorlik tashabbuslarini rag'batlantirish, kichik biznes sub'ektlari sonining o'sishiga sharoit yaratish;
- turistik dasturlarni tashkil qilishda madaniyatlararo aloqa va xalqaro hamkorlikni ta'minlash;
- turizmni rivojlantirish jarayonining barcha ishtirokchilari (iste'molchilar, biznes, notijorat tashkilotlari, davlat organlari, mahalliy aholi) manfaatlarini muvozanatlashtirish;
- turizmning mintaqalarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga ta'sirini baholashda aholining turmush darajasi ko'rsatkichlariga e'tibor qaratish;
- turizmni rivojlantirishning barqarorligi, ekologik va ijtimoiy-madaniy xatarlarni hisobga olish, turizm resurslaridan bitmas-tuganmas foydalanish.

Ushbu yondashuv turizm sanoatini mintaqaviy iqtisodiyotni rivojlantirishda markaziy bo'g'in darajasiga olib chiqish va zamonaviy madaniy muhitni shakllantirish va aholi turmush sifatini oshirish uchun zarur shart-sharoitlarni shakllantirishga imkon beradi.

Ayrim erishilayotgan yutuqlardan bilan bir qatorda turizm tomonidan yaratilgan imkoniyatlar va cheklovlar mavjud.

Turizm barqaror rivojlanishning muhim vositasi sifatida paydo bo'ldi va turizm sohasidagi investitsiyalar miqdori kam bo'lsa ham, ularning sohadagi ahamiyati e’tibordan chetda qoldirilmasligi kerak. Turizm sanoatining muhim xususiyatlaridan biri bu uning mehnat talab qilishidir. Daromad yoki kapital qo'yilmalarning ma'lum darajasi turizmda ko'plab boshqa ish o'rinlari yaratadigan daromadlar yoki investitsiyalar bilan taqqoslaganda ko'proq ish o'rinlarini yaratadi.

Shuningdek, turizm mintaqalararo va xalqaro pul oqimlarining muhim manbai hisoblanadi. Turizmning salbiy ta'siriga maydonlarni bosib olish, ifloslanish va tirbandlikning o‘sishi, narxlarning ko'tarilishi (masalan, yer, uy-joy, oziq-ovqat va xizmatlar), malakasi past va kam maoshli ish joylari, mavsumiy ishsizlik, tabiiy va madaniy merosga salbiy ta'sirlar va turizmga haddan tashqari qaramliklar misol bo‘ladi. Bunday kamchiliklar, ba’zida turizm ehtiyotkorlik bilan rivojlantirilsa ham yoki nazorat qilinsa ham baribir mavjud.

M.A.Abdushukurova – student of Master's department of Tashkent State University of Economics

GASTRONOMIC TOURISM AND THE HISTORY OF ITS ORIGIN

Abstract: This article gives information about gastronomic tourism and the history of its origin. Gastronomy tourism has become a rapidly growing component of the attractiveness of tourism destination in recent years. Tourists' wishes to experience the local tastes in the destinations and accommodation facilities have prepared the ground for the development of gastronomy tourism. Tourism businesses that realized the importance to gastronomy tourism given by local and foreign tourists have featured the gastronomic factors in their facilities.

Keywords: gastronomic or food tourism, culinary tourism, cuisine, local food, wine tourism, gourmet tourism, food festivals.

Annotatsiya: Ushbu maqola gastronomik turizm va uning kelib chiqish tarixi haqida ma'lumot beradi. Gastronomiya turizmi so'nggi yillarda turistik yo'nalishning jozibadorligining tez o'sib boruvchi qismiga aylandi. Sayyohlarning boradigan joylarida va yashash joylarida mahalliy ta'mni his qilish istagi gastronomiya turizmini rivojlantirish uchun zamin yaratdi. Gastronomiya turizmiga mahalliy va xorijiy sayyohlar tomonidan berilayotgan e'tibor tufayli sayyohlik korxonalari gastronomik imkoniyatlarni namoyish qildilar.

Kalit so'zlar: gastronomik yoki oziq-ovqat turizmi, kulinar turizm, oshxona, mahalliy taomlar, vino turizmi, gurmanlar turizmi, oziq-ovqat festivallari.

Аннотация: В этой статье рассказывается о гастрономическом туризме и истории его возникновения. В последние годы гастрономический туризм стал быстрорастущим компонентом привлекательности туристического направления. Желание туристов познакомиться с местными вкусами в местах назначения и размещении подготовило почву для развития гастрономического туризма. Туристические предприятия, осознавшие важность гастрономического туризма, придаваемого местными и иностранными туристами, использовали гастрономические факторы в своих объектах.

Ключевые слова: гастрономический туризм, кулинарный туризм, кухня, местная еда, винный туризм, гастрономический туризм, кулинарные фестивали

Tourism in today's world is one of the most important economic sectors and leisure time spending activities, and the facts that it has a great multiplier effect economically and can cause directly and indirectly an activation in many sub-sectors make it an ideal development means.

Tourism, which has a driving role in development of societies, is a source of income for those providing services as people spend to meet their needs when they are travelling. As people's needs increase, so does the obligation of producing and offering more and more goods and services, which increases production, investment, and income in societies. Tourism affects nations, people and nations' establishing relations with one another, and it also integrates the phenomena of

culture, heritage, economy and environment. Therefore, orienting its development and its coordination and control are highly crucial issues[1].

Eating, which in today's world is one of the physical needs and in relation with the developing tourism sector and food and beverage industry, has led to the emergence of a sector that has become to be seen as leisure time activities and desired to be met outside. Almost all tourists, no matter the accommodations at which they are staying provide food and beverages services or not, prefer to eat outside and get to know and taste the local dishes belonging to the region. Within this context, local dishes of a region have become important means to get to know and learn more about a different culture.

A tourist might want to visit an area to have some new cultural experience, or they just want to try local dishes and different tastes belonging to that area as well. As a result of this, such reasons as trying local dishes of an area and observing production phases of and tasting a local dish which is made of a raw material available only in that specific region have now begun to be among the main reasons that affect tourists' preferences for destinations to visit. Moreover, this will contribute to the sustainability of the regions' resources and also to alternative tourism facilities that can be structured in regions with food culture coming into prominence[2]. Gastronomy is now seen as a determinant factor in attracting tourists while they choose destinations. Gastronomic tourism can become an alternative tourism type on its own to sun and sea destinations, and it can also serve as an activity supporting these destinations[3].

The word "gastronomy" was formed by merging the Greek words "gaster" (stomach) and "nomas" (law). However, it is more useful and important to interpret what it denotes and covers beyond its dictionary meaning, instead of its dictionary meaning only[4].

"Gastronomy" is defined as the art of eating and drinking in many sources, it in fact is an inter-related branch of art and science that has a direct relation with chemistry, literature, biology, geology, history, music, philosophy, psychology, sociology, medicine, nutrition and agriculture[5]. As the topic is about eating and drinking, this covers such issues as nutritional sciences, sense of tasting and its physiology, wine production, functions of nutritional elements in human body, specifying qualities in choosing food stuffs, and developing production processes in accordance with hygiene and sanitation norms to prevent foods from going off physically, chemically, and biologically[6].

---

[1] Caglı, I.B., (2012). Turkiye'de Yerel Kulturun Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolu: Gastronomi Turizmi Ornegi, İstanbul Technical University, Institute of Science and Technology, Department of Urban and Region Planning, Region Planning, MA Thesis, İstanbul.

[2] Yuncu, H.R., (2010). Surdurulebilir turizm acısından gastronomi turizmi ve Persembe yaylası, Congress of Aybastı-Kabatas 11, Ankara.

[3] Shenoy, S., (2005). Food Tourism and The Culinary Tourist, a Thesis Presented to the Graduate School of Clemson University, USA.

[4] Altınel, H., (2014). Menu Yonetimi ve Menu Planlama, Detay Publishing, Ankara.

[5] Kivela, J., Crotts, J., (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination, *Journal of Hospitality & Tourism Research*

[6] Shenoy, S., (2005). Food Tourism and The Culinary Tourist, a Thesis Presented to the Graduate School of Clemson University, USA.

The purpose of gastronomy is to maintain human health with best nutrition possible and ensuring enjoying life and eating; food and beverages' being produced in hygienic environments and prepared to be consumed in a way that will address to palatal and visual pleasure are also among the study topics of gastronomy.

Although such different terms like "culinary tourism", "gastronomy tourism", "gastro-tourism", "wine tourism", "food tourism", and "gourmet tourism" are used in literature to define it, the widely used term "gastronomic tourism" is defined as "being in pursuit of unique experience of eating and drinking." Gastronomy tourism, which generally refers to the originality of a dish and its being indigenous to a place, a region or a country, covers the main areas of indigenous dishes and wine tourism.

Gastronomic tourism includes visiting food producers, eating festivals, restaurants and special places related to some special foods together with tasting a special dish, observing its production and preparation processes or eating a special dish from the hands of a very famous chef as well as seeing how a certain dish is being prepared[1]. In addition, instead of preparations of foods at restaurants and hotels for tourists, tourists' travelling in pursuit of having experience regarding local foods and beverages is within the scope of gastronomic tourism[2]. The industry of gastronomic tourism, which does not consist only of food guides and restaurants, covers any kind of culinary experience. Within this sector are cooking schools, shops selling cookbooks, gastronomy tours operators and tour guides; gastronomy-related media, television programs and magazines, and activities, winemakers, vineyards, breweries, distilleries, field owners, and producers[3]. An important point for the development of gastronomic tourism is a region's people's protecting local products belonging to that region. Some of the shareholders of gastronomic tourism are individual grape growers, hotels, restaurants, tour operators, package tour or individual tourists, and local businesses[4].

Culture, as an element of gastronomic tourism, is generally expressed with inner willingness of people to get to know different cultures[5]. Besides gastronomy tourism being interest tourism, through the learning of cultural characteristics of host areas thanks to local dishes of the area, gastronomy tourists are also culture tourists at the same time[6].

Gastronomic tours, arranged to introduce a region's dishes and food culture

[1] Shenoy, S., (2005). Food Tourism and The Culinary Tourist, a Thesis Presented to the Graduate School of Clemson University, USA.

[2] Akgol, Y., (2012). Gastronomi Turizmi ve Turkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Degerlendirilmesi, Mersin University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism and Hotel Management, MA Thesis, Mersin.

[3] Caglı, I.B., (2012). Turkiye'de Yerel Kulturun Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolu: Gastronomi Turizmi Ornegi, İstanbul Technical University, Institute of Science and Technology, Department of Urban and Region Planning, Region Planning, MA Thesis, İstanbul.

[4] Alonso, A.D., Liu, Y., (2011). The potential for marrying local gastronomy and wine; the case of the fortunate islands, International Journal of Hospitality Management

[5] Kozak, N., (1997). Genel Turizm İlkeler-Kavramlar, Turan Bookstore, Ankara

[6] Akgol, Y., (2012). Gastronomi Turizmi ve Turkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Degerlendirilmesi, Mersin University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism and Hotel Management, MA Thesis, Mersin.

which play an important role in selection of and the experience tourists can have in a region, can feature a region. Some of these regions are France, Australia, South Africa, Italy, America, England where wine tourism is more developed; Canada with beer tourism, and Italy with such famous foods as pasta and pizza. Moreover, all these places together with Toscana region in Italy, Napa valley in California, The USA, South Africa, Australia, Champagne and Burgundy regions in Chile and France have been known to be gastronomy destinations for long years. As for Turkey, it is generally famous for kebab and doner kebab[1].

Culinary tourism was first introduced in 1998 by Lucy Long, Associate Professor of Folk Culture, Bowling Green University, Ohio, USA to express the idea that people experience other cultures through local food. This laid the foundation for the development of gastronomic tourism as a special type of tourism. Earlier, people, going on a trip, did not set themselves the main goal to learn about the food culture of the host country. But, nevertheless, travelers such as Marco Polo or Afanasy Nikitin, among other impressions, described how the local food tasted to them.

Culinary tourism has been talked about as a new travel trend since 2001, when Eric Wolfe, President of the International Culinary Tourism Association (ISTA), presented a document on culinary tourism. This little document later turned into a book documenting the growing interest in food and wine tourism and how requests for food tours were able to get local businesses and restaurateurs to meet the growing demand. According to E. Wolfe: "Gastronomic tourism is a search and enjoyment of unique, unforgettable food and drinks, both on the other side of the earth and on the neighboring street"[2].

Table №1.

There are different views on gastronomic (culinary or food) tourism[3]

The views	Scientists and sources
Gastronomic tourism, which is derived from the term gastronome (from the Greek γαοτήρ -stomach) is a science that links nutrition and culture and belongs to the branch of social disciplines.	Basiuk D.I. "Innovatsiyny rozvitok gastronomicheskogo turizm v Ukraine" 2012.
Gastronomic tourism is a type of tourism associated with familiarization with the production, cooking technology and tasting of national dishes and drinks, as well as with the culinary traditions of the people in the world.	Vishnevskaya G.G "Proyekt gastronomicheskogo tura"
Food is now used as a means of developing new niche markets, supporting regional identities, developing quality tourism and sustainable tourism. Food has therefore developed from being a basic necessity for tourist consumption to being regarded as an essential element of regional culture.	Jones and Jenkins, "Journal of gastronomy hospitality and travel"

[1] Acar, M.S., (1996). Kasaplık Hayvan Etleri ve Tavuk Etinden Yapılan Doner Kebapların Mikrobiyolojik Kalitesinin Karsılastırmalı Arastırılması, İstanbul University, Graduate School of Health Sciences, Department of Publich Health, PhD Thesis, İstanbul.

[2] Long, L. Regional American food culture / L. Long. – Gardeners Books, 2009. – 266 c

[3] It has been created by the author during analyzing theoretical materials.

The evidence currently available suggests that food is becoming an important means of providing new tourism products that 'sell' the 'distinct character' and 'culture' of a destination. Food is also a potential antidote to stagnating mass tourism demand and a means of supporting and promoting sustainable tourism.	Jones and Jenkins, "Journal of gastronomy hospitality and travel"
Gastronomic tourism is a journey across countries and continents to get acquainted with the peculiarities of local cuisine, culinary traditions, in order to taste a dish or product that is unique for a visiting person.	Ochilova X. F "Gastronomicheskiy turizm" monography. 2017

Culinary or food tourism is the pursuit of unique and memorable eating and drinking experiences, both near and far. Culinary tourism differs from agritourism in that culinary tourism is considered a subset of cultural tourism (cuisine is a manifestation of culture) whereas agritourism is considered a subset of rural tourism, but culinary tourism and agritourism are inextricably linked, as the seeds of cuisine can be found in agriculture. Culinary or food tourism is not limited to gourmet food. Food tourism can be considered a subcategory of experiential travel. While many cities, regions or countries are known for their food, culinary tourism is not limited by food culture. Every tourist eats about three times a day, making food one of the fundamental economic drivers of tourism. Countries like Ireland, Peru and Canada are making significant investment in culinary tourism development and are seeing results with visitor spending and overnight stays rising as a result of food tourism promotion and product development.

The World Food Travel Association offers the following clarification and definition:

We say "food tourism", but drinking beverages is an implied and associated activity. It is also cumbersome to say "food and drink tourism". We need to clarify "far and near". In addition to traveling across country or the world to eat or drink, we can also be food travelers in our own regions, cities and neighborhoods. If you rarely leave your neighborhood and travel across town to a new neighborhood to go to a special grocery store or to eat out, you're a "food traveler" in your own backyard! The act of traveling is implied because most people travel at least across their own town, if not the region, the country and even the planet. The distance covered is not as important as the fact that we are always on the move. We are all "travelers" of a sort and we are all "eaters".

Therefore, we can also all be regarded as "food travelers". Previously the World Food Travel Association had used the phrase "culinary tourism" to describe our industry. We stopped using that phrase in 2012 because our research indicated that it gave a misleading impression. While "culinary" technically can be used for anything relating to food and drink and initially seems to make good sense, the perception among the majority of English-speakers we interviewed is that the word "culinary" is elitist. Nothing could be further from the truth about what our industry is all about. "Food Tourism" includes the food carts and street vendors as much as

the locals-only (gastro) pubs, dramatic wineries, or one-of-a-kind restaurants. There is something for everyone in the food tourism industry[1].

National organizations are also active in a number of countries in the field of gastronomic tourism. So, for example, the Association of Gastronomic Tourism of Uzbekistan, which was established in August 2019.

The purpose of the association is to organize various events in the field of gastronomic tourism, including exhibitions, festivals, forums, seminars, scientific conferences, round tables, competitions and other events, sponsored by international grants under the association. Implementation of various projects that serve for the development of gastronomic tourism in the history, present and future of the Uzbek national cuisine.

References:

1. Altınel, H., (2014). Menu Yonetimi ve Menu Planlama, Detay Publishing, Ankara.
2. Akgol, Y., (2012). Gastronomi Turizmi ve Turkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Degerlendirilmesi, Mersin University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism and Hotel Management, MA Thesis, Mersin.
3. Alonso, A.D., Liu, Y., (2011). The potential for marrying local gastronomy and wine; the case of the fortunate islands, International Journal of Hospitality Management, 30, 974-981.
4. Acar, M.S., (1996). Kasaplık Hayvan Etleri ve Tavuk Etinden Yapılan Doner Kebapların Mikrobiyolojik Kalitesinin Karsılastırmalı Arastırılması, İstanbul University, Graduate School of Health Sciences, Department of Publich Health, PhD Thesis, İstanbul.

Д.М. Хуснуддинова – магистрант Ташкентского государственного Экономического университета

ПОНЯТИЕ «ГОСТИНИЧНАЯ СЕТЬ» И СЕТЕВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Аннотация: в статье рассказывается понятие о гостиничной сети и сетевой организации гостиничного бизнеса. Понятие «гостиничная сеть» на сегодняшний день не является окончательно устоявшимся. Рассмотрев имеющиеся определения, обнаруживаются разные разъяснения не только самого понятия гостиничной сети, но и экономико-правовой, маркетинговой природы формирования сети и особенностей ее развития.

Ключевые слова: гостиничная сеть, маркетинг, бренд, гостиничная цепь, гостиничное управление.

Annotatsiya: Maqolada mehmonxona zanjiri va zanjirli mehmonxonlarni tashkil etish va boshqarish tushunchalari xaqida ma'lumot berilgan. Bugungi kunda "mehmonxona zanjiri" tushunchasi aniq belgilangan emas. Mavjud ta'riflarni taqqoslab nafaqat zanjirli mehmonxonaning o'zi, balki zanjirli mexmonxonalarni shakllantirishning iqtisodiy va huquqiy, marketing tabiati va uning rivojlanish xususiyatlari xaqida ham turli

[1] https://en.wikipedia.org/wiki/Culinary_tourism

tushunchalar borligini ko‘rdik.

Kalit so'zlar: mehmonxona zanjiri, marketing, brend, mehmonxona boshqaruvi.

Abstract: The article describes the concept of the hotel chain and the hotel chain organization of the hotel business. The concept of "hotel chain" today is not completely established. Having considered the available definitions, different explanations are found not only of the concept of a hotel chain, but also of the economic, legal, and marketing nature of the formation of the hotel chain and the features of its development.

Keywords: Hotel chain, marketing, brand, hotel organization.

В настоящее время сетевая схема управления гостиницами активно практикуется во всем мире. На долю гостиничных сетей приходится более 7 млн номеров из почти 13 млн, т.е. более половины гостиничных номеров в мире. Выручка таких гигантов мирового гостиничного бизнеса, как *Holiday Inn, Sheraton, Marriott, Hilton, Hyatt,* составляет более 1 млрд дол.

Таким образом, эффективно работать вне сети могут только маленькие семейные гостиницы. Большим отелям необходимы мощный бренд и развитая система дистрибуции, чтобы заполняемость была стабильной и номера продавались по высоким ценам. Как показывает практика, гостиничная сеть — наиболее эффективный способ ведения отельного бизнеса.

На основе анализа специализированных профессиональных изданий и научной литературы, посвященных истории развития туризма и гостиничного хозяйства, формированию стратегических альянсов в мировой практике, можно выделить преимущества объединения отелей в сеть.

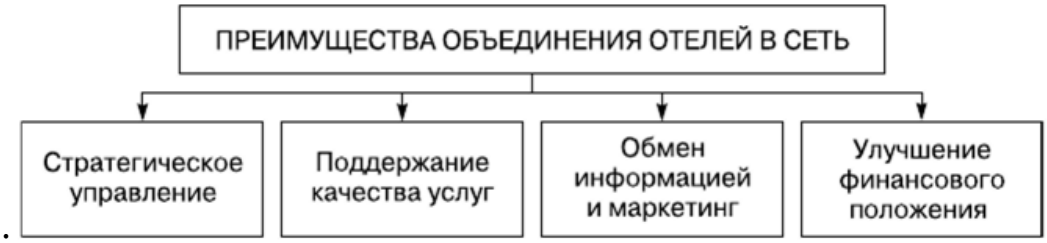


Рис 1. Конкурентные преимущества функционирования гостиничных сетей[1]

Преимущества, связанные с аспектами стратегического управления, заключаются в том, что:

1) благодаря сетевой форме организации достигается оптимальная географическая репрезентативность и успешно осуществляется географическая экспансия;

2) ценовая политика отелей, входящих в международные гостиничные системы, очень разнообразна и отличается высокой гибкостью;

3) сеть позволяет формировать портфель брендов для максимального охвата различных потребительских сегментов[2];

[1] Чудновский А. Д. Франчайзинг – эффективная форма управления в гостиничном и туристском бизнесе. 2016. 87

[2] Ульянов В.А. Малые гостиницы в индустрии гостеприимства: метод, ре- коменд. для проведения деловой игры в помощь менеджеру туризма. М.: Турист, 2000. 106 с.

4) управление гостиничными предприятиями в рамках сети увеличивает их возможности выживания и дальнейший поступательный рост на высококонкурентном рынке[1].

Преимущества, связанные с обменом информацией и маркетингом, состоят в следующем:

1) единая система маркетинга:

• общая финансовая система позволяет проводить анализ рынка, клиентуры, гостиниц-конкурентов, поставщиков и проводить рекламную политику;

• сеть способствует созданию единой системы маркетинга и продвижения, а также быстрому выходу на новые туристские рынки;

единая информационная система и система бронирования:

• включение в известную гостиничную систему дает отелю возможность быть представленным во всех ее справочниках, каталогах, системах бронирования и на интернет-сайтах. Более того, обмен информацией и опытом происходит и среди участников сети;

• в основе каждой гостиничной цепи лежит собственная система бронирования, ориентированная на первоочередную загрузку входящих в цепь гостиниц. Сеть позволяет формировать единые базы данных для оптимизации процесса бронирования.

Преимущества, связанные с аспектами создания качественного гостиничного продукта, обусловлены:

1) стандартизацией, унификацией систем управления. Сеть как форма организации способствует разработке и адаптации перспективных сетевых стандартов качественного гостиничного предложения. Входящий в гостиничную цепь отель приобретает огромные возможности расширения сервиса, опираясь на уже разработанные схемы и контракты. Включение в гостиничную сеть обязывает гостиницу постоянно поддерживать имидж бренда, содержать в порядке номерной фонд, своевременно проводить реконструкцию;

2) доступом к новым технологиям и технике. Еще одним преимуществом включения в гостиничную сеть становится возможность доступа к новым технологиям и технике. Это позволяет вести ремонтные работы без закрытия гостиницы и беспокойства ее гостей. Причем средства на реконструкцию выделяются, как правило, из специально предназначенных для этого фондов компании;

3) единой системой подготовки персонала. Большинство сетей создают свою собственную систему подготовки персонала для повышения его квалификации, возможности обмена профессиональным опытом, совершенствования профессионализма персонала гостиниц, что существенно влияет на качество обслуживания гостя в отеле[2].

---

[1] Inside the Minds: The Hotel Business. Leading Hoteliers Offer a Behind the Scenes Glimpse into the Hospitality Industry. USA: Aspatore, Inc., 2004.

[2] Шейн С. От мороженого к Интернету. Франчайзинг как инструмент развития и повышения прибыльности вашей компании. М.: Баланс Бизнес Букс, 2006. 208 с.

Преимущества финансового характера определены:

1) снижением издержек на рекламу и маркетинг. Единое стратегическое управление и маркетинговая деятельность позволяют существенно экономить средства на проведение самостоятельных глобальных исследований[1];

2) уменьшением издержек при совместных централизованных закупках. Считается, что независимые, по большей части локальные гостиничные фирмы с целью выживания будут в возрастающей степени стремиться стать частью сети, для получения соответствующих выгод экономии от масштаба в области логистики, архитектурного дизайна, бронирований и узнаваемости бренд [2]. Для того чтобы обеспечить, соответствие гостиниц принятым нормативам и стандартам оснащения, отели идут на создание не только мощных централизованных снабженческих организаций, но и специализированных предприятий по производству и ремонту оборудования и мебели.

В то же время, несмотря на очевидные преимущества развития сетевых отношений в международном гостиничном бизнесе, данный аспект крайне скудно представлен в отечественной и зарубежной научной литературе. В частности, исследователи зачастую не делают важного разграничения между различными по своей сути сетевыми формами организации гостиничного бизнеса — гостиничными сетями, цепями, группами и ассоциациями. Этот методологический недостаток указывает на необходимость уточнения понятийного аппарата в рамках данной работы.

Термин «гостиничная цепь» вошел в профессиональную терминологию как дословный перевод оборота, используемого в западноевропейских языках (англ, *hotel chain,* фр. *chaine des hotels,* нем. *hotelkette).* Ежегодно публикуются списки самых крупных гостиничных цепочек мира. Эти списки чаще всего содержат названия предприятий, являющихся владельцами гостиниц, которые не всегда связаны с гостиничным делом. Среди практиков гостиничного дела принято давать определение «цепочка гостиниц» прежде всего группе гостиниц, использующих общее название: гостиничная цепь — это определенное количество гостиниц, пользующихся одним и тем же названием и фирменным знаком, имеющих определенные общие потребительские особенности и осуществляющих совместную маркетинговую деятельность.

В подтверждение актуальности и дискуссионности вопроса относительно сущности гостиничной сети как формы организации гостиничного бизнеса следует отметить и параллельное сосуществование огромного разнообразия определений понятия «гостиничная сеть».

На основе анализа ряда источников относительно определения понятия «гостиничная сеть» можно сделать три важных вывода.

Во-первых, в отечественной специализированной литературе понятие «гостиничная сеть» на сегодняшний день не является окончательно

[1] Боуэн Дж., Котлер Ф., МейкензДж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. М.: ЮНИТИ, 2005. 1063 с.
[2] Go F., Pine R. Globalization Strategy in the Hotel Industry. Routledge: London; New York, 1995.270 p

устоявшимся. При сопоставлении имеющихся определений обнаруживаются разные интерпретации не только самого понятия гостиничной сети, но и экономико-правовой, маркетинговой природы формирования сети, особенностей ее развития и источников ее конкурентных преимуществ. Ярким примером может служить разнообразие в понимании географической репрезентативности гостиничной сети — одного из важнейших показателей стратегического развития гостиничных объединений.

Во-вторых, следует отметить, что лишь в незначительном количестве определений гостиничных сетей содержится некоторая логическая связь с областью теории стратегического управления, маркетингового управления гостиничными предприятиями, сетевой концепции. Например, высказывается мнение, что объединение гостиничных предприятий в сеть — это прежде всего «маркетинговая сеть»[1] основной задачей, которой является продвижение отелей на рынке индустрии гостеприимства. Главное преимущество от вступления гостиничного предприятия в сеть состоит в передаче гостинице важного нематериального актива — «торговой марки сети»; гостиничная сеть характеризуется своей индивидуальной узнаваемой маркой.

В работах специалистов также отмечается, что главная задача гостиничной сети — развитие маркетинговой деятельности, в которую включается изучение потенциальных сегментов рынка, продажи, формирование имиджа отелей сети[2].

В-третьих, возможно, существование столь широкого разнообразия определений понятия «гостиничная сеть» вызвано отсутствием связи тех или иных определений с конкретными сетевыми формами организации гостиничного бизнеса.

На основе системного исследования и с учетом всех перечисленных выше определений предлагается следующее определение понятия «гостиничная сеть»: это сложная многоуровневая система, состоящая из различных предприятий гостиничной отрасли и характеризующаяся стратегическим сотрудничеством как основным свойством данной системы. Иными словами, гостиничная сеть — это долгосрочное взаимовыгодное объединение гостиничных предприятий в единую структуру и систему стратегического сотрудничества с целью создания совместных отличительных характеристик. Развитию сотрудничества способствуют единая стратегия и совместные взаимовыгодные стратегические действия (особенно в сфере маркетинга) на основе общей системы информационного взаимодействия (включая единые системы бронирования и глобальные дистрибутивные системы) и сильного сетевого бренда, что приводит к взаимному усилению конкурентных позиций и брендов отелей сети и формированию дополнительных активов в рамках сети.

---

[1] Карпова Г.А., Ковалев С.И. Гостиничные цепи в Российской Федерации : препринт. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2002. 345 с.

[2] Драгныш Е.Ю. Европейский гостиничный маркетинг: учеб, пособие; пер. с англ. М.: Финансы и статистика, 2003. 224 с.

Z.Jabborova – student of Master's department of Kashkadarya State University

ENABLING AND DISABLING FACTORS FOR INNOVATION IN TOURISM IN THE CONTEXT OF THE INNOVATION AND DIGITAL ECONOMY

Abstract: The article discusses the factors that develop and hinder innovative activities in tourism.

Keywords: tourism, composition, personalization, a journey for recreation, artificial intelligence, robots, chat bots and automation, local experience, augmented reality.

Annotatsiya: ushbu maqolada turizm innovatsion faoliyatning rivojlantiruvchi to‘sqinlik qiluvchi omillar to‘g‘risida fikr yuritilgan.

Kalit so‘zlar: turizm, tarkib, shaxsiylashtirish, suniy intellect, robotlar, mahalliy tajriba, kengaytirilgan haqiqatlar.

Аннотация: В этой статье рассматриваются препятствия на пути развития туристических инноваций.

Ключевые слова: туризм, контент, персонализация, искусственный интеллект, роботы, местный опыт, расширенные реальности.

Tourism is one of the fastest growing industries and intrinsically linked to science and technology. This has been observed in the global economy. In particular, tourism accounts for 10% of world GDP and 7% of all exports. As per the World Tourism Organization (WTO), tourism is the world's fourth-largest export of goods and services (after automobile, chemical and fuel exports), and third-largest profitability after oil and the automobile industry. The industry must be able to adapt to continual change in order to evolve further, in brief, its integral link to innovative ideas and technologies will lead to its further development. However, the future of any industry depends on its developing and obstructive factors. A sector like the tourism industry has not been left behind. To start with, let us look at the barriers. The most significant problem in the current situation is the pandemic conditions. This has seriously damaged all sectors, especially tourism. According to statistics, a loss in the tourism sector is 1.1 trillion dollars.[1]

UNWTO experts have identified the countries whose economies have been hit hardest by the decline in tourism due to the proliferation of the coronavirus. The Jordanian portal Al-Bawaba published this official news. According to it, the Maldives' economy is heavily dependent on tourism, with tourism as a proportion of GDP reaching 38.9%. The British Virgin Islands in the Caribbean were closed to tourists on March 19. Here, tourism represents 33% of GDP. Tourism constitutes 28% of Macao's budget. The Dutch island of Aruba in the Caribbean recorded 101 cases of coronavirus. The region receives 27.6% of GDP from tourism. The South Pacific island of Vanuatu closed its borders on March 26. Here tourism accounts

[1] scienceforum.ru›Список научных направлений›article/2014004348

for 18.1% of GDP.[1] These economies are among the countries with the highest losses.

One of the following reasons is that the Internet, websites and portals are not permanently working in all regions; there is a lack of modern technology, equipment and staff working on innovative ideas.

Tourism trends in 2020 that offer new opportunities for growth in this area:

- *Composition*
- *Personalization*
- *A journey for recreation*
- *Artificial intelligence*
- *Robots, chat bots and automation*
- *Local experience*
- *Augmented reality*

Personalization – As the development of social media, advertising expands, so does the ability to create customized ads for brands. One can say this about social networking sites. Today's customers expect the experience to be influenced by their personal preferences - the living space, dining areas, entertainment and activities they attend - because of the change in decor. The better your business adapts to your customer's wishes and needs, the more likely it is that the user will return and use your service on a regular basis.

A journey for recreation – This is probably one of the longest-established travel concepts - combining leisure and tourism with business travel. Recreational tourism can take many forms. Sometimes a client traveling abroad for work decides to pursue tourism. For instance, working as a city guide or organizing business meetings for a client. In other cases, it may be a business trip to a new country, simply by making business contacts. Companies are also increasingly interested in organizing tourist events.

Artificial Intelligence (AI) – has become an essential tool for the travel industry, helping to personalize the search, travel booking and travel experience. Artificial intelligence is also emerging as an increasingly valuable asset in contexts such as smart hotel rooms, identifying potential guest needs, and fine-tuning facilities and services to the needs and preferences of guests. Whereas the Hilton Waldorf Astoria hotel chain used to be a leader in luxury services (they knew everything about guests - when choosing bedding), now, thanks to artificial intelligence, hotels have made customer service considerably easier. Artificial intelligence is being used in a variety of ways, from customer service to security. Future trends in artificial intelligence include self-driving cars and virtual city apps.

Robots, chat bots and automation – The robotics concern of the Hilton hotel chain is one of the most prominent examples of this unique trend in travel. Other hotels are keeping up with the times by installing interactive robots that perform certain reception functions or even have them provide food and drink to guests. For example, the Singapore M Social Hotel, designed by Philippe Starck,

[1] https://news/2020/09/26/koronavirusdan-eng-kop-zarar-korgan-10ta-turistik-yonalish-nomi-malum-qilindi

has installed a robot called AURA. This news is far from the only one. Many customers prefer the simplicity of the process and now book their trips and accommodations using chatbots specifically designed for artificial intelligence that can handle requests and be of assistance.

Local experience – Modern tourists are keen on experiencing the culture of their host country. From local cuisine to the celebration of national holidays and festivities. These types of experiences will be a major trend in tourism in 2020. Examples include attending a festival popular in Japan, renting official Japanese clothing, and eating national cuisine, attending traditional games or cultural events. Alternatively, for example, a client wants to dive into the Downton Abbey series - then Highclere Castle, near London, is waiting for you with accommodation. Others may be interested in staying longer with a guest family in the destination country to discover more about the local culture and traditions.

Augmented reality (AR) – with virtual reality has made its way into our lives. It combines virtual elements with life experiences. AR tourism trends include museum exhibits where visitors can observe real objects and structures and then cover them with a restoration of their original appearance. For a case in point, an attempt to create a Greek marble with a virtual overlay of the original colors can also be used to provide information about the place the visitor is visiting - cultural or historical information, or lists for entertainment and travel. AR is easily accessible through traditional devices such as smartphones that control travel tastes. As well as in the future, you will not have to leave your hotel - just choose the desired settings and find yourself in a chalet on Mont Blanc or on Cook Island in the Pacific.[1]

At the meantime, focus should be put on the training of qualified personnel in the aforementioned aspects, launching calls for proposals for new innovative ideas, creating innovations, providing financial support for technologies, promoting innovations in all regions, and on pandemic travelling.

In a particular situation where travel options are restricted, virtual tourism can be encouraged. It is a secure, inexpensive, accessible and innovative type of travel. Virtual tourism should be developed in our country, in a variety of regions (especially in the case of Kashkadarya).

Endeavour to support all sectors of a state economy, taking into account the specifics of their innovation operations, as well as the division of priorities, will enable a system to effectively develop market structures in this area. In brief, countries should be at the center of innovation activities in tourism, primarily the public innovation policy. It is an evolution of tourism that requires the Government to develop economic, legal and social mechanisms to stimulate innovation.

[1] Abduvaxidov A.M., Zaynalov N.R., Amriddinova R.S., Jalolov O.I., Jomonqulova F.E., Norov A.M., Sirliboyev V.X. “Mehmonxonalarda axborot-kommunikatsion tizimlar”;

Д.Баратова – Қарши давлат университети магистранти

МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИНИНГ ИҚТИСОДИЙ САЛОҲИЯТИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада туризм соҳасининг жаҳон иқтисодиётидаги ўрни ва меҳмонхона хўжалигининг самарадорлигини ифадаловчи иқтисодий кўрсаткичлар орқали меҳмонхоналарнинг иқтисодий салоҳияти ошириш бўйича таклифлар берилган.

Калит сўзлар. туризм, хизмат кўрсатиш, иқтисодий салоҳият, меҳмонхона, меҳмонхона хўжалиги, самарадорлик

Аннотация. В этой статье представлены предложения по увеличению экономического потенциала отелей с помощью экономических показателей, отражающих роль туризма в мировой экономике и эффективность гостиничной индустрии.

Ключевые слова. туризм, сервис, экономический потенциал, гостиница, гостиничный менеджмент, эффективность

Abstract. This article provides suggestions for increasing the economic potential of hotels through economic indicators that reflect the role of tourism in the global economy and the efficiency of the hotel industry.

Keywords. tourism, service, economic potential, hotel, hotel management, efficiency

XXI асрда жаҳонда туризмнинг ривожланиши янги босқичга кўтарилди ва дунё иқтисодиётининг етакчи тармоғига айланиб бормоқда. Дунё ялпи ички маҳсулоти (ЯИМ)нинг 10 фоизи, умумий экспорт ҳажмининг 7 фоизи туризм ҳиссасига тўғри келмоқда. Бутунжаҳон туристик ташкилотининг (БТТ) маълумотларига биноан туризм дунё миқёсида товарлар ва хизматлар экспорти бўйича тўртинчи ўринни (автомобиль, химия ва ёқилғи маҳсулотлари экспортидан кейин), даромадлилик даражаси бўйича учинчи ўринни (нефть ишлаб чиқариш ва автомобилсозлик саноатидан кейин) эгаллаб келмоқда[1].

Туризм соҳасини ривожлантиришни таъминлаш, туристик хизматлар самарадорлиги ва сифатини ошириш, меҳмонхона хўжаликларида кўрсатиладиган хизматларнинг халқаро андозаларга мос турларини такомиллаштириш ва диверсификация қилиш, иқтисодиётининг ўсишида туризм улушини ва меҳмонхона хизматлари сифатини мунтазам ошириб бориш масалаларига қаратилган. Ушбу йўналишлар меҳмонхона хўжаликлари самарадорлигини оширишни, уларни баҳолаш ва таҳлил қилиш йўлларини такомиллаштиришга қаратилган комплекс тадқиқотлар олиб боришда муҳим аҳамият касб этади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 3 февралдаги “Ўзбекистон Республикаси туризм соҳасини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони, 2018 йил 6 февралдаги “Кириш туризмини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори, 2018 йил 7 февралдаги “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори туризм инфратузилмасининг асосини меҳмонхона хўжалиги ташкил қилади. Бугунги кунда туризмни мутаносиб ривожлантириш мамлакатимизнинг барча

[1]UNWTO. Tourism Highlights 2017 Edition.

ҳудудларида замонавий меҳмонхоналарни барпо этишни тақозо қилади. Аммо меҳмонхоналарнинг турларини ўзимизга ва ҳудудлар эҳтиёжига мос равишда жойлаштириш, улар томонидан кўрсатиладиган хизматлар самарадорлиги ва сифатини баҳолаш ва таҳлил қилиш масалалари етарли даражада тадқиқ қилинмаган ва иқтисодий адабиётларда кам ёритилган.

Меҳмонхона хўжалигида самарадорликни баҳолашда яна шуни инобатга олиш лозимки, меҳмонхона эгаси ёки шу хўжалик юритувчи субъект мазкур соҳага қўйган инвестициясидан етарли даражада фойда олишга эришмоғи, мавжуд моддий-техника асосларидан самарали фойдаланмоғи, ходимларнинг юқори меҳнат унумдорлигига эришмоғи ва харажатлардан ҳам самарали фойдаланишга эришмоғи лозим. Ушбу талабларга эришиш учун меҳмонхона хўжалигида самарадорликни ҳар томонлама баҳолашни талаб қилади:

- меҳмонхона хўжалигига қўйилган активлар самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар;
- меҳмонхона хўжалиги моддий-техника асослари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар;
- меҳмонхона хўжалигида меҳнат самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар;
- меҳмонхона хўжалиги харажатлари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар.

Ҳозирги пайтда корхоналар иқтисодий салоҳиятини баҳолаш бўйича айрим фикрлар айтилган. Унда асосан иқтисодий салоҳиятга тўртта элемент кириши исботланган. Буларга: асосий воситалар, айланма маблағлар, номоддий активлар ва меҳнат салоҳияти киритилган. Меҳмонхона хўжаликлари иқтисодий салоҳиятининг таркиби соҳанинг хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда бироз фарқ қилишини инобатга олиб, улар таркибига яна меҳмонхонанинг меҳмонларни қабул қилиш қувватини ҳам киритиш мақсадга мувофиқ деб топдик. Шу туфайли меҳмонхона хўжаликларида самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими, таснифи ҳам фарқ қилади.

Маълумки, иқтисодий жараёнларни, шу жумладан, хизмат кўрсатиш жараёнларини содир этиш учун моддий бойликлар билан биргаликда жонли меҳнатнинг ҳам иштирокини таъминлаш, меҳмонхоналарда ҳам хизмат кўрсатиш жараёни содир бўлади. Ушбу хизматларни сотиш орқали меҳмонхона хўжалигининг барча харажатлари қопланиб, фойда олиш таъминланади. Натижада хизмат кўрсатиш жараёнининг провард мақсади, молиявий натижавийлик амалга ошади.

Ҳозирда иқтисодий салоҳиятни таҳлил қилишда фақатгина бухгалтерия балансининг актив қисмида жойлашган меҳмонхона хўжалиги тасарруфидаги моддий ва номоддий бойликлар (активлар) инобатга олинади. Аммо бу унинг иқтисодий фаолияти тўғрисида тўлиқ хулоса чиқариш учун етарли эмас экан. Бу эса меҳмонхона хўжалигининг иқтисодий аҳволига тўлиқ ва батафсил баҳо бериш имконини бермайди. Бунинг учун унинг активлари билан биргаликда

меҳнат ресурсларини ва меҳмонхона хўжалигининг жойлаштириш қувватини ҳам қўшган ҳолда таҳлил қилишни тақозо қилади.

Юқоридагиларни инобатга олиб, бозор муносабатлари шароитида корхонанинг иқтисодий салоҳиятини баҳолаш ва таҳлил қилишга бағишланган бир қанча асарлар айнан Ўзбекистонда пайдо бўлди. Муҳими, ушбу кўрсаткичлар тўғрисидаги маълумотлар меҳмонхона хўжаликлари молиявий ҳисоботларида ўз ифодасини топади.

Меҳмонхона хўжаликлари иқтисодий салоҳиятини баҳолаш орқали унинг самарадорлигини оширишнинг ички имкониятларини аниқлаш ва булар асосида тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш бугунги кескин рақобат шароитида ўта муҳимдир. Бунга улар фаолиятини чуқур таҳлил қилиш орқалигини эришилади. Бу эса,бир қанча масалаларни ҳал қилиш имконини беради.

Sh.A.Baxromov – SamISI o‘qituvchisi,
A.A.Siddiqov – SamISI o‘qituvchisi,
M.F.Shukurov – SamISI talabasi

JAHON TURIZM SEKTORIDA STARTAPLAR VA ULARNING O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTIGA TA’SIRI

Annotatsiya: Ushbu maqolada hozirgi kunda rivojlanib borayotgan sohalardan birir turizm sohasidagi startap loyihalari to‘g‘risida tahlillar keltirilgan. Maqola O‘zbekiston Respublikasida startraplarni rivojlantirish bo‘yicha takliflar bilan yakunlangan.

Kalit so‘zlar: startap, turizm, ekstrimal turizm, biznes, kreativ yondashuv, global tadbirkorlik, axborot texnologiyalari.

Аннотация: В данной статье представлен анализ стартап-проектов в сфере туризма, одной из развивающихся на сегодняшний день индустрий. Статья завершается предложениями по развитию стартапов в Республике Узбекистан.

Ключевые слова: стартап, туризм, экстремальный туризм, бизнес, творческий подход, глобальное предпринимательство, информационные технологии.

Abstract: This article provides an analysis of startup projects in the field of tourism, one of the emerging industries today. The article concludes with proposals for the development of startups in the Republic of Uzbekistan.

Keywords: startup, tourism, extreme tourism, business, creative approach, global entrepreneurship, information technology.

Zamonaviy iqtisodiyot barcha yo‘nalishlarda ijodiy yondashuvni talab etadi. Iqtisodiyotning barcha yo‘nalishlari innovatsion yondashuv, fan va texnologiyalar yutuqlaridan foydalanish davr talabiga aylanib ulgurgan. Xususan, axborot texnologiyalari sohasining iqtisodiyotdagi ulushi dunyo miqyosida juda ham yuqori hisoblanadi. Turizm sohasi ham rivojlanib borayotgan iqtisodiyotning asosiy sektorlaridan biri bo‘lib, startap va boshqa shu kabi loyihalarni qo‘llash sohaning chinakamiga rivojlanishida muhim omil hisoblanadi. Xususan, dunyo miqyosida o‘z o‘rniga ega bo‘lgan startap loyihalari ko‘plab sayyohlarning va mahalliy aholining muammolariga unikal yechim bo‘lgan. Startap loyihasi – bu qisqa

muddatli, aniq muammoga qaratilgan, kengayuvchi va innovatsion yechimga ega biznes model hisoblanadi. Bundan kelib chiqadiki, turizm sohasida ham startap loyihalarining tuganmas imkoniyatlari orqali bu sohani jadal rivojlantirish mumkin.

Turizm sohasi ham keng ko‘lamda rivojlanib borayotgan sohalardan biri bo‘lib, sohaga innovatsion texnologiyalarni jalb qilish, jahon tajribalaridan samarali foydalanish orqali kata natijalarga erishish mumkin hisoblanadi. Ushbu sohada ham qator farmon va qarorlarga imzo chekildi. 2019-yil 5-yanvar sanasida yurtboshimizning “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmoni imzolanib, unda asosan xalqaro turizm sohasini jadal rivojlantirish, viza tartibini soddalashtirish, hududlarda zamonaviy turistik infratuzilmani shakllantirish masalalari qo‘yilgan.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, mamlakatimiz sayyohlik sohasida – aynan sayohat uchun zarur bo‘ladigan startap loyihalarini amaliyotga joriy qilish, bunda esa xorijiy tajribadan foydalanish muhim hisoblanadi. Chunki, xalqaro miqyosda va rivojlangan davlatlarda muvaffaqiyatli ishlayotgan startap loyihalari nafaqat startap asoschisi, balki mamlakatga hamda iste’molchilarga qator qulayliklar yaratmoqda.

Har kuni yangi biznes g'oyalar vujudga keladi, yangi kompaniyalar tuziladi, yangi korxonalar tashkil etiladi. Ularning aksariyati sanoatga ta’sirli bo‘lish bilan birgalikda, ijtimoiy muhitni o‘zgartirishga ham bog‘liqdir. Oldinga olg‘a borishning yagona usuli - iste'molchilar oldindan ko'rmagan narsani taklif qilish yoki hech qaysi raqib erisholmagan natijaga ega bo‘lish hisoblanadi.

Ilmiy izlanish davomida rivojlangan mamlakatlardagi zamonaviy texnologiyalardan foydalangan holda qo‘llanilayotgan startaplarni o‘rganib, ular haqida ba’zi tahlillar olib borildi:

Medigo – Pawel Cebula, Ieva Soblickaite va Ugur Samut tomonidan 2014-yilda Berlinda tashkil etilgan bo'lib, dunyo bo'ylab bemorlar va shifokorlarni birlashtiradigan onlayn qidirish va hamkorlik platformasi sifatida faoliyat yuritmoqda. Tibbiy turizmni boshlashning asosiy maqsadi bemorlarni yuqori sifatli klinikalar va shifokorlarga yo'naltirishga yordam berish orqali sog'liqni saqlash sohasini isloh qilishga qaratilgan. Xizmat 900 dan ortiq yuqori xalqaro akkreditatsiyalangan shifoxona va 30 dan ortiq mamlakatda minglab mutaxassis shifokorlar bilan hamkor. Kompaniya hozirgi kunga qadar 11,83 million dollarni tashkil etdi. Ushbu platformadan butunlay bepul foydalanish mumkin va hozir bu xizmat 5 tilda mavjud: ingliz, nemis, ispan, italyan va fransuz.

Booking.com

Booking.com sayohat agregatori bo'lib, sayohat davomida joylashtirish vositalarini bronlashga asoslangan xizmat turi hisoblanadi. U AQShda tashkil qilingan Booking Holdings kompaniyasining boshlang'ich mahsuloti bo'lib, ushbu korxona tomonidan boshqariladi. Amsterdamda bosh qarorgohi joylashgan.

Vebsaytda 29 094 365 ta ro'yxat bo'lib, ular 195ta davlatdagi 143 172 ta manzillarda joylashgan. Har bir kunda 1 550 000 dan ortiq bronlar qilinadi. U 43ta tilda mavjud hisoblanadi. Uning shiori: "Uylar, hovlilar va ularning o'rtasidagi hamma narsa..."

Airbnb

Airbnb San Fransiskoda tashkil qilingan onlayn marketpleys hamda mehmondo‘stlik xizmatini taklif qiluvchi vebsayt va mobil ilovada ishlaydigan xususiy korxona hisoblanadi. A'zolar xizmatdan turar joy band qilish yoki taklif qilishda foydalanishlari mumkin. Kompaniya hech qanday ko‘chmas mulk vositasiga ega emas, shunchaki vositachi sifatida har bir bronlashdan komission to‘lov olishi mumkin. Mehmonlar turar joyni platformadagi turar joy turi, sanalar, joylashuv va narx kabi filtrlardan foydalangan holda tanlab olishlari mumkin. Bronlashdan oldin foydalanuvchilar shaxsiy va to‘lov ma’lumotlarini kiritishlari zarur. Ba’zida esa mehmonxonalar sayyohlar hukumati tomonidan taqdim etilgan shaxsni tasdiqlovchi hujjatlarni so‘rashadi. Kompaniya tomonidan sayohat qo‘llanmalari ham taqdim etiladi.

Qayd etilganidek, yuqorida keltirilgan startaplar nafaqat tadbirkorga, balki sayyohlarning o‘zlariga ham qulaylik bahsh eta oladi. Hozirgi kunda aynan IT texnologiyalardan foydalangan holda ko‘plab startap loyhalari amalga oshirilmoqda. Bunday loyihalar orqali mamlakat iqtisodiyotida ham o‘sish kuzatilishi tabiiy. Quyida dunyo miqyosida startaplarning qisqa statistik tahlili berilgan:

- oxirgi uch yilda sayyohlik sohasidagi startaplar soni o‘sib bordi. - oxirgi ikki yilda B2B korxonalariga investitsiyalar B2Cga qaraganda tezroq o‘sdi

- eng ko‘p sayyohlik startaplari Shimoliy Amerikdada tashkil qilingan bo‘lsa, Osiyo startaplari ko‘proq daromad ko‘rish bo‘yicha yetakchilik qildi;

- eng ko‘p daromadli startaplar uchtaligiga joylashtirish, xususiy uylar ijarasi hamda mashina ijarasi deb topildi;

- har to‘rttadan bitta kompaniya yopilgan bo‘lsa, 11% kompaniya esa muvaffaqiyat qozona olgan.

Biz ko‘rib chiqqan ma’lumotlarni tahlil qiladigan bo‘lsak, O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish uchun startap lohihalarni qo‘llab quvvatlash muhim ahamiyat kasb etadi.

Foydalanilgan manbaalar:

Booking.com
Airbnb.com
Wikipediya.org

IV ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГНИ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

И.А.Усманов – к.т.н., доцент СамГАСИ,
Ш.Х.Абдувахобов – магистрант СамГАСИ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФУНКЦИИ ПЛАНИРОВАНИЯ В СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация: настоящая статья посвящена исследованию системы планирования в строительных организациях. В ней показано место календарных планов производства строительных работ в составлении годового плана организации. Авторами даны предложения по повышению результативности и эффективности функции планирования в строительстве.

Ключевые слова: строительство, планирование, календарный план, годовая производственная программа.

Аннотация. Мазкур мақола қурилиш ташкилотларида режалаштириш тизимини тадқиқот қилишга бағишланган. Унда қурилиш ишларини бажариш бўйича календар режаларининг ташкилот йиллик режасини тузишдаги ўрни кўрсатиб ўтилган. Муаллифлар томонидан қурилишда режалаштириш функция-сининг натижавийлиги ва самарадорлигини ошириш бўйича таклифлар берилган.

Калит сўзлар: қурилиш, режалаштириш, календар режа, йиллик ишлаб чиқариш дастури.

Abstract. This article is devoted to research of the planning system in the construction organizations. It shows the place of construction work schedules in drawing up the organization's annual plan. The authors present a proposal to improve the effectiveness and efficiency of the planning function in construction.

Key words: construction, planning, schedule, annual production program.

Интенсификация реформ в строительной отрасли Республики Узбекистан предусматривает дальнейшее совершенствование градостроительной деятельности. Указом Президента Республики Узбекистан «Об утверждении Стратегии модернизации, ускоренного и инновационного развития строительной отрасли Республики Узбекистана 2021 — 2025 годы» целью Стратегии указано проведение преобразований в строительной отрасли, направленных на формирование современных методов управления, повышение инвестиционной привлекательности при реализации проектов и внедрение инновационных решений[1]. Формирование современных методы управления требует также развитие совершенствования функциональных подходов в системе менеджмента строительных организаций.

Как известно одной из основных функций управления в современном менеджменте является планирование. Планирование в общем случае

представляет собой установление определённых количественных и качественных параметров, которые определяют будущее состояние объекта управления. В данном контексте планирование призвано ответить на три основных вопроса: каково состояние объекта управление. Каковым видится будущее состояние объекта и каковы способы перехода из нынешнего состояния в будущее.

Более широким является следующее определение планирования: оптимальное распределение ресурсов для достижения поставленных целей, либо деятельность, связанная с постановкой целей и действий в будущем.

Вместе с тем, в настоящее время в хозяйственной практике широко распространено понятие планирования как процесса, направленного на определение комплекса целевых показателей, которые необходимо достичь за определённый период времени. Исходя из данной предпосылки вырабатывается отношение к планированию и принципам классификации планов.

В строительных организациях используется следующая система планов: а) по горизонту планирования – долгосрочные, годовые, квартальные, оперативные; б) по содержанию – календарные, производственные, организационно-технические, финансово-экономические; в) по уровню детализации – общестроительный, планы функциональных отделов, планы линейных подразделений, планы ответственных исполнителей. В основе всей системы планирования строительной организации лежит календарное планирование строительства объектов. Специфика строительного производства выделяет этот вид плана в качестве отдельной функции, которая оказывает влияние на всю систему планирования в организации. В соответствии с этим в учебной и научной литературе по организации строительствавопросам календарного планирования уделяется основное внимание [3,4,5,7].

Календарным планом строительства называется проектный документ, устанавливающий на основе правильно разработанной технологии целесообразную очередность, взаимную увязку во времени и сроки выполнения строительных и монтажных работ, а также определяющий потребность во времени и ресурсах, необходимых для производства этих работ[2]. Из данного определения следует вывод, что календарный план характеризует процесс комплексного планирования на уровне конкретного объекта строительства. Согласно другому определению календарный план представляет собой проектный документ, в котором отображены сроки и стоимость выполнения подготовительных, строительно-монтажных и других работ в динамике [6].В практике управления проектами определение календарного планирования охватывает все элементы инвестиционно-строительного процесса, включая деятельность заказчиков, проектировщиков и поставщиков материалов и конструкций.

Содержание всех указанных определений свидетельствует о наличии проектного документа, то есть составной части проекта строительства

объектов. Однако, календарный план должен прежде всего решать задачи планирования деятельности конкретного субъекта строительства, то есть строительной организации. Рассмотрение календарного плана в отрыве от системы планирования организации приводит к тому, что документ с самого начало является нежизнеспособным. Изучение деятельности строительных организаций показало, что на многих объектах проект производства работ (ППР) не разрабатывается вообще, или в нём не отражены организационно-технологические решения проекта организации строительства (ПОС). В малых строительных организациях штатным расписанием не предусмотрена должность инженера по разработке и реализации проектов производства работ. На наш взгляд это является следствием того что календарный план не встроен в общую схему планирования строительной организации (рис.1).

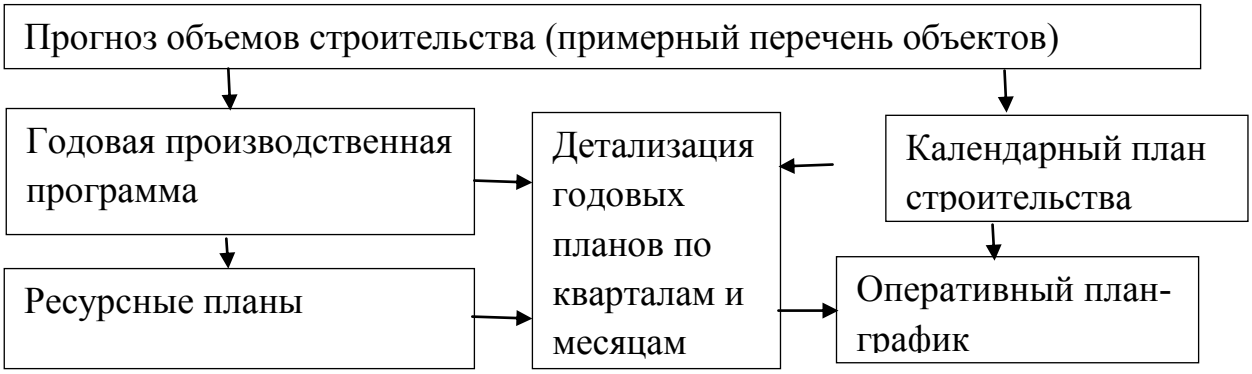


Рис.1. общая схема системы планирования строительной организации.

Как видно из данной схемы, календарный план строительства практически не участвует в разработке производственной программы, так как она формируется только на основе прогноза объемов строительно-монтажных работ. Кроме того, проект производства работ составляется после или на стадии заключения договора подряда, когда годовой план уже утверждён руководителем. В результате календарный план используется только линейными инженерно-техническими работниками (производитель работ или начальник участка) для оперативного управления строительными работами. Это существенно снижает результативность планирования.

Теоретические разработки в области организации строительного производства основываются на том, что годовой производственная программа или годовой план производства формируется на основе совокупности календарных планов планируемых к строительству объектов. Следовательно, возникает необходимость пересмотра всей системы текущего планирования строительной организации.

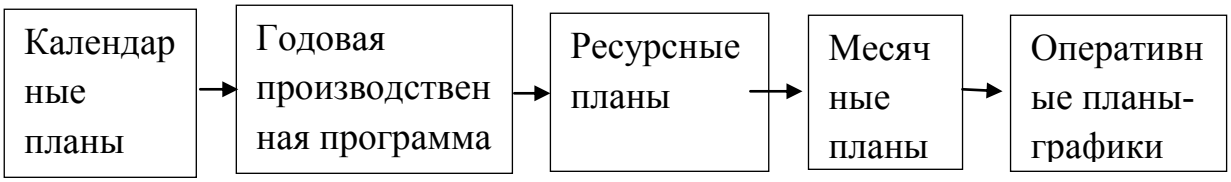


Рис.2. Совершенствование подхода к планированию в строительстве.

В настоящее время реализация данного порядка возможна при условии практического применения проектов производства работ на стадии подготовки к строительству. В первую очередь служба главного инженера должна быть ориентирована на разработку проектов производства работ. Все ресурсные планы, включая планы труда финансов и материального снабжения, необходимо привязать к календарным планам строительства объектов. Квартальные и месячные планы необходимо формировать не на основе детализации годовых планов, а по срокам, установленным в календарных планах. Особо следует отметить совершенствование плана по труду, или планирование использования трудовых ресурсов. В календарных планах распределение трудовых ресурсов предусмотрено в разрезе профессий и квалификации рабочих. Совершенствование планов позволяет планировать движение специализированных бригад по объектам строительства, снизить их привязанность к одному производителю работ и обеспечить ритмичность использования трудовых ресурсов.

Список использованной литературы:

1. Указ Президента Республики Узбекистан «Об утверждении Стратегии модернизации, ускоренного и инновационного развития строительной отрасли Республики Узбекистана 2021 — 2025 годы». 27 ноября 2020 года, УП-6119.
2. Википедия. Свободная энциклопедия. https://ru.wikipedia.org/
3. Большая энциклопедия нефти и газа. https://www.ngpedia.ru/id258609p1.html
4. Учебное пособие по организации строительства. https://studfile.net/volggasu/145/folder:8103/#2899993
4. Хадонов З.М. Организация, планирование и управление строительным производством. Учебник. - М.: Издательство АСБ, 2010. – 560 с.
6. Организация и планирование в строительстве: учебное пособие / Л. В. Ковалева; [науч. ред. И. Н. Пугачёв]. - Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2016. - 137 с.
7. Михайлов А.Ю. Организация строительства. Календарное и сетевое планирование. Учебное пособие. Издательство Инфра-Инженерия, 2020 г.–300 с.

A.N. Xoliqulov – SamISI, “Iqtisodiy tahlil va statistika” kafedrasi mudiri, i.f.n., dotsent,

M. Sh. Muxiddinov – SamISI, MMR-120-guruh magistranti

O‘ZBEKISTONDA TURISTIK SEGMENTATSIYANI AMALGA OSHIRISHDA MARKETING TADQIQOTLARI

Annotatsiya: Maqolada O‘zbekistonda turistik segmentatsiyani amalga oshirishda marketing tadqiqotlari yoritib berilgan. Unda turistik segmentatsiyani amalga oshirishda marketing tadqiqotlari muhim ahamiyatga ega ekanligi hamda ushbu marketing tadqiqotlarini o‘tkazish yo‘llari ko‘rsatib berilgan.

Kalit so‘zlar: turizm, sayyoh, segmentatsiya, marketing, tadqiqot

Аннотация: В статье описаны маркетинговые исследования при реализации туристической сегментации в Узбекистане. В нем подчеркивается важность

маркетинговых исследований при реализации сегментации туризма и способы проведения этого маркетингового исследования.
Ключевые слова: туризм, туризм, сегментация, маркетинг, исследования
Abstract: The article describes marketing research in the implementation of tourism segmentation in Uzbekistan. It highlights the importance of marketing research in the implementation of tourism segmentation and ways to conduct this marketing research.
Keywords: tourism, tourist, segmentation, marketing, research

Turizmdagi marketing amaliyoti shunga kafolat beradiki, bozorni segmentlash:

O'z maqsadiga ega istiqbolli bozorni tanlash vositasidir;

Mijozlarni eng ko'p (maksimal) darajada qoniqtirish imkonini beradi;

Optimal marketing strategiyasini tanlashga yordam beradi;

Erishib bo'ladigan va aniq maqsadlarning qo'yilishiga;

-qabul qilinayotgan qarorlar darajasini, ularning asoslanishini iste'molchilarning bozordagi xatti-harakatlari to'g'risidagi axborot bilan ta'minlab amalga oshirish imkonini beradi;

-taklif etilayotgan xizmatlar va umuman olganda korxona raqobatbardoshligini oshirilishi ta'minlab beradi;

-turistik korxona marketing xarajatlarining optimallashtirilishini koʻzda tutadi;

Bozorni segmentlash- so'zsiz, turizmdagi marketingning eng muhim dasturlaridan biri. Raqobat kurashidagi muvaffaqiyat uning qanchalik to'g'ri amalga oshirilganligiga bog'liq bo'ladi. Samarali bo'lishi uchun segmentlash alohida belgilar bo'yicha olib borilishi shart.

Turizmda segmentlashning asosiy belgilari:

1. Geografik;
2. Demografik;
3. Ijtimoiy-iqtisodiy;
4. Psixografik;
5. Xulqiy (xatti-harakat, yashash tarzi).

Bozorni geografik belgilar bo'yicha segmentlayotganda iste'molchilarning u yoki bu hududda yashashlari bilan belgilanadigan bir xil yoki o'xshash afzalliklarni ko'zda tutmoq lozim bo'ladi. Geografik segment sifatida tarixiy, siyosiy, milliy yoki diniy birlikka ega bo'lgan butun bir mamlakat, mamlakat guruhlari ko'rib chiqilishi mumkin.

Demografik belgilar -iste'molchilarning jinsi, yoshi va oilalaridagi a'zolar soni.

Yosh belgilari bo'yicha turistik bozorning turlicha turistik mahsulot taklif etilishi lozim bo'lgan quyidagi segmenrlarini belgilab olish mumkin:

O'zlar hamda ota-onalari bilan sayohat qiluvchi bolalar(14-yoshgacha);

Yoshlar(15-24yosh);

Asosan oilalari(bolalari) bilan sayohatga chiquvchi, nisbatan yosh, iqtisodiy faol kishilar(25-44yosh);

Farzandlarsiz sayohat qiluvchi o'rta yoshdagi iqtisodiy faol kishilar(45-60yosh);

"Uchinchi yosh" guruhiga kiruvchi turistlar (60-yosh va undan yuqori).

Birinchi segment bolalar turizmiga taalluqli. Bolalarning turistik harakatlari asosan ota-onalarning qarorlariga bog'liq bo'ladi.

Turizm bozorining muhim segmenti-yoshlar, shinamlik darajasi pastroq bo'lgan joylashish, transport vositalarida arzon sayohat qilish, kechki dam olish kabilarni afzal ko'radilar. Yoshlarning muloqot va o'rganishga bo'lgan intilishlari hamda bo'sh vaqtlarining ko'pligi (masalan, ta'tillar) tufayli bu segmentga yuqori darajadagi turistik faollik xos bo'ladi.

25-44yoshlar atrofidagi iste'molchilar segmentiga oilaviy turizmning ustunligi xos. Bu ayniqsa kurort joylarga xos.

45-60 yoshli iste'molchilar segmentiga asosan iqtisodiy faol insonlar xos. Ularning turistik xatti-harakatlariga bolalarning istak-xohishlari, ehtiyojlari va qiziqishlari ta'sir o'tkazmaydi. Ushbu yoshdagi turistlar shinamlik va qulaylikka, o'z professional qiziqishlariga mos keluvchi joylar bilan tanishish hamda mazmunli sayohat dasturlariga yuqori talablar qo'yadilar.

Ushbu segmentlarga nisbatan turistik xizmatlarni loyihalashtirish jarayonida, o'rta yoshlilar iqtisodiy faol guruh ekanligini inobatga olib, ish olib borish lozim.

"Uchinchi yosh" turizmi nafaqat shinamlikni balki xizmat ko'rsatuvchi xodimlar tomonidan yuqori darajali e'tibor bildirilishini, malakali tibbiy yordam olish imkoniyatini, restoranlarda parhez ovqatlarning ham bo'lishini, tinch joylarda joylashgan mehmonxonalarda o'rnashish imkoniyatlari bo'lishini ham talab etadi. "Uchinchi yosh" guruhiga kiruvchi turistlar turizimining o'ziga xos tomoni shundaki, unda yaqqol darajada namoyon bo'ladigan mavsumiylik mavjud emas.

Buxoro va Buxoro viloyatida turizm infratuzilmalarini rivojlantirish hisobiga sayyohlar sonini 1,9 barobarga oshirish rejalashtirilmoqda.

2017—2019 yillarda Yevropa, Afrika, Osiyo va MDH davlatlaridan sayyohlarni jalb etish uchun Buxoro va Buxoro viloyati turizm salohiyatini jadal rivojlantirish bo‘yicha kompleks chora-tadbirlar amalga oshiriladi. Bu haqda davlat rahbari matbuot xizmati e’lon qilgan O‘zbekiston Prezidentining 19 maydagi tegishli qarorida so‘z boradi.

Buxoro va Buxoro viloyatida yangi mehmonxonalar, madaniy-sog‘lomlashtirish va savdo-ko‘ngilochar markazlar hamda boshqa sayyohlik infratuzilmalari ob’ektlarini qurish, turizmni rivojlantirish uchun zarur sharoitlarni yaratish rejalashtirilgan.

Umumiy ovqatlanish tizimi takomillashtirilib, sayyohliklarning kechki vaqtlarini mazmunli tashkil etish uchun sharoitlar yaratish belgilangan. Jumladan, restoranlar quriladi, madaniy yodgorlik ob’ektlari hududida teatrlashtirilgan milliy konsert dasturlari, milliy an’ana va urf-odatlar namoyishlari o‘tkaziladi.

Transport xizmatlarini ko‘rsatish darajasini yaxshilash, avia va temir yo‘l infratuzilmalarini rivojlantirish, aviareyslar va «Afrosiyob» poyezdlari reyslari sonini oshirish rejalashtirilgan. Sayyohlik ob’ektlariga olib boruvchi avtomobil yo‘llari qurilib, rekonstruksiya qilinadi.

Buxoro markazida ixtisoslashgan suvenir va sovg‘alar do‘konlari tarmog‘i joylashtirilgan yangi «savdo-sotiq» ko‘chasi paydo bo‘ladi. Turizm infratuzilmalari ob’ektlariga bankomat va terminallar o‘rnatiladi, sayyohlar ommaviy to‘planadigan

joylarda valyuta almashtirish punktlari va Wi-Fi zonalari tashkil etiladi.

Shofirkon tumanidagi «Og‘utma» ko‘li atrofida sayyohlik infratuzilmalarini yaxshilash, «Jayron» ekologik markazi «Tashrif markazi"ni kapital ta’mirlash hamda uning atrofida zoologik bog‘ tashkil etish rejalashtirilgan. Peshko‘ tumanidagi «Qoraqir» ko‘lida ov, plyaj va sport turizmi bilan shug‘ullanish uchun zarur sharoitlar yaratiladi. «Afshona» muzeyi atrofidagi hududlarni obodonlashtirish va ixtisoslashgan davolash uylarini qurish kutilmoqda.

«Ark» majmuasini to‘liq restavratsiya qilish bo‘yicha «ortga surib bo‘lmaydigan» choralar ko‘riladi. Ichki hovlining vayron bo‘lgan qismini qayta tiklash (tozalash) ishlari 2021 yilga qadar yakunlanishi lozim.

Buxoro shahrining tarixiy qismini rejalashtirish va moddiy madaniy yodgorlik ob’ektlarini restavratsiya qilish ishlariga Yevropa mamlakatlarining yetakchi ekspert-maslahatchilar jalb qilinadi. Buxoro viloyatidagi maxsus muhofaza ostiga olingan tarixiy madaniy hududlarda qurilish va ta’mirlash-qayta tiklash ishlarida ular arxitekturasiga aralashuv eng kam darajada amalga oshiriladi.

O'zbekiston Respublikasi jahon sayyohlik bozorida o'z o'rnini mustahkamlab olgan, ammo sezilarli o'sish haqida gap yuritishga erta. Bu Turizm bo'yicha raqobatbardosh mamlakatlar reytingi bilan ham isbotlanadi. Unda dunyodagi (madaniy zaxiralar, arzon infratuzilma, sayyohlik mahsulotlari narxi, xavfsizlik darajasi, xalqaro shaffoflik jihatidan) eng jozibador 140ta sayyohlik maskanlari qayd etilgan. Ushbu ro'yxatda Qozog'iston 85-o'rin, Qirg'iziston 116-o'rin, Tojikiston 119-o'rinni egallagani holda, O'zbekiston bu reytingga kiritilmagan. Bu haqda Normativ-huquqiy hujjatlar muhokamasi saytiga joylashtirilgan O'zbekiston Prezidentining «O'zbekiston Respublikasida o'rta istiqbolda turizmni rivojlantirish bo'yicha Kontseptsiyasini hayotga tatbiq etish choralari to'g'risida»gi qarori loyihasida so'z yuritilgan.

Butunjahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) ma`lumotlariga ko'ra, turizm jahon tovarlar va xizmatlar eksportida to'rtinchi, daromad keltirishi bo'yicha uchinchi o'rinda turadi. Uning jahon YaIMdagi hissasi 10 foizni tashkil etadi. O'zbekiston, Butunjahon turizm va sayohatlar bo'yicha kengashi (BTSK)ning baholariga ko'ra, sayyohlar kelishi borasida dunyo mamlakatlari orasida 150-o'rinda. Uning hissasiga umumiy sayyohlar oqimining 0,2 foizi (bu boradagi O'zbekiston salohiyati 2,2 foiz) to'g'ri keladi.

Shu bilan birga, hujjatda qayd etilishicha, 2015−2020 yillarda O'zbekistonda ko'rsatilgan turistik xizmatlar hajmi (109 foiz) va xorijiy tashriflar soni ikki baravar (96,8 foiz) oshgani e`tirof etilgan. Yangi turistik korxonalar soni 27,2 foizga o'sgan.

Shunga qaramay, turizm infratuzilmasi, sifat darajasi, sayyohlik xizmatlarini ko'rsatish holati, mamlakat iqtisodiyotiga qo'shayotgan hissasi zamon talablariga javob bermaydi. BTSK baholashicha, O'zbekiston turizm sohasining iqtisodiy hissasi 2020 yilda 1,81 trln so'm yoki YaIMning 1,1 foizini tashkil etgan. 864,2 mlrd so‘mlik investitsiyalar (barcha kiritilgan sarmoyalarning 2,2 foizi) va 200 mln AQSh dollari miqdoridagi eksport xizmatlarini hisobga olganda YaIMning 3,2 foizini tashkil etadi. Turizmning O'zbekiston aholi bandligidagi bevosita ulushi 5 foiz (141,5 ming kishi)dan iborat.

Toshkent, Samarqand va Buxoro O'zbekistonning eng muhim sayyohlik markazlari hisoblanadi. Ushbu maskanlarda mamlakatdagi turizm infratuzilmalarining 51,7 foizi joylashgan bo'lib, ularning aksariyati xalqaro talablarga mos keladi. Normativ–huquqiy hujjatlar muhokamasi saytida joylashtirilgan «O'zbekiston Respublikasida o'rta istiqbolda turizmni rivojlantirish bo'yicha Kontseptsiyasi» loyihasida shu haqida so'z boradi.

Ammo, O'zbekiston sayyohlik bozorida xalqaro mehmonxonalar brend-larining ishtiroki juda sustdir. Barcha xalqaro mehmonxona kompaniyalari Toshkentda joylashgan. Biroq, bu yerdagi narx–navo dunyoning yetakchi sayyohlik yo'nalishlaridag imehmonxonalar narxlaridan sezilarli balanddir. Jumladan, 5 yulduzli xalqaro mehmonxonalardagi bir xona qiymati Yevropa mamlakatlaridagi ayni o'rin uchun olinadigan narxdan 1,5 baravar ko'pdir. Narxlarning balandligi esa, mijozlarning kamligi, raqobat muhitining past darajasi hamda biznes–sayyohlarga o'ta qaramlik bilan izohlanadi.

Д.Ҳ.Холмаматов – СамИСИ, Маркетинг кафедраси и.ф. бўйича PhD

ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА УЛГУРЖИ САВДО ФАОЛИЯТИДА МАРКЕТИНГ ЛОГИСТИКАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ

Аннотация: мазкур мақолада инновацион иқтисодиёт шароитида улгуржи савдо фаолиятида маркетинг ва логистиканинг ўрни, маркетинг логистикасининг мазмуни, улгуржи савдо фаолиятида маркетинг логистикаси қўлланилишининг ўзига хос хусусиятлари ёритилган.

Калит сўзлар: улгуржи савдо, маркетинг концепциялари, маркетинг логистикаси, маркетинг функциялари, тақсимот каналлари, сақлаш, етказиб бериш.

Аннотация: в данной статье рассматривается роль маркетинга и логистики в оптовой торговле в условиях инновационной экономики, содержание маркетинговой логистики, особенности использования маркетинговой логистики в оптовой торговле.

Ключевые слова: оптовая торговля, концепции маркетинга, маркетинговая логистика, функции маркетинга, каналы распределения, хранение, доставка.

Abstract: This article describes the role of marketing and logistics in wholesale trade in the context of an innovative economy, the content of marketing logistics, the specifics of the use of marketing logistics in wholesale trade.

Keywords: wholesale trade, marketing concepts, marketing logistics, marketing functions, distribution channels, storage, delivery.

Улгуржи савдо иқтисодиётда туб таркибий ўзгаришлар, модернизация ва диверсификация шароитида товар-моддий ресурслар ҳаракати жараёнини бошқариш ва товар-моддий ресурслар ҳаракатини интенсивлаштиришни таъминловчи асосий бўғиндир. Улгуржи савдо товарларни тақсимлаш каналлари бўйича ҳаракатини ташкил этиш билан бирга тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқарилишини ва истеъмолини бир-бирига мос ҳолда узлуксиз

ишлашига ёрдам беради.

Инновацион ривожланиш шароитида улгуржи савдонинг ижобий натижасига маркетинг инструментларидан, товар, нарх ва силжитиш сиёсатидан самарали фойдаланиш орқали эришилади. Шунингдек, маҳаллий улгуржи савдо корхоналари савдонинг замонавий стандартларини узлуксиз равишда ўзлаштириш, нархли ва нархсиз инструментлардан фойдаланган ҳолда рақобат қилиш, улгуржи савдони ташкил этиш ва бошқаришда хорижий тажрибалардан фойдаланиш долзарб масалалардан ҳисобланади.

Иқтисодиётимизнинг муҳим соҳаси бўлган савдода маркетинг фаолиятидан самарали фойдаланиш, бозорнинг янада даромадли сегментларидан фойдаланишга имкон берувчи аниқ истиқболли сервис ва инновацион фаолиятни йўлга қўйиш орқали ривожланишга эришиш мумкин. Улгуржи савдо фаолиятини узлуксиз ривожлантириш маркетинг инструментлари ва технологияларини фаол қўллаш натижасида таъминланиши мумкин.

Шу билан бирга улгуржи товар айланмасини ошиши етказиб бериш, сақлаш, захираларни ташкил этиш, харидорларга сервис кўрсатиш билан ҳам боғлиқдир. Улгуржи савдода логистиканинг вазифалари қуйидагилардан иборат:

– харидорларга етказиб бериш жадвалларини ишлаб чиқиш;

– харидорларга етказиб бериш учун товарнинг минимал ҳажмини аниқлаш;

– харидорларга сервис кўрсатишни ташкил этиш ва уни баҳолаш кўрсаткичларини ишлаб чиқиш;

– омборларда бажариладиган операцияларни бошқариш;

– нуқсонли товарларни қайтариш тизимини шакллантириш ва бошқалар.

Бугунги кунда улгуржи савдода маркетинг ва логистика функцияларини бирлаштириш ғояси илгари сурилмоқда. Бу жараён маркетинг логистикаси асосида амалга оширилади. Маркетинг логистикаси – бу хом ашё, эҳтиёт қисмлар, материаллар, бутловчи қисмларни дастлабки келиб чиқиш нуқталаридан бошлаб ишлаб чиқариш, тайёр маҳсулотларни тақсимот каналларини режалаштириш, истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини ўрганиш аосида тайёр маҳсулотларни етказиб бериш билан боғлиқ фаолиятдир.

Улгуржи савдода маркетинг логистикаси буюртмалар портфелини шакллантириш, унинг асосида ишлаб чиқариш ассортиментини режалаштириш, маҳсулотларнинг оптимал ҳаракатланиш технологиясини аниқлаш, маҳсулот сифати ва қадоқлаш учун стандартлар яратиш, етказиб беришда вақт йўқотишларни бартараф этиш, моддий ва меҳнат ресурсларидан самарали фойдаланишга қаратилган.

Улгуржи савдо маркетинг логистикасида замонавий ахборот технологиялари муҳим рол ўйнайди. Рақамли технологиялар, улгуржи савдо терминаллари, товарларни бир хил кодлаш, товарлар ҳаракатини сунъий йўлдош орқали кузатиб бориш, омбор операцияларини комьпютерлаштириш, электрон маълумотлар алмашинуви ва пул ўтказишлар улгуржи савдода маркетинг логистикаси орқали амалга оширилади.

Улгуржи савдода маркетинг логистикасининг вазифаси ишлаб чиқарувчининг таъминотини, ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига тайёр маҳсулотлар оқимини бошқаришдир. Улгуржи савдо фаолиятида маркетинг логистикаси маҳсулотларни сақлаш, етказиб бериш, ҳаракатланиш машрути, алоқа ўрнатиш, буюртмалар портфелини шакллантириш, сервис кўрсатиш билан боғлиқ барча операцияларни таҳлил қилиш, режалаштириш, ташкил этиш ва бошқаришдир.

Улгуржи савдода товар ҳаракати самарадорлигини ошириш ва харажатларни камайтириш учун маркетинг логистикаси жуда муҳимдир. Маркетинг логистикаси улгуржи савдода инфратузилмани лойиҳалаштириш ва амалга ошириш бўлиб, у товарларни келиб чиқиш манбасидан сотиш нуқтасига самарали ва энг кам харажат билан етказиб беришни назарда тутади.

Улгуржи савдода маркетинг логистикасининг асосий мақсади – истеъмолчиларнинг эҳтиёж ва талабларини сифатли товарлар ҳамда хизматлар билан ўз вақтида қондириш ва сервисни кўрсатиш, харидорлар билан мустаҳкам, узоқ муддатли алоқалар ҳамда муносабатларни йўлга қўйиш, керакли жойга, керакли вақтда етказиб бериш ҳисобланади.

Улгуржи савдода маркетинг логистикаси фаолиятининг асосий йўналиши тижорат ишини юритиш билан боғлиқдир. Бу эса улгуржи савдо корхоналари маркетинг ва логистика тизимининг муҳим таркибий қисми ҳисобланади. Улгуржи савдода маркетинг ва логистика функцияларининг генезиси кўпинча соҳанинг табиатига боғлиқ. Бу ерда сўз бозор иштирокчиларининг тижорат тавсифидаги фаолиятини амалга оширишларида маркетинг ва логистика хизмати функциялари ҳақида бормоқда.

Таъкидлаш жоизки, улгуржи савдо фаолиятида маркетинг логистикаси қуйидагиларга эришишга қаратилган:

- товар заҳираси ва боғланган капитал ҳажмини камайтириш;
- товарни етказиб беришга тайёрликни ошириш;
- буюртмани бажариш вақтини камайтириш ва унинг сифатини ошириш;
- ишлаб чиқаришнинг мослашувчанлигини ошириш;
- маҳсулот таннархи, транспорт харажатлари, қўл меҳнати харажатларини пасайтириш;
- капитал айланувчанлигини тезлатиш;
- корхонанинг иқтисодий оқимларини оптималлаштириш;
- корхона ресурсларининг барча турларидан фойдаланишни ташкил қилишни оптималлаштириш;
- иқтисодий оқимларни бошқариш жараёнида корхонанинг барча бўлинмалари фаолиятини мувофиқлаштириш.

A.N. Xoliqulov – SamISI, “Iqtisodiy tahlil va statistika” kafedrasi mudiri, i.f.n., dotsent,
O. T. Tursunov – SamISI, MMR-120-guruh magistranti

TIJORAT BANKINING MEHNAT FILIALIDA MARKETING XIZMATI SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI

Annotatsiya: Maqolada tijorat bankining mehnat filialida marketing xizmati samaradorligini oshirish yo‘llari yoritib berilgan. Unda banklarning mehnat filialida marketing xizmati juda muhim ekanligi hamda ushbu marketing xizmatini samaradorligini oshirish yo‘llari ko‘rsatib berilgan.

Kalit so‘zlar: Bank, marketing dasturi, marketing xizmati, rejalashtirish, strategik rejalashtirish.

Аннотация: В статье описаны пути повышения эффективности маркетинговых услуг в трудовом отделении коммерческого банка. Показана важность маркетинговых услуг в трудовом отделении банков и способы повышения эффективности этой маркетинговой услуги.

Ключевые слова: Банковское дело, маркетинговая программа, маркетинговые услуги, планирование, стратегическое планирование.

Abstract: The article describes ways to increase the efficiency of marketing services in the labor branch of a commercial bank. It shows the importance of marketing services in the labor branch of banks and ways to increase the efficiency of this marketing service.

Keywords: Banking, marketing program, marketing service, planning, strategic planning.

Bank har qanday boshqa muassasa kabi o‘z kelajagi haqida aniq tasavvurga ega bo‘lishi kerak. Shu tufayli yalpi marketing tadqiqotlari bankning tadbirkorlik faoliyati strategiyasi va dasturi haqida qaror qabul qilish uchun asoslangan bazani tashkil etadi. Bank xizmatlari bozorini dasturlashtirish, o‘zining bozordagi harakatlari strategiyasini aniqlash va rejalashtirish, bank mahsulotlarining asosiy turlariga bozor talabini aniqlash bank ichki boshqaruvi marketing kontseptsiyasining asosiy tamoyillarini tashkil etadi. Bank bozorining o‘zgaruvchan shart-sharoitlarini hisobga olgan holda bankning kelajakdagi faoliyati yo‘nalishlarini aniqlashga imkon beradigan strategik rejalar ishlab chiqish zarur. Raqobatchilarning ehtimol tutilgan hatti-harakatlarini hisobga olgan holda narx-navo, sotuv va tovar siyosati sohasida yalpi tadbirlar ishlab chiqish bank faoliyatini boshqarishda marketing jihatidan yondashuvning ancha afzalligini aks ettiradi. Marketing faoliyati dasturlari uzoq muddatli strategiya siyosatini yuritish, katta iqtisod yo‘qotishlarga chap berish hamda barqaror rivojlanish va muvaffaqiyatlarga erishishga imkon beradi.

Bank xizmatlari bozorini yalpi tadqiq etish o‘z imkoniyatlarini aniqlash va strategik mahsulotlarni sotish bankka uning faoliyati uchun eng maqbul bo‘lgan sotuv bozorlarini tanlab olish imkoniyatini beradi.

Dasturlar ishlab chiqishdan ko‘zda tutilgan maqsad – bankka o‘z xizmatini sotish uchun bozorni zabt etish borasida muayyan tadbirlarni o‘tkazishni tavsiya

etishdan iboratdir.

Marketing faoliyati dasturida bank marketing xizmatining yutuqlari, muvaffaqiyatlari jamlangan holda aniqlanadi, ular ishining asosiy natijasi tavsiflanadi. Agar bank rahbariyati dastur asosida turgan asosiy mahsulotlar mazmunini ma'qullasa va bu dasturni ijro uchun qabul qilsa, u bank umumiy ish rejasining tarkibiy bir qismi bo‘lib qoladi. Ushbu batafsil reja majburiy deb tan olinadi va bankning keyingi faoliyati uni amalga oshirishga bo‘ysundiriladi.

Bank rejasi juda keng va batafsil bo‘lishi hamda unda moliya ishlari, kadrlar bilan ishlash va mablag‘larni joylashtirish kabi sohalar aks ettirilishi lozim. Marketing dasturi bank faoliyatini batafsil rejasi, poydevori bo‘lib xizmat qilishi lozim.

Shunday qilib, bankning marketing dasturi – bu marketing tadqiqotlari asosida tuzilgan strategik rejadir. Unda istiqbolda amalga oshiriladigan narxnavo, sotuv va tovar ishlab chiqarish faoliyatiga taalluqli bo‘lgan hamda uning kelgusidagi tavsiyalar o‘z aksini topadi.

Marketing dasturini ishlab chiqish jarayonida bank xizmatlari bozorining rivojlantirish borasidagi turli cheklovlar hisobga olinadi va bank imkoniyatlari aniqlanadi. Shu bilan bir qatorda bozor bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri va teskari aloqalarni, mijozlarning o‘zgaruvchan ehtiyojlarga moslashish zaruriyatini va bozor talablarini shakllanishi va kengayishiga faol ta'sir etish zaruratini aniqlash lozim. Bankning dastur ishlab chiquvchi marketing xizmati taklif etilayotgan xizmatlar tarkibining bir qancha muqobil (alternativ) variantlarini, shuningdek mijozlar talablarini hisobga olgan holda ushbu xizmatlarni sotish yo‘llarini aniqlashi kerak. Zamonaviy bankning strategik rejalashtirish usullarini qo‘llash zarurati kundalik faoliyatdagi tavakkalchilik darajasining oshishi, muvaffaqiyatsizlikka ta'sir etuvchi turli omillar xususiyati, boshqaruvning tashkiliy tizimi murakkablashuvi, barcha shart-sharoitlarni o‘ta muhim vazfalarni hal etishga qaratish zarurati bilan bog‘liqdir.

Strategik rejalashtirish o‘zida uzoq muddatga mo‘ljallangan maqsadlar bilan bankning potentsial imkoniyatlari o‘rtasidagi mutanosiblikni vujudga keltirish va uni qo‘llab quvvatlash jarayonini aks ettiradi.

Marketing tadqiqotlari asosida rejalashtirish quyidagi afzalliklarga ega:

- birinchidan, ijrochilarning turli guruhlari o‘rtasida o‘zaro hamkorlikni ta'minlaydi. Bu bankning asosiy vazifalarini hal etish uchun sa'y-harakatlarni jamlashiga imkon beradi;
- ikkinchidan, faoliyati bank xizmatlarini yaratish va sotish bilan bog‘liq bo‘lgan ko‘p sonli tarkibiy bo‘linmalar sa'y-harakatlarni muvofiqlashtirishga imkon beradi.

Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida bank faoliyatini takomillashtirib borish uchun marketing tadqiqotlari va marketing dasturlari ishlab chiqishni onda-sonda emas, balki muntazam ravishda olib borish maqsadga muvofiqdir. Faqat shunday usul bilangina ishda samaradorlikni oshirish va barqarorlikka erishish mumkin.

Rejalashtirish bankka katta foyda keltiradi. U bankning yangi bozor segmentlarini zabt etishga doir shart-sharoitlarni muvofiqlashtirishga imkon beradi.

Bu bilan rejalashtirish ichki va tashqi sharitlarda paydo bo‘lgan noto‘g‘ri axborotlar tufayli noto‘g‘ri qaror qabul qilish xavfini kamaytiradi. U shuningdek, bankning bozor o‘zgarishlariga qanchalik tayyorligini ham belgilaydi.

Bozor shart-sharoitlarining tez-tez o‘zgarib turishi va uni oldindan aytish qiyinligi tufayli strategik rejada hamma narsani oldindan nazarda tutishning imkoni yo‘q. Shuning uchun rejada uni ijro etish jarayonida vaziyatga qarab tuzatishlar kiritib borish mumkin bo‘lgan o‘zgaruvchan omillar to‘plamini ko‘zda tutish zarur.

Startegik rejalashtirish jarayoni juda murakkab bo‘lib, dastlab bankning maqsad va vazifalarini belgilab, shuningdek, uning imkoniyatlarini aniqlashdan boshlanishi zarur.

Bankning asosiy vazifasini tanlash strategik rejani eng mas’uliyatli bosqichidir, chunki bank rahbariyatining strategik qarorlarni qabul qilish variantlari faoliyat doirasidagi vazifalarni keng qamrab olish bilan bog‘liqdir. Mijozlarning bank xizmatining har xil turlariga bo‘lgan ehtiyojlarini asosiy vazifasi, deb belgilash mumkin.

Strategik rejani ishlab chiqishning navbatdagi bosqichi bank taraqqiyoti strategiyasini aniqlashdan iboratdir. Strategiyani to‘g‘ri belgilash uchun bozorning potentsial imkoniyatlarini baholash va tartibga solish juda muhimdir. Shu munosabat bilan bank xizmatlari bozorini belgilash, alohida segmentlar tavsifini abholash hamda bozorning ijobiy va salbiy tomonlarini aniqlash talab etiladi.

Bank o‘z marketing faoliyati jarayonida umuman bozorning ham, uning alohida segmentlarining ham bozor imkoniyatlarini baholashi zarur.

Buning uchun bozor va uning segmentlarini o‘rganish, shuningdek, bank xizmatlari turlarini aniqlash va tavsiflab berish talab etiladi. Segmentlarni o‘rganish marketingni asosiy tamoyillaridan biri hisoblanadi.

Bizning firkimizcha, buning uchun bozor va uning alohida segmentlarini har tomonlama o‘rganib chiqish zarurdir. Ya’ni bozor va uning tarkibiy qismlariga har tomonlama tavsif berish kerak bo‘ladi. Shu maqsadda bank xizmatlari bozorining umumiy hajmini aniqlash, taxmin bo‘lsa ham hozirda mavjud bo‘lgan va kelgusida qo‘shilishi mumkin bo‘lgan potentsial mijozlar miqdorini aniqlash, shuningdek, bu mijozlarni ularning mazkur bankka xayrihoxligi nuqtai-nazaridan batafsil tavsiflab berish kerak. Buning uchun quyidagilarni bajarish zarur: mijozlarning bank xizmatlariga bo‘lgan talabini aniqlash, mijozlarning alohida mintaqalardagi joylashuvini belgilash, iste’molchilarga xizmat ko‘rsatish jarayonini tahlil etish, mijozlarning real moliyaviy imkoniyatlarini aniqlash va boshqalar. Shu bilan birga bank taqdim etadigan xizmatlarni ham tahlil qilish kerak. Bunday tahlil hozirda mavjud bo‘lgan xizmatlarni baholash yuzasidan qarorlar qabul qilish uchun hamda bankning ilgari ko‘rsatilmagan xizmatlarning yangi turlarini yaratish va ularni tabaqalashtirish borasidagi imkoniyatlarni aniqlash uchun zarurdir.

И.М.Камолиддинов – Наманган муҳандислик-технология институти
катта ўқитувчи

НАМАНГАН ВИЛОЯТИДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА БОШҚАРУВ СТРАТЕГИЯСИНИ АҲАМИЯТИ

Аннотация: мақолада Наманган вилоятида туризмни ривожланишдаги муаммолар, уларнинг ечимлари, истиқболдаги йўналишлари акс эттирилган.

Калит сўзлар: туризм, инновация, маркетинг, рақобат, бошқарув, стратегия, бозор, иқтисод, самара.

Аннотация: в статье рассмотрени проблемы развития туризма в Намангской области, пути их решения и основная направления развития в перспективе.

Ключавое слова: туризм, инновация, маркетинг, конкуренция, управления, стратегия, рынок, экономика, эффективности.

Abstract: In the article reflects the problems of tourism development in the Namangan region, their solutions and perspectives.

Keywoods: tourism, innovation, marketing, competition, management, strategy, market, economy, efficiency.

Бугунги кунда мамлакатимизга кириб келаётган чет эллик фуқароларга шароит яратиш мақсадида туризмни жадал ривожлантириб борилмокда. Бу борада ҳукуматимиз томонидан кўпгина қонунлар, қарорлар, фармонлар қабул қилинган ва қилинмокда. Туризмни ривожлантиришда боқарувни самарадорлигини ошириш, айниқса бошқарув стратегияларини татбиқ этиш ҳозирги кунда муҳим аҳамият касб этади. Бошқарув стратегияси туризмни ривожлантириш имкониятларини замон талабларига мос ҳолатга мувофиқлаштириш, қўйилган мақсадларга эришишнинг комплекс воситаларини белгилашдан иборатдир.

Шу боис бошқарув стратегиясининг вазифаси шундан иборатки, туризмнинг барча фаолият турларини, ривожланиши ва самарадорлиги ошишини таъминлаш йўналишларини доимо белгилаш ва қайта мўлжаллашдан иборатдир.

Наманган вилоятида туризм сохасини ривожланишида бошқарув стратегиясини самарали ишлаб чиқишда рақобатчилик афзаллиги табиатини аниқлаб олишдан иборат бўлиб, у кейинги стратегик ва тактик қадамлар учун асосга айланади. Айниқса, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятида туризмнинг ривожланиши муҳим аҳамиятга эга.

Вилоятимизда туризмни ривожланишини статистик маълумотларда кўрадиган бўлсак, 1-жадвалда Наманган вилоятидаги хорижий ва махаллий туристлар сони 2020 йил сентябр ойида 137698 нафар ташкил этди. Бу кўрсаткич 2019 йилда 126328 нафар туристларга хизмат кўрсатилган. Яъни ўтган йилга нисбатан 109,0 фоизга хизматлар кўрсатилган.

1-жадвал

Наманган вилоятидаги хорижий ва маҳаллий туристлар сони ва туризм хизматлари экпорти тўғрисида маълумот.

Хорижий турист			
киши		ўсиш суръати, %	2019 й. туризм хизматлари экспорти, минг АҚШ долл.
2019 й.	2020 й. (сентябр ҳолати)		
126 328	137 698	109,0	26 339,9

2-жадвал.

Вилоятдан чиқиб кетган махаллий туристлар сони			
минг киши			ўсиш суръати, %
2018 й.	2019 й.	2020 (сентябр ҳолати)	
1 132	1 302	1 498	115,1

Вилоятимизда туризмни ривожланишини статистик маълумотларда кўрадиган бўлсак, 2-жадвалда Вилоятдан чиқиб кетган махаллий туристлар сони 2020 йил сентябр ойида 1498 минг нафар ташкил этди. Бу кўрсаткич 2019 йилда 1302 минг нафар, 2018 йилда 1132 минг нафар махаллий туристлар вилоятдан чиқиб кетган. Ушбу кўрсаткич 2018 йилга нисбатан 2019 йили 115,1 фоизга ўсиш суръатида вилоятимиздан махаллий туристлар чиқиб кетганлигини юқоридаги жадвалда кўришимиз мумкин.

Шундан бизга маълумки, вилоятимизда туризмни янада ривожлантириш нафақат миллий маданиятимизни дунёга кўрсатиш, балки иқтисодиётимизни самарадорлигини оширишда муҳим аҳамият касб этади.

Юқоридагиларга асосланган ҳолда айтиш мумкинки, иқтисодиётни моденизация қилиш жараёнида туризмни кенг тармоқли шаклини ривожлантириш ҳаётий заруриятдир.

Фикримизча, кичик туризмни ривожлантириш масалаларига самарали бошқарув нуқтаи назаридан жиддийроқ эътибор қаратиш лозим деб ўйлаймиз. Бу ўринда қуйидаги ишларни амалга ошириш лозим:

- туризмни ривожлантириш учун бошқарув стратегиялари уларга қўшимча имкониятлар ва ёрдам беришини тушунтириш;
- бошқарув фаолиятини қўллаш учун маслаҳат марказларини ташкил этиш;
- туризм билан шуғулланувчиларнинг илмий тадқиқот олиб бораётган олимлар билан хамкорлик ишларини ташкил этиш;
- туризм рекламасини кенг ташкил этиш ва йўлга қўйиш;
- туризм тўғрисида маълумотларни интернетга тўлиқ жойлаштириш;

- туризмни ривожлантириш мақсадида ташкил этилган кўргазмаларида қатнашиши.

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда хулоса қилиб яъни, бу юқорида қайд этиб ўтилган чора-тадбирлар амалга оширилса, туризмни самарали ривожлантиришда катта имкониятлар яратилади ва шу билан биргаликда туризм фаолиятинини ривожлантиришда бошқарув стратегияси асосий ўринни эгаллайди. Бу эса, туризм соҳасида қабул қилинган қарорларнинг самарали бўлиши билан бирга, туризмни ривожлантириш харакати самарадорлигини янада оширади ҳамда фаол бошқарув стратегиялари асосида туризм барча фаолият турларини, ривожланиши ва рентабеллигини таъминланишига олиб келади ва шу билан бирга иқтисодиётимиз учун истиқболли соҳалар ривожланиб, мамлакатимиз тараққиётини янада юқори босқичларга кўтаради.

З.М.Базаров – СамИСИ ассистенти
У.А.Абдурайимов – СамИСИ ассистенти
Д.Мирзаахмадов – СамИСИ ассистенти

ХИЗМАТ СИФАТИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада рағбатлантириш йўли билан хизмат сифатини ошириш бўйича хорижий мамлакатларнинг тажрибалари келтириб ўтилган.

Аннотация: В данном статье приводится опыты зарубежных стран повышение качества услуг путем поощрения исполнителей.

Abstract: This article presents the experience of foreign countries in improving the quality of services by encouraging performers

Калит сўзлар: мукофот, сифат, Деминг, Малкол Болдриж, критерий.

Ключевые слово: награда, качество, Деминг, Малкол Болдриж, критерий.

Key words: prize, quality, Deming, Malcolm Boldrige, criterion.

Бутун дунёда сифат рақобатбардошликнинг асосий калити ҳисобланади. Албатта бунда фақатгина маҳсулот ва хизматнинг сифати камлик қилади бунда бизнес жараёнлар сифати ва ташкилотни бошқариш тизими хам алоҳида ўрин тутади.

Ҳозирги кунда маҳсулотлар ва хизматлар сифатини ва рақобатбардошлигини ошириш мақсадида дунёнинг 50дан ортиқ мамлакатида Миллий сифат мукофоти жорий этилган. Сифат учун мукофотларни жорий этиш бизнесдаги энг яхши корхонани аниқлашга ва корхонани микро ва макро даражадаги унумдорлик ва рақобатбардошликни оширишдаги стратегик такомиллаштиришнинг энг асосий элементи ҳисобланади. Ҳозирги кунда жаҳон амалиётида сифат бўйича мукофотларнинг бир қанча йўналишларини кўришимиз мумкин.

Биринчи йўналиш бу энг яхши товар ва хизматларни тан олинишидир. Бундай мукофотларнинг ғолиблари “Ўзбекистоннинг энг яхши товарлар 100талиги”, “Йил товари”, “Йилнинг энг яхши фермери”, “Ташаббус”

кабиларни киритишимиз мумкин. Бунда ғолиблар маҳсулот ва хизматлари сифатли ишлаб чиқарилганлигига, энг яхши истеъмол хусусиятларига эгалигига, бозордаги лидерлигига, брендлар ўртасидаги сотилиш ҳажмига қараб аниқланади.

Иккинчи йўналиш бу индивидуал мукофотлар бўлиб, сифатни ривожлантиришга қўшган ҳиссаси учун етук мутахассисларга берилади. Буларнинг ичида энг нуфузли мукофотлардан бири Акайо мукофоти (Akao Prize), Америка Сифат Жамияти мукофоти, персоналлар учун Деминг мукофоти кабилар мисол бўла олади.

Учинчи йўналиш компанияга ўз фаолиятини такомиллаштиришга имкон берувчи ва ўзининг рақобатбардошлигини таъминловчи, сифатли бизнес-жараёнларни ташкиллаштиришга ёрдам берувчи, ўз-ўзини баҳолаш методи орқали энг яхши бошқарув тизимига қурилган компаниялар мукофоти киради.

Сифат учун бериладиган миллий мукофотлар тарихида асосий калит ролини японларнинг бутун бир компания миқёсида сифат бошқаруви усулларини муваффаққиятли татбиқ қилган ва ишлаб чиқанларга нисбатан бериладиган Деминг мукофоти саналади. Кейинги миллий мукофот Малколм Болдриж мукофотидир, бу мукофот охирги йилларда нафақат Америка бизнес доираларига асосий сифатни баҳолаш критерия фаласафасига балки бутун дунёга кенг тарқалди.

Дунёдаги энг машҳур мукофотлардан бири бу 1951-йилдан Япония олимлар ва муҳандислар уюшмаси (JUSE) томонидан профессор Деминг номига япония саноатига қўшган ҳиссаси ҳурмати юзасидан ҳар йили ўтказиладиган нуфузли “Деминг” мукофотини таъсис этди. Деминг соврини сифатга бериладиган энг биринчи таъсис этилган ва нуфузли мукофот саналади. Ушбу мукофот фақатгина 1984-йилгача фақат япон компанияларга берилган. Ундан кейин эса мукофотга хорижий компаниялар хам иштирок этишларга рухсат берилди. Мукофотга компаниялар, ташкилотлар, институтлар, бўлимлар ва операцион бизнес қисмлари, бош компания офислари Деминг мукофотига ариза беришлари мумкин. Мукофотга ариза топширишда индустрия типи, бизнес соҳаси ва миллатига, ташкилотнинг хусусий ёки давлат тассаруфида бўлишининг хам аҳамияти йўқ ҳисобланади.

Деминг мукофоти қуйидаги 3 та йўналиш бўйича тақдим этилади:

- Компаниялар учун Деминг мукофоти;
- Ходимлар учун Деминг мукофоти ;
- Хорижий компаниялар учун Деминг соврини;

Деминг мукофоти 6 та бош критериялар орқали баҳоланади:

1. Сифат менежменти бўйича бошқарув сиёсати ва уни жорий этиш
2. Янги маҳсулотни ривожлантириш ёки иш жараёнидаги инновациялар
3. Маҳсулот ва операцион сифатни қўллаб-қувватлаш ва такомиллаштириш
4. Сифат, миқдор, таъминот, нархлар, хавфсизлик, атроф-муҳит ва бошқалар учун бошқарув тизимларини жорий этиш
5. Сифат бўйича маълумотларни йиғиш ва таҳлил қилиш ва Ахборот

технологиялардан фойдаланиш

6. Инсон ресурсларининг ривожланиши

Кейинги машҳур мукофот эса Америка Миллий Сифат Институти томонидан бериладиган (AQC) **Малколм Болдриж мукофоти** саналади. Бу мукофот 1987 йилнинг 20 августида АҚШ президенти Роналд Рейген томонидан савдо вазири шарафига таъсис этилган. М.Болдриж мукофоти ташкилотларда янги принципиал бошқарувни яратди. Болдриж критериаси замонавий бизнес талаблари асосида ишлаб чиқилган. Унинг фалсафаси истеъмолчиларга фокус олиш, ҳамкорликни ривожлантириш, стратегик режалаштириш ва ходимлар имкониятини кенгайтириш каби жаҳон миқёсидаги асосий бизнес калитларини аниқлашга қаратилган. 1988 йилдан бошлаб ҳар йили АҚШ Президенти томонидан Болдриж мукофоти 3 йўналиш бўйича тақдим этила бошланди;

- Саноат;
- Хизматлар соҳаси;
- Кичик бизнес;

1999 йилдан бошлаб ушбу 3 категорияга нотижорат сектор корхоналари таълим ва соғлиқни сақлаш соҳалари хам қўшилди ва уларнинг сони 5 тага етди.

Болдриж мукофоти еттита бош баҳолаш критерияларини ўзида бирлаштиради:

1. Лидерлик.
2. Стратегик режалаштириш.
3. Истеъмолчи ва бозорга мўлжал олиш.
4. Ўлчов, таҳлил ва билимлар менежменти.
5. Инсон ресурсларининг мухимлиги.
6. Оператив бошқарув.
7. Бизнес натижалар.

Ушбу мукофотлардан илҳомланган кўпгина мамлакатлар ўз миллий сифат мукофотларини жорий этишди. Ҳозирги кунда албатта Ўзбекистонда ҳам сифат бўйича миллий мукофотни тақдим этиш мақсадга мувофиқ бўлади. Мукофотни жорий этиш орқали қуйидагиларга эришиши мумкин:

- Маҳсулот ва хизматларнинг сифатининг ошиши;
- Рақобатбардош товар ва хизматлар сонининг ортиши;
- Корхоналарнинг миллий ривожланиш усулларини кенг миқёсда тарқалиши;
- Илғор корхоналар методларини оммага тез жорий этилиши;
- Халқаро бозорларга чиқиш имкониятининг ортиши;

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. **http://www.juse.or.jp/deming_en/**
2. Baldrige Performance Excellence Program. 2015. 2015–2016 Baldrige Excellence Framework: *A Systems Approach to Improving Your Organization's Performance.* Gaithersburg, MD: U.S. Department of Commerce, National Institute of Standards and Technology. http://www.nist.gov/baldrige
3. Е.А.Горбашко «Управление качеством» учеб. пособие – М., - 2008 – 144 с.

M.Muxiddinov – SamISI, MMR-120 guruh magistranti
D.H.Xolmamatov – SamISI, dotsenti v.b., ilmiy rahbar

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA IJTIMOIY TARMOQLARDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISHNING AHAMIYATI

Annotasiya: Maqolada ijtimoiy tarmoqlarda marketing faoliyatini yuritish, ijtimoiy mediada marketing qurollari, SMM yordami bilan hal qilish mumkin bo'lgan marketing vazifalari yoritib berilgan.

Kalit so‘zlar: ijtimoiy tarmoqlar marketingi, brend, reklama, PR, mijozlarni jalb qilish, nufuzni oshirish.

Аннотация: В статье описаны маркетинговые активности в социальных сетях, инструменты маркетинга в социальных сетях, маркетинговые задачи, которые можно решить с помощью SMM.

Ключевые слова: маркетинг в социальных сетях, брендинг, реклама, PR, привлечение клиентов, построение репутации.

Abstract: The article describes marketing activities on social networks, marketing tools on social media, marketing tasks that can be solved with the help of SMM.

Keywords: social media marketing, branding, advertising, PR, customer engagement, reputation building.

Bugungi kunda juda ko‘plab korxona va tashkilotlar o‘zlarining tovarlari, xizmatlarini ijtimoiy tarmoqlar orqali tanitish, bozorga kiritish, keng iste’molchi auditoriyasini qamrab olishga odatlanib bormoqda. Ijtimoiy tarmoqlarda marketing (SMM Social Media Marketing) - bu mahsulotlar, tovarlar va xizmatlarni ijtimoiy tarmoqlarda tanitish, uni yurgizishdir.

Mutaxassislar bergan ma'lumotlarga ko'ra, mijozlar biron tovarni sotib olishdan yoki xizmatdan foydalanishdan avval o'rtacha 10,4 ta maqolani o'rganib chiqishar ekan. Oddiy foydalanuvchi o'rtacha 5,8 ta akkauntga ega bo'lib, ularni 2,8 tasidan faol ravishda foydalanar ekan. Bu esa mahsulot yoki xizmat egalarida aynan shu muhitlarda foydalanuvchilar bilan aloqani yo'lga qo'yish, o'z mahsulot yoki xizmarlarini aynan shu muhitlarda reklama qilish, uni qo'llab-quvvatlash zaruratini tug'diradi[1].

Ijtimoiy tarmoqlarda marketing - juda samarali qurol bo'lib, uning yordamida, ijtimoiy tarmoqlardan, bloglardan, kundaliklardan va forumlardan saytga foydalanuvchilarni jalb etish mumkin. Foydalanuvchilar va potensial mijozlarni jalb etishni reklama yordamida amalga oshirish mumkin. Ammo potensial auditoriyani sotib olish mumkin emas. Uni ishonchini qozonish mumkin. Ijtimoiy medida muhitlar - bu mijozlar/foydalanuvchilar bilan ishlash quroli “muloqot qilish” hisoblanadi. Hozirgi kunda bu auditoriyani teletomoshabinlar auditoriyasi bilan solishtirish mumkin. Eng katta farqi shundaki, bu auditoriya teletomoshabinlar auditoriyasidan ko'ra ancha ehtiyotkor, faolroq va juda diqqatlidir. SMM reklamadan ko'ra ko'proq PR'ga o'xshash. SMM bu bevosita har xil jamoalar, jamiyatlar, foydalanuvchilar guruhlari bilan ishlashdir.

[1] https://uz.wikipedia.org

SMM yordami bilan hal qilish mumkin bo'lgan vazifalar qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

– brend yaratish va uni yurgizish/tanitish;
– brendni mashhur qilish, unga bo'lgan qiziqishni oshirish;
– PR, jamoatchilik bilan ishlash;
– kompaniya saytiga tashrif buyuruvchilar sonini oshirish;
– mijozlar, foydalanuvchilarda xizmat, tovar va mahsulot yuzasidan paydo bo'lgan savollarga tezkor javob berish, xizmat ko'rsatish.

SMM hozirda bajaradigan vazifasiga ko'ra noananaviy qurollardan biri hisoblandi. Shunga qaramay, hozirda ko'pchilik mutaxassislar juda katta qiziqish va uning kelajagiga katta ishonch bilan qarashayotgan vosita hisoblanadi.

Ijtimoiy tarmoqlarda marketing - hozirda nafaqat katta kompaniyalar, o'z bozorlari faollari, balkim, o'rta va kichik biznes vakillari ham keng miqyosida foydalanishmoqda. Uning yordamida ular, o'z mijozlari bilan qayta aloqani yo'lga qo'yishmoqda.

Odatiy ijtimoy mediada marketing quroli bo‘lib quyidagilar hisoblanadi:

– har xil muhitlarda bloglar yaratish, uni ma'lumotlar bilan to'ldirish va bu resursni tanitish;
– blogni yurgazish;
– tematik saytlarda, guruhlarda mahsulot yoki xizmatni qo'llab-quvvatlash bilan shug'ullanish;
– tematik forumlar yaratish, ularda mahsulot yoki tovar yuzasidan beriladigan savollarga javob berish;
– kompaniya nomidan munozara va mulohazalarda qatnashish;
– Virusli marketing;
– mahsulot yoki xizmatga bo'lgan yaxshi va yomon kayfiyatlarni kuzatib borish;
– kompaniya internet resurslarini ijtimoiy mediaga moslash, optimizatsiya qilish.

Ijtimoiy tarmoqlarda marketing kompaniya saytini SMO (Social Media Optimization) talablariga moslashni ham talab qiladi. SMM (Social Media Marketing) – ijtimoiy media marketingini anglatadi. Uning maqsadi – Telegram, Facebook, Instagram va boshqa ijtimoiy platformalardan biznes uchun mijozlarni jalb qilish hisoblanadi. SMM'ning yana bir muhim vazifasi – brend xabardorligini oshirish va obro‘yi ustida ishlashdan iborat.

Hootsuite ijtimoiy media boshqaruv platformasi ma’lumotlariga ko‘ra, 2020-yilda dunyo bo‘ylab 3,8 milliard faol ijtimoiy media foydalanuvchilari bor. Bu jami dunyo aholisining 49 foizini tashkil etadi. Masalan, Rossiyada 70 million, ya’ni aholining 48 foizi ijtimoiy tarmoqlarda faol. Bu – SMM mutaxassislari mamlakatning har ikkinchi aholisiga murojaat qilish imkoniyatiga ega ekanligini anglatadi.

Ijtimoiy tarmoqlar o‘zlarining foydalanuvchilari haqida ko‘p narsalarni – ularning yoshi va jinsi, mamlakati va yashash joyi, mobil qurilmaning markasi va chiqarilgan yili, qiziqishlari va xulq-atvorini bilib olishi mumkin. Masalan,

Facebook millionlab foydalanuvchilarning ichidan aynan qaysilari "Toshkentda yashaydigan, 20-25 yoshdagi, koʻpincha mobil telefonlarga qiziqadigan" guruhlarni saralab ola biladi.

Foydalanuvchi oʻz maʼlumotlarini toʻldirish orqali va tarmoq ichidagi harakatlari bilan oʻzi maʼlumot berib qoʻyadi. Bir qancha sahifalarga "like" bosishi orqali oʻzining qiziqish doiralarini toʻldirib beradi.

Ijtimoiy tarmoq reklamani, masalan, yaqinda smartfon sotib olgan, tez-tez sayohat qiladigan yoki yaqinda tugʻilgan kunini nishonlaydigan odamlarni tanlashi mumkin. Facebook'da foydalanuvchi sifatida siz haqingizdagi maʼlumot imtiyozlar boʻlimida saqlanadi.

Ijtimoiy tarmoqlarda reklama qilishda asosiy narsa maqsadli auditoriyangizni iloji boricha aniqroq qilib belgilash, maqsadli reklama va sifatli kontent orqali ular bilan oʻzaro aloqa qilishdir.

SMM'ning asosiy maqsadi, har qanday marketing yoki reklama vositasi singari, mahsulot va xizmatlarni sotishni koʻpaytirishdir. Umuman olganda, ijtimoiy tarmoqlar yordamida siz koʻplab muammolarni hal qilishingiz mumkin.

Masalan, veb-saytga tashrif buyuruvchilarni koʻpaytirish va boshqalar. Saytlar bu orqali oʻz sahifasiga odamlarni yoʻnaltirishni maqsad qiladilar. Masalan, Lifehacker Facebook'da oʻz maqolalarini eʼlon qilib boradi. “BiznesRivoj” ham doimiy ravishda bu ishni qilib boradi.

SMM orqali marketing faoliyatida nimalarni bajarish mumkin:

1. Chegirmalar va yangi mahsulotlar haqida maʼlumot berish. Mavsumiy savdoni ragʻbatlantirish, tezkor xabaridlar orqali maxsus takliflarni yuborish. Bularning barchasi sizning mavjud mijozlaringiz uchun juda qadrlidir, chunki sevimli kompaniyangizdan arzon narxda mahsulot olish har doim yoqimli.

2. Qidiruv natijalarida paydo boʻlish. Ijtimoiy tarmoqlar qidiruv tizimlari tomonidan rasmiy veb-sayt bilan bir xil tarzda indekslanadi. Agar foydalanuvchi sizning brendingiz nomini yozsa, u holda bosh sahifasiga qoʻshimcha ravishda ijtimoiy tarmoqlaringiz ham qidiruv natijalarida paydo boʻladi. Foydalanuvchi ularga obuna boʻlib, sizga mos keladigan joyda sizni kuzatishi mumkin.

3. Maqsadli auditoriyani kengaytirish, brend xabardorligini oshirish. Har qanday ijtimoiy guruhning yangi potensial mijozlari sizni ijtimoiy tarmoqlarda koʻrishi mumkin. Bu sizning obunachilaringizning repostlari, guruhlarga reklama, maqsadli va turli nashrlarning yuqori qismlariga kirishlari bilan bogʻliq.

4. Nufuzni oshirish, isteʼmolchining nazarida istalgan tasvirni yaratish. Bunda siz chiroyli fotosuratlarni va yuqori sifatli videolarni nashr qilishingiz, ijobiy xaridorlarning sharhlari va mijozlarning fotosuratlarini baham koʻrishgingiz, mukofotlar va yutuqlar haqida gaplashishingiz mumkin. Yoki hazil qilishingiz, yangiliklar lentalariga munosabat bildirishingiz va odamlarga yaqinroq boʻlishingiz mumkin.

5. Negativ bilan ishlash. Toʻgʻri javob berish orqali mijozlarning shikoyatlari va salbiy tajribalari ijobiy holga aylanishi mumkin. Hatto sizga qarshi boʻlgan mijoz ham sizning eng sodiq mijozingizga aylanishi hech gap emas.

6. Mahsulot va kompaniya haqida sharhlarni toʻplashIjtimoiy tarmoqlar fikr-

mulohazalarni olishga yordam beradi, chunki odamlar muloqot qilish uchun bu yerga kelishadi. Foydalanuvchilar kompaniyaga baho berishlari va tavsiya qilishlari, o‘z fikrlarini sharhlar va shaxsiy xabarlarda bo‘lishishlari mumkin.

7. Umumiy maqsad guruhidagi do‘stona kompaniyalar bilan o‘zaro faoliyat marketingi siz bir-biringizning nashrlaringizni baham ko‘rishgingiz, qo‘shma tanlov va tadbirlarni tashkil qilishingiz mumkin.

8. Trendlar va raqobatchilarni kuzatish. Doimiy yangi narsalarni kuzatib borish uchun "raqobatchilaringizga" obuna bo‘lishga arziydi. Bu bilan yaxshi g‘oyalarni jalb qilish, tozalash va ishga tushirish mumkin.

9. Yangi xodimlarni qidirish. Sizning sodiq mijozingiz ishchiga aylanganda juda yaxshi. Ko‘pincha ish qidirish platformalaridan ko‘ra ijtimoiy tarmoqlarda xodimlarni topish osonroq. Axir, bu yerda sizning biznesingizga qiziqadigan, sizning qadriyatlaringiz bilan o‘rtoqlashadigan odamlar yig‘ilgan bo‘ladi.

Xulosa o‘rnida shuni aytish mumkin-ki, bugungi kunda dunyo aholisining deyarli yarmi ijtimoiy mediadan foydalanadi. Ular o‘zlarining foydalanuvchilari (jinsi, yoshi, geo, qurilmalari, xulq-atvori va boshqalar) haqida ta’sirchan ma’lumotlarga ega. Ushbu imkoniyatlar Telegram, Instagram, FB va boshqa platformalarni biznesni ilgari surish uchun juda foydali.

Qoida tariqasida, SMM va maqsadli reklama uzoq vaqt ishlaydi: ular potensial mijozni o‘z ehtiyojlari haqida o‘ylashga taklif qiladi, talab tug‘diradi va shundan keyingina savdo qiladi. Ya’ni, natijani oyda ham, yilda ham kutish mumkin.

Saytlarga kirish va sotishdan tashqari, ijtimoiy tarmoqlar ko‘plab boshqa vazifalarni hal qilishga yordam beradi: auditoriyani kengaytirish, brend xabardor-ligini oshirish, obro‘sini boshqarish, sharhlarni to‘plash, xodimlarni topish va h.k.

Ҳ.Н.Очилова – СамИСИ, ММН-119 гуруҳ магистранти

ОЛИЙ ТАЪЛИМНИ БОШҚАРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ, ИҚТИСОДИЙ ВА ПСИХОЛОГИК УСУЛЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мазкур мақолада бошқарувнинг ташкилий, иқтисодий ва психологик усуллари, улардан педагог-ходимларни бошқаришда қай тарзда ва қандай йўналишларда олий таълимда қўлланилиши, ҳамда самарадорликка эришиш йўллари ёритиб берилган. Шунингдек, ҳар бир йўналишга алоҳида изоҳ берилиб уларнинг хусусиятларига ҳам тухталган.

Калит сўзлар: таълим, олий таълим, педагог-ходим, бошқарув усуллари, ташкилий-маъмурий усуллар, иқтисодий усуллар, ягона талаб, психологик усуллар, директив.

Аннотация: В статье описаны организационные, экономические и психологические методы управления, как и в каких сферах они могут быть использованы в высшей школе в управлении преподавателями, а также способы достижения эффективности. Каждое направление объясняется отдельно, а также упоминаются их особенности.

Ключевые слова: образование, высшее образование, педагог-работник, методы управления, организационно-управленческие методы, экономические методы, единое требование, психологические методы, директива.

Abstract: This article describes the organizational, economic and psychological methods of management, how and in what areas they can be used in the management of teachers in higher education, as well as ways to achieve efficiency. Each direction is explained separately and their features are also mentioned.

Keywords: education, higher education, teacher-employee, management methods, organizational-administrative methods, economic methods, single requirement, psychological methods, directive.

Олий таълим тизимини бошқаришнинг жуда кўп усуллари мавжуд. Улардан муҳимлари ташкилий ва психологик усуллар бўлиб ҳисобланади. Педагогларга ташкилий ва психологик таъсирнинг ўзига хос хусусиятлари ва мақсадларидан келиб чиқиб, ушбу таъсир усулларини, моддий принципга кўра, учта асосий гуруҳга:

психологик-педагогик,

ташкилий ва маъмурий,

иқтисодий гуруҳларга ажратиш мумкин.

Ушбу усулларни таълим муассасасида қўллаш хусусиятларини инобатга олган ҳолда батафсил кўриб чиқамиз.

1. Ташкилий ва бошқарув усуллари. Юқорида таъкидлаганимиздек, маъмурий усуллар ҳокимият, интизом ва жазога таъсир қилиш механизмига асосланган. Таълим муассасасини бошқариш учун қуйидаги маъмурий таъсир ўтказиш усуллари энг долзарб бўлиб туюлади. Асосий воситаси маълум бир муассаса фаолиятини тартибга солувчи ички қоидаларни тайёрлаш ва тасдиқлаш бўйича фаолият бўлган ташкилий таъсирлар. Мақсадлари ички меъёрий ҳужжатлар талабларини бажариш ва тўғридан-тўғри маъмурий тартибга солиш орқали муассаса фаолиятини қўллаб-қувватлаш орқали белгиланган бошқарув мақсадларига эришишдир. Регулятив таъсир кўрсатишнинг энг муҳим усуллари қуйидагилардир:

• директив – жамоанинг эътиборини ўқув фаолиятининг аниқ масалаларига жалб қилиш, кўрсатмалар орқали гуруҳ аъзоларига ягона талабларни тақдим этиш орқали жавобгарликни ошириш усули. Директиваларни тоифалашнинг кўтарилиш тартибида кўрсатмалар, буйруқлар шаклида бўлиши мумкин. Кўпинча кўрсатмалар, варақалар, сўровномалар шаклида берилади;

• менежмент – жорий ахборот маълумотлари туфайли қарорларни амалга ошириш учун тезкор чоралар кўриш усули. Буюртмалар самарадорлигининг энг муҳим шартлари бу уларнинг аниқлиги, тўлиқлиги ва ўз вақтида бажарилиши;

• тартибга солиш – ҳам алоҳида ходимлар, ҳам бутун жамоа фаолияти тартибини белгилайдиган меъёр ва қоидаларни белгилаш усули. Ходимлар билан турли хил учрашувлар ҳам тартибга солиниши мумкин: уларнинг

турлари, масалалар хусусияти, ҳозир бўлганларнинг таркиби, ўтказилиш тартиби, давомийлиги;

• кўрсатма - қарорларни ижрочиларга таништириш, тушунтириш, тарғибот тарзида етказиш усули;

• вазифаларни тақсимлаш - педагогик фаолият субъектлари ўртасида функциялар ва ижтимоий вазифаларни белгилаш усули. Вазифаларни тақсимлаш ўқитувчилар ва бошқа ижрочиларнинг саъй-ҳаракатларини муассаса миқёсида уларнинг меҳнатини тақсимлаш йўли билан ҳамкорлигини таъминлашга қаратилган;

• ягона талаблар - унинг натижаларини баҳолашда ягона ёндашув орқали профессор-ўқитувчилар фаолиятини назорат қилиш; ташкилий ишлар жараёнида тезкор йиғилишлар, мувофиқлаштириш қарорлари, мувофиқлаштириш режалари шаклида олиб бориладиган педагогик фаолиятига барча вазифаларнинг изчиллигини таъминлаш усули.

2. Интизомий, моддий ва маъмурий жавобгарлик ва жазо чоралари энг "оғир" маъмурий чоралар ҳисобланади ва қуйидаги ҳолларда қўлланилади: маъмурий ҳуқуқбузарликлар. Маъмурий ҳуқуқбузарлик тўғрисидаги кодексга мувофиқлиги; интизомий ҳуқуқбузарлик бўлганида меҳнат қонунчилигини бузиш, ходим томонидан қонунга хилоф, айбдор, меҳнат мажбуриятларини бажармаганлиги ёки бажарилиши лозим бўлган даражада бажарилмаганлиги; ходимнинг айбдор ҳаракат ёки ҳаракатсизлик туфайли муассасасига етказган зарари (моддий жавобгарлик - зарарни қоплаш мажбурияти). Шуни таъкидлаш керакки, бошқарувни демократлаштириш ва инсонпарварлик руҳида бажариш тенденцияларига қарамай, бошқарувнинг ташкилий ва маъмурий усуллари белгиланган мақсадларга эришиш учун бошқарув ва меҳнат интизомини юқори даражада тартибга солишни таъминлади. Юқорида муҳокама қилинган ташкилий ва маъмурий усуллар муассасаси фаолиятига салбий таъсир кўрсатиши мумкин. Ушбу турдаги таъсир қуйидаги турларни ўз ичига олади.

Ташкилий таъсирларни самарасиз амалга ошириш қуйидаги ҳолларда пайдо бўлади:

- жамоа шартномаси ва ходимлар билан тузилган меҳнат шартномаларининг расмий характери, касаба уюшмалари билан бу борада зиддиятли муносабатларда;

- маълум бир таълим муассасасининг хусусиятларини акс эттирмайдиган стандарт ички меҳнат қоидаларидан фойдаланишда;

- ташкилий тузилманинг мақбуллигидан йироқ, таълим муассасасидаги ҳақиқий бўйсунувчи ва функционал вазифаларга номувофиқ одамларнинг борлигида;

- замонавий қонунчиликка ва таълим муассасасидаги ишларнинг ҳақиқий ҳолатига жавоб бермайдиган ҳужжатлардан фойдаланишда ва ҳ.к.

Таълим муассасасида амалдаги менежментнинг устуворлиги бошқарувнинг асосий усули сифатида асосан бошқарувнинг оғзаки кўрсатмаларига йўналтирилган. Бундай вақтда ҳаракатлар самарасиз амалга

оширилади. Бунинг сабаби эса ўзига хос бўлмаган ёки қарама-қарши буйруқлар чиқариш, шу жумладан фактларни баён қилиш ёки масаланинг ҳолати, аммо маъмурий қисмда аниқ кўрсатмалар ва ҳаракатларни назарда тутмаслик, жорий фаолият масалалари бўйича раҳбариятнинг тушунарсиз ёки қарама-қарши буйруқлари, масъулиятни бўйсунувчиларга ёки ҳамкасбларга юклаш, бошқарув тизимининг муассасанинг муҳим муаммолари бўйича зарур бўлган ўз вақтида қарор қабул қила олмаслиги, муассасада ҳужжатлар ижросини назорат қилиш тизимининг яхши йўлга қўйилмаганлиги ёки унинг самарадорлиги пастлигидадир.

Жазо ва мукофот ўртасидаги номутаносиблик билан жазони бошқариш, бу қуйидагилар билан намоён бўлади: бепарволик ва ишдан бўшатиш сабабларини таҳлил қилмаслик билан юқори кадрлар алмашинуви, таълим муассасаси раҳбарияти сиёсатига рози бўлмаган ва шунчаки эътирозли бўлган ходимлар билан аниқ ва тартибга солинадиган жазо ва мукофотлаш қоидаларининг йўқлиги; бошқаларни қўрқитиш учун ходимларнинг жазосини тез-тез ва ҳар доим ҳам оқилона ишлатмаслик, рағбатлантириш ва таълим муассасаси ходими томонидан ҳақиқатда эришилган натижалар ўртасидаги алоқанинг етишмаслиги.

Психологик-педагогик методлар - бу ўқув жараёни субъектлари фаолиятининг сифатини ошириш, шунингдек, жамоада (педагог, талаба) қулай ижтимоий-психологик иқлимни шакллантириш, ижодий фаолият, масъулият муҳитини яратиш мақсадида шахсиятига таъсир қилиш усуллари. Ушбу услублар гуруҳига ишонтириш, шахсий намунани кўрсатиш, рағбатлантириш ва жазолаш, танқид ва ўз-ўзини танқид қилиш усулларидан фойдаланиш, яъни педагогик учрашув, профессионал мулоқот, мусобақалар, истиқболли йўналишларни, анъаналарни тарғиб қилиш, ҳамкорлик қилиш каби усуллар киради.

Буларни кўриб чиқишда қуйидагиларга алоҳида аҳамият бериш лозим, деб ўйлаймиз. Педагогик йиғилиш – бу ўқитувчиларни ўқув жараёнининг энг муҳим масалаларини ҳал қилишда фаол иштирок этишга жалб қилиш, унинг даражасини ошириш усули, энг муҳим ва мураккаб муаммолар бўйича коллегиал қарорлар қабул қилиш. Хусусан, мактабда педагогик йиғилишнинг қуйидаги шакллари ташкил этилган:

педагогик кенгаш,

кўрсатма ва услубий йиғилишлар,

услубий кенгаш йиғилишлари,

услубий бирлашмалар ва комиссиялар,

педагогик ва ишлаб чиқариш оперативлари.

Касбий мулоқот бу иш тажрибаси алмашинувини ташкил этиш, педагогика фанлари ва амалиёти ютуқларини тарқатиш усулидир. Педагогик алоқани ташкил этиш биринчи навбатда жамоа аъзолари малакасини оширишга қаратилган бўлиши керак. Касбий мулоқотнинг энг самарали шакллари бу педагогик ўқишлар, илмий-амалий конференция, педагогик кўргазма, семинар, очиқ дарс, очиқ ўқув тадбири, мукаммаллик ва маҳорат

мактаблари. Танловлар гуруҳ аъзоларининг ижодий ташаббусларини фаоллаштириш ва ривожлантириш, ўқув жараёнини такомиллаштириш, уни такомиллаштиришнинг самарали усули ҳисобланади.

Психологик ва педагогик бошқарув усуллари қуйидаги ҳолларда таълим ташкилотига салбий таъсир кўрсатиши ҳам мумкин. Икки томонлама стандартларга асосланган ноаниқ ахлоқ кодексини қўллаш. Бунга қуйидагилар сабаб бўлади: ташкилий фалсафанинг этишмаслиги, фақат ходимлар ўртасидаги расмий муносабатларга эътибор бериш, етакчилар ва раҳбарларнинг шахсий манфаатларига маъқул келадиган ижтимоий хулқ-атвор нормалари ва таълим муассасасининг ахлоқий қоидаларини бузиш, таълим муассасасининг маданиятини эътиборсиз қолдириш ва бўлимларнинг гуруҳ манфаатларига эътибор қаратиш, индивидуализм принципларини амалга ошириш, шахсий манфаатларнинг устунлиги ва фақат энг нуфузли ёки керакли гуруҳ аъзоларини рағбатлантиришлар ҳисобланади.

Таъсирнинг психологик усулларининг самарасизлиги қуйидагиларга боғлиқ: жамоада асабийлашиш ва психологик ноқулайликларни яратиш, ўқув жараёни субъектларини бирлаштириш учун фаолиятнинг етишмаслиги, рағбатлантириш ва буйруқ бериш, мажбурлаш ва жазолашга йўналтирилган психологик усуллардан самарасиз фойдаланиш, раҳбарият томонидан психологик тестларни эътиборсиз қолдириш, соғлом турмуш тарзини тарғиб қилиш, иш фаолиятини яхшилаш учун шароит яратишга аҳамият бермаслик, билим даражаси пастлиги ва ўқув жараёни субъектларининг стресс омилларини пайдо бўлиши билан уларни йўқ қилмаслиги, стресснинг оқибатларини таҳлил қилишнинг етишмаслиги, стресс омилларини йўқ қилиш бўйича тизимли ишларнинг етарли эмаслиги.

Иқтисодий усуллар. Таълим ташкилотини бошқаришда усуллардан фойдаланиш ҳақида гапирганда, ҳозирги пайтда улардан фойдаланиш таркибида ўзгаришлар юз берганини, натижада таълим муассасаси фаолиятига таъсир кўрсатишнинг маъмурий ва тартибга солиш усуллари асосан иқтисодий ва ижтимоий-психологик усулларга ўтиб кетганлигини таъкидлаймиз. Бунинг сабаблари эса истеъмолчилар сонининг кескин ўсиши ва таълимга кириш имкониятларининг сезиларли даражада кенгайиши ва ушбу имкониятнинг тенглиги ошиши, таълим муассасаларининг кенгайиши ва глобаллашуви, норасмий таълимни ривожлантириш жараёнида таълим хизматлари таъминотининг сезиларли даражада кўпайиши, турли хил таълим муассасалари ўртасида рақобатни ривожлантириш, таълимни молиялаштириш манбаларини диверсификация қилиш даражасини кенгайтиришдир. Энг муҳим иқтисодий усуллар эса қуйидагилар:

- таълимни молиялаштиришнинг янги механизмлари;
- таълимни молиялаштириш манбаларини диверсификация қилиш ва кўп каналли молиялаштиришни ривожлантириш;
- таълимга сармоя киритиш учун солиқ имтиёзлари;
- "самарали шартнома" деб номланган меҳнатга ҳақ тўлашнинг янги механизмлари.

Таълимни давлат томонидан молиялаштиришнинг янги механизмларини шакллантириш кўп каналли молиялаштириш механизмларини ишлаб чиқиш билан бирга келади. Қўшимча молиявий ресурсларнинг асосий манбалари - бу таълим муассасаси томонидан пуллик таълим ва бошқа хизматларни кўрсатиш, шунингдек, камдан-кам ҳолларда содир бўладиган, таълим муассасаси томонидан ўз ихтиёридаги моддий ва молиявий ресурслардан самарали фойдаланиш. Пуллик таълим хизматларининг энг кенг тарқалган турлари ҳақида гапирганда, тайёргарлик курсларида ўқитиш, харажатларни қоплаш билан ўқитиш, ўқув фанлари бўйича пуллик маслаҳат бериш, ўқув режаси ташқарисида талабалар ва уларнинг ота-оналарининг илтимосларига биноан жадвал бўйича тармоқдан ташқари алоҳида фанларни чуқур ўрганиш, амалиётда ишлайдиганларга назарий билим бериш курслари ташкил этиш, дарслардан орқада қолаётган талабаларга қўшимча дарсларни ташкил этишларни таъкидлаш лозим. Замонавий таълимни ривожлантиришнинг энг муҳим иқтисодий механизми бу таълимга сармоя киритиш учун солиқ имтиёзлари. Қўшимча молиялаштириш манбаларини жалб қилиш бўйича таълим ташкилотлари фаолиятига солиқ имтиёзларини бериш учун Солиқ кодексига бюджет ташкилоти мақомига эга бўлган таълим муассасаларини бюджетдан ташқари молиялаштириш миқдоридаги мавжуд чекловларни, шунингдек, таълим фаолиятидан олинадиган фойда солиғи бўйича чекловларни олиб ташлаш бўйича бир қатор ўзгартиришлар киритиш зарур.

Табиийки, энг муҳим иқтисодий усул бу педагог-ходимлар меҳнатига ҳақ тўлаш ёндашувини ўзгартиришдир. Ушбу масалага мумкин бўлган ёндашувларни танлашда, таълим тизимида инновацион таълим технологияларидан кенг фойдаланишга асосланган ҳолда, таълим жараёнининг ташаббускорлигини, ижодий ривожланишини рағбатлантирадиган таълим муассасаларининг автономлиги тамойилини ривожлантириш шароитида менежмент самарадорлигини оширишнинг қатъий усулларини ўзлаштириш муҳим эмаслигини ҳисобга олиш керак. Иш ҳақи фондларини ҳисоблаш ва уларни аниқлашнинг кенг кўламли усулларини, ёндашувларини кўриб чиқиши керак. Маълум бир таълим муассасасида иш ҳақи фондининг алоҳида таркибий қисмларини баҳолашнинг ўзига хос методологияси маълум бир таълим ташкилотидаги барча хилма-хилликларни ҳисобга олиши, уларнинг ўзгаришини кузатиб бориш учун доимий равишда ишлаб чиқиши ва қайта кўриб чиқиши керак. Бу ерда маълум бир ролни “самарали шартнома” усули ўйнаши мумкин, унда таълим ташкилоти ходимларининг иш ҳақи икки қисмдан иборат: асосий ва рағбатлантириш. Асосий қисм барқарор ва у маълум, иш стажи, маҳорат даражаси ва ходимнинг мукофотлари, фахрий унвонлари ва бошқаларга эга бўлишига боғлиқ.

Рағбатлантириш – бу ўзгарувчан рол ўйнайди ва педагог-ходим фаолияти сифати ва унинг таълим муассасасининг мақсадларига эришиш учун қилган саъй-ҳаракатларининг аҳамиятига боғлиқ. “Самарали шартнома”ни таълим ташкилотини бошқаришнинг самарали механизмига айланти-

ришнинг энг муҳим шарти - бу рағбатлантирувчи қисмнинг ҳажмини белгилайдиган кўрсаткичларни умумий ўртача кўрсаткичларга эмас, балки таълим муассасасининг ривожланиши учун энг муҳим жиҳатларга йўналтиришдир.

Бошқача қилиб айтганда, замонавий таълим менежерининг асосий вазифаларидан бири бу ўқитувчилар ва бошқа мутахассисларнинг таълим натижаларига эришишда қўшган ҳиссасини баҳолаш муаммосини ҳал қилишнинг кенг йўллари ва усулларини топиш ва улардан фойдаланишдир. Иш ҳақининг "музлаши" ва самарасиз бонуслар тизими қуйидагиларга сабаб бўлади: иш ҳақини минимал даражада белгилаш, мукофотларни муассаса маъмурияти томонидан расмий маошларга (тариф ставкаларига) мутаносиб равишда марказлаштирилган тақсимлаш, моддий ёрдам тўлашни тугатиш ёки фақат фавқулодда вазиятларда бундай хизматларни кўрсатиш, амалдаги “Бонуслар тўғрисидаги Низом”нинг йўқлиги.

Хулоса қилиб шуни таъкидлаш жоизки, тури ва мазмуни жиҳатидан ҳар хил бўлган бошқарув усулларидан фойдаланиш уларнинг хилма-хил комбинацияларида ишлаш шартларига, таълим муассасаси раҳбарининг касбий ваколатига ва аниқ шароитларга боғлиқ. Биз кўриб чиққан усулларнинг барчасини ҳам вазиятдан келиб чиқиб қўллаш мумкин. Бу усулларни қўллашда менежердан таълим муассасасини ҳам, ишлайдиган ходимларни ҳам манфаатларини кўзлашни талаб этади. Таълим менежерининг вазифаси аниқ шароитларни ҳисобга олган ҳолда энг самарали усулларни танлашдир.

Ш.Ж.Маматкулова – СамИСИ доценти, и.ф.н.,
И.А.Умурзакова – СамИСИ магистранти

ИННОВАЦИОН ШАРОИТДА МАҲАЛЛИЙ КОРХОНАЛАРДА МАРКЕТИНГ КОМПЛЕКСИНИ САМАРАЛИ ТАШКИЛ ЭТИШ

Аннотация: ушбу мақолада инновацион шароитда маҳаллий корхоналарда маркетинг комплексини самарали ташкил этиш йўллари кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: маркетинг, инновация, товар, нарх, тақсимот, коммуникация.

Аннотация. В данной статье показано, как эффективно организовать комплекс маркетинга на местных предприятиях в инновационной среде.

Ключевые слова: маркетинг, инновация, продукт, цена, распределение, коммуникация.

Abstract. This article shows you how to effectively organize a mix of marketing in local businesses in an innovation environment.

Keywords: marketing, innovation, product, price, distribution, communication

Президентимиз ташаббуси билан қабул қилинган 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида иқтисодиётни модернизация ва диверсификация қилиш, ҳудудларни ҳар томонлама ривожлантириш,

ижтимоий соҳаларни янада такомиллаштириш борасида улкан режа ҳамда мақсадлар белгиланган. Иқтисодиётни янада ривожлантириш, миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини янада оширишни назарда тутувчи алоҳида йўналиш белгилаб берилди. Корхоналарнинг самарали ишлаши кўп жиҳатдан корхонанинг барча ходимлари, шу жумладан, унинг бошқарув бўғинининг ҳам ўз фикрлашини ва амалий фаолияти услубини тез ва тубдан ўзгариши даражасига боғлиқ.

Иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришнинг асосида албатта таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, миллий иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳисобидан унинг рақобатбардошлигини ошириш масаласи туради. Миллий иқтисодиётни шакллантириш ва унинг барқарорлигини таъминлаш мамлакатда ўтказилаётган иқтисодий ислоҳотлар ва белгиланган устувор йўналишларни ҳаётга татбиқ этиш натижасида амалга оширилмоқда.

Маркетингни энг асосий вазифаларидан бири, кафолатланган юқори сифатли ва харидор талабига жавоб берадиган рақобатбардош маҳсулот ишлаб чиқаришни ва сотишни ташкил қилиш ва йўлга қўйишдир. Маркетингли ёндашишда товар юқори сифатли саналиши учун у сифат бўйича халқаро стандартларга жавоб бериши билан бирга маълум бозор сегментининг эҳтиёжига ҳам жавоб бериши керак. Шунинг учун маркетинг хизматининг вазифаларидан бири товар ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва сифатли бошқариши саналади. Таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш ҳисобидан иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишда ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштиришни рағбатлантириш сиёсатини давом эттириш ҳамда, энг аввало, истеъмол товарлар ва бутловчи буюмлар импортининг ўрнини босиш, тармоқлараро саноат кооперациясини кенгайтириш Ҳаракат дастурининг энг муҳим вазифалари қаторидан ўрин олган.

Ўзбекистон Республикасида ислоҳотларнинг ривожланиши кўплаб маҳаллий корхоналарнинг фаолият юритишига сабаб бўлади. Уларнинг сони ҳам, ишлаб чиқаришдаги ўрни ҳам кун сайин ошиб бормоқда. Шу сабабли маҳаллий корхоналарнинг самарадорлигини ошириш, ички бозорни тўйинтиришда замонавий маркетинг концепцияларини қўллаш ҳозирги даврнинг долзарб масаласига айланмоқда.

Инновация жараёнлари товарлар, хизмат-сервис ва ахборотлар бозорларини илғор тажрибалар ва стандартлар асосида ташкил этилиши, ўз навбатида тадбиркор, бизнесмен ва менежерлар тўла эркинлик фаолият Юритишларига замин тайёрлади. Бунинг натижасида эса ҳозирги бозорда кучли рақобат муҳити юзага келади. Бундай кучли рақобат шароитида фаолиятни сақлаб қолиш ва ривожлантириш учун замонавий маркетинг тамойилларидан фойдаланиш керак бўлади. Маркетинг тамойилларининг Ўзбекистон республикаси иқтисодиётида тобора кенгроқ қўлланиши корхоналар томонидан олиб борилаётган ҳаракатларда намоён бўлмоқда. Корхонанинг барча бўлимлари маркетингни бозордаги фаолиятини қўллаб ишлаши керак.

Замонавий корхоналар олдинги даврдаги корхоналардан нафақат шакли бўйича, балки ички мазмуни бўйича ҳам тубдан фарқ қилади. Бозор иқтисодиётидаги рақобат кураши шароитида, корхона иши сифати бўйича ўз рақобатчиларга нисбатан, истеъмолчиларни муҳтожлигини қондиришга йўналтирилган фаолиятда, доимо устунликка эришишни тақозо этади. Маркетинг комплекси бозорда вужудга келадиган иқтисодий муносабатларни фаоллаштириш услубларини, товарларни ишлаб чиқариш ҳамда сотиш муаммоларини яхлит, тизимли ечиш услубларини, бозорда вужудга келадиган ўзгаришларга тезда мослашиш, истеъмолчиларга табақали ёндашиш, конъюнктурани ўрганиш ва башорат қилиш ҳамда таъсирчан рекламани ривожлантириш масалаларни ўрганишни ўз олдига мақсад қилиб қўйгандир. Маркетинг комплекси энг мувофиқ нархдаги маҳсулотларни ишлаб чиқариб, харидорларга таъсир этиш йўли билан юқори даражада фойда олишни режалаштиради ва шу сабабли ҳам, мамлакатимиздаги деярли барча корхоналарнинг унга катта аҳамият билан қараётганлиги ва иқтисодий фаолиятида кенг қўлланаётганлиги шундадир. Маҳаллий корхоналар ўз маҳсулотини қандай шаклда, қанча миқдорда ишлаб чиқаришни, қайси мижозларга сотишни олдиндан белгилаши ва бунинг натижасида керакли фойда олиш учун маркетинг қонун-қоидаларига қатъий амал қилиши лозим. Ҳозирги кунда маркетинг энг самарали ва зарур иқтисодий фаолият тури бўлиб, барча бозор жараёнлари у орқали амалга оширилади, у ҳам ишлаб чиқарувчиларга, ҳам истеъмолчиларга катта имкониятлар яратади. Унинг ёрдамида маҳсулотлар нархи, уларнинг жойлашуви, миқдори, талаб ва таклиф ва бошқа бир қанча омиллар ҳақида жуда кўп маълумотлар олиш мумкин бўлади. Маркетинг йўли билан ёндошиб қилинадиган комплекс таҳлилнинг энг муҳим хусусияти умуман бозорда рўй бераётган жараёнларни эмас, балки бутун бозор тизими бўғинлари, яъни ишлаб чиқарувчи корхоналар, товарларни етказиб беришда ўртада турадиган воситачилар, улгуржи ва чакана савдо корхоналари, шунингдек булар билан алоқада бўлган бошқа кўпгина корхоналарнинг аниқ функцияларини шу бугунги кунга ва узоқ муддатга мўлжаллаб ўзгартиришни талаб қиладиган нарсаларни ҳисобга олиб боришдир. Маркетинг – бу мақсадли бозорларни танлаш, мижозларни жалб этиш ва ушлаб қолиш, истеъмолчи учун олий даражадаги қимматни яратиш орқали мижозлар базасини ривожлантириш, у ҳақда қиммат ахборотни тарқатиш ҳамда истеъмолчига етказиш бўйича санъат ва фандир. Ахборотлар даври бўлган бугунги кунда саволни истеъмолчи бермоқда “Менга айнан шу нарса керак, балки сиз уни ишлаб чиқарасиз?”

Мамлакат миқёсида корхоналарнинг инновацион ривожлантириш концепцияларига эътибор қаратилмоқда. Инновация – бу нафақат юқори технологиялардан фойдаланиш, балки инновацион ғояларни яратиш ва ундан ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатишда татбиқ этишини таъминлаш ҳамдир.

Саноат корхоналари олдида турган энг муҳим вазифалардан бири, эркин иқтисодий рақобат шароитида кам сарф-харажатлар билан бозор талабларига мос товарлар ишлаб чиқариш ва унинг турларини кўпайтириб

боришидан иборатдир. Бундай вазифани амалга ошириш янги товарлар ишлаб чиқариш асосида иш юритишни талаб этади. Янги товар чиқариш ғоясини қидириб топиш ҳаммадан ҳам қийинроқ бўлади. Бундай ғоялар ўз-ўзидан эмас, балки доимий изланиш натижасида вужудга келади. Ишлаб-чиқариш имкониятларини қидириш натижасида тадбиркорлар керакли маълумотларни харидорлардан, савдо воситачиларидан оладилар. Янги товар ишлаб чиқаришга асосланган ҳар қандай ривожланиш стратегиясининг марказида ишлаб чиқаришни кенгайтириш, диверсификация ва инновация мақсадлари ётади. Инновацион соҳада стратегик ва тактик чоралар тизимини ишлаб чиқиш фақат илмий асосда амалга оширилиши мумкин. Шу сабабли фаол ҳаракат қилаётган ҳар бир шахс, у қайси фаолият соҳасида банд бўлмасин, фан ва техниканинг ривожланиш умумий қонуниятлари, янгиликларни самарали қўллаш усуллари ҳақида тасаввурга эга бўлиши, янгиликлар киритиш назарияси, инновацион фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш амалиётини, яъни инновацион стратегиянинг асосий қоидаларини, шунингдек, мос келувчи даражада инновацион сиёсатни шакллантириш ва амалга ошириш хусусиятларини билиши зарур.

Нарх сиёсати –маркетинг комплексининг асосий қисми ҳисобланиб, сотиш бозорида товарлар ҳаракатини жадаллаштириш, истеъмолчилар сонини кўпайтиришнинг муҳим омилларидан биридир. Сотувга чиқарилаётган маҳсулотларга оптимал нарх белгилаш, бозор коъюнктураси таҳлили асосида нарх эластиклигини таъминлаб боришга қаратилган чора-тадбирлар мажмуидир.

Маркетингда нарх сиёсатини самарали жорий этилиши қуйидаги стратегик мақсадларга эришишни таъминлайди:

- маҳсулотлар ва хизматлар нархини тўғри бошқариш орқали сотиш ҳажмини ошириш;
- муайян маҳсулот ёки хизмат турига нисбатан талаб пасайганда мазкур маҳсулотни сотишни рағбатлантириш;
- бозорда товарга рақобатлашувчи бошқа товар ёки хизматлар гуруҳи пайдо бўлганда мазкур маҳсулотларни сотишдан кўрилиши мумкин бўлган зарар даражасини камайтиришга кўмаклашиш ва ҳ.к.

Маркетинг комплексининг энг муҳим ва ажралмас таркибий қисми-маҳсулотни сотиш ва тақсимлаш ҳисобланади. Бу жараёнда ташкилий нуқтаи назардан энг мураккаб вазифа, яъни ишлаб чиқарилган маҳсулотни истеъмолчига етказишдир, товарларни тақсимот каналлари орқали бевосита харидорларга етказиб беришдир. Сотиш фаолияти бу энг аввало товар ҳаракати каналларини ташкил қилишдир. Унинг вазифаси эса ишлаб чиқариладиган маҳсулотни самарали сотиш тармоғини ташкил қилиш, шу жумладан, чакана ва улгуржи дўконлар тармоғи, оралиқ сақлаш омборлари, техник хизмат кўрсатиш шохобчалари ва кўргазма залларини яратиш, товар ҳаракати йўналишларини аниқлаш, юклаш ва тушириш ишлари, таъминот тизимини ташкил қилишдан иборат. Маркетингда сотиш сиёсати истеъмолчилар базасини кенгайтириш, сотиш жараёнига мавсумий

ўзгаришларнинг салбий таъсирларини бартараф этиш, товар белгисини сотиш сегментидаги рақобатбардошлигини ошириш, сотиш сегменти ва товарлар ассортиментини диверсификациялашда ҳам муҳим аҳамиятга эга. Сотиш жараёнини оқилона ташкил қилиш ишлаб чиқарувчи корхона даромадлилигини ва бозорда ўз ўрнига эга бўлишини белгилаб беради.

Маркетинг комплексининг силжитиш элементи- бу товарлар сотилишини фаоллаштириш ва бозорда ижобий тасаввур шакллантириш мақсадида ахборот олиш, ишонтириш ва ўз фаолияти ҳақида эслатиш учун корхонанинг бозор билан доимий алоқаларини яратиш ва сақлаб туриш жараёнини ифодалайди. Бу эса, рақобат муҳитида товар белгисини ва доимий истеъмолчилар гуруҳини сақлаб қолишнинг ишончли кафолати ҳисобланади.

Хулоса қилиб айтганда, маркетинг йўли билан ёндошиб қилинадиган комплекс таҳлилнинг энг муҳим хусусияти умуман бозорда рўй бераётган жараёнларни эмас, балки бутун бозор тизими бўғинлари: ишлаб чиқарувчи корхоналар, товарларни етказиб беришда ўртада турадиган воситачилар, улгуржи ва чакана савдо корхоналари, шунингдек булар билан алоқада бўлган бошқа кўпгина корхоналарнинг конкрет функцияларини шу бугунги кунга ва узоқ муддатга мўлжаллаб ўзгартиришни талаб қиладиган нарсаларни ҳисобга олиб бориш саналади. Маркетинг комплекси усул-амалларидан фойдаланиш корхоналарнинг манфаатлари ва мақсадларини жамият манфаатлари ва мақсадлари билан пайваста қилиб бирга қўшишга, иқтисодиётни ривожлантиришга бўлган микро ва макроиқтисодий ёндошувларнинг бирлигини таъминлашга имкон беради.

N.B.Yahyoxonov – SamISI tayanch doktoranti

XIZMAT KO‘RSATUVCHI SUB’EKTLAR FAOLIYATIDA MOBIL MARKETINGDAN FOYDALANISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Annotatsiya: Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalarda mobil marketingdan foydalanish yo‘llari aks etgan. Shuningdek bugungi kunda mobil marketing orqali korxonalarni rivojlantirishning yangi bosqichiga ko‘tarish, mobil qurilmalar orqali yangi tizimlarni joriy etish kabilarni ko‘rishimiz mumkin.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, mobil marketing, blokcheyn, mobil telefon, mobil aloqa vositalari.

Аннотация: в этой статье описывается, как предприятия могут использовать мобильный маркетинг в цифровой экономике. Сегодня причина в том, что мобильный маркетинг переходит на новый этап развития предприятия и внедрения новых систем через мобильные устройства.

Ключевые слова: цифровая экономика, мобильный маркетинг, блокчейн, мобильный телефон, мобильные устройства.

Abstract: This article describes how businesses can use mobile marketing in a digital economy. The reason is today that mobile marketing is moving into a new phase of enterprise development, and the introduction of new systems through mobile devices.

Keywords: digital economy, mobile marketing, blockchain, mobile phone, mobile devices.

O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirishning Harakatlar strategiyasi iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlarida belgilangan iqtisodiyotdagi tarkibiy o‘zgarishlar, diversifikatsiya va sanoatni modernizatsiyalash jarayonlarini yanada kengaytirish, iqtisodiyotni raqamlashtirish va chuqurlashtirishning istiqbolli reja va dasturlarni amalga oshirish uchun amaldagi xo‘jalik yuritish mexanizmining mazmuni va tarkibini takomillashtirish talab qilinadi.

Hozirgi davrda raqamli iqtisodiyot va u bilan bog‘liq bo‘lgan bir qancha samarador texnologiyalar hayotimizga shiddat bilan kirib kelmoqda. Huddi shuning uchun ham davlat va jamiyat taraqqiyotini yanada jadallashtirish maqsadida respublikamiz rahbariyati bir qancha muhim qarorlarni qabul qildi. Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktyabr kuni “Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-6079-sonli Farmoni qabul qilindi[1].

«Raqamli O‘zbekiston — 2030» strategiyasi iqtisodiyot tarmoqlari, ijtimoiy soha va davlat boshqaruvi tizimining jadal raqamli rivojlanishini ta’minlash, shu jumladan raqamli marketing texnologiyalarini xizmat ko‘rsatuvchi sub’ektlar faoliyatiga joriy qilish orqali savdo xajmini oshirish, xalqaro bozorga chiqish, milliy brendlarning jahon bozorida raqobatbardoshligini ta’minlash, biznes sub’ektlarida sog‘lom raqobat muhitini yaratish, iste’molchilar ehtiyojlarini maksimal darajada samaraliroq qondirish, iste’molchilarga tovar va xizmatlarni siljitishdagi xarajatlarni tejash va tannarxni kamaytirish, ishlab chiqarish va taqsimot jarayonidagi logistik zanjirni optimallashtirish va modellashtirish hamda ularni mexanizmlarini yanada takomillashtirishni taqazo qilmoqda.

Investitsiya va tadbirkorlikni diversifikatsiya qilish uchun kriptoaktivlar aylanmasi sohasidagi faoliyatni, jumladan, mayining, smart kontrakt, konsalting, emissiya, ayriboshlash, axborotlashtirish, saqlash, taqsimlash, boshqarish, sug‘urtalash, kraud-funding (jamoaviy moliyalashtirish), shuningdek, blokcheyn texnologiyalarni joriy etish va rivojlantirish bugungi dolzarb mavzulardan biri sifatida qaralmoqda.

Ayniqsa, raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing faoliyatida innovatsion marketing texnologiyalari: raqamli marketing, internet marketing, one-to-one (munosabatlar) marketingi, mobil marketing, to‘g‘ridan-to‘g‘ri marketing yo‘nalish va shakllarini rivojlantirish, korxona va haridorlar aloqalarini o‘zaro online tarzda tashkil etish, marketing tadqiqotlarini olib borish, tovar va xizmatlarni siljitishda interaktiv marketing uslublaridan foydalanish dolzarb masala hisoblanadi. Shuningdek, xizmat ko‘rsatuvchi sub’ektlar faoliyatida interaktiv va raqamli marketingning nazariy hamda amaliy tomonlarini o‘rganish bilan bir qatorda bozor sharoitida korxonalarning amaliy faoliyatida paydo bo‘ladigan muammolar tahlilini o‘tkazishda o‘zaro bog‘liq xulosalarni shakllantirishda va ularning yechimini topishga e’tiborini qaratadi.

Shu boisdan xizmat ko‘rsatuvchi sub’ektlar faoliyatida raqamli marketing texnologiyalaridan biri bo‘lgan mobil marketingdan foydalanish muhim mezon

[1] https://lex.uz/docs/5030957

sifatida qaralmoqda.

Jamiyat hayotida axborot asrining davom etishi va takomillashishi oqibatida barcha sohalarda axborot texnologiyalarining kirib borishi kuchaymoqda. Shu jumladan marketing sohasida ham axborot va internet texnologiyalarining o‘rni beqiyosdir. Axborot texnologiyalari orasida mobil texnologiyalari ham marketingning zamonaviy jabhalaridan biri sifatida shakllangan. Mobil marketing haqida quyidagicha aytishimiz mumkin.

Mobil marketing[1] - bu marketingning nisbatan yangi sohasi bo‘lib, mobil qurilmalar orqali kompaniya va mijozlar o‘rtasidagi ikki tomonlama marketing aloqalarini ta’minlaydi. Marketing kompaniyalarining yuqori samaradorligi mobil qurilmalar bilan ishlatilganda yana ham ko‘payadi. An’anaviy ommaviy axborot vositalaridan ko‘ra mobil qurilmalar orqali tovarlar va xizmatlarni sotib olishlarni potensial mijozlar ko‘proq xoxish bildirmoqdalar.

Mobil marketingning rijovlanishida aloqa vositalari va mobil aloqa texnologiyalari ahamiyati yuqoridir. Ular quyidagi xususiyatlarga ega:

- Mobil telefon va mobil aloqa muhiti;
- Mobil aloqa xizmati operatorlari;
- Mobil aloqa hizmatlari: so‘zlashuv, mobil internet va pochta;
- Mobil aloqa vositalari: Smartphone, iphone va planshetlar;
- Mobil aloqa vositalari yordamida axborot almashish: Bluetooth, SMS va MMS;
- Mobil telefonlardan foydalanish va axborot almashish madaniyati.

Mobil marketingning rivojlanishida mobil telefon qurilmalarining o‘ni beqiyosdir. *Mobil telefon* – mobil aloqada foydalaniladigan telefon apparati turi hisoblanadi. Hozirgi kunda, mobil telefon klaviatura va ekranga hamda sensorga ega bo‘lib asta-sekin kompyuter, faks apparati, telefon apparati, qaydlar kitobchasi vazifalarini bajaruvchi ko‘p maqsadli abonent tizimiga aylanmoqda. Mobil aloqa muhiti – tayanch stansiyalar va bir guruh abonentlar tizimidan iborat bo‘lib, abonentlarning bir-birlari bilan o‘zaro axborot almashinuvini ta’minlovchi texnik vositalar majmuasidir. Mobil aloqa tizimida barcha ma’lumotlar mobil telefon orqali elektromagnit to‘lqinlari ko‘rinishida simsiz havo orqali uzatiladi.

Mobil aloqa xizmati operatorlari – abonentlar (mijozlar) uchun mobil aloqa xizmatlarini taklif qiluvchi firma yoki tashkilotlardir. Operatorlar vazifasiga radio chastotadan foydalanish va xizmat ko‘rsatish uchun kerakli hujjatlarni olish, o‘zining mobil tarmog‘ini tashkil qilish, foydalanish, xizmat shartlarini ishlab chiqarish, xizmat to‘lovlarini yig‘ish va texnik xizmat ko‘rsatish kabilar kiradi.

Mobil telefonlar va boshqa mobil aloqa vositalaridan foydalanganda so‘zlashish madaniyatiga, xabarlarni yozish va elektron pochtadan foydalanish etikasiga hamda telefon apparatidan foydalanish qoidalariga rioya qilish zarur. Telefon orqali nojo‘ya so‘zlarni gapirish, turli nojo‘ya xabarlarni jo‘natishdan saqlaning. Mobil marketing SMSlar (Qisqa xabarlar xizmati) orqali mobil qurilmalar yordamida tovarlar va xizmatlarni targ‘ib qilish uchun mobil qurilmalar yordamida amalga oshiriladigan aksiyalar, tadbirlar va kampaniyalar to‘plami

[1] https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_marketing

sifatida 2000 yilda Yevropa va Osiyo bo‘ylab mashhurlikka erishdi va keyinchalik deyarli butun dunyo bo‘ylab amalga oshirildi. Ushbu ma’lumotni tarqatish kanalining paydo bo‘lishi va ommalashishi uchun zarur shart bu aholining uyali aloqadan keng foydalanishidir, shuningdek ko‘plab kompaniyalar o‘z ma’lumotlar bazalarini mijozlarning telefon raqamlari bilan terganligi.

Mobil marketingning asosiy maqsadi tovarlar va xizmatlarni sotib olishga qiziqqan to‘lov qobiliyatiga ega mijozni jalb qilishdir. Mavjud texnologiyalardan kompleks foydalanish, reklama ma’lumotlarini tarqatish uchun yangi kanallarni oqilona jalb qilish va rivojlantirish - muvaffaqiyatli marketingga olib keladi va shu sababli kompaniya daromadlarining qonuniy o‘sishiga olib keladi.

Mobil marketingda xizmatlarni taklif qilish, xizmatlarni taklif qilishning eng keng tarqalgan va samarali usullaridan biri. SMS marketing iste’molchilarning tashabbusi bilan ("pull" marketing) yoki reklama beruvchining ("push" marketing) tashabbusi bilan qisqa matnli xabarlarni yuborishga tayanadi. Birinchi variantda, ommaviy axborot vositalarida reklama qilishni istagan iste’molchi avval xabarni qisqa raqamga yuboradi va javob reklamasini oladi. SMS xabarni yuborish tashabbusi reklama beruvchiga tegishli bo‘lsa, ma’lumot mijoz telefonlarining ma’lumotlar bazasi orqali yuboriladi.

SMS-xabarlar tranzaktsion, xizmat va reklama bo‘linadi. Dastlabki ikki tur - bu foydalanuvchi tomonidan qilingan har qanday harakatlarga reaktsiya. Uchinchi tur reklama beruvchining tashabbusi va uning manfaatlariga ko‘ra taqsimlanadi.

MMS xabarlari - ular fotosuratlar, videolar, musiqa, havolalar va boshqalardan foydalanish imkoniga ega bo‘lgan matnli yoki multimedia xabarlaridir

Tranzaktsion xabarlar - bu banklar va to‘lov tizimlaridan abonent pullarining harakati (hisobni to‘ldirish, hisobdan chiqarish, qoldiq va boshqalar).

Xizmat smslari, odatda mijoz tomonidan amalga oshirilgan harakatlardan so‘ng, biron bir o‘zgarish to‘g‘risida xabar beruvchi xabarlardir. Masalan, onlayn-do‘konda buyurtma holatini o‘zgartirish (qabul qilingan, yuborilgan, yetkazib berilgan), bonusli ballarni yig‘ish yoki hisobdan chiqarish, taksida avtoulov berish, sug‘urta polisining amal qilish muddati tugaganda va hokazo kabilar kiradi.

Reklama xabarlari - reklama beruvchi tashabbusi bilan uning manfaatlarini ko‘zlab va har qanday korxona mahsulot yoki xizmatni targ‘ib qilish maqsadida yuboriladigan sms-xabarlar hisoblanadi. Masalan, chegirmalar va maxsus takliflar, sotuvlar yoki yangi mahsulotlar haqida ma’lumot.

Xulosa qilib aytganda, xizmat ko‘rsatish sub’ektlarida ushbu tizimning joriy etilishi korxona mahsulotlari haqida mijozlarga ma’lumotlar berish (reklama qilish), mijoz xaridni amalga oshirganda uning mahsulot to‘g‘risida fikriga ega bo‘ish (axborot olish), doimiy holatda mijozlar bilan aloqada bo‘lish imkoniyatlarini yaratib beradi.

A.T.Ahmedova – Lecturer of Samarkand Institute of Economics and Service
M.S.Khotamkulova – Student of Samarkand Institute of Economics and Service

DIGITALIZATION OF ECONOMY AND ITS IMPACT ON LABOUR MARKET

Abstract: this article discusses the impact of digital economy on the labor market and major changes in employment in recent years all over the world. Furthermore, several proposals have been made for improving employment conditions during the development of digital economy.

Keywords: digital economy, employment, labor market, innovation, digitalization, big data, freelancer, robotisation, automation

Annotatsiya: ushbu maqolada raqamli iqtisodiyotning mehnst bozoridagi ta'siri o'rganilgan va dunyo bo'ylab so'nggi yillarda bandlik darajasida bo'lgan asosiy o'zgarishlar tahlil qilingan. Bundan tashqari, raqamli iqtisodiyot sharoitida samarali bandlikni yaxshilash bo'yicha bir nechta ilmiy takliflar berilgan.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, bandlik, mehnat bozori, innovatsiya, raqamlashtirish, axborot, frilanser, robotlashtirish, avtomatlashtirish

Аннотация: в статье обсуждается влияние цифровой экономики на рынок труда и основные изменения в занятости населения за последние годы во всем мире. Кроме того, было внесено несколько предложений по поддержке улучшения условий занятости в период развития цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика, занятость, рынок труда, инновации, цифровизация, большие данные, фрилансер, роботизация, автоматизация.

According to Christine Balagué[1], vice-president of the French Conseil national du numérique, any individual equipped with a mobile phone can now 'become a producer, create services, or at least place services on offer' for the purpose of earning a little spare cash, making it through to the next salary payment, or topping up their benefits. In parallel, ownership that previously seemed to confer entitlement to the exclusively private and part-time use of an expensive asset (car, apartment, tools, etc.) has come to represent for the owner a capital that can be exploited in a number of different ways for the purpose of generating income. This sudden transformation gives rise to numerous questions about the 'person/worker' but also the 'platform/employer', about the location of profits (and of taxes), about monopoly and competition, about financing and social models, about land use and development, about individual and collective responsibilities, etc.

The phenomenon is in essence international and reflects social inequalities with, on the one hand, the unemployed or precarious worker who will seek to top up meager wages or benefits by offering to work for Uber and, on the other, the dynamic executive who will arrange for a personal assistant in India to manage his accounts and his appointments diary. While this image may be a caricature, it illustrates the two ends of the chain whose links are the three components of internet, Big Data and smart phone. In the world of labor, therefore, it would be inappropriate to expect that it is a question simply of 'training' for the 'new digital

economy' or of investment in skills and qualifications. In the services sector, what will change is the relationship between the worker or rather the provider and the employer or rather the algorithm that supplies the work, calculates the pay and prepares the pay slip; the employment contract, wage bargaining, dismissal procedures or deactivation of the account will change also; as will social security, occupational health and safety standards, etc. In the industrial sector too, modes of production are changing, interaction between the worker and the (intelligent) machine is being altered, monitoring and control of the worker are being stepped up, managerial practices bring an increase in pressure, not to say oppression.

The digital revolution promises intelligent factories, intelligent work organization, intelligent management, as well as intelligent cities, intelligent shops, intelligent energy production systems, intelligent transport infrastructures, etc.

We are moving out of an economy where it was the master of infrastructures who created (and captured) value and into an economy where it is the master of data who creates (and captures) value. Until very recently numerous industrialists in Europe wrongly believed that the industrial nature of their activity spared them the 'digital threat' that seemed to weigh more heavily on services (Uber, Airbnb, Booking.com, etc.).

This will have an impact on corporate organization and production methods. New functions are already appearing: 'Business strategies now must be seamlessly interwoven with ever-expanding digital strategies that address not only the web but also mobile, social, local and whatever innovation there may be around the corner. To help meet these challenges, companies are increasingly looking for a Chief Digital Officer (CDO)[2] who can oversee the full range of digital strategies and drive change across the organization. In discussions of the digital economy a distinction is generally made between traditional firms that seek – with a greater or lesser degree of success – to adapt to the new technologies (teleworking, mobile working, community buildings) and the 'digital natives' which are firms that came into existence with and as a result of the new technologies and are characterized by a fundamentally different form of work organization that is 'more agile, structured in project mode, more open on to an ecosystem, and much more efficient, in particular with regard to the spread of innovation: open space, co-working sites, etc.

This 'agility' relates to workplace, to working hours, and also to the relationship of subordination between employer and employee. As will become apparent, the 'agility' in question is not necessarily or exclusively synonymous with greater freedom for the employee.

This has an impact on management, as well as on the new forms of non-salaried work, i.e. the self-employed and freelance workers whose numbers are steadily increasing in the United States, the Netherlands, Germany, France, and elsewhere. If the notion of quality employment includes a decent wage, occupational health and safety provision, acceptable working conditions, opportunities for training and promotion; and if a full-time and open-ended contract 'for all' is to remain the norm, then the impact of the digital revolution on labor

markets triggers numerous concerns. While all studies point out that this 'revolution' will entail a major impact on the labor market, they also stress that this impact will be differentiated according to sector and that the emerging new jobs will take many forms. It is accordingly very difficult to effect any precise measurement of specific future consequences over all occupations, all jobs, all sectors.

A general overview of the various areas of impact would be as follows[3]:

— job creation: new sectors, new products, new services;
— job change: digitalization, human/intelligent machine interface, new forms of management;
— job destruction: automation, robotisation;
— job shift: digital platforms, crowd sourcing, 'sharing' economy.

Several European countries (Germany, Italy, France, the Nordic countries, etc.) factories already boast new production lines characterized by integration, robotisation, the ongoing exchange of data and information, and interaction with the shrinking numbers of workers, sometimes equipped with RFID tags, who interact with the machines and concerning whom it is possible to wonder who is the tool of whom.

Table 1

Form of jobs in digital economy[4]

Jobs at greatest risk of automation/ Digitalization	Jobs at least risk of automation/ digitalization	New jobs
Office work and clerical tasks	Education, arts and media	Data analysts, data miners, data architects
Sales and commerce	Management, human resources management	Software and application developers
Transport, logistics	Computer workers, engineers and scientists	Specialists in networking, artificial intelligence, etc
Manufacturing industry	Some types of services (social work, hairdressing, beauty care, etc.)	Designers and producers of new intelligent machines, robots and 3D printers
Construction	Health service providers	Digital marketing and e-commerce specialists
Some aspects of financial services		

The European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions (Eurofound2015) has analyzed the 'new forms of employment' that are developing in Europe and that are more or less radically transforming the traditional relationships between employer and employees. On the basis of a case

study, it defines nine major trends in these new forms of employment which have important implications in terms of working conditions and labor market:

- employee sharing, where an individual worker is jointly hired by a group of employers to meet the HR needs of various companies, resulting in permanent full-time employment for the worker;
- job sharing, where an employer hires two or more workers to jointly fill a specific job, combining two or more part-time jobs into a full-time position;
- interim management, in which highly skilled experts are hired temporarily for a specific project or to solve a specific problem, thereby integrating external management capacities in the work organisation;
- ICT-based mobile work, where workers can do their job from any place at any time, supported by modern technologies;
- voucher-based work, where the employment relationship is based on payment for services with a voucher purchased from an authorized organization that covers both pay and social security contributions;
- portfolio work, where a self-employed individual works for a large number of clients, doing small-scale jobs for each of them;
- collaborative employment, where freelancers, the self-employed or micro enterprises cooperate in some way to overcome limitations of size and professional isolation.

Similarly, the global effects on the quality of employment, working conditions, forms of work, are difficult to evaluate with any precision. There seems to be an emerging consensus concerning an increased polarization of the society of tomorrow, with a shrinking middle class, a strong increase in low-income workers and households, and the explosion of a tiny minority of ‘superstars’ whose wealth levels are literally exploding.

The risk, or the dark side of the digital revolution that is announced to us with its ‘agile’ and ‘cooperative’ work organization, is a labor market of ‘digital galley slaves’ on the one hand and of ‘decision-making machines’ on the other, all remotely controlled and placed in competition on the world level. The digital revolution therefore seems to reveal tremendous inequalities between the masses of increasingly isolated low-income workers and the top-of-the-market workers who are in a position to take advantage of an ever richer Entrepreneurship plays an important part in the development of the digital economy and the creation of new jobs. Policies are needed to build a regulatory environment in which businesses can thrive and fail, with easier access to finance for small innovative firms, lighter procedures for start-ups and lower failure costs. Policies can also help to promote more positive cultural attitudes towards risk.

While it creates new job opportunities, the digital economy also destroys jobs in sectors with more scope for automation and slower growth in demand, such as manufacturing, retail and finance. This process affects both low- and high-skill jobs in routine occupations. Research by the OECD and others has shown that, historically, higher productivity resulting from technological advances progressively translates into lower prices, higher final demand and higher

employment, and eventually compensates for the initial job displacement. This is a lengthy process, however, and exposes some workers to the risk of prolonged unemployment and/or income loss. Policies to promote skills development to retain jobs and to accompany workers along the transition to new jobs would reduce social costs in the short run. In addition to "passive" measures, such as unemployment benefits or income support, workers can benefit from a range of "active" measures, including job search assistance, job matching services, training, employment incentives, sheltered and supported employment and rehabilitation, direct job creation and start-up incentives. Use of big data analytics can better inform labor market policies with more timely and precise monitoring of emerging job opportunities. Preparing the workforce for new jobs in the digital economy is an important aspect of the transition period.

References

1. https://www.researchgate.net/publication/315865596_ WHAT_AFFECTS_CREATIVE_PERFORMANCE_IN_IDEA_CO-CREATION_COMPETITIVE_COOPERATIVE_OR_COOPETITIVE_CLIMATE_State_of_the_Art_and_Future_Research_Outlook
2. https://www.forbes.com/sites/joemckendrick/2019/10/30/cdos-will-lead-the-way-in-digital--but-will-it-be-chief-data-officers-or-chief-digital-officers/amp/
3. Baker D. (n.d.) Can productivity growth be used to reduce working time and improve the standard of living of the 99 percent? The future of work in the 21st century, a report of the Economic Analysis Research Network Future-of-WorkProject. http://earncentral.org/Future_of_work/Baker%20Shorter%20Work%20Time% /20Final.pdf/
4. Ford M. (2015) Rise of the robots: technology and the threat of a jobless future, New York, Basic Books.

X.A Yunusov – SamISI, MMR-119 guruh magistranti

INTERNET MARKETINGNING STRATEGIK RIVOJLANISH JIHATLARI – INNOVATSION MARKETINGNING TARKIBIY QISMI SIFATIDA

Annotatsiya: Ushbu maqolada Innovatsion iqtisodiyot sharoitida savdo oqimlari, Internet-marketing tushunchasiga yondoshuvlar, korxonalarda Internet-marketingdan foydalanishning asosiy yo‘nalishlari, Serverga buyurilgan tashriflar, Internet-marketing rivojlanishi bilan bog‘liq bo‘lgan omillar va rivojlanish istiqbollari yoritilgan.

Kalit so‘zlar: Internet-marketing, innovatsiyalarni boshqarish, marketing kompleksi, tovar, narx, joy, siljitish, marketing tadqiqotlari, global ishtirok, iste`molchilarni jalb qilish.

Аннотация: В статье описаны торговые потоки в контексте инновационной экономики, подходы к концепции Интернет-маркетинга, основные направления использования Интернет-маркетинга на предприятиях, посещения сервера, факторы, связанные с развитием Интернет-маркетинга и развития перспективы.

Ключевые слова: Интернет-маркетинг, управление инновациями, комплекс маркетинга, продукт, цена, местоположение, продвижение, маркетинговые исследования, глобальное участие, вовлечение потребителей.

Abstract: This article describes the trade flows in the context of the innovative economy, approaches to the concept of Internet marketing, the main directions of use of Internet marketing in enterprises, visits to the server, factors related to the development of Internet marketing and development prospects.

Keywords: Internet marketing, innovation management, marketing mix, product, price, location, promotion, marketing research, global participation, consumer engagement.

Axborot texnologiyalari hayotimizning barcha sohalarini qamrab olmoqda. Marketing ham bundan mustasno emas. Tezkor qurilmalarning ishlab chiqarilishi internetga tezkorlik bilan kirish imkoniyatlarini oshirmoqda. Bu esa o‘z navbatida korxona va iste`molchilar o‘rtasida interaktiv munosabatlarning rivojlanishiga olib kelmoqda. Marketing kelajagi innovatsion texnologiya vositalari sotuvchi va xaridorlarning o‘zaro munosabatlarida markaziy o‘rinni egallashiga asoslanadi. Innovatsion iqtisodiyot sharoitida tez rivojlanayotgan savdo oqimlari tufayli ishlab chiqaruvchilar o‘z mahsulotlari taqsimotini kengaytirishlari kerak. Texnologik sohaning rivojlanishi tufayli so‘nggi yillarda mahsulot ishlab chiqarish va sotishda Internet-marketing texnologiyalaridan foydalanish juda dolzarb bo‘lib qoldi.

Internet-marketing – bu yangi mijozlarni jalb qilish va saqlashga yordam beradigan marketing vositalari kompleksidir. Ilmiy adabiyotlarda Internet marketing tushunchasiga turli xil yondashuvlar mavjud. Ularning ba`zi bir muhimlarini tahlil qilib chiqamiz. Globallashuvning tayanch infratuzilmasini internet jahon axborot tarmog‘i tashkil qiladi. Bozordagi marketing tadqiqotlari bosqichida korxonalarda innovatsiyalarni boshqarishda internettexnologiyalar joriy qilinishi zamonaviy firmalarga innovatsiyalar yaratish uchun g‘oyalar izlab topishda sezilarli yordam ko‘rsatadi. Internet-texnologiyalar paydo bo‘lishi bilan innovatsiyalarni boshqarishda ro‘y bergan asosiy o‘zgarishlar qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

- «ko‘pga bir» an`anaviy modelidan internetda amalga oshirilayotgan «ko‘pga ko‘p» ko‘p yo‘nalishli kommunikatsiya modeliga o‘tish, ya`ni firma axborotlarini iste`molchilarga bir tomonlama uzatishdan real vaqt rejimida korxonalarning iste`molchilar bilan ikki tomonlama o‘zaro aloqalarga o‘tilishi; to‘g‘ridan-to‘g‘ri sotuvni amalga oshirish yo‘li bilan innovatsiyalarni taqsimlashning uzun va ko‘p pog‘onali kanallarini almashtirish va ularning funksiyalari vositachilarning biron-bir mahsulotga egalik huquqini olmasdan turib tarmoqda oldi-sotdi bitimlarini amalga oshirishda har tomonlama axborot bilan qo‘llab-quvvatlashga borib taqaladigan yangi axborot vositachilari paydo bo‘lishiga borib taqaladi;
- ommaviy iste`molchiga yo‘nalganlikdan innovatsion sohada yakka tartibdagi taklif shakllantirishga o‘tilishi, shuningdek, ulardan bir qismi ham raqamli, ham jismoniy shaklda bo‘lishi mumkin bo‘lgan yangi elektron tovarlar paydo bo‘lishi; moslashuvchan narx strategiyalaridan foydalanish, shuningdek, narx shakllanishiga yakka tartibdagi yondashuvni amalga oshirish ustuvorligi.

Internet-texnologiyalar zamonaviy firmalarga innovatsiyalar yaratish uchun g‘oyalar izlab topishda katta yordam ko‘rsatishi mumkin. Internet orqali g‘oyalar izlashda birinchi boshlang‘ich maydoncha iste`molchilar hisoblanadi. Ularning

ehtiyojlarini mijozlar oʻrtasida soʻrovlar oʻtkazish, chat va forumlar yordamida guruh muhokamalari, firmalarning elektron manzillariga kelib tushadigan xatlar vositasida kuzatib borish mumkin. Onlayn soʻrovlar iste`molchilarning didi, xoxish-istaklari va h.k. aniqlash maqsadida oʻtkaziladi. Iste`molchilar qiziqishlarini aniqlashning eng samarali usuli saytning u yoki bu sahifalariga tashrif buyurishlarni hisob-kitob qilish hisoblanadi.

Serverga buyurilgan tashriflar statistikasini tahlil qilish imkoniyatlari internet-texnologiyalarning eng samarali vositalaridan biri hisoblanadi. Respondentlarning faol ishtiokini talab qiladigan soʻrovlar oʻtkazishdan farqli ravishda, statistika tahlili tashrif buyuruvchilarni faol harakatlarga jalb qilmagan holda qimmatli axborot toʻplashga imkon beradi.

Koʻplab internet-kompaniyalar kompaniya saytiga tashriflar boʻyicha statistik ma`lumotlar toʻplash imkoniyatini beradi, bu ma`lumotlar tashrif buyuruvchilar soni, tashrifchilarning takroriy kirishlari soni, ommaviylik va tashrifchining sahifada boʻlish vaqti, tashrifchining geografik joylashuvi, u foydalanadigan dasturiy ta`minot va brauzer, kun davomidagi tashriflar statistikasini oʻz ichiga oladi. SHunday qilib, iste`molchilarning javoblari firmaga qaysi gʻoya varianti koʻproq jalb etuvchanlik kuchiga ega ekanligini aniqlashga yordam beradi. 86 6.1-rasm. Internet-texnologiyalarining korxonalar faoliyatiga va milliy iqtisodiyotga ta`siri Internet-texnologiyalarni amalga oshirish samaradorligi quyidagi omillar bilan asoslanadi: mablagʻlarning sezilarli darajada tejalishi;

- real vaqt rejimida ishlash;
- interaktivlik;
- global ishtirok;
- maqsadli doiraga qaratilganlik;
- internet orqali sotuvni amalga oshirish imkoniyati;
- mehnat xarajatlari kamayishi;
- bir vaqtning oʻzida koʻp sonli mijozlarga xizmat koʻrsatilishi;
- raqobat muhitini tahlil qilishning soddalashtirilishi.

Tarmoqda ishlashning yuqorida koʻrsatilgan afzalliklaridan tashqari, shuni ham ta`kidlash joizki, internet yangi tovarning korxonada internet-texnologiyalaridan foydalanish Sotuv bozorini kengaytirish Qoʻshilgan qiymatning oʻsishi ishlab chiqarish jarayoni tezlashuvi marketing faoliyati samaradorligi ortishi global bozorga kirish soddalashuvi pul muomalasi jarayoni tezlashuvi Ishbilarmon hamkorlar bilan ishlash osonlashuvi Korxonada internet-texnologiyalardan foydalanish korxonalar ish samaradorligining ortishi iqtisodiyotning axborotlashuv darajasi oʻsishi bozorga chiqish vaqtini qisqartiradi va kompaniyalarning bozor sharoitlariga moslashish jarayonini tezlashtiradi. Internet-texnologiyalardan foydalanish korxonalar faoliyat koʻrsatishi samaradorligini sezilarli darajada oshirishga olib keladi, bunda aytib oʻtilgan ta`sir bir vaqtning oʻzida bir nechta yoʻnalish boʻyicha roʻy beradi. Bundan tashqari, eng yangi axborot texnologiyalarining ulkan rol’ oʻynashiga qaramay, elektron marketing an`anaviy marketing oʻrnini bosmasdan, uni faqat toʻldirib turadi, shu tariqa marketing faoliyati majmuini kengaytiradi, ya`ni amaliyotda integratsiyalangan yondashuv

qo‘llaniladi. SHu boisdan korxonalarga elektron marketing va an`anaviy marketingning eng optimal uyg‘unlashuvini topish muammosi mavjud.

Internet-marketingning rivojlanishi bevosita internet tezligi, mobil qurilmalar, ularning ishlash funktsiyalari, mobil platformalarni yaratilishiga bog‘liqdir. Mamlakatimizda 2017-2019 yillarda internet tezligi, mobil qurilmalar xaridi, mobil platformalarni yaratish ko‘lami sezilarli ravishda yuqori o‘sish sur`atiga ega bo‘ldi. Internet-marketingni mobilizatsiya qilishning asosiy omillaridan biri mobil Internetning yuqori o‘sish sur`ati, deyarli bitta 4G tarmog‘ining qamrovi potentsial xaridorlarning katta qismini uyali aloqa sektoriga o‘tkazdi. Turli xil xarid qilish saytlari uchun mobil platformalarni yaratish zamonaviy biznesning ajralmas qismiga aylnmoqda. Uning mobil qurilmalarga yoki boshqa elektron manbalarga moslashuvi bugungi kunda Internet-marketingning asosiy vazifasiga aylanib bormoqda

SHunday qilib, yuqorida aytib o‘tilganlarni umumlashtirib, quyidagi xulosalarni chiqarish maqsadga muvofiqdir. Zamonaviy axborot va telekommunikatsiya texnologiyalari iste`molchilar va korxonalar uchun yangi imkoniyatlar va istiqbollarni ochib berib, ularning harakatchanligi va kompyuterizatsiyasini oshiradi. Ushbu omillar Internet marketingini rivojlantirish uchun eng muhimdir. Internet-marketingni mahsulot yoki xizmatga e`tiborni jalb qilish, ushbu mahsulotni Internetda ommalashtirish va uni maqsadli auditoriyaga sotish va daromadni oshirish uchun samarali targ‘ib qilishga yo‘naltirilgan vositalar, texnologiyalar va texnikalar to‘plami sifatida tavsiflash asoslidir. Internet-marketing amaliyotida qo‘llaniladigan vositalar soni doimiy ravishda o‘sib bormoqda. Bu reklama biznesining rivojlanishi va Internetdagi reklama tendentsiyasining o‘sishi bilan bog‘liq.

Л.А.Шадиева – СамИСИ, ММР-119 гуруҳ магистранти

САВДО ХИЗМАТЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ОРҚАЛИ ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: Мақолада савдо хизмати тушунчасига оид олимлар фикрлари ўрганилган. Унда Самарқанд шаҳридаги “Eco Market” супермаркетида харидорларга кўрсатилаётган савдо хизматлари сифати кўрсаткичлари таҳлил қилинган ва уларни яхшилаш бўйича тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: Аҳоли фаровонлиги, савдо хизмати, чакана савдо корхонаси, рақобатбардошлик, чакана савдо корхонаси рақобатбардошлиги.

Аннотация: В данной статье освещена сущность торговых услуг. В ней проведен анализ показателей качество торговых услуг супермаркета “Eco Market” в городе Самарканде и предложены рекомендации по улучшению качество торговых услуг.

Ключевые слова: Благосостояние населения, торговые услуги, предприятия розничной торговли, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия розничной торговли

Abstract: This article discusses the role and importance of trading services. The analysis of indicators of the quality of trading services of the "Eco Market" supermarket in Samarkand was carried out and recommendations were made to improve the trading services.

Keywords: Population welfare, trade services, retail enterprises, competitiveness, competitiveness of retail enterprises.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев Олий Мажлисга Мурожаатномасида "Янги йилда иқтисодий ислоҳотларнинг пировард мақсади камбағалликни қисқартириш ва аҳоли фаровонлигини оширишдан иборат бўлади" [1], деб таъкидлаб ўтди. Буларнинг ҳаммаси аҳолининг турмуш даражаси ва сифатини оширишга қаратилгандир. Ушбу масала савдо корхоналарида савдо хизматларини такомиллаштириш натижасида аҳоли фаровонлигини янада ошириш йўлларини ишлаб чиқишни бугунги кунда долзарб вазифалардан бирига айлантиради.

Давлатимиз раҳбари Ш.М.Мирзиёев таъкидлаганидек: "Аввало, ... хизмат ва савдо маданиятини ошириш − энг долзарб масаладир. Бунда, айниқса, ривожланган давлатлар тажрибасини ҳисобга олиб, замонавий гипермаркетлар тизимини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратишимиз лозим"[2].

Ушбу мақсадга эришишда савдо корхоналари рақобатбардошлигини ошириш муҳим аҳамият касб этади. Савдо корхоналарида кўрсатилаётган савдо хизматларининг сифати ва даражаси уларининг рақобат курашида ғолиб чиқишлари учун асосий восита ҳисобланади. Шу сабабли ҳам ҳозирги замонавий рақобат кураши кескинлашиб бораётган пандемия шароитида савдо корхоналарида кўрсатилаётган савдо хизматлари алоҳида аҳамиятга эга. Шу туфайли савдо хизматлари масаласига эътиборни қаратишни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

Хорижлик иқтисодчи олим Леа Кардош "Савдода хизмат кўрсатиш деганда - бу бир томондан бевосита инсондан-инсонга йўналтирилган, харидорларга хизматлар таклиф этиш ва хизматлар кўрсатишдир" [3], деб таъриф берган. Ушбу таърифда савдо хизмати тушунчасига фақатгина инсондан-инсонга (сотувчидан-харидорга) йўналтирилган ҳаракат сифатида тор маънода таъриф берилган.

Н.И.Ушакова[4] ва Ю.А.Аванесова[5]лар "савдода хизмат кўрсатиш – бу харидорларга чакана савдо орқали товарларни сотиш ва хизматлар кўрсатишдан иборат савдонинг якуний функциясидир" деб таъриф беришган бўлса, Б.Абдукаримов "савдо хизмати" тушунчасига кенг маънода қараб: "савдо – хизматнинг алоҳида тури бўлиб у **бир томондан** ишлаб

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожатаномаси. https://review.uz/oz/post/poslanie-prezidenta-uzbekistana-shavkata-mirziyoyeva-oliy-majlisu

[2] Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. –Т.: "Ўзбекистон" НМИУ, 2017, 430-бет.

[3] КардошЛ. Этика в торговле. Сокращенный перевод с венгерского на русский язык, предисловие и оформление, «Экономика», 1985. 62-с.

[4] Ушакова Н.И., Белфй А.Б. Социально-экономическая эффективность торговли: критерии и показателей. – М.: Высш. Школа, 2009 – 125 с.

[5] Аванесова Ю.А. и др. Организация торговли. Учебник. – М.: Экономика, 2003 – 437 с.

чиқарувчиларга хизмат қилади, **иккинчи томондан** истеъмолчиларга, **учинчи томондан** Давлатга хизмат қилади ва **тўртинчидан** у бошқа иқтисодиёт тармоқлари ва соҳаларига ҳам хизмат кўрсатади, уларни хизматларидан истеъмолчи сифатида фойдаланади ва улар билан алоқада бўлади”[1], деб таъкидлайди.

Демак, савдо хизматлари бу - харидорларга савдо ходимлари томонидан товарларни сотиб олгунига қадар, сотиш жараёнида ва сотиб олганидан кейинги даврда кўрсатиладиган хизматлардир.

Юқорида номлари келтирилган олимлар томонидан асосан савдо соҳасининг назарий асослари тадқиқ этилиб, чакана савдо корхоналарида савдо хизмати, уларнинг сифат кўрсаткичлари ва таҳлили ҳамда савдо хизматларини такомиллаштириш ва яхшилаш йўллари ўрганилмаган.

Савдо хизмати савдо қилишнинг илғор шакли ва усулларининг ривожланиш даражаси, харидорларга яратилган шарт-шароитлар, реклама ва ахборотлар орқали моҳирона тақдим этилган савдо хизмати сифати, ишчи ходимларнинг касб маҳорати, сотувчиларнинг ўз вазифаларини сидқидилдан бажаришлари, муомала маданияти, аҳолининг истеъмол товарларига бўлган талабнинг ўрганилиши кабилар орқали аниқланади.

Бизлар савдо хизматларининг қай даражада эканлигини билиш мақсадида, Самарқанд шаҳрида фаолият юритаётган “Eco Market” супермаркети мисолида харидорларга савдо хизмати сифатини ўргандик.

“Eco Market” супермаркети ёнида харидорлар машиналари учун енгил автомобиллар турадиган майдонча жихозланган. “Eco Market” супермаркетида харидорларнинг шахсий буюмларини қўйиш учун сақлаш камераси ҳам мавжуд. “Eco Market” супермаркетида сон жиҳатдан анча турғун бўлган иноқ жамоа ишлайди.

“Eco Market” супермаркетида савдо хизматлари кўрсатиш сифатини ўрганиш мақсадида тузилган сўровнома асосида савдо хизматлари баҳоланди.

1-жадвал

“Eco Market” супермаркети ходимлари фаолиятига берилган баҳолар

Т/р	Баҳолар / Кўрсаткичлар	Тўлиқ қониқтиради (5 балл)	Қисман қониқтиради (3 балл)	Қониқтир-майди (1 балл)
1	Ходимларнинг ўзини тутиши			
	-харидорлар, киши	41	7	2
	-фоизда	82	14	4
2	Ходимларнинг ташқи кўриниши			
	-харидорлар, киши	27	15	8
	-фоизда	54	30	16
3	Кассадаги ҳисоб-китобларнинг тезлиги			
	-харидорлар, киши	31	12	7
	-фоизда	62	24	14

[1]Абдукаримов Б.А. «Ички савдо иқтисодиёти». Дарслик.-Т.: “Иқтисод-молия”, 2010, 42-б.

Сўровнома ўтказиш жараёнида турли ёшдаги 50 киши иштирок этди. “Eco Market” супермаркетининг харидорларга кўрсатаётган хизматлари сифатини таҳлил қилиш учун, харидорларга савдо залида хизмат кўрсатаётган ходимларнинг ўзини тутиши, уларнинг ташқи кўриниши ва ҳисоб-китоб хизматини кўрсатувчи кассирлар ишини кузатдик 1-жадвал.

1-жадвал маълумотлари далолат беради, харидорларнинг 82 фоизини “Eco Market” супермаркети ходимларининг ўзини тутиши ва 54 фоизини ходимларнинг ташқи кўриниши қониқтирар экан. “Eco Market” супермаркети ходимларининг ўзини тутиши харидорларнинг 14 фоизини, ходимларнинг ташқи кўриниши уларнинг 30 фоизини қисман қониқтиради. Харидорларнинг фақатгина 4 фоизини ходимларнинг ўзини тутиши қониқтирмайди, 16 фоиз харидорлар эса ходимларнинг ташқи кўринишидан мамнун эмас.

Харидорларнинг 62 фоизини “Eco Market” супермаркети кассасидаги ҳисоб-китоб тезлиги қониқтирар экан. “Eco Market” супермаркети кассасидаги ҳисоб-китоб тезлиги харидорларнинг 24 фоизини қисман қониқтирса, уларнинг 14 фоизини ҳисоб-китобнинг тезлиги қониқтирмайди.

“Eco Market” супермаркети ходимлари ўзини тутиши ва ташқи кўриниши, кассадаги ҳисоб-китобларнинг тезлиги бўйича харидорларнинг “қониқиш” коэффициентлари қуйидагича:

1. **Ходимларнинг ўзини тутиши бўйича:**
   [(41x5)+(7x3)+(2x1)]/(50x5)x100=228/250= 0,91.
2. **Ходимларнинг ташқи кўриниши бўйича:**
   [(27x5)+(15x3)+(8x1)]/(150x5)x100=188/250= 0,75.
3. **Кассадаги ҳисоб-китобларнинг тезлиги бўйича:**
   [(31x5)+(12x3)+(7x1)]/(150x5)x100=198/250= 0,79.

Демак, “Eco Market” супермаркетида “ходимларнинг ташқи кўриниши” ҳамда “кассадаги ҳисоб-китобларнинг тезлиги” коэффициентлари нисбатан паст. Шу сабабдан, бизнинг фикримизча, корхона раҳбарияти барча сотувчиларни ва бошқарув ходимларини махсус униформалар ҳамда харидорлар билан мулоқотни осонлаштириш учун исмлари ёзилган бейджиклар билан ҳамда қўшимча кассалар таъминласа мақсадга мувофиқ бўлар эди. Шу билан бирга супермаркетнинг савдо залида харидорлар танлаб олган маҳсулотларни солиб юришлари учун турли тележкалар ва саватчалар мавжуд эмас. Супермаркет раҳбарлари ушбу камчиликни савдо залининг ҳажмидан келиб чиққан ҳолда харидорлар учун махсус саватчаларни ташкил этишса, савдо хизматлари яхшиланар эди.

Шуни таъкидлаш лозимки, супермаркетда хизмат кўрсатувчи ходимларнинг аксарияти ўрта махсус маълумотга эга бўлиб, улар савдо соҳасида ишлаш тажрибасига эга бўлмаган шахслардир. Бу эса савдо муомаласи маданиятига салбий таъсир кўрсатувчи асосий омиллардан бири ҳисобланадаи. Шунинг учун супермаркет раҳбарлари ходимларни танлашда олий маълумотга ёки савдо соҳасида ишлаш тажрибасига эга бўлган шахсларни ишга олсалар мақсадга мувофиқ бўлади.

Юқоридагилардан ташқари, харидорлар танлаб олган товар учун ҳисоб-китобларнинг сустлиги, навбат кутувчиларнинг сони кўпайиб кетиши савдо хизматларига салбий таъсир этади. Айрим харидорлар касса ёнида узоқ вақт мобайнида қолиб кетганлари туфайли, магазинга кириш истакларининг йўқлигини айтишадилар. Шундай қилиб, харидорлар фикрига кўра, кассада туриб ишлаётган кассирларнинг иш тезлигини ошириш, харидорларга хизмат қилаётган сотувчилар ҳулқ-атвори ва ўзини тутишини яхшилаш лозимдир.

Бизнинг фикримизча, “Eco Market” супермаркети раҳбарияти ўз ходимларининг ёқимли ташқи кўриниши ва юз ифодаси, соч турмаги ва пардози, кийиниши ва эътиборлилиги, нутқи ва фикрлаш тезлиги, сотилаётган товарларни билиш даражаси, ҳалоллиги ва тўғрилиги каби сифатлари хусусида, шунингдек, товарлар сотилиши ҳажмидаги ўзгаришлар сабабларини аниқлаш мақсадида, истеъмолчилар ўртасида сўровлар ўтказиб туриши мақсадга мувофиқдир.

Бизнинг фикримизча бугунги пандемия шароитида “Eco Market” супермаркети товарларни харидорларнинг уй манзилларига етказиб бериш хизматларини ташкил этишлари лозим. Бу хизматни амалга ошириш натижасида супермаркетнинг фойдаси кўпаяди, самарадорлиги ошади ва рақобатбардошлиги таъминланади.

H. G‘.Rizanov – SamISI, MMN-119 guruh magistranti.

BOZOR IQTISODIYOTI SHAROITIDA KICHIK BIZNES FAOLIYATINI REJALASHTIRISH VA BOSHQARTISH

Annotasiya: Ushbu maqolada bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik biznes faoliyatini rejlashtirish va boshqarishni samarali tashkil etish, kichik biznes faoliyatini strategik rejalashtish va marketing faoliyatini tashkil qilish orqari korxonalar samaradorligini ta’minlash to‘g‘risida so‘z yuritilgan.

Kalit so‘zlar: kichik biznes, rejalashtish, strategik reja, boshqarish, korxona resurslari, ishchi kuchi, marketing, moddiy va texnik ta’minot

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы эффективной организации планирования и управления малым бизнесом в условиях рыночной экономики, стратегического планирования деятельности малого бизнеса и маркетинговой деятельности для обеспечения эффективности предприятий.

Ключевые слова: малый бизнес, планирование, стратегическое планирование, управление, ресурсы предприятия, рабочая сила, маркетинг, логистика.

Abstract: The article examines the issues of effective organization of planning and management of small business in a market economy, strategic planning of small business and marketing activities to ensure the efficiency of enterprises.

Key words: small business, planning, strategic planning, management, enterprise resources, labor force, marketing, logistics.

Mamlakatimiz iqtisodiyotini barqaror iqtisodiy o`sishini ta’minlashda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati aholi turmush farovonligi va daromad darajasini ta`minlashning muhim yo`nalishlaridan biri sifatida e`tirof etilmoqda. Respublikamizda kichik biznes faoliyatini rivojlantirishda birinchi navbatda faoliyatning to‘g‘ri tashkil etilishi va boshqaruv usullaridan oqilona foydalanishini taqazov etadi va bu o`z navbatida tovarlar ishlab chiqarish sifati va xizmat ko`rsatishning imkoniyatini oshirish imkonini beradi. O‘zbekitonda kichik biznesni rivojlantirishning asosiy maqsadi mamlakat iqtisodiy o'sishining qo'shimcha manbalarini yaratishdan iborat bo'lib, mamlakatimiz ijtimoiy-iqtisodiy muammolarini bartaraf etishda katta rol o'ynaydi, ya’ni aholini bandligini ta’minlash, milliy boyliklarini ko'paytirish va millat farovonligi uchun xizmat qiladi. Kichik biznes korxonalari tashkil etilish orqali ko'pgina manopol korxonalar tugatilib mulkchilikning boshqa shaklidagi bozor talablariga javob bera oladigan, kam mablag' sarif qiladigan, import hajmini kamaytirib export hajmini oshiradigan va bozorda o'z ulushi uchun raqobatlashadigan korxonalar vujudga keladi.

Mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlantirish, aholi bandligini ta’minlashda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik asosiy ulushga ega bo‘lib, davlatimiz tomonidan keng imkoniyatlar yartib berilmoqda. Xususan 2020- yilning yanvar-dekabrida kichik tadbirkorlik subyektlarining **YaIM**dagi ulushi **53,9** % ni tashkil etdi. 2020- yilning yanvar-dekabr oylarida yangi tashkil etilgan kichik korxona va mikrofirmalarning iqtisodiy faoliyat turlari bo‘yicha ulushi, % da Kichik tadbirkorlik subyektlarining soni har **1000** aholiga **15,6** birlikni tashkil qildi. 2020-yilning yanvar-dekabrida **93,2** mingta yangi kichik korxona va mikrofirmalar (fermer va dehqon xo‘jaliklarisiz) tashkil qilindi, bu o‘tgan yilning shu davriga nisbatan **0,4** foizga ko‘p demakdir.[1] Statistik ma’lumotlarga qarasak bugungi kunda mamlakatimizda kichik biznes bilan shug‘ulanuvchi tadbirkorlar ko‘payib bormoqda ammo ularning hammasi ham faoliyatni to‘g‘ri tashkil qilayabdimi degan savol paydo bo‘ladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitda faoliyat ko‘rsatuvchi kichik biznes korxonalari o‘zining kelajakdagi strategiyasini aniq tasavur etishi kerak, chunki bozor ishlab chiqarishni tashkil etish va rejalashtirishda xatolarni, o'ylanmay qilingan hatti-harakatlami kechirmaydi. Biznesni qanchalik barqaror bo'lishini xohlasalar, shunchalik uzoq muddatga mo‘ljallangan aniq rejaga ega bo'lishlari lozim. Kichik biznes korxonalari faoliyatini strategik rejalashtirish kelajakka mo‘ljallangan yuqori darajali noaniqlikni hisobga oladib, ulkan sifatli maqsadlarga erishishga yo‘naltirilgan, boshqaruvga yondoshishning variantlari ko‘p bo'lishini talab etadi. Oldiga qo‘yilgan maqsadlar va erishilgan natijalar o'rtasidagi uzilishni oldindan nazarda tutadi.

Kichik biznes faoliyatini rejalashtirishning eng muhim va zarurligi quyidagilar bilan izohlanadi:

- ❖ korxonaning maqsad ini aniqlash va shakillantirish.
- ❖ korxonani tashqi muhitga moslashtirish.
- ❖ samarali boshqaruv tizimini shkillantirishga.
- ❖ korxona resurslarini ya’ni ishchi kuchi, moliyaviy, aylanma va asosiy

[1] O’zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo’mitasining ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan. Stat.uz

fondlarni taqsimotini ta’minlaydi.

Kichik biznesni samaradorligi ko‘p jihatdan boshqarish tizimini mukammalligi bilan uzviy bog‘liqdir. Kichik biznes korxonalarini boshqarishni amalga oshirish orqali quyidagi vazifalarni amalga oshirish mumkin:

- ❖ korxona ishlab chiqarish faoliyati va moliyaviy faoliyatini rajlashtirish.
- ❖ korxonani joriy va uzoq muddatli strategiyasini ishlab chiqish.
- ❖ korxonaning moddiy va texnik ta’minotini tashkil etish.
- ❖ marketing faoliyatini tashkil etish va boshqarish.
- ❖ ishchi xodimlarni tanlash, burch va vazifalarni belgilash.
- ❖ korxonani kelajakda samarali faoliyat olib borish yo‘llarini ishlab chiqish va uni amalga oshirish.
- ❖ qarorlarni bajarilishini nazorat qilish.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish bilan boshqaruvning yangicha shakli vujudga kelmoqda va iste’molchilar talabini qondirish muhim bo'lib bormoqda. Kichik biznesni bozor sharoitida muvaffaqiyatli faoliyatini ta’minlash maqsadida boshqaruv tizimi - menejmentni marketing bilan bog‘lashi muhim.Kichik korxonada boshqaruvni tashkil etishning hamda biznes samaradorligi nuqtai nazaridan kimlar va nima sababdan korxona mahsulotini sotib olmayotganligi befarq qoldirmasligi kerak. Biznesni jonlantirish va iste’molchilik talabining o'sishi uchun qanday tashkiliy va boshqaruv qarorlarini qabul qilish zarurligini uz vaqtida bilish juda muhimdir. Kichik korxonada boshqaruvni tashkil qilish yagona maqsad emasligi sababli shu va shu kabi boshqa savollarning javobi har bir kichik korxonasi rahbariyatining boshqaruv xatti-harakatlari asosida yotishi lozimligini ko‘rsatadi.

Xulosa va takliflar. Kichik biznes faoliyatini rejalashtirish - bu aniq vaziyatda biznesning mohiyati, uni amalga oshirish yo‘llari, kengaytirilishi, tashqi xavf va ustunliklarni, ichki imkoniyatlarni va raqobat ustunliklarini oldindan aniqlashga yordam beradi. Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari uni(kichik biznesni) bajarayotgan funksiyalariga, iqtisodiyotdagi o'rniga, u faoliyat ko'rsatayotgan biznes muhitga va nihoyat davlat tomonidan unga nisbatan olib borilayotgan siyosatga bog'liq. Bular kichik biznesni boshqarishga xos bo'lgan omillarni keltirib chiqaradi. Kichik biznes korxonalarini oqilona boshqaruv usulidan foydalanmasdan uni samaradorligini oshirib bo‘lmaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Pardaev M.Q. Tadbirkorlik va biznes asoslari. Uslubiy qo‘llanma. Samarqand. SamISI,2017.-132 bet.
2. Pardaev M.Q. Har bir oila tadbirkor-o‘zini o‘zi band qilish imkoniyati.Amaliy tavsiya. Samarqand, SamISI, 2018. -240 bet
3. G‘ilomov C. umumiy tahriri ostida. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik: tashkil etish, rejalashtirish, boshqarish. T. “Fan va texnologiya”-2005.
4. Q.J.Mirzayev, B.Sh.Musayevlarning “Kichik biznesni boshqarish” o‘quv qo‘llanma. Samarqand 2008. 140 bet.
5. M.S. Qosimova, D.A.Shodibekova, M.A.Yusupov, A.N. Samadov. “Kichik biznesni boshqarish” Toshkent. 2005. 162 bet.
6. Arxiv.uz
7. Stat.uz
8. Lex.uz

V ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЎРНИ ВА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

Р.Х. Эргашев – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.,
А. Э. Қобилов – ҚарДУ таянч докторанти

ҚАШҚАДАРЁ ВИЛОЯТИДА ХОРИЖИЙ ИНВЕСТИЦИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ

Аннотация: Ушбу мақолада Қашқадарё вилоятида хорижий инвестициялардан фойдаланиш самарадорлигини оширишнинг устувор йўналишлари таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: хорижий инвестициялар, инвестицион сиёсат, эркин иқтисодий зона, кичик саноат зоналари.

Аннотация: В данной статье анализируются приоритеты повышения эффективности иностранных инвестиций в Кашкадарьинскую область.

Ключевые слова: иностранные инвестиции, инвестиционная политика, свободная экономическая зона, малые индустриальные зоны.

Abstract: This article analyzes the priorities for increasing the efficiency of foreign investments in the Kashkadarya region.

Keywords: foreign investment, investment policy, free economic zone, small industrial zones.

Тадқиқотчилар томонидан пандемия шароитда барча мамлакатлар учун хорижий инвестициялар оқимининг кескин пасайиши башорат қилинаётган бўлса-да, мамлакатимизда аввалги йилларда режалаштирилган инвестицион лойиҳалар ҳисобидан ва пандемия шароитида инвестицион лойиҳаларни амалга ошираётган хўжалик субъектлари ҳамда тадбиркорларнинг ҳукумат томонидан қўллаб қувватланиши натижасида хорижий инвестициялар ҳажмининг кескин пасайиши ҳозирча кузатилмаяпти. Хусусан, 2020 йил давомида Қашқадарё вилояти иқтисодиётига ҳудудий лойиҳалар доирасида ўзлаштирилган хорижий инвестициялар ҳажми 2019 йилга нисбатан 104,3 фоизга ошган ҳолда, 151,7 млн. АҚШ долларини ташкил этган.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг 2021-2023 йилларга мўлжалланган инвестиция дастурини амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4937-сонли Қарорига мувофиқ, 467,7 млн АҚШ доллари миқдорида хорижий инвестициялар ўзлаштирилиши кўзда тутилган. 2021 йилда Қашқадарё вилоятида 22 та ҳудудий лойиҳалар ҳисобидан 150,4 млн АҚШ доллари

миқдорида хорижий инвестициялар жалб этилиши ва ўзлаштириши (Ўзбекистон Республикаси бўйича жами ўзлаштирилиш ре-жалаштирилган хорижий инвестицияларнинг 3,7 фоизи) режалаштирилган бўлиб, хорижий инвестициялар ўзлаштириш кўрсаткичи бўйича Қашқадарё вилоятининг Ўзбекистон Республикаси ҳудудлари 12 ўринда эканлиги қайд қилинади. 2021 йил мобайнида жами жалб қилинаётган хорижий инвестицияларнинг 141,4 млн АҚШ доллари ТТХИ ҳисобига тўғри келса, 9,0 млн АҚШ доллари миқдорида ҳукумат кафолатисиз хорижий кредитлар жалб қилинади 2021 йилда хорижий инвестициялар асосида амалга ошираётган лойиҳарнинг 14 таси саноат, 6 таси қишлоқ хўжалиги, 2 таси хизмат кўрсатиш соҳасига тўғри келади(1-жадвал).

1-жадвал

2021 йилда Ўзбекистон Республикаси ҳудудларига ҳудудий лойиҳалар доирасида жалб қилиниши ҳамда ўзлаштирилиши кутилаётган ТТХИ ва хорижий кредитлар ҳажми (млн АҚШ доллари миқдорида)[1]

№	Ҳудудлар	Лойиҳа-ларни жалб этиш режаси	Шундан		Лойиҳа-ларни ўзлашти-риш режаси	Лойиҳа-лар сони (та)
			ТТХИ	Кафолатланма ган хорижий кредитлар		
1	Қорақалпоғистон Республикаси	91,0	70,2	20,8	91,0	21
2	Андижон	242,6	80,4	162,2	248,8	41
3	Бухоро	249,0	155,7	93,4	248,0	37
4	Жиззах	323,1	299,2	23,9	299,1	19
5	Қашқадарё	150,4	141,4	9,0	150,4	22
6	Навоий	150,7	125,4	25,3	171,5	21
7	Наманган	261,8	261,8		287,2	58
8	Самарқанд	158,4	114,7	43,7	162,9	47
9	Сирдарё	185,5	74,1	111,4	187,8	32
10	Сурхондарё	166,0	166,0		166,0	27
11	Тошкент в	275,0	255,2	19,8	296,0	105
12	Фарғона	316,5	222,5	94,0	336,8	53
13	Хоразм	122,6	70,5	52,1	122,6	18
14	Тошкент ш	1 186,1	1 032,0	154,1	1244,7	98
	ЖАМИ	**3878,7**	**3069,1**	**809,7**	**4011,8**	**599**

Хорижий инвестициялар бўйича олиб борилаётган тадқиқотлар натижаси шуни кўрсатадики, пандемия ва ундан кейинги даврларда иқтисодий ўсишда юзага келиши мумкин бўлган турғунликларни бартараф қилиш мақсадида мамлакатлар ўртасида хорижий инвестициялар жалб қилиш бўйича кескин рақобат кураши юзага келади. Шундан келиб чиққан ҳолда, Қашқадарё вилоятида хомашё базасини кенгайтириш ва уни қайта ишлашни

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28-декабрда қабул қилинган “Ўзбекистон Республикасининг 2021-2023 йилларга мўлжалланган инвестиция дастурини амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4937-сонли Қарори иловалари асосида муаллифлар томонидан тузилган.

чуқурлаштириш, юқори қўшилган қийматли рақобатбардош тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмларини ошириш, иқтисодиёт тармоқларига тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар ва юқори технологияларни кенг жалб қилиш, инвестиция лойиҳаларининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини таъминлаш, шу асосда юқори даромадли иш ўринларини яратиш ҳамда ҳудудларни жадал ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш мақсадида қуйидаги имкониятларга эришишга ва қулайликларни қўлга киритишга катта шарт-шароит яратади.

Биринчидан, маҳаллий ишбилармонларда тадбиркорлик лаёқатининг Ўзбекистон Республикасининг бошқа ҳудудларига нисбатан пастлиги ҳамда хорижий инвесторларда ҳудудларнинг имкониятлари бўйича маълумотлар танқислиги мавжудлиги Қашқадарё вилоятида малакали мутахассисларни жалб қилган ҳолда "Лойиҳалар фабрикаси"ни ташкил қилиш долзарблигини белгилайди. Тадқиқотимизда Қашқадарё вилоятининг ҳар бир туман(шаҳар)и бўйича иқтисодий ўсишни таъминлайдиган ва хорижий инвестицияларнинг жалб қилишнинг "драйвер" соҳалари аниқланди. "Лойиҳалар фабрикаси"да Қашқадарё вилоятининг "драйвер" соҳалари бўйича пухта иқтисодий асосланган инвестицион лойиҳаларни ишлаб чиқишни ташкил этиш ва ушбу инвестицион лойиҳаларни амалга ошириш учун маҳаллий ва хорижий инвесторларни таклиф этиш мақсадга мувофиқ.

Иккинчидан, Қашқадарё вилоятида фаолият олиб бораётган хорижий инвесторлар ўртасида ўтказилган сўровномалар таҳлили шуни кўрсатадики, хорижий инвестицияларга энг асосий тўсиқлар сифатида кредит фоизларининг юқорилиги ва кредитлаш тизимининг яхши ишламаслиги келтирилган. Ушбу муаммони бартараф этиш мақсадида Қашқадарё вилоятида истиқболли, долзарб инвестицион лойиҳаларни тезкор молиялаштириш учун вилоятда маҳаллий бюджетнинг орттириб бажарилган қисмидан устав капитали 10,0 млн АҚШ долларидан кам бўлмаган махсус инвестицион фонд ташкил қилиш лозим.

Учинчидан, Қашқадарё вилоятида хорижий инвесторларга тўсиқ сифатида ишлаб чиқариш инфратузилмасига уланишнинг қийинлиги ва қолоқлиги, бино ва ер ажратишдаги бюрократик тўсиқларнинг мавжудлиги тадқиқотлар орқали аниқланган. Қашқадарё вилоятининг ишлаб чиқариш ва ресурс салоҳиятини комплекс ривожлантириш, минерал хомашё ва қишлоқ хўжалиги ресурсларини чуқур қайта ишлаш бўйича юқори технологик ва экспортбоп маҳсулот ишлаб чиқаришни ташкил этишга тўғридан-тўғри инвестицияларни жалб қилиш учун қулай шарт-шароитлар яратиш ҳамда шу асосда вилоятнинг экспорт салоҳиятини ошириш, янги иш ўринлари ташкил этиш ҳамда ҳудуд аҳолиси фаровонлигини ошириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 13 сентябрдаги "Чироқчи эркин иқтисодий зонасини ташкил этиш тўғрисида"ги ПФ-5825-сонли Фармони асосида "Чироқчи" эркин иқтисодий зонасининг ҳудудлари белгилаб белгилаб берилган бўлса-да, ушбу ҳудудда инфратузилма объектларига улаш, инвестицион лойиҳаларни жойлаштириш бўйича қолоқликка йўл

қўйилмоқдаХозирги кунда Қашқадарё вилоятининг Қарши, Шаҳрисабз шаҳарлари, Қарши, Муборак, Китоб, Чироқчи, Қамаши туманларида 10 та кичик саноат зоналари мавжуд бўлиб, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёвнинг 2020 йил 12-13 ноябрь кунлари Қашқадарё вилоятига ташрифи давомида берилган топшириқлар ва кенгайтирилган тарзда ўтказилган йиғилиш баёнига кўра, Қашқадаё вилоятининг Шаҳрисабз шаҳри, Нишон, Деҳқонобод, Яккабоғ, Ғузор, Миришкор, Шаҳрисабз, Муборак туманларида умумий ҳудуди – 23,4 гектар бўлган бўш турган ер майдонларида 11 та янги кичик саноат зоналарини ташкил этиш ва кичик саноат зоналарига рақобатбардош, харидоргир, экспортга йўналтирилган ва импорт ўрнини босувчи маҳсулотлар ишлаб чиқаришга қаратилган жозибадор инвестицион лойиҳаларни жойлаштириш белгиланган.

Қашқадарё вилоятидаги “Чироқчи” эркин иқтисодий зонаси ва янги ташкил этилаётган кичик саноат зоналарида хорижий ва маҳаллий инвесторлар учун яратилган шарт-шароитлар, имтиёзлар бўйича кенг кўламда тарғибот ишларини олиб бориш, бу ишларга Ўзбекистон Республикасининг хорижий мамлакатлардаги элчихоналарини ҳам жалб қилиш мақсадга мувофиқ.

Тўртинчидан, Ўзбекистон Республикаси мустақиллигигача бўлган даврларда Қашқадарё вилоятининг барча ҳудудларида саноат ҳудудлари ташкил этилган бўлиб, ушбу саноат ҳудудларида барча инфратузилма объектлари (газ, сув, электр-энергияси) билан уланганлиги билан маҳаллий ва хорижий тадбиркорлар учун катта имкониятлар яратилган.

Тадқиқотларимизга кўра, ушбу саноат ҳудудлари имкониятларидан самарасиз фойдаланилаётганлиги аниқланган. Хусусан, Қарши шаҳридаги жами 785 гектар ҳудудда жойлашган 3 та, шу жумладан, “Шайхали” МФЙ ҳудудидаги 369 гектар, “Ғ.Ғулом” МФЙ ҳудудидаги 147 гектар ва “Батош” МФЙ ҳудудидаги 269 гектар майдонларга эга собиқ саноат ҳудудларида 391 та корхоналар жойлашган бўлиб, улардан 65,3 гектар майдонда (жами саноат ҳудудларининг 8,4 фоизи) жойлашган 28 та корхоналарнинг қувватлари ва бино-иншоотлари модернизация қилинганлиги ва замонавий ишлаб чиқаришлар йўлга қўйилган.

Бироқ қарийб 42,8 гектар майдонда жойлашган корхоналарда мавжуд қувватлар ва бино-иншоотлар эскирганлиги, 15 гектар майдонда эса эски ва энергия самарадорлиги паст бўлган ғишт заводлар жойлашган бўлса, 46 та корхоналарнинг 255 гектар майдонлари бўш турганлиги, 407 гектар майдонда жойлашган 319 та корхоналар эса кам қувватларда фаолият кўрсатмоқда.

Шундан келиб чиққан ҳолда, Қашқадарё вилоятининг барча ҳудудларидан саноат ҳудудларини қайтадан мониторинг қилиш, ҳар бир корхона ва мулк эгалари билан биргаликда “мижозбай” манзилли ишларни ташкил этиш ва маҳаллий ҳамда хорижий инвесторлар учун жозибадор инвестицион лойиҳаларнинг ишлаб чиққан ҳолда ушбу саноат ҳудудларидан самарали фойдаланиш мақсадга мувофиқ.

Бешинчидан, Давлат активларини бошқариш агентлиги Қашқадарё вилоят бошқармаси маълумотларига кўра, ҳозирги кунда Қашқадарё

вилоятида 1800 дан ортиқ бўш турган объектлар мавжуд бўлиб, асосан, айланма маблағнинг етишмаслиги оқибатида ушбу объектлардан фойдаланилмасдан турибди. Ушбу объектлардан самарали фойдаланиш мақсадида жозибадор инвестицион лойиҳаларни ишлаб чиқиш ҳамда маҳаллий тадбиркорлар учун салоҳиятли хорижий инвесторлар шерик сифатида танлаш мақсадга мувофиқ.

Олтинчидан, давлат иштирокидаги корхоналарда истеъмолчига йўналтирилган замонавий бошқарув усуллари, очиқлик, шаффофлик ва бозор тамойилларини жадал жорий этиш, таннархни пасайтириш орқали даромадларни ошириш, ислоҳотлар жараёнида хусусий капитал иштироки учун кенгроқ имкониятлар яратиш, иқтисодиётда давлат иштирокини қисқартириш ва рақобат муҳитини янада яхшилаш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 27 октябрдаги “Давлат иштирокидаги корхоналарни ислоҳ қилишни жадаллаштириш ҳамда давлат активларини хусусийлаштиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-6096-сонли Фармони асосида Қашқадарё вилоятидаги 56 та корхоналарнинг давлат улуши оммавий савдолар орқали хусусий сармоядорларга сотилиши режалаштирилган.

Бизнинг фикримизча, хусусийлаштирилиши режалаштирилаётган корхоналар таркибидаги “Шахрисабз вино-ароқ” АЖ, “Яккабоғ шароб консерва” МЧЖ, “Муборактекс” МЧЖ, “Қашқадарё пармалаш ишлари” АЖ, “Минора қуриш экспедицияси” АЖ, “Муборакнефтегазмонтаж” АЖ, “Косон махсус механизациялашган” МЧЖ каби бир қатор салоҳиятли корхоналардаги давлат улушларини сотиш жараёнига маҳаллий сармоядорлар билан биргаликда хорижий сармоядорларни кенг жалб этиш, ушбу йўл орқали, корхоналарни техник ва технологик модернизациялаш, рақобатбардош маҳсулот турларини кўпайтириш, янги иш ўринларини яратиш орқали, Қашқадарё вилоятига ҳудудларининг ижобий иқтисодий ўсишига эришиш мумкин.

Еттинчидан, мамлакатимизда инвестиция иқлимини яхшилаш бўйича олиб борилаётган амалий ислоҳотлар натижасида, инвесторларда, хусусан, хорижда яшаётган ва келиб чиқиши этник ўзбек бўлган салоҳиятли тадбиркорларда мамлакатимизда бизнес юритиш бўйича қизиқишнинг юқорилиги кузатилмоқда. Шундан келиб чиққан ҳолда, Ўзбекистоннинг хориждаги элчихоналари кўмагида ватандошларимизни истиқболли инвестицион лойиҳаларни амалга ошириш ишларига жалб қилиш мақсадга мувофиқ.

Шунингдек, бизнинг фикримизча, ҳудудларда ривожлантиришда хорижий инвестицияларнинг самарадорлигини оширишда инвестицион лойиҳаларнинг ҳажмига эмас, балки унинг иқтисодий ўсишдаги ижобий таъсирини инобатга олиш, инвестициялар лойиҳалар сонига эмас, балки унинг сифатига кўпроқ эътибор қаратиш, хусусан, илмий сиғими юқори бўлган, экологик жиҳатдан хавфсиз бўлган хорижий инвестицияли лойиҳаларни қўллаб-қувватлаш масаласи – ҳудудларнинг олиб борилаётган инвестицион сиёсатнинг асосий йўналиши бўлиши лозим.

З.Ш.Хайдаров – СамИСИ, «Банк иши» кафедра в.б.доценти, и.ф.н.

ТИЖОРАТ БАНКЛАРИ АКТИВ ВА ПАССИВЛАРИНИ БОШҚАРИШ УСУЛЛАРИ АСОСИДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: ушбу илмий мақолада тижорат банклари актив ва пассивларини бошқариш: усуллари асосида такомиллаштириш ва ушбу жараёнда таъсир этувчи омиллар ёритиб берилган.

Калит сўзлар: Даромад, активлар портфели, капиталнинг етарлилиги, трансформация риски, ликвидлилиг, фонд усули, тақсимлаш усули, геп- таҳлил усули, хеджирлаш усули, секюритизациялаш усули, рискли ва рисксиз актив.

Аннотация. В этой научной статье описаны методы и улучшения в управлении активами и пассивами коммерческих банков, а также факторы, влияющие на этот процесс.

Ключевые слова: доход, портфель активов, достаточность капитала, риск трансформации, ликвидность, фондовый метод, метод распределения, метод геп-анализа, метод хеджирования, метод секьюритизации, рискованный и безрисковый актив.

Abstract. This scientific article describes methods and improvements in the management of assets and liabilities of commercial banks, as well as the factors affecting this process.

Key words: income, asset portfolio, capital adequacy, transformation risk, liquidity, stock method, distribution method, hep analysis method, hedging method, securitization method, risky and risk-free asset.

Тижорат банклари активлари ва пассивларини бошқариш (ТБАПБ) фанининг предмети – бу пул маблағларини жалб қилиш ва уларни жойлаштиришни тартибга солиш йўллари ва усуллари тўғрисида билимлар мажмуаси. Банкни фойда даражаси барқарорлигини таъминлаш ва кўзда тутилмаган рискларни минималлаштириш мақсадида баланснинг активлари ва пассивларини тегишли моддаларини доимо бир-бирига таққослаб бориши зарур. Ушбу таққослаш тижорат банклари активлари ва пассивларини тегишли усуллар, мезонлар ва меъёрларни қўллаб бошқариш орқали амалга оширилади.

Тижорат банклари активлари ва пассивларини бошқариш – бу банкнинг фойда даражасини пасайтирмасдан ликвидликни таъминлашга қаратилган усуллар ва тартиблар йиғиндиси бўлиб, банкнинг молиявий барқарорлиги ва мажбуриятларини бажаришга ва узлуксизлигини таъминлашга қаратилган ташкилий-ҳуқуқий жараёндир. Халқаро ва маҳаллий молия бозорларида рўй бераётган ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий жараёнлар ТБАПБнинг ташкилий-ҳуқуқий асослари ва усулларини доимий равишда такомиллаштириб боришни талаб этмоқда.

Шу билан бирга, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 12 сентябрдаги ПҚ-3270-сонли “Республика банк тизимини янада ривожлантириш ва барқарорлигини оширишга доир чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарорида тижорат банклари фаолиятига умум эътироф этилган замонавий меъёрлар, стандартлар ва баҳолаш кўрсаткичларини жорий қилиш, банк-молия тизимини халқаро рейтинг ташкилотлари баҳолаши асосида

баҳолаш кўрсаткичларини янада такомиллаштириш, банк назоратининг халқаро принциплари асосида тижорат банклари капиталининг етарлилиги, ликвидлилиги ва барқарорлиги бўйича талабларни бажарилишини таъминлаш, Базел қўмитасининг талабларини ҳисобга олган ҳолда банк рискларини баҳолаш ва бошқариш тизимини такомиллаштириш вазифалари қўйилган.

Тижорат банклари актив ва пассивларини бошқаришни такомиллаштириш аниқ принципларга таянади. Улардан асосий принциплари сифатида қуйидагиларни ажратиб кўрсатиш мумкин: активларнинг даромадлилиги ва риск даражалари ўртасидаги мутаносибликни таъминлаш; активлар портфелларини диверсификация қилиш; тўғри инвестицион қарорлар қабул қилиш; пул оқимларининг етарлилиги; фоиз ставкалари, валюта курслари ва товарларнинг баҳоларини ўзгаришига мослашувчанлик; банк қимматли қоғозларининг инвестицион жозибадорлигини таъминлаш; депозитларнинг етарлилигини таъминлаш; капиталнинг етарлилигини таъминлаш; банк ликвидлилигини таъминлаш; трансформация принципи; актив ва пассивлар бўйича даромад ва харажатларни назорат қилиш; банк ресурсларининг етарлилиги; захиралар яратиш; рискларни минималлаштириш принципларидан иборат.

Тижорат банклари актив ва пассивларини бошқариш принципларидан комплекс фойдаланиш асосида такомиллаштириш жараёнига салбий таъсир қилаётган омиллар қўйидагиларни бўлиш мумкин:

1. Марказий банк томонидан тижорат банкларини кредитлаш амалиётининг мавжуд эмаслиги туфайли Марказий банкнинг қайта молиялаш ставкасини ўзгартириш йўли пул массасига, тижорат банкларининг ликвидлилигига ва кредитларнинг баҳосига таъсир этиш имкониятининг пастлиги;

2. Марказий банкнинг мажбурий захира ставкаларининг юқори эканлиги ва захира ажратмалари суммасини банкларнинг “Ностро” вакиллик ҳисобрақамларидан олиб қўйилаётганлиги натижасида тижорат банкларининг ликвидлилигига ва ресурс базасининг барқарорлигига нисбатан салбий таъсирнинг юзага келганлиги;

2017 йилнинг 1 январ ҳолатига кўра, Россия Марказий банкининг мажбурий захира ставкаларининг ўртача даражаси 5,6 фоизни, Европа Марказий банкининг мажбурий захира ставкаси эса, 2,0 фоизни ташкил этди.

3. Тижорат банкларининг депозит базасида узоқ муддатли депозитлар улушининг пастлиги сабабли уларнинг инвестиция жараёнларига қатнашиши етарли даражада эмас. 2017 йил якунлари бўйича республикамизда асосий капиталдаги инвестициялар таркибида банк кредитлари ва бошқа заём маблағларининг улуши 26,3 % ташкил қилади ва ушбу кўрсаткич олдинги йилга нисбатан ўсган.[1]

4. Республикамизда имтиёзли кредит дастурлари кўп бўлиб, (2019 йилда 78% кредит портфелларини ташкил қилди)[2] улар молиявий ресурсларни жойлаштириш самарадорлигини пасайтиради ва банк тизимида муаммоларни

[1] https://cbu.uz/oz/ Markaziy bank ma’lumotlari.
[2] https://cbu.uz/oz/ Markaziy bank ma’lumotlari.

вужудга келтиради. Айниқса, давлат инвестиция дастурларига киритилган лойиҳаларни тижорат банклари томонидан маъмурий равишда молиялаштирилиши тижорат банклари молиявий ҳолатига салбий таъсир қилмоқда. Бу нафақат тижорат банкларининг кредитлаш фаолиятига, балки вакиллик ҳисобварақларида маблағлар етишмовчилигига олиб келиб иқтисодиётимизда тўловларни вақтига ўтишига салбий таъсир қилиши мумкин.

5. Республикамизнинг йирик тижорат банкларида трансформация рискининг мавжудлиги. Трансформация рискининг юзага келганлиги ва чуқурлашганлиги қисқа муддатли ресурслар бир йилгача ҳисобидан узоқ муддатли (3-5 йилгача) кредитларнинг берилганлиги билан изоҳланади.

Тижорат банклари актив ва пассивларини бошқаришни такомиллаштириш жараёнида бир неча усуллардан фойдаланилади, уларнинг асосийлари қуйидагилардан иборат: фонд усули (муддатлар бўйича тақсимлаш усули); геп-таҳлили; хеджирлаш; секюритизациялаш.

Активлар ва пассивларни сўндириш муддатлари бўйича бошқариш (фонд усули) БАПБнинг классик усул ҳисобланиб, банк пассив операциялар натижасида жалб қилинган молиявий ресурсларни муддати бўйича рисксиз активлар ва рискли активларга жойлаштиради.

Тижорат банклари актив ва пассивларининг фонд усули узоқ муддат давомида ўзининг ижобий самарасини берди, бироқ: молия бозорларида рақобатнинг кучайиши ва фоиз ставкаларининг беқарорлиги; банкларнинг тизимли тўлов қобилиятини йўқотиши; банк омонатчиларининг келишилган муддатидан илгари депозитларни талаб қилиши; бошқа форс-мажор ҳолатлар тижорат банклари актив ва пассивларининг фонд усули аҳамиятини йўқотишга олиб келди.

Тижорат банклари актив ва пассивларининг дастлабки ривожланиш босқичида ушбу усул кенг қўлланилган, кейинчалик эса активлар ва пассивлар ўртасидаги номутаносиблик билан боғлиқ муаммолар юзага келганда бошқариш усулининг геп-таҳлил усули кенг қўлланилган.

Банкларнинг активлари ва пассивларини бошқаришда геп-таҳлилини қўлланилиши унинг муддатли депозит маблағлари ва рискка тортилган активлари ўртасидаги фарқ даражасига эътибор қаратилади.

Рискли актив ва муддатсиз депозит ўртасида муддатлари бўйича вужудга келган номувозанатлик геп-таҳлили ёрдамида бошқарилади. Бу ҳолат (геп-таҳлили) да тижорат банклари актив ва пассивларининг фондли усулида мавжуд бўлган муаммолардан ташқари қуйидаги муаммолар вужудга келиши мумкин:

- кредит олувчи ўз вақтида кредит суммасини қайтара олмаслиги;
- депозит соҳиби муддатидан илгари депозитни талаб қилиши;
- бошқа кўзда тутилмаган зиддиятли ҳолатлар юзага келиши мумкин.

Тижорат банклари актив ва пассивларининг геп-таҳлили усулини қўллаганда молия бозорида фоиз ставкалари 5-10 йиллик даврга таҳлил этилиб, фоиз ставкларининг энг паст, энг юқори, барқарор ёки тез ўсиб борадиган ёки пасаядиган ставкаларида бир неча (одатда 10 тагача)

сценарийлар ишлаб чиқилади.

Тижорат банклари актив ва пассивларининг геп-таҳлили бўйича ишлаб чиқилган ҳар бир сценарий банк баланси барқарорлиги ва ликвидлигига таъсир даражаси аниқланади. Тижорат банклари актив ва пассивлари бўйича ишлаб чиқилган сценарийларнинг ичида банк фойда даражаси паст, риск даражаси ва зарар кўриш хавфи юқори бўлганлари бўйича банк баланси корректировка қилинади, шундан сўнг энг маъқул сценарий танланиб рискли операцияларни амалга ошириш юзасидан қарор қабул қилинади.

Тижорат банклари актив ва пассивларининг фонд ва геп-таҳлили усулларидан ликвидлилик рискини баҳолашнинг айрим инструменти сифатида фойдаланиш мумкин. Бироқ, ушбу усуллар ликвидлик рискини самарали бошқариш имкониятини бермайди. Бундан кўриниб турибдики, тижорат банклари актив ва пассивларини тижорат банклари актив ва пассивларининг усуллари ва йўллари ҳозирги кунга келиб жиддий ўзгаришларга юз тутди. Айниқса, 1980 йилларда банк муассасалари тижорат банклари актив ва пассивларида асосан активлар ва пассивларнинг бозор қийматига эътибор қаратадиган бўлса, 1990 йиллардан кейин актив ва пассивларни бозор риски орқали бошқаришнинг асосий объектига айланди.

Замонавий шароитда тижорат банклари актив ва пассивларининг анъанавий (фонд усули-активларни муддатлари бўйича тақсимлаш) усуллари асосида банкларнинг қуйидаги операциялари бошқарилади: кредитлаш операциялари; деозит операциялари; рискли активларни суғурталаш операциялари.

Тижорат банклари актив ва пассивларининг ноанъанавий усуллари сифатида хеджерлаш ва секюритизациялашни таъкидлаш лозим. Бозор иқтисодиёти шароитида тижорат банклари актив ва пассивларининг ушбу усуллари жуда кенг ва самарали қўлланилмоқда.

Хеджирлаш – бу келгусида бозор риски ва фоизларининг ўзгариш эҳтимолини аниқлаш ва ундан ҳимояланиш мақсадида муддатли суғурта контрактларни тузиш тизимидир. Бир сўз билан айтганда, тижорат банклари актив ва пассивларида вужудга келиш эҳтимоли бўлган рискларни камайтириш ва бартараф этиш ҳамда молиявий йўқотишларни олдини олиш мақсадида хеджерлаш қўлланилади.

Ушбу усул мутаъдил баҳони белгилаш ва даромад олиш ёки мўлжалдаги харажатни қилиш имкониятини беради. Албатта, рискли операцияларни хеджерлаш улар билан боғлиқ рискларни батомам йўқотиб юбориш имкониятини бермайди, балки ушбу хеджерлашда риск трансформацияси юз бериб, вужудга келиши мумкин бўлган рискни воситачи ўз зиммасига олади. Хеджерлашда операцияларнинг иккита ҳолати инобатга олинади: 1) *курс (баҳо)ларнинг ошишини хеджерлаш; 2) курс (баҳо)ларнинг пасайишини хеджерлаш.*

Активларни бошқаришда қўлланиладиган секюритизациялаш механизми 1990 йилларда АҚШда вужудга келди. Секюритизациялаш жуда тез муддатда банк активларини бошқаришда ва молия бозорларида рискларни

пасайтиришда оламшумул аҳамиятга эга бўлди. Моҳиятига кўра секюритизациялаш, банкка даромад келтирувчи активларни зудлик билан сотиш имкониятини берувчи облигация ёки бошқа қимматли қоғозларнинг эмиссияси орқали ликвид маблағларга айлантириш тартибидир.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки тижорат банкларни актив ва пассивларни бошқаришни принциплар, усуллар асосида такомиллаштириш банкни фойдасини оптималлаштиради, ликвидлилигини таъминлайди, рискини минималлаштиради.

А.Д.Равшанов – ҚарМИИ, “Инновацион иқтисодиёт” кафедраси доценти, и.ф.н.,
Ш.Шукурова – ҚарМИИ магистранти

ТИЖОРАТ БАНКЛАРИ КРЕДИТ ПОРТФЕЛИНИ САМАРАЛИ БОШҚАРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мақолада тижорат банклари кредит портфелини самарали бошқаришнинг муҳим жиҳатлари ва асосий йўналишлари, банк хизматлари сифатини такомиллаштириш бўйича фикр-мулоҳазалар билдирилган.

Аннотация: В статье дается отзыв о важных аспектах и ключевых направлениях эффективного управления ссудным портфелем коммерческих банков, повышения качества банковских услуг.

Abstract: The article provides feedback on important aspects and key areas of effective management of the loan portfolio of commercial banks, improving the quality of banking services**.**

Калит сўзлари: банк, кредит портфели, кредит, кредит операциялари, рентабеллик, стратегия, бозор иқтисодиёти, модернизация, диверсификация

Ключевые слова: банковское дело, ссудный портфель, кредит, кредитные операции, доходность, стратегия, рыночная экономика, модернизация, диверсификация.

Keywords: banking, loan portfolio, credit, credit operations, profitability, strategy, market economy, modernization, diversification.

Тижорат банклари кредит портфелини самарали бошқариш самарадорлигини ошириш масалалари бугунги куннинг энг долзарб масаласи ҳисобланади. Замонавий иқтисодий муҳит тижорат банклари фаолиятида мавжуд муаммоларнинг олдини олиб, мамлакатимиз банк ишининг самарадорлигини ошириш асосида халқаро банк амалиётига мос келувчи тижорат банклари кредит портфелини самарали бошқариш механизмини яратишни тақозо этади.

Банк тизимини либераллаштириш шароитида кредит операциялари муҳим ўрин тутади. Тижорат банклари кредит операциялари банк даромадларини шакллантирувчи фаолият бўлганлиги сабабли кредит портфелининг сифат даражаси барқарорлигини таъминлаш бугунги кунда банкларнинг асосий вазифаларидан бири ҳисобланади. Кредитлаш тижорат

банклари учун бирламчи аҳамиятга эга бўлган фаолият тури ҳисобланади, чунки тижорат банклари кредит портфели сифатининг пасайиши уларнинг молиявий барқарорлигига салбий таъсир қилади, яъни муддати ўтган кредитларнинг кредит қўйилмалари ҳажмидаги салмоғининг ошиши банкнинг ликвидлигини кескин пасайишига олиб келади. Шу сабабли, тижорат банклари кредит портфелини самарали тарзда бошқариш хўжалик субъектларининг кредит маблағларига бўлган эҳтиёжларини қондириш имконини беради.

Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 12-майдаги “2020-2025 йилларга мўлжалланган Ўзбекистон Республикасининг банк тизимини ислоҳ қилиш стратегияси тўғрисида”ги ПФ-5992 сонли Фармонига асосан “Стратегия банк тизимини ривожлантиришнинг мақсадлари, вазифалари ва устувор соҳаларини, 2020 — 2025 йилларда банк тизимини трансформация ва ислоҳ қилиш йўналишларини, хорижий мамлакатларнинг молия секторини трансформация қилиш тажрибаси асосида ва молиявий соҳадаги жаҳон тенденцияларини ҳисобга олган ҳолда эҳтимолий ечимларни излаш йўлларини белгилаб берган”[1]

Республикамизда иқтисодиётни ривожлантиришга йўналтирилаётган банк кредитлари хажмининг ошиши, улардан фойдаланаётган турли мулкчилик ва хўжалик юритувчи субъектлар микдорининг кўпайиши, банклар томонидан берилаётган кредитларни оқилона жойлаштириш, улар самарадорлигини ошириш, берилган кредитлар бўйича ҳисобланган фоизларни ўз вақтида ундириб олишни таъминлаш вазифалари банклар кредит портфели устидан доимий кузатиб боришни долзарб масала эканлигини асослаб беради. Бозор иқтисодиётига ўтиш даврида иқтисодиёт тармоқлари, хусусан молия соҳасини кредитлашда тижорат банклари томонидан кредитлар тақдим қилиш жараёнида кредит рискларини олдини олишда банк ходимларининг хуқуқий билимларини ошириш, гаров мулкини баҳолаш, сақлаш, сақланиши устидан мониторинг ўрнатиш, уларнинг бозордаги нархларини ўзгаришини баҳолай оладиган ходимларнинг банкда мавжуд бўлиши бўйича муаммолар мавжуд.

Хар қандай банк ўз фаолиятида мавжуд маблағларни энг кам риск асосида жойлаштириб юқори даромад олиш имкониятига эга бўлишни кўзда тутади. Юқори даромад олиш эса ўз навбатида банклар олиб борадиган операцияларнинг риск даражасини оширади, чунки банклар асосан четдан жалб килинган ресурслар ҳисобига ишлайдилар. Улар бир томондан ўз акциядорлари олдида жавобгар бўлсалар, иккинчи томондан, ўз маблағларини ишониб топширган ва банк хизматларидан фойдаланаётган мижозлар олдида мажбуриятга эгадирлар. Шу сабабли тижорат банклари бошқа хўжалик субъектларига қараганда бир неча баробар юқори риск билан фаолият кўрсатадилар.

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 12 майдаги “2020-2025 йилларга мўлжалланган Ўзбекистон Республикасининг банк тизимини ислоҳ қилиш Стратегияси тўғрисида”ги 5992-сонли Фармони

Ўзбекистон Республикаси ва халқаро банк амалиётида кредитлаш жараёнида қарор қабул қилишда асосан кредитга лаёқатли бўлган қарз олувчилар кўриб чиқилади. Бунда маълум бир қарздорни кредитлашда кредит суммасининг лимити қуйидаги молиявий кўрсаткичлар асосида аниқланади: қарздорнинг хусусий капитали (мухторийлик коэффициенти, капиталнинг умумий қарздорликка булган нисбати); қарздорнинг даромадлилиги (тушумларнинг рентабеллик коэффициенти, умумий капиталнинг рентабеллик коэффициенти, хусусий капиталнинг рентабеллик коэффициенти); қарздорнинг туловга лаёқатлиги (қоплаш коэффициенти, лаҳзалик ликвидлик коэффициенти, дебиторлик ва кредиторлик билан боғлиқ бўлган коэффициенти). Кредитга лаёқатлигни бундай баҳолаш усулида етарлича назарий-методологик ишлаб чиқилмаганлик, математик аппаратнинг сўст ишлатилаши, юқоридаги кўрсаткичлар рейтинги асосида етарлича иқтисодий асослантирилмаган ҳолда кредит суммаси лимитини белгилаш каби муаммолар мавжуд.

Бундан ташқари Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш буйича Харакатлар стратегияси тугрисида”ги Фармонида “Банк тизимини ислох килишни чукурлаштириш ва баркарорлигини таьминлаш, бакнларнинг капиталлашув даражаси ва депозит базасини ошириш, уларнинг молиявий баркарорлиги ва ишончлилигини мустахкамлаш, истикболли инвистция лойихалари хамда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини кредитлашни янада кенгайтириш[1] белгилаб ўтганлари бежиз эмас.

Жумладан Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2020 йилнинг 29 декабрдаги Олий Мажлисга мурожаатномасида банк соҳаси-даги ислоҳотларга тўхталиб ўтиб қуйидагиларни таъкидладилар. “Барча банклар бўйича капитал, ресурс базаси ва даромадларини оширишга алоҳида эътибор қаратилган ҳолда трансформация дастурлари амалга оширилади"[2].

Ўзбекистон банк тизимини тавсия этилаётган тарзда ислоҳ қилиш билан бир қаторда айрим банклар томонидан кўрсатилаётган операцияларни жаҳон андозалари даражасига етказиш бўйича ўз стратегиясини ишлаб чиқиш зарур. Бу стратегия қуйидаги йўллар билан амалга оширилиши лозим:

- хизмат кўрсатиш сифати ва банк хизматларини тақдим этиш бўйича жаҳон стандартларига жавоб берадиган банклар сонини кўпайтириш;
- банк тизими фаолияти ҳақида аҳолини кенг хабардор қилиш.

Хулоса қилиб айтганда, юқоридаги айрим таклифларимиз, банк бизнесида муҳим йўналишларни танлаш банк маҳсулотлари ҳамда хизматларини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари бўлиб, мавжуд имкониятлардан керакли даражада фойдаланиш, стратегик мақсадларни белгилаш, банк бошқарувининг барча даражаларида зарурий ҳаракатларни ишлаб чиқиш ва ёндашувлар тизимини шакллантиришга имкон яратади.

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистн Республикасини янада ривожлантириш буйича Харакатлар стратегияси тўғрисида”ги фармонида”ги 4947-сонли Фармонии. Lex.uz
[2] Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг 2020 йилнинг 29 декабрдаги Олий Мажлисга мурожаатномаси

К. У.Турабоева – Денов тадбиркорлик ва педагогика институти
кафедра мудири, иф.н., доцент

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТДА БАНК ИНФРАТУЗИЛМАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: Мақолада банк инфратузилмасининг илмий, меъёрий-ҳуқуқий, ахборот-таҳлилий, услубий, технологик, кадрлар ва бошқа таъминот турлари ўзаро боғлиқлиги таҳлил этилган.

Калит сўзлар: банк инфратузилмаси, илмий, меъёрий-ҳуқуқий, ахборот-таҳлилий, услубий, технологик, кадрлар таъминоти

Аннотация: В статье анализируется взаимозависимость научной, нормативной, информационно-аналитической, методической, технологической, кадровой и других видов банковской инфраструктуры.

Ключевые слова: банковская инфраструктура, научная, нормативная, информационно-аналитическая, методическая, технологическая, кадровая.

Abstract: The article analyzes the interdependence of scientific, regulatory, information-analytical, methodological, technological, personnel and other types of procurement of banking infrastructure.

Keywords: banking infrastructure, scientific, regulatory, information-analytical, methodological, technological, staffing

Банк инфратузилмаси банк секторини ривожлантиришда муҳим рол ўйнайди, чунки у барқарор ва самарали фаолият юритиш учун зарур шарт-шароитларни таъминлайди.

Банк инфратузилмаси воситасида банк сектори субъектлари, банк тизими субъектлари ўртасида, шунингдек, мамлакатнинг банк тизими ва иқтисодий тизими субъектлари ўртасида ўзаро ҳамкорлик механизми яратилади, яъни, банк сектори ва ташқи муҳитнинг яхлитлиги ва алоқалари таъминланади.

Банк инфратузилмаси деганда алоҳида олинган банк ва умуман банк секторининг ҳаётий фаолиятини таъминловчи бир-бири билан боғлиқ бўлган элементлар мажмуаси тушунилади.

Ушбу ўзаро боғлиқ элементлар: илмий, меъёрий-ҳуқуқий, ахборот-таҳлилий, услубий, технологик, кадрлар ва бошқа таъминот турларини ўз ичига олади.

I. **Банк соҳасини ривожлантиришга илмий таъминотни** биринчи ўринга қўйиш керак, чунки замонавий билимлар, назарий тушунчалар ва муайян ҳодисалар ва жараёнларнинг моҳиятга оид (сифат) хусусиятларини тушунмасдан самарали фаолият кўрсатадиган банк сектори моделини яратиш мумкин эмас. Бугунги кунда Ўзбекистон Республикасида пул-кредит ва банк секторларида кўплаб институтлар ва илмий-тадқиқот марказлари фаолият юритаётганига қарамай, бундай модель мавжуд эмас.

Илмий тадқиқотлар, шунингдек, мамлакатнинг қатор олий таълим муассасалари – ТДИУ, ТФИ, Банк академияси ва бошқалар томонидан амалга оширилади.

Тадқиқотчилик фаолияти, шунингдек, йирик банк уюшмалари доирасида ҳам амалга оширилмоқда.

Ушбу соҳадаги асосий камчиликлар қуйидагилардан иборат:

а) уларнинг тарқоқлиги ва суст мувофиқлаштирилиши:

фундаментал ва глобал муаммолар бўйича давлат органлари ва илмий тадқиқот фаолияти субъектлари даражасида

фундаментал ва амалий тадқиқотларнинг ўзаро алоқалари масалалари бўйича илмий-тадқиқотчилик фаолияти субъектлари даражасида

илмий ғояларни амалга оширишни синовдан ўтказиш бўйича банк секторининг тадқиқот субъектлари ва илмий-тадқиқот ишлари субъектлари даражасида;

б) қонун чиқарувчи органлар ва амалий идораларнинг олимлар илмий ишланмаларига талабнинг етарли даражада эмаслиги.

Ушбу камчиликларни бартараф этиш қуйидагиларга ёрдам бериши мумкин:

1) иқтисодиёт ва молия соҳасида устувор фундаментал ва амалий-назарий муаммоларни ишлаб чиқиш бўйича дастурни қабул қилиш. Ушбу дастур асосида мос келувчи ишланмаларга давлат буюртмаси шаклланиши мумкин;

2) Ўзбекистон Республикаси Банки негизида асосий вазифалари қуйидагилардан иборат бўлган илмий-тадқиқот институти яратиш:

пул муносабатлари ва банк соҳасида мавжуд бўлган илмий тадқиқотлар оқимининг ривожланган дастурлари асосида аниқлаш,

тақдим этилган ишлар мавзусини мувофиқлаштириш,

муаллифлар билан алоқа усули ва координаталарни кўрсатиб, илмий ишланмалар мавзуси бўйича электрон маълумотлар базасини яратиш,

Ўзбекистон Республикаси Банкининг веб-сайтида илмий тадқиқот ўтказиш учун ариза бериш,

инновацион маҳсулотлар, технологиялар, рискларни бошқариш тизимларини амалга ошириш учун зарур услубий ва консалтинг материалларини ишлаб чиқиш бўйича ишларни мувофиқлаштириш,

- веб-сайт доирасида илмий муҳокамалар ўтказиш;

3) пул-кредит ва банк соҳаларини ривожлантириш муҳим ҳужжатларини муҳокама қилишда олимларнинг фаол иштирокини таъминлаш, бу масалада формализмни бартараф этиш.

II. ***Нобанк фаолиятининг норматив-ҳуқуқий таъминоти*** шу сабабдан ҳам муҳимки, биринчидан, у банк хизматлари бозорида хўжалик юритувчи субъектларнинг хатти-ҳаракатлари учун ягона қоидаларни, умумий юридик базани яратади; иккинчидан, банк сектори учун индивидуал, лекин алоҳида операцияларни амалга ошириш учун банкда умумий стандартлар ҳам яратади.

Банк тизимининг ривожланиш босқичига ва ривожланиш даражасига қараб ўзгариб турадиган марказлаштирилган тартибга солиш ва ўзини ўзи тартибга солишнинг нисбатларидан қатъи назар, банк фаолиятини тартибга

солувчи қўллаб-қувватлашнинг аҳамияти катта: банк ташкилотининг юқори даражасини ва банк рискларини бошқаришни таъминлашга ёрдам беради.

Юқорида таъкидланганидек, банк фаолиятини тартибга солувчи меъёрий ҳужжатларни ишлаб чиқиш соҳасида:

а) Ўзбекистон Республикаси Банки кўрсатилган чораларни амалга ошириши лозим:

бериладиган ссудалар ҳажми ва ҳосила молиявий воситалар рискларини тартибга солиш борасида кредит ташкилотларига қўйиладиган талаблар ва пруденциал меъёрларни жиддий ўзгартириш

банк соҳасидаги янги ҳодисаларни ҳисобга олган ҳолда масофадан ва мулқотсиз назоратни ташкил килишни такомиллаштириш;

б) банк ҳамжамияти банк фаолияти сифат стандартларини ишлаб чиқишни тезлатиши лозим.

III.*Ахборот-таҳлилий таъминот* ҳар бир банк ва бутун банк тизими самарали фаолият юритиши ва ривожланишининг муҳим шарти ҳисобланади.

Бозор шароитида банклар иқтисодиётнинг ҳолати, унинг тармоқлари, якка тартибдаги корхоналар, пул ва молия бозорлари, молиявий воситачилар фаолияти, банк сектори ҳолати ва банк маҳсулотлари бозоридаги ўрни ҳақида тўлиқ, ишончли ва ўз вақтида олинган ахборотга муҳтождир.

Банк фаолиятининг ахборот-таҳлилий таъминотида ахборот тақдим этадиган кўплаб субъектлар акс эттирувчи турли мавзуларни ўз ичига олади: давлат ҳокимиятининг расмий ахборот структуралари, ахборот-таҳлил марказлари, оммавий ахборот воситалари, молиявий ва банк йўналтирилганлиги бўйича махсус нашрлар, эксперт ва маслаҳат ташкилотлари, ихтисослаштирилган маълумотлар базалари, ахборот тармоқлари, банк мижозлари иштирок этади .

Умуман олганда, Ўзбекистон Республикасида банк инфратузил-масининг ушбу сегменти муваффақиятли фаолият кўрсатиб келмоқда.

Унинг ривожланишидаги асосий муаммолар қуйидагилар:

банк мижозларининг молиявий аҳволига оид ягона ахборот базасининг йўқлиги;

Ўзбекистон Республикасида рейтинг хизматлари бозорининг этарли даражада ривожланмаганлиги;

телекоммуникация инфратузилмасининг ривожланмаганлиги ва алоқа хизматлари учун юқори нархлар;

ахборот етказиб бериш ва етакчи маҳаллий етказиб берувчиларнинг техник сиёсати мос келмаслиги сабабли форматларни стандартлаштириш йўқлиги.

Ушбуларни бартараф этиш орқали банк инфраструктурасини янада ривожлантириш имконияти яратилади.

Шохруҳ Суюнов – ҚарМИИ магистранти

КИЧИК БИЗНЕС КОРХОНАЛАРИДА МАҲСУЛОТ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ

Аннотация: ушбу мақолада Кашқадарё вилоятида кичик бизнес корхоналарида маҳсулот рақобатбардошлигини таъминлашга қаратилган таклифлар берилган.

Калит сўзлар: кичик бизнес, хусусий тадбиркорлик, маҳсулот рақобатбардошлик, иш ўринлари, бозор сегментлари, экспорт

Аннотация: В статье представлены предложения по обеспечению конкурентоспособности продукции малого бизнеса Кашкадарьинской области.

Ключевые слова: малый бизнес, частное предпринимательство, конкурентоспособность продукции, рабочие места, сегменты рынка, экспорт.

Abstract: This article provides suggestions for ensuring the competitiveness of products in small businesses in Kashkadarya region.

Keywords: small business, private entrepreneurship, product competitiveness, jobs, market segments, export

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик мамлакатнинг нафақат ялпи ички маҳсулотини шакллантиришда асосий бўғин, балки аҳоли бандлиги ва даромадлари манбаининг такомиллашуви ҳамда миллий фаровонликка эришишнинг муҳим омилидир. Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги иқтисодий фаолият жараёнлари ва унинг натижаларини акс эттирувчи кўрсаткичларда кичик бизнес улушининг юқори бўлишига ҳам боғлиқ эканлиги шубҳасиздир.

Кам харажат ҳисобига янги иш ўринлари яратиш имконияти, йирик бизнес кириб бора олмайдиган бозор сегментларини эгаллай олиш қобилияти, айниқса, хизмат кўрсатиш соҳасида ва унча катта бўлмаган маҳаллий ресурс базаларини ўзлаштиришда жуда қулай ташкилий шакл эканлиги кичик бизнесни ривожлантиришнинг аҳамияти беқиёслигини кўрсатади. Шу сабабли ҳам кичик бизнесни жадал ривожлантириш масаласи маҳсулот ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ва шунингдек, мамлакатнинг экспорт салоҳиятини ошириш масалалари билан чамбарчас боғланган.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни жадаллаштириш ва унинг ЯИМдаги улушини кўпайтириш, бозор иқтисодиёти талабларига мос товар ва хизматлар бозорини шакллантириш ҳамда маҳсулот экспортини оширишда:

- хорижий инвестицияларни кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятига жалб этишни рағбатлантириш механизмини такомиллаштириш;
- давлат ташкилотларининг хусусий тадбиркорлик фаолиятига аралашувини чеклаш;
- хусусий тадбиркорларнинг ресурслар ва сотиш бозорларида иштирокини кенгайтириш;
- молиявий қўллаб-қувватлаш ва қўшимча солиқ имтиёзларини жорий

этишдаги асосий вазифалар жумласидандир (1-жадвал) .

1-жадвал

Қашқадарё вилоятида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг маҳсулоти (иш, хизмат) ҳажмидаги улуши [1]

Т.Р	**Кўрсаткичлар номи**	**Ўл-чов бир-лиги**	**Йиллар**			**2019йил 2017йилга нисбатан,**	
			2017	**2018**	**2019**	**+; -**	**%**
1.	ЯХМда КБХТ улуши	%	51,7	65,1	64,3	12,6	1,2 марта ошган
2.	Кичик бизнесда банд бўлган аҳоли	%	80,1	80,0	81,2	1,1	1,0 марта ошган
3.	Инвестициялар	%	16,8	11,6	11,3	-5,5	0,33 марта камайган
4.	Қишлоқ, ўрмон ва балиқ хўжалиги	%	99,5	99,4	99,0	-0,5	0,1 марта камайган
5.	Саноат	%	48,0	70,0	86,0	38,0	1,8 марта ошган
6.	Қурилиш	%	18,6	26,2	82,7	64,1	4,4 марта ошган
7.	Чакана савдо	%	85,9	85,5	81,8	-4,1	0,1 марта камайган
8.	Юк ташиш, млн тн.	%	65,6	52,4	54,7	-10,9	0,2 марта камайган
9.	Йўловчи ташиш, млн.киши	%	95,7	91,0	90,7	-5,0	0,5 марта камайган
10.	Экспорт, млн. АҚШ долл.	%	41,5	38,6	0,7	-40,8	60,0 марта камайган
11.	Импорт, млн. АҚШ долл.	%	22,3	20,7	0,9	-21,4	25,0 марта камайган

Қашқадарё вилояти маълумотларидан маълумки, кичик тадбиркорлик субъектлари саноат ишлаб чиқаришда бир маромдаги ўсиш таъминланди ва натижада улар томонидан саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмини ўтган йилнинг мос даврига нисбатан 106,6 % ошиши таъминланди. Дастлабки маълумотлар бўйича 2019 йилда Қашқадарё вилоятида саноат ишлаб чиқаришда кичик бизнеснинг улуши – 21,4 % ни ташкил этган. Ҳудудлар кесимида кичик бизнеснинг саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришдаги энг юқори улуши Китоб тумани (жами саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришдаги улуши (100,0 %), Чироқчи (73,3 %), Яккабоғ (70,2 %) ва Шаҳрисабз (67,8 %) туманларида кузатилди. Шу билан бирга, энг кичкина улуш Муборак (1,6 %), Ғузор (2,5 %), Нишон (5,2 %) туманларида кузатилди. Ҳудудлар кесимида саноат махсулотлари ишлаб чикариш ахоли жон бошига тугри

[1] Қашқадарё вилояти статистика бошқармаси маълумотлари, Қарши,статистик тўплам,2019, 128 бет.

келиши энг юкори курсатгич Муборак туманига (49791 минг сўм) Гузор туманига (14945,1 минг сўм) Нишон тумани (9684,7 минг сўм) ва Карши шахри (63524 минг сўм) га тугри келади. Энг паст курсатгич эса Китоб (1011,9 минг сўм) Чирокчи тумани (619,8 минг сўм) га тугри келади. Ҳудудлар кесимида истемол товарлари ишлаб чикариш ахоли жон бошига тугри келиши энг юкори курсатгич Карши шахри (3276,6 минг сўм) Шахрисабз шахри (1734,4 минг сўм) Шахрисабз тумани (1099,7 минг сўм) Косон тумани (920,6 минг сўм) тўғри келади. Энг паст курсатгич эса Деҳқон-обод (335,4 минг сўм) Гузор тумани (372,0 минг сўм) га тўғри келмоқда[1].

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик мамлакатнинг нафақат ялпи ички маҳсулотини шакллантиришда асосий бўғин, балки аҳоли бандлиги ва даромадлари манбаининг такомиллашуви ҳамда миллий фаровонликка эришишнинг муҳим омилидир. Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги иқтисодий фаолият жараёнлари ва унинг натижаларини акс эттирувчи кўрсаткичларда кичик бизнес улушининг юқори бўлишига ҳам боғлиқ эканлиги шубҳасиздир.

Кам харажат ҳисобига янги иш ўринлари яратиш имконияти, йирик бизнес кириб бора олмайдиган бозор сегментларини эгаллай олиш қобилияти, айниқса, хизмат кўрсатиш соҳасида ва унча катта бўлмаган маҳаллий ресурс базаларини ўзлаштиришда жуда қулай ташкилий шакл эканлиги кичик бизнесни ривожлантиришнинг аҳамияти беқиёслигини кўрсатади. Шу сабабли ҳам кичик бизнесни жадал ривожлантириш масаласи маҳсулот ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ва шунингдек, мамлакатнинг экспорт салоҳиятини ошириш масалалари билан чамбарчас боғланган.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини молиявий қўллаб-қувватлаш, уларни кредитлаш ҳажмининг ошиши соҳани ривожлантиришнинг муҳим омили ҳисобланади. 2019 йилда саноат соҳасида фаолият юритаётган кичик корхоналар ва микрофирмалар учун ягона солиқ тўлови ставкасининг 8 фоиздан 7 фоизга туширилиши натижасида 23,6 млрд. сўм миқдоридаги маблағ мазкур корхоналар ихтиёрида қолдирилди.

Қашқадарё вилоятида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини тижорат банклари томониидан молиявий қўллаб-қувватлашни кўриб чиқадиган бўлсак 2019 йил якунларига кўра, вилоятда кичик бизнес субъектлари (9713 та лойиҳа)га ажратилган кредитлар ҳажми 2017 йилнинг шу даврига нисбатан 1,3 баробарга ошиб, қарийб 373,0 млрд. сўм (ўтган йилнинг шу даврига нисбатан 86,5 млрд. сўмга кўп)ни ташкил этди.

Бизнинг фикримизча, кичик бизнес корхоналарида маҳсулот рақобатбардошлигини таъминлаш қуйидаги ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқади:

- бозордаги талабга тез мослаша бориб, сифатли маҳсулот ишлаб чиқариш қобилияти;

[1] Қашқадарё вилояти статистика бошқармаси маълумотлари, Қарши,статистик тўплам,2019, 137 бет.

- нисбатан қисқа муддатларда аҳоли эхтиёжи учун зарур бўлган товар ва хизматларга бўлган талабни қондира олиши;
- дастлабки сармоя хажмининг нисбатан кичикроқ ҳажмда эканлиги;
- тез орада янги ишчи ўринлари барпо этиш ҳамда бандлик муаммосини ҳал этишга кўмаклашиш имконияти;
- бизнес эгасининг (кичик бизнес корхоналарининг) вазифаларини амалга оширишда бевосита иштироки.

А.Д.Равшанов – ҚарМИИ, “Инновацион иқтисодиёт” кафедраси доценти, и.ф.н.,
Ш.О.Шукурова – ҚарМИИ магистранти

ЎЗБЕКИСТОНДА БАНКЛАРАРО РАҚОБАТНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Аннотация: мақолада банклараро рақобат тушунчаси, банкларни рақамлаштиришнинг муҳим жиҳатлари ва асосий йўналишлари, банк хизматлари сифатини такомиллаштириш бўйича фикр-мулоҳазалар билдирилган.

Аннотация: В статье высказываются мнения о концепции конкуренции, важных аспектах и основных направлениях цифровизации банков, повышении качества банковских услуг.

Abstract: In the article, opinions on the concept of competition, important aspects and main directions of digitization of banks, improvement of the quality of banking services are expressed.

Калит сўзлари: банк, рақобат, рақобатбардош, стратегия, рақобат муҳити, сегментлаш, коммуникация.

Ключевые слова: банковское дело, конкуренция, конкуретивность, стратегия, конкурентная среда, сегментация, коммуникация.

Key words: banking, competition, competitive, strategy, competitive environment, segmentation, communication.

Иқтисодиётни модернизациялаш ва диверсификациялаш шароитида тижорат банкларининг кенг тармоққа эга бўлаётганлиги, мижозларга сифатли банк хизматлари кўрсатиш, уларнинг банк хизматига бўлган эҳтиёжларини тўлиқ қондириш банклар ўртасидаги рақобат муҳитини кучайишига олиб келмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 12-майдаги “2020-2025 йилларга мўлжалланган Ўзбекистон Республикасининг банк тизимини ислоҳ қилиш стратегияси тўғрисида”ги ПФ-5992 сонли Фармонига асосан “Стратегия банк тизимини ривожлантиришнинг мақсадлари, вазифалари ва устувор соҳаларини, 2020-2025 йилларда банк тизимини трансформация ва ислоҳ қилиш йўналишларини, хорижий мамлакатларнинг молия секторини трансформация қилиш тажрибаси асосида ва молиявий соҳадаги жаҳон

тенденцияларини ҳисобга олган ҳолда эҳтимолий ечимларни излаш йўлларини белгилаб берган”[1].

Банк тизимидаги ислоҳотларнинг муҳим йўналишларидан бири банк хизматлари сифати ва маданиятини юксалтирган ҳолда тижорат банклари ва мижозлар ўртасидаги муносабатларни «мижоз банк учун эмас, банк мижоз учун» тамойили асосида ташкил этишдир.

Банкларараро рақобат кураши шароитида рақобатбардошлик муҳим аҳамият касб этади. “Рақобатбардошлик рақобатга чидамли бўлиш, унда ғолиб келиш қобилиятига эга бўлишдир”[2].

Банкларараро рақобат муҳитининг тўлиқ шакллантирилмаганлиги банклар томонидан аҳоли ва корхоналарга кўрсатилаётган хизматларнинг турлари ва сифатини ошириш жараёнига салбий таъсир қилади. Чунки банк тизимида монопол мавқега эга бўлган тижорат банклари мижозларга кўрсатаётган хизматларининг сифатини ошириш ва янги банк хизматлари таклиф этишдан манфаатдор бўлмайди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси таъкидлаганидек, “Банклар фаолиятига рақамли технологияларни кенг жорий этиш эътиборимиз марказида бўлади”[3].

Республикамизда иқтисодиётнинг барқарор ўсиб бориши билан мос равишда мамлакат банк тизими инфратузилмаси ҳам мунтазам ривожланиб бормоқда. Мазкур ҳолат, ўз навбатида, республикамизда нафақат банк инфратузилмасининг кенгайиб боришига, балки улар ўртасидаги рақобат муҳитининг кучайиши ҳамда банк хизмат турлари сифати ва кўламининг ошишига ҳам хизмат қилмоқда.

Ҳозирги кунда республика иқтисодиёти олдида турган долзарб муаммолардан бири дебитор ва кредитор қарздорликлар занжирини ечишдир.

Ҳар бир тизим ва маҳсулот муайян турдаги хатар билан, айрим ҳолларда эса бир неча турлардаги хатарлар билан боғлиқ. Масалан кредитор учун хатар қарздор мажбуриятини бажара олмай қолишлик натижасидир. Операцион хатар ахборот тизимларининг нобоп ишлаши, ички бошқарув воситаларидаги бузилишлар ёки олдиндан айтиб бўлмайдиган йўқотишларга олиб борувчи тасодифлар натижасида юзага келади.

Булар ҳам, ўз навбатида, бугунги кунда банк тизими молиявий хизматларини бошқаришини янада ривожлантиришни талаб қилади.

Банк операцияларини ва хизматларини бошқариш қуйидаги вазифаларни ҳал қилишни талаб этади:

банк операцияларини амал қилаётган ва потенциал бозорларини ўрнатиш;

конкрет бозорларни танлаш ва буюртмачи эҳтиёжини қўйиш;

амал қилаётган операцияларнинг ривожлантирилиши учун узоқ ва қисқа муддатли мақсадларни белгилаш;

---

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 12 майдаги “2020-2025 йилларга мўлжалланган Ўзбекистон Республикасининг банк тизимини ислоҳ қилиш Стратегияси тўғрисида”ги 5992-сонли Фармони

[2] Ўлмасов А., Вахобов А. Иқтисодиёт назарияси.-Т.: Шарқ, 2006 й. 244-б.

[3] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 29 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси.

амалиётга янги операцияларнинг турларини қўллаш ва унинг бажарилиши устидан банк назоратини ўрнатиш.

Мамлакатимиз банк тизимида фаолият кўрсатаётган тижорат банкларида янги банк хизматлари турларини яратиш, уларни амалиётга киритишда, мавжуд банк хизмат турларининг сифат даражасини оширишга тўсиқ бўлаётган айрим муаммолар кўзга ташланмоқда. Хусусан:

тижорат банкларида банк хизматлари бозорини сегментлашда тажрибанинг етишмаслиги;

тижорат банклари ва мижозлар ўртасидаги коммуникациянинг айрим ҳудудларда «узилиб» қолганлиги;

замонавий банк хизматларини ишлаб чиқиш ва уни амалиётга киритиш учун зарур инфратузилманинг етишмаслиги;

тижорат банкларида банк хизматларини кўрсатишда асосий эътиборнинг баҳо сиёсатига қаратилаётганлиги.

Фикримизча, республикамизда банк фаолиятини стратегик режалаштиришга алоҳида эътибор қаратиш жоиздир. Стратегик бошқариш инсон салоҳиятига таяниб, ишлаб чиқариш жараёнини истеъмолчилар талабларига мувофиқлаштиришни кўзда тутади, рақобатда устунликни таъминлайдиган ўзгаришларни ўз вақтида амалга оширади.

Бироқ банклар билан алоқада бўлган мижозлар ва бошқа шахс ҳамда корхоналарнинг кўпчилиги узоқ фаолият кўрсата олмаслиги, уларнинг кўплари рақобатда синиб кетиши мумкинлигини ҳам унутмаслик даркор. Шу сабабли банкнинг узоқ муддатли ривожланиши унинг ўз вазифаларини сифатли бажаришини, фаолиятидан ўзи ва бошқа манфаатдор бўлганлар, яъни мижозлар, ҳамкорлар ва мулкдорларнинг наф кўришини англатади.

Бундан ташқари банк ахборот тизимини танлашда мазкур соҳадаги сўнгги ютуқларга эътибор қаратилиши керак. Бу, ўз навбатида, банкнинг катта-кичиклиги, ундаги ходимлар ҳамда автоматлаштирилган иш ўринлари сони, ҳужжат айланиши ҳажми ва таркиби, ички банк хисобварақлари сони, филиаллар тармоғи мавжудлиги, валюта операциялари бажарилиши ва ҳоказоларни назарда тутиш лозим.

Тижорат банклари фаолиятидаги асосий мезон мижозлар эҳтиёжларини қондиришдан иборат бўлиб келмоқда. Банк фаолияти одатда мунтазам такрорланиб турадиган операцияларга асосланади. Шунинг учун банкнинг мақсади мижозлар доирасини сақлаб қолиш ва кенгайтиришдан иборат. Банк реал эҳтиёжларни қондиришга интилиши, мижозга у жуда ҳам муҳтож бўлган операцияларни тақдим этишга ўрганиши лозим.

Замонавий технология, аввалам бор, банкларга қимматли ходимлар ишлайдиган анъанавий филиалли тармоқдан арзонроқ иш услубига ўтиш имконини беради. Энди замонавий технологиялар ёрдамида банклар чалкаш маълумотларни аниқ ахборотга айлантирмоқда. Янги технология банкларга, айниқса, жисмоний шахсларни кредитлашда кредит хатарини таққослаш ва аниқлашда кўл келиши мумкин. Технологиялар, асосан, йирик мижозлар билан ишлайдиган инвестиция банкларига кучли таъсир қилади. Кўп

йўналишлар бўйича замонавий технологияларни жорий қилиш катта фойда келтиради. Лекин янги технологияларни қўллаш хизмат кўрсатишнинг муқобил усули эмас, балки ананавий турларига қўшимчадир. Интернет воситасида мижозлар билан ишлаш қулай, лекин эски каналларни ёпиш қимматга тушади. Шунинг учун даромадлар ошгани сари харажатлар даражаси ҳам кўпаяди. Муайян вақтга бориб, интернет майда мижозлар билан ишлайдиган банкларнинг катта даромадларини ўзлаштира бошлаши кўзда тутилган. Янги технологиялар банк бозорига чиқиш олдидаги тўсиқларга барҳам беради. Узоқ келажакда банкларнинг электрон пуллар билан боғлиқ яна бир хатари мавжуд, ҳамма нарса-ҳақ тўлаш, пул ўтказиш ва ҳатто, электрон карманларни тўлаш компьютер воситасида амалга оширилиши мумкин.

Ўзбекистон банк тизимини тавсия этилаётган тарзда ислоҳ қилиш билан бир қаторда айрим банклар томонидан кўрсатилаётган операцияларни жаҳон андозалари даражасига етказиш бўйича ўз стратегиясини ишлаб чиқиш зарур. Бу стратегия қуйидаги йўллар билан амалга оширилиши лозим:

хизмат кўрсатиш сифати ва банк хизматларини тақдим этиш бўйича жаҳон стандартларига жавоб берадиган банклар сонини кўпайтириш;

банк тизими фаолияти ҳақида аҳолини кенг хабардор қилиш.

Хулоса қилиб айтганда, юқоридаги айрим таклифларимиз, банк бизнесида муҳим йўналишларни танлаш банк маҳсулотлари ҳамда хизматларини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари бўлиб, мавжуд имкониятлардан керакли даражада фойдаланиш, стратегик мақсадларни белгилаш, банк бошқарувининг барча даражаларида зарурий ҳаракатларни ишлаб чиқиш ва ёндашувлар тизимини шакллантиришга имкон яратади.

VI ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ, АУДИТ ВА СТАТИСТИКА ФАНЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

М.М.Ибрагимов – СамИСИ катта ўқитувчиси, и.ф.н.,

ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА УЗУМЗОРЛАР БАРПО ЭТИШ ХАРАЖАТЛАРИ ҲИСОБИ

Аннотация: ушбу мақолада фермер хўжаликларида токзорлар барпо этиш харажатлари ҳисобини юритиш тартиби ўрганилган, харажатлар ҳисобини такомиллаштиришга доир таклиф ва тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: харажатлар, харажат объекти, харажат моддаси, капитал қўйилма, бухгалтерия счетлари, самарадорлик.

Аннотация: В статье изучено порядок ведения учета затрат формирования виноградников в фермерских хозяйствах, даны конкретные рекомендации предложений по совершенствованию учета затрат.

Ключевые слова: затраты, объекты затрат, статьи затрат, капитальное вложение, бухгалтерские счета, эффективность.

Abstract: The article studies the procedure for keeping records of the costs of forming vineyards in farms, gives specific recommendations for proposals to improve the accounting of costs.

Keywords: costs, cost objects, cost items, capital investment, accounting accounts, efficiency.

Республикамиз аҳолисининг тобора ўсиб бораётган озиқ-овқат маҳсулотларига бўлган эҳтиёжини қондириш, ички бозорни сифатли мева ва узум маҳсулотлари билан тўлдириш, шунингдек мева ва узум маҳсулотларини янги ҳолида ва қайта ишланган ҳолда чет мамлакатларга экспорт қилиш нуқтаи-назаридан мева ва узумчиликни янада ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади. Мева-узумчилик тармоғи аҳолини сифатли озиқ-овқат маҳсулотлари билан таъминлаш, саноат корхоналарининг хом-ашё ресурсларига бўлган талабини узлуксиз қондириш билан биргаликда чет мамлакатларга экспорт қилиниши натижасида катта миқдорда валюта тушуми манбаи ҳамдир.

Кейинги йилларда соҳа имкониятларини ҳисобга олинган ҳолда Республикамиз Президенти ва ҳукуматимиз томонидан уни ривожлантириш бўйича бир қатор қарорлар қабул қилинди. Бу борада айниқса Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 11 декабрдаги “Мева-сабзавотчилик ва узумчилик тармоғини янада ривожлантириш, соҳада қўшилган қиймат

занжирини яратишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори муҳим аҳамиятга эгадир. Қарорда соҳани ривожлантириш мақсадида 2020 йилда 31 та, 2021 йилда 100 та қишлоқ хўжалик бирлашмалари ташкил этилиши, мева-сабзавот ва узум маҳсулотларини етиштириш, қайта ишлаш ва экспорт қилишда кластер ва кооперация тизимини ривожлантиришнинг янги механизмларини жорий этиш белгиланди. Мева-сабзавот ва узум маҳсулотларининг экспорт географиясини кенгайтириш, экспортдаги тариф ва нотариф барьерларни камайтириш, маҳсулот турлари бўйича ноанъанавий бозорлар, хусусан, Хитой, Корея, Ҳиндистон, Европа Иттифоқи давлатларига экспортни кўпайтириш вазифаси қўйилди. Мева-узум маҳсулотлари етиштириш ҳажмини кўпайтириш мақсадида Республикамизнинг мева-сабзавотчиликка ихтисослашган 55 та туманидаги мавжуд боғ ва токзорларни тўлиқ хатловдан ўтказиш, самарасиз боғ ва токзорларни янгилаш юзасидан манзилли рўйхатларни шакллантириш, 2020 йил давомида яроқсиз боғ ва токзорларни, 2021-2025 йилларда эса кам ҳосилли, эскирган ва самарасиз боғ ва токзорларни янгилаш вазифалари қўйилди.

Мазкур қарорнинг ижроси бўйича катта майдонларда кам ҳосилли, яроқсиз ва самарасиз боғ ва токзорларни янгилаш аалга оширилади. Табиийки бунда янгидан яратилаётган боғ ва токзорларга амалга оширилаётган капитал сарфларни ҳисобга олиш, улар ҳисобини юритиш масалаларининг тармоқ миқёсида аҳамияти янада ошади.

Янги токзорларни барпо этиш харажатлари капитал қўйилмалар таркибига киритилади ҳамда улар ҳисобини ташкил этиш бошқа капитал қўйилмалар, асосий воситаларни сотиб олиш, асосий подани тўлдириш, ерларни ободонлаштириш ва бошқалар ҳисобига нисбатан ўзига хос хусусиятларга эга. Барпо этилаётган узумзорлар ерларининг жойлашган ўрни ва табиий-иқлим шароитлари, узум кўчатларини экиш ва вегетация давридаги технологик жараёнлар, материал сарфларининг турлари, экилган узум навларининг тўлиқ ҳосилга кириш даври шулар жумласидандир.

Токзорларни барпо этиш жараёнида амалга оширилган капитал қўйилмалар бухгалтерия ҳисоби счётлар режасидаги 0890 “Бошқа капитал қўйилмалар” счётида алоҳида аналитик счётда қуйидаги харажат моддалари бўйича ҳисобга олиб борилади:

1. Меҳнат ҳақи ажратмалар билан бирга
2. Кўчат материаллари
3. Ўғитлар
4. Асосий воситаларнинг эскириши
5. Иш ва хизматлар
6. Суғурта тўловлари
7. Бошқа харажатлар

“Меҳнат ҳақи ажратмалар билан бирга” харажат моддасида токзорларни барпо этиш давомида ишлаган ишчиларга ҳисобланган асосий ва қўшимча меҳнат ҳақи тўловлари ҳамда ҳисобланган меҳнат ҳақига нисбатан ижтимоий мақсадлар учун ажратмалар ҳисобга олиб бирилади.

“Кўчат материаллари” харажат моддасида токзорларни барпо этиш учун экилган ток кўчатлари харажатлари ҳисобга олиб борилади.

“Ўғитлар” харажат моддасида янги экилган ток кўчатларини парва-ришлаш даврида минерал ва органик ўғитлар сарфи ҳисобга олиб бирилади.

“Асосий воситалар эскириши” харажат моддасида бевосита токзорларни барпо этиш жараёнида фойдаланилган асосий воситаларга ҳисобланган эскириш суммалари ҳисобга олиб бирилади.

“Иш ва хизматлар” харажат моддасида токзорларни барпо этиш технологик жараёнида ёрдамчи ишлаб чиқаришлар кўрсатган хизматлари ва бошқа ташкилотлар томонидан бажарилган иш ва хизматлар харажатлари ҳисобга олиб борилади.

“Суғурта тўловлари” харажат моддасида токзорларни барпо этишда парваришланаётган токларни турли табиий офатлардан суғурталаш харажатлари ҳисобга олиб борилади.

“Бошқа харажатлар” харажат моддасида юқорида келтирилган моддаларда ҳисобга олинмаган токзорларни барпо этиш жараёнидаги бошқа амалга оширилган харажатлар ҳисобга олиб борилади.

Мазкур харажатлар йил давомида 0890 “Бошқа капитал қўйилмалар” счётида тўпланиб борилади ва охирида 0180 “Кўп йиллик ўсимликлар” счётининг “Ёш дарахтлар” аналитик счётига қуйидаги бухгалтерия ёзуви билан ўтказилади:

Дебет 0180 “Кўп йиллик ўсимликлар” счётининг “Ёш дарахтлар” аналитик счёти.

Кредит 0890 “Бошқа капитал қўйилмалар” счётининг “Узумчилик плантациялари” аналитик счёти.

Токзорларни барпо этиш жараёнида фойдаланишга топширилмаган ёш токзорлардан ҳосил олинганда, олинган ҳосил қуйидаги бухгалтерия ёзуви билан даромадга олинади:

Дебет 2810 “Омбордаги тайёр маҳсулотлар” счети

Кредит 0890 “Бошқа капитал қўйилмалар” счётининг “Ток плантациялари” аналитик счёти.

Токзорларни барпо этиш харажатлари ҳисобининг ушбу таклифлар асосида ташкил этилиши тармоқда харажатлар устидан қатъий назорат ўрнатилишига имкон беради, ресурслардан мақсадли фойдаланишига, токзорлар дастлабки баҳосининг иқтисодий асосланган ҳолда аниқланишига ва натижада узумчилик тармоғи самарадорлигининг ўсишига олиб келади.

О.А.Қурбонов – ҚарДУ мустақил тадқиқотчиси

САНОАТ КОРХОНАЛАРИДА ИНВЕСТИЦИЯ САЛОҲИЯТИ ОМИЛЛАРИНИ ЭКОНОМЕТРИК БАҲОЛАШ

Аннотация: Ушбу мақолада саноат корхоналарида инвестиция салоҳияти омилларини эконометрик баҳолаш масалалари ёритилган.

Калит сўзлар: инвестицион салоҳият, кўп омилли модел, самарадорлик

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы эконометрической оценки факторов инвестиционного потенциала промышленных предприятий.

Ключевые слова: инвестиционный потенциал, многофакторная модель, эффективность

Abstract: The article deals with the issues of econometric assessment of factors of the investment potential of industrial enterprises.

Keywords: investment potential, multifactor model, efficiency

Саноат корхоналарининг инвестицион салоҳиятини баҳолашда замонавий иқтисодий фанда ягона ёндашув мавжуд эмас. Инвестицион салоҳиятни ошириш имкониятлари аниқлашда саноат корхоналари инвестицион салоҳият индикаторларини бевосита таъсир даражаларини инобатга олган ҳолда тўртга, яъни молиявий салоҳият, моддий-ресурслар салоҳияти, инновацион салоҳият ва инсон омили салоҳиятига бўлиш мумкин.

Корхона инвестицион салоҳиятининг энг муҳим индикаторларида молиявий салоҳият муҳим аҳамиятга эга ҳисобланади ва унинг таркибида корхонанинг тўлов қобилияти, айланма маблағ билан таъминланганлик, харажатлар рентабеллиги, ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш даражаси, молиявий мустақиллик даражаси ва бошқалар ташкил этади. Моддий-ресурслар салоҳиятига табиий бойликлар заҳираси, ишлаб чиқариш қувватлари ва моддий неъматлар ишлаб чиқариш учун сафарбар қилинган асосий воситалар киради. Уларни баҳолашнинг асосий кўрсаткичлари саноат корхоналари томонидан табиий ресурсларнинг мавжудлиги ва рақобатбардошлиги, уларнинг қиймати, қидирув ишларининг қиймати, фойдаланилаётган объектларнинг ишлаб чиқариш имкониятлари, асосий воситаларнинг қиймати, уларнинг ҳолати ва бошқалар киради.

Инсон омили салоҳиятига саноат корхонасидаги ишчилар сони, малака-тажрибаси, демографик тузилиши, меҳнат сифати, таълим даражаси, ўртача иш ҳақи ва бошқалар ташкил этади. Инновацион салоҳият илм-фан ва техника тараққиётининг сўнгги ютуқларидан фойдаланиш даражаси, диверсификация ва локализация имкониятларини мужассамлаштиради. Ушбу индикаторлар саноат корхоналарида инвестицион салоҳиятни ошириш учун таъсир кўрсатувчи омиллар гуруҳини ташкил этади. Унинг миқдорий аниқланиши фақат саноат корхонасининг инвестицион имкониятларига эмас, балки унга таъсир кўрсатувчи омилларнинг таъсир ҳаракатига ҳам бевосита боғлиқ бўлади. Саноат корхоналарнинг фаолият хусусиятларини инобатга олган ҳолда инвестицион салоҳият индикаторларидан фойдаланган ҳолда

инвестицион салоҳиятга таъсир кўрсатувчи асосий омилларни таҳлил этиш учун таҳлил моделини ишлаб чиқиш муҳим ҳисобланади.

Саноат корхоналарида инвестицион салоҳият самарадорлигини омилли таҳлил қилишни моделлаштиришнинг асосий масаласи энг аввало саноат корхоналарида инвестицион салоҳиятнинг ўзгаришига таъсир кўрсатувчи омилларни ва шу омилларнинг таъсир даражасини аниқлаш, келгусида саноат корхоналарида инвестицион салоҳиятни ошириш имкониятларини прогноз қилишдан иборат. Тузиладиган модел кўриб чиқиладиган жараён, объектни ёки жараённи дастлабки ўрганиш, унга таъсир кўрсатувчи омиллар хусусиятлари ва белгиларини аниқлаш ҳамда гуруҳларга ажратиш, объект ҳақидаги маълумотлар билан солиштириш, тузатишлар киритиш кабилар асосида қуришни тоқазо этади. Ишлаб чиқиладиган модел саноат корхоналарида инвестицион салоҳият самарадорлигига таъсир кўрсатувчи омилларнинг таъсир даражасини ва келгусида инвестицион салоҳиятни оширишни прогнозлаш ҳамда илмий англаш учун муҳим воситаси бўлиб хизмат қилади.

Тузиладиган омилли таҳлил моделииқтисодий моделлаштиришнинг “кўп омилли модел” туридан фойдаланиб шакллантирилади. Моделда ифодаланувчи гуруҳ омилларини, уларнинг мантиқий таъсир структурасини сақлаган ҳолда, омилларкетма-кетлигини, натижавий белгига таъсир кўрсатувчи омиллар ва кўрсаткичлар ўртасидаги ўзаро боғлиқликни инобатга олиб уларга қўшимча ва ўзгартириш киритиш ҳамда қайта ишлаш мумкин. Мазкур кўп омилли модел асосида моделлаштирилаётган тизим ҳақида зарурий таҳлилий ахборот олиш ва келгусида зарурий бўлган қарорларни қабул қилиш имконини беради. Саноат корхоналарида инвестицион салоҳият самарадорлигига таъсир кўрсатувчи омиллар таҳлилини “моделлаштириш мураккаб жараён ва жуда кўп иқтисодий-молиявий ахборотлардан ташкил топган”[1]лигини ҳисобга олиб, шахсий компьютер орқали ҳисоблаш ишлари олиб борилади.

Таҳлилнинг омил кўрсаткичлари моделлаштириш жараёнидан олдин таҳлил ўтказилади ва бу бир нечта босқичларни ўз ичига мужассамлаштирган бўлади, бунга:

ишончлиликни баҳолашни таъминловчи бошланғич маълумотларни тизимлаштириш;

инвестицион салоҳият натижасига таъсир кўрсатувчи кўрсаткичларни гуруҳлаш;

қиёсланадиган омил кўрсаткичларини ягона қиёсланадиган қийматга келтириш, такрорланувчи, тўлдирувчи қийматларни тартиблаш;

натижавий белгининг умумий тенденцияларини ва боғлиқ ўзгарувчиларнинг таркибий ўзгаришлар динамикасини аниқлаш;

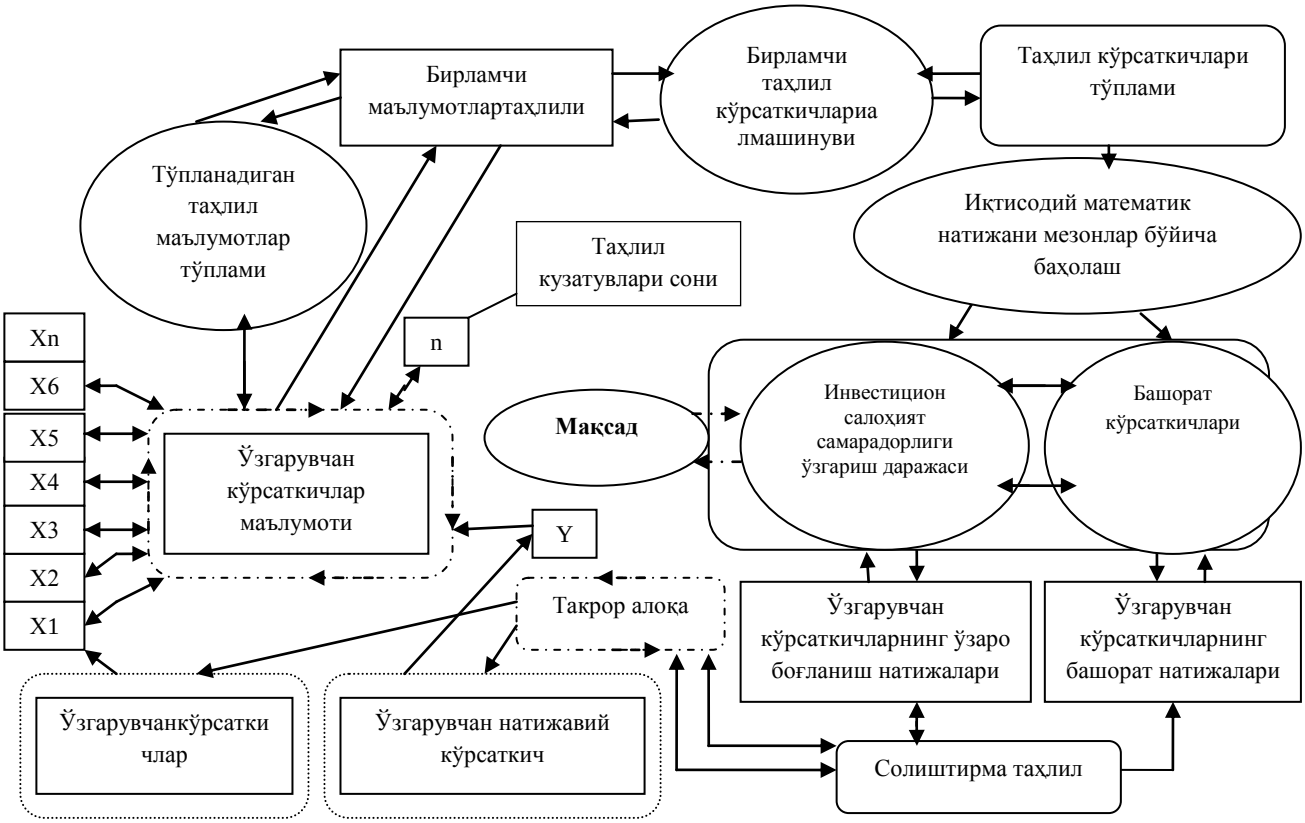
иқтисодий-молиявий кўрсаткичларнинг натижавий белгига ва боғлиқ ўзгарувчиларга алоқадорлигини баҳолаш;

[1]TuxtabaevJ.Sh.. Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish sharoitida sanoat korxonalarda mehnat samaradorligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi. Monografiya. – Toshkent, 2020. – 170 b.

омиллар таҳлили натижасини ифодалаш;

таҳлил натижаларидан фойдаланиб прогноз моделини ишлаб чиқиш[1].

Ушбу кўрсаткичларнинг асосий мақсади корхоналарда инвестицион салоҳият самарадорлиги ўзгаришига таъсир кўрсатувчи омилларни аниқлаш ва таҳлил қилинаётган жараённинг илмий-амалий натижаси бўйича аниқ тавсиф ва тавсияларни ишлаб чиқишдан иборат (1-расм).



1-расм. Кимё саноат корхоналарида инвестицион салоҳият самарадорлигини кўп омилли таҳлил қилиш модели[2]

Мазкур кўп омилли моделда инвестицион салоҳият самарадорлигини омилли таҳлил қилиш учун аввало зарурий бўлган кўрсаткичлар аниқлаб олинади, кўрсаткичлар маълумотлар тўпламига киритилади, шу асосида кўп омилли таҳлил учун маълумотлар тўплами шаклланади. Таҳлил натижаларини олишда киритилган маълумотлар тўплами ва бирламчи таҳлил маълумотлари ўзаро маълумотларнинг тўғрилиги бўйича бирламчи таҳлил кўрсаткичлари алмашинуви амалга оширилади. Олинган таҳлил натижалари зарурий таҳлил маълумотларини акс эттира олмаса (ишончсизлик, тўғри баҳо бермаса) бирламчи маълумот алмашинуви ёрдамида ўзгарувчан кўрсаткичлар маълумотлар тўпламига қайта киритилади. Таҳлил натижалари ўзида ўзгарувчан кўрсаткичларнинг ўзгариш даражасини ва натижавий кўрсаткични оширишнинг башорат кўрсаткичларини ифода этиб, бирламчи зарурий кўрсаткичларга таҳлил натижалари кўрсаткичини ўзаро солиштириш имконини беради.

[1]Тухтабаев Ж.Ш. Инновацион иқтисодиётга ўтиш шароитида корхоналарда меҳнат самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш: и.ф.д (PhD) дисс.автореферат. Т., 2019. – 15 б.

[2]Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Инвестицион салоҳият самарадорлигини кўп омилли таҳлил модели ёрдамида рақамли иқтисодиётни ривожлантириш шароитида саноат корхоналарида инвестицион салоҳият самарадорлигини ошириш учун самарали илмий-амалий аҳамиятдаги ташкилий ва иқтисодий қарорларни ишлаб чиқиш ҳамда уларнинг ижросини таъминлаш муҳим ҳисобланади. Кимёсаноат корхоналарида инвестицион салоҳият самарадорлигини оширишга таъсир кўрсатувчи асосий омилларни эконометрик баҳолашда иқтисодий-математик усуллар воситасида молиявий-иқтисодий жараёнларнинг ўзаро боғлиқлик кучини ўрганиш, уларнинг ўзаро қонуниятларини аниқлаш ва кузатув ҳамда тажрибалар орқали баҳолаш имконини беради.

Насиба Эргашева – ҚарМИИ магистранти

ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ КОРХОНАЛАРИДА ҲИСОБ СИЁСАТИНИ ШАКЛЛАНТИРИШГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР

Аннотация: мақолада қишлоқ хўжалиги корхоналарида бухгалтерия ҳисоб сиёсатига ва молиявий - хўжалик фаолиятининг иқтисодий самарадорлигининг ошишига таъсир этувчи омиллар таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: ҳисоб сиёсати, халқаро стандартлар, бухгалтерия ҳисоби, қишлоқ хўжалиги корхоналари, ҳисоб тизими

Аннотация: В статье анализируются факторы, влияющие на учетную политику и экономическую эффективность финансово-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: учетная политика, международные стандарты, бухгалтерский учет, сельскохозяйственные предприятия, система бухгалтерского учета.

Abstract: The article analyzes the factors influencing the accounting policy and economic efficiency of financial and economic activities in agricultural enterprises.

Keywords: accounting policy, international standards, accounting, agricultural enterprises, accounting system

Ўзбекистон Республикасининг халқаро бухгалтерия тизимига ўтиш бўйича давлат дастури халқаро стандартларга мос келадиган бухгалтерия ҳисобини ташкил этишга қаратилган. Халқаро стандартларга ўтиш амалдаги миллий бухгалтерия тизими асосида босқичма-босқич амалга оширилади.

Кўпгина аграр соҳа корхоналари хорижий сармояларни жалб қилишга қаратилган Ўзбекистон Республикаси аграр соҳа корхоналарига хорижий шерикларнинг ишончи ортиши муносабати билан халқаро молиявий ҳисобот стандартларидан фойдаланиш зарурлигини катта аҳамият касб этмоқда, яъни чет эл акциядорлари олдида ҳисобот бериш ва халқаро молия бозорларига чиқиш.

Инвестиция қарорларини қабул қилишда фойдали бўлиши мумкин бўлган маълумотларни манфаатдор томонларга этказиш учун молиявий

ҳисоботни халқаро стантартларга мувофиқ аграр соҳа корхоналарининг бухгалтерия (молиявий) ҳисоботлари тайёрланади. Шунинг учун бу мақсад ташкилотнинг ҳисоб сиёсатини шакллантиришнинг муҳимлигини белгилайди, чунки қарор аграр соҳа корхоналарининг бухгалтерия (молиявий) ҳисоботлари кўрсаткичларига боғлиқ бўлиб, у ўз навбатида асосан шаклланган ҳисоб сиёсати билан белгиланади.

Қишлоқ хўжалиги корхоналарида ташкил килинган бухгалтерия ҳисоби маълумотларининг сифати корхонада эришилаётган самарадорлик даражаси билан ўлчанади. Бундан куриниб турибдики ҳисоб маълумотларининг сифати билан самарадорлик бир-биридан ажралмас кўрсаткичдир. Қайерда ҳисоб-китоб ишлари тўғри йулга куйилган бўлса уша ерда самарадорлик бор ёки бошқача килиб айтганда, бухгалетрия ҳисоби қишлоқ хўжалиги корхона иқтисодининг кон айланиш тизимини ташкил килади. Шу боис хорижий давлатларида «Ҳисоб - бу тадбиркорликни тили» деган ибора мавжуд.

Ҳисоб тизимининг такомиллашуви ҳамда маълумотлари сифатини ошиши қишлоқ хўжалиги корхоналарида олиб борилаётган ҳисоб сиёсатига боғликдир.

XXI асрнинг бошланиши билан, Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётида бухгалтерия ҳисобининг интеграциялашув жараёни бошланди. Ҳисоб тизими интеграциялашувининг сабабларидан биринчиси, иқтисодий жиҳатдан жаҳон тараққиётига юз тутиши, иккинчиси, мустақиллик туфайли ривожланган давлатлар инвестицияларининг жалб қилиниши, учинчиси, ташқи иқтисодий алоқаларнинг ривожлана бориши, тўртинчиси, сиёсатнинг ўзгариши туфайли мулкчилик муносабатларининг ўзгариши натижасида амалдаги ҳисоб тизими замон талабларига мос келмаслиги ва уни такомиллаштиришда жаҳон андозаларидан фойдаланиш.

Ҳисоб интеграцияси туфайли амалдаги ҳисоб тизимимизга уларни бухгалтерия ҳисобини замон талабларига мос ва хос равишда такомиллаштириш учун қўллаш зарурий шарт бўлган янги атамалар, тушунчалар ҳамда қарашлар кириб келди. Ҳисоб тизимининг асосий ядросида макроиқтисодиёт ва микроиқтисодиётнинг тараққий этишида асосий маълумот манбаи бўлган, ҳамда уларни боғловчи сифатида юзага келадиган бухгалтерия ҳисоби тизими туради.

Бухгалтерия ҳисоби миллий стандартининг 1-сонли стандартининг қабул қилиниши билан республикамиз олимлари ва мутахассислари ўртасида ҳам хорижий давлатлар каби ҳар хил қарашлар пайдо бўла бошлади.

Ҳисоб сиёсати қишлоқ хўжалиги корхоналарида бухгалтерия ҳисобини тартибга солувчи қонуний ва меъёрий ҳужжатларда рухсат этилган усуллардан танлаб олинган ва муқобил усуллар кўзда тутилмаган ёки мутлақо мавжуд бўлмаган ҳолларда эса қонунчиликка зид бўлмаган усулларни ишлаб чиқишдир.

Ҳисоб сиёсати ҳужжат сифатида ташкилий ва техник жиҳатларга эга бўлиб, у хўжалик юритувчи субъект раҳбари ёки масъул ходимлар томонидан тасдиқланади. Қишлоқ хўжалиги корхоналариданинг молиявий -

хўжалик фаолияти текширилаётган пайтда, у киритилган ўзгаришлар ва қабул қилинган қарорларни тасдиқловчи ҳужжат сифатида текширувчи ташкилотларга тақдим қилинади.

Қишлоқ хўжалиги корхоналарининг молиявий - хўжалик фаолияти доиравий айланишдаги учта катта босқични ўз ичига олади, яъни таъминот; ишлаб чиқариш; сотиш. Қишлоқ хўжалиги корхоналарида ташкил қилинган бухгалтерия ҳисоби мана шу учала босқични кузатади, таҳлил қилади, улар тўғрисида маълумот тўплайди ва бошқарувни бу маълумотлар билан таъминлайди ҳамда бу босқичлардаги жараёнларнинг кетма-кетлигини назорат қилиб туради. Қишлоқ хўжалиги корхоналарида ҳисоб сиёсати эса бу жараёнларни ўзида қамраб олади ва бухгалтерия ҳисобини юритишнинг ядроси ёки бошқача қилиб айтганда, қишлоқ хўжалиги корхоналарида бухгалтерия ҳисобини ташкил қилишнинг концептуал асосларидан.

Жамиятнинг молиявий сиёсатига ҳисоб объектларини баҳолаш усуллари, пул оқимининг назорати, молиявий фаолиятга баҳо бериш, оқилона солиқ сиёсати кабиларни, маркетинг сиёсатига ишлаб чиқариш цехлари бўйича маркетинг дастурларини ишлаб чиқиш ва асослаш, ишлаб чиқариш чиқиндиларини баҳолаш ҳамда улардан самарали фойдаланиш кабиларни, инвестиция сиёсатига инвестиция лойиҳаларининг самарадорлигига баҳо бериш, кредит ресурсларини баҳолаш, лизинг бўйича қарорларни асослаш ва шу кабиларни, ташқи иқтисодий сиёсатига маҳсулотнинг рақобатбардошлигини таъминлаш, янги бозорларни қидириб топиш, БҲХСлари асосида қўшма фаолият юритиш кабиларни киритиш мумкин.

Ҳар бир қишлоқ хўжалиги корхоналарида ҳисоб сиёсатини шакллантириш раҳбарга юклатилганлигини инобатга олиб, Ўзбекистон Республикаси бухгалтерия ҳисоби миллий стандарти (БҲМС) 1-сон «Ҳисоб сиёсати ва молиявий ҳисобот»да ҳисоб сиёсати тушунчасига қуйидагича аниқлашлар берилган: «Ҳисоб сиёсати деганда бухгалтерия ҳисобини юритиш ва молиявий ҳисоботларни тузиш учун, уларнинг тамойиллари ва асосларига мувофиқ, қишлоқ хўжалиги корхона раҳбари томонидан қабул қилинган қоида ва усуллар мажмуаси тушунилади».

Мамлакатимизда ҳисоб сиёсатини ишлаб чиқиш ва уни амалга ошириш бухгалтерия ҳисобининг қоидаларига, услубларига асосланади. Амалиётда бухгалтерия ҳисоби ҳар хил усуллар билан амалга оширилиши мумкин. Шундан келиб чиқиб, ҳар бир жамият қонуний ва меъёрий ҳужжатларда рухсат этилган бухгалтерия ҳисоби усулларидан ўз фаолияти учун иқтисодий жиҳатдан энг самаралисини танлаб олиш ҳуқуқига эга.

Қишлоқ хўжалиги корхоналари фаолияти билан боғлиқ маълумотларнинг қатъийлиги, тезкорлиги, ишончлилиги, сир сақла-ниши, такомиллашуви, уларни олишда оқилона усуллардан фойдаланиш даражаси ҳисоб ходимларининг билим ва малакаларига, тушунча ва қобилиятига ҳам кўп жиҳатдан боғлиқдир.

B.B.Beknazarov – SamDU, Raqamli iqtisodiyot kafedrasi magistranti

TURISTIK MEHMONXONA MAJMUALARI HISOB SIYOSATINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Annotatsiya: ushbu maqolada turistik mehmonxona majmualari hisob siyosatining o‘ziga xos xususiyatlari, buhgalteriya hisobi va moliyaviy hisobotni tamoyillari, Hisob siyosatida aniq prinsip, asos, sharoit, qoidalar, qonunlar, amaliyot va boshqalar hususida to‘xtalib o‘tilgan.

Калит сўзлар: turistik mehmonxona majmualari, hisob siyosati, xo‘jalik yurituvchi sub’ekt, ishchi schyotlar rejasi.

Аннотация: в данной статье рассматриваются особенности учетной политики туристических гостиничных комплексов, принципы ведения бухгалтерского учета и финансовой отчетности, четкие принципы, основы, условия, правила, законы, практика и т.д. в учетной политике.

Ключевые слова: туристические гостиничные комплексы, учетная политика, субъект хозяйствования, план расчетных счетов.

Abstract. This article discusses the specifics of the accounting policy of tourist hotel complexes, the principles of accounting and financial reporting, the clear principles, basis, conditions, rules, laws, practices, etc. in the Accounting Policy.

Keywords: tourist hotel complexes, accounting policy, business entity, chart of accounts.

Har bir korxonaning xo‘jalik faoliyatini yuritishdagi muhim sharti bu uning tashkiliy-huquqiy shaklidan qat’iy nazar hisob siyosatini tashkil etishi va tasdiqlashdir. Shu jumladan turistik mehmonxona majmualari ham o‘z faoliyat turini yuritishlari uchun hisob siyosatini tashki etishi va buhgalteriya faoliyatini yuritishda unga rioya etishi zarurdir. Hisob siyosati bu, xo‘jalik yurutuvchi sub’yekt rahbarining buhgalteriya hisobi va moliyaviy hisobotni tamoyil va asoslariga mos ravishda yuritish va tuzish uchun qo‘llaniladigan usullari majmuidir. Buhgalteriya faoliyatini yuritish uchun tuzilgan hisob siyosatini korxona bosh buhgalteri ishlab chiqadi, korxona rahbari esa tasdiqlaydi.

Hisob siyosati bu aniq prinsip, asos, sharoit, qoidalar, qonunlar, amaliyot va boshqa korxona tomonidan moliyaviy hisobotni taqdim etish uchun berilgan tushunchalardir. Hisob siyosati bu-bosh buhgalter tomonidan hisobini yuritsh uchun tanlab olingan tartib-qoidalar majmuasidir.

Turistik- mehmonxona majmualari bir vaqtning o‘zida ham turistik, ham mehmonxona xizmatlarini olib boruvchi, shuningdek savdo, umumiy ovqatlantirish, vositachilik va boshqa faoliyat turlarini yurituvchi xo‘jalik sub’yektlari hisoblanadi. Ko‘rsatilayotgan xizmatlar va faoliyat turlarining xilma xilligi, har birining turli munosabatlarni o‘z ichiga olishligi turistik-mehmonxona majmualarini murakkab va o‘ziga xos iqtisodiy birliklar ekanligini bildiradi.

Turistik mehmonxona majmualarining ham yirik, ham kichik biznes sohasiga tegishliligi, ular tomonidan yuritilayotgan faoliyatlarning turli tumanligi, qilinayotgan sarf-xarajatlarning xilma-xilligi, turistik va mehmonxona xizmatlari

tannarxini shakllantirishdagi xususiyatlar, yuz berayotgan xo‘jalik jarayonlari va operatsiyalarini xujjatlashtirish, o‘lchash, hisob va hisobotda aks ettirishga qo‘yilayotgan talablar ularda boshqaruvning muhim dastagi bo‘lgan buhgalteriya hisobini yuritishda ham o‘ziga xos siyosatni shakllantirishni taqozo etadi.

Xususan, turistik mehmonxona majmualari faoliyatining tabiatidan kelib chiqqan holda tuziladigan hisob siyosatining o‘ziga xos jihatlari mazkur maqolada ochib berilgan.

Hisob siyosatinin tuzishda quyidagilar o‘z tasdig‘ini topadi:

1. O‘z tarkibiga analiz va sintetik schyotlarni olgan ishchi schyotlar rejasi;
2. Dastlabki hisob hujjat shakli,buhgalteriya hisobi registrlari hamda ichki buhgalteriya hisobotlari uchun hujjatlar;
3. .Inventarizatsiya o‘tkazish tartibi:
4. .Majburiyat va aktivlarni baholash usullari;
5. Hujjatlarni aylanishi va hisob ma’lumotlarini qayta ishlash texnologiyasi qoidalari;
6. Xo‘jalik muammolari ustidan nazorat qilish tartibi:
7. Buhgalteriyani yuritish uchun zarur bo‘lgan boshqa jihatlar.

Xo‘jalik yurituvchi sub’yektlarning hisob siyosati sub’yekt rahbari tomonidan “Hisob yuritish siyosati va moliyaviy hisobot” nomli 1-son BHXA “Moliyaviy hisobotni taqdim etish” hamda 8-son BHXA “Hisob siyosati hisob baholashdagi o‘zgarishlar va xatolar” dan keng foydalaniladi.

Xo‘jalik yurutuvchi sub’yektning hisob siyosat quyidagicha bo‘lishi lozim

- Foydalanuvchilar ehtiyojlari uchun ahamiyatli;
- Ishonchli bo‘lishi;
- Aynan shunday faoliyat turi bilan shug‘ullanuvchi boshqa sub’yektlarning moliyaviy hisobotlarini taqqoslash imkoniyatini berishi;
- Tushunarli va oddiy bo‘lishi shart;

Har qanday xo‘jalik yurituvchi sub’ekt hisob yuritish siyosatini tanlash va asoslashda mulkchilik shakli,tashkiliy huquqiy shakl, faoliyat turi ishlab chiqarish ko‘lami hamda ishlovchi xodimlar soni soliq solish tizimi bilan munosabat va aynan boshqa ko‘plab omillarga e’tibor berishi shart.

Hisob yuritish siyosatini shakllantirishda buhgalteriya hisobini yuritish uchun tanlangan usullar ma’muriy hujjat e’lon qilingan yildan keying yilning 1 yanvaridan boshlab qo‘llaniladi, hisobot yili davomida yangi tuzilgan xo‘jalik yurutuvchi sub’yektlar bundan mustasno.Yangi tuzilgan xo‘jalik yurutuvchi sub’yekt birinchi hisobotini e’lon qilgunga qadar, o‘zi tanlagan hisob yuritish siyosatini rasmiylashtiradi va uni yuridik shaxs maqomini olgan vaqtdan boshlab, 90 kun ichida amalga oshiradi.Kalendar yili davomida hisob yuritish siyosatini o‘zgartirish mumkin emas.

Turistik mehmonxona majmualari o‘z hisob siyosatlarini O‘zbekiston Respublikasi buhgalteriya hisobi qonunchiligi va turizmga oid me’yoriy hujjatlarga asosan tuzadi va yuritadi. Turisti mehmonxona majmualarida hisob siyosatini tuzish hamda yuritish uchun alohida ishlangan andoza yoki tartib qoidalar mavjud

emas, shuning uchun ular ham boshqa xo‘jalik yurituvchi sub’ektlar singari o‘z hisob siyosatlarini tashkil etadilar.

Turistik mehmonxona majmualarida hisob siyosatining o‘ziga xos tomonlari o‘rganish uchun mazkur tadqiqot ishida “Astor hotel

” MCHJ mehmonxonasining hisob siyosati bilan tanishib chiqdim va quyidagi maqolamda o‘z fikr mulohazalarimni bayon etdim. Mazkur mehmonxona mulkiy shakli maqomiga ko‘ra mas’uliyati cheklangan jamiyat (MCHJ) hisoblanadi, hsobni yuritish uchun tanlab olingan tartib qoidalar majmuasi ya’ni hisob siyosati uning asosiy faoliyat turning xususiyatlaridan kelib chiqib tuzilgan. Quyida turistik mehmonxona majmualari hisob siyosatining o‘ziga xos tomonlari va ularni yanada takomillashtirish uchun amaliy tavsiyalar bayon etilgan. Mamlakamizda amal qilayotgan qonunchilikka binoan mazkur korxona mikrofirma bo‘lgani uchun faqat buhgalteriya balansi-1-son shakl moliyaviy natijalar to‘g‘risida hisobot -2-son shakldan iborat bo‘lgan yillik moliyaviy hisobotni taqdim etadi.

Xususan, hisob siyosatida ishchi schyotlar rejasi tashkil qilinadi, ya’ni xo‘jalik yurutuvchi sub’ekt ayni damda o‘z faoliyatida tez-tez murojat qilinadigan schyotlardan o‘zi uchun qulay maxsus ishchi schyotlar rejasini tuzadi. Ishchi schyotlar rejasida mavjud bo‘lmagan ob’yektlar hisobi bo‘yicha schyotlarni qo‘shmaslik tavsiya etiladi. Bundan tashqari ishchi schyotlar rejasida sintetik schyotlar orasidagi korrespondensiyani ham keltirib qo‘yish mumkin.

Respublikamizda amal qilayotgan 21-son BHMSda turizm sohasi va mehmonxona biznesi sub’ektlari olayotgan barcha tudagi daromadlar hisobni yuritish tartibi maxsus belgilanmagan. Biroq buhgalteriya hisobi schyotlar rejasida turistik mehmonxona xizmatlarini ko‘rsatuvchi sub’yektlar faoliyati xususiyatlarini inobatga oladigan daromadlar hisobi uchun schyotlar tizimi tavsiya etildi va ulardan foydalanish tartibi ko‘rsatib berildi. Ushbu maxsus schyotla rejasidan amaliyotda foydalanish turistik mehmonxona majmualarida buhgalteriya hisobini tashkil etishni takomillashtirishga imkoni yaratish shubxasizdir.

Turistik –mehmonxona sub’yektlarida daromadlar hisobi uchun mo‘ljallangan schyotlar tizimi

Schyot №	Schyotning nomi	Summa (ming sumda)
9000 “Asosiyfaoliyat turlaridan olingan daromadlar hisobi uchun mo‘ljallangan schyotlar”		
9010	Tur mahsulotni sotishdan daromad	131678,6
9020	Mehmonxona xizmatlaridan daromad	85945,3
9030	Chakana savdodan daromad	63589,6
9040	Umumiy ovqatlantirishdan daromad	22355,7
9050	Vositachilik faoliyatidan daromad	20987,6
9060	Transport xizmatlaridan daromad	10976

9070	Joriy ijara xizmatlaridan daroma	25678,3
9080	Boshqa xizmatlardan daromad	19876,1
9300 “Asosiy bo‘lmagan faoliyat turlaridan olingan daromadlar hisobi uchun mo‘ljallangan schyotlar”		
9310	Foiz ko‘rinishidagi daromadlar	32190,3
9320	Dividend ko‘rinishidagi daromadlar	11434,8
9330	Royalti ko‘rinishidagi daromadlar	-
9340	Valyuta kurslari farqlaridan daromad	5751,3
9350	Beg‘araz olingan mol-mulk va pul – valyuta mablag‘lari	-
9360	Qimmatli qog‘ozlarni qayta baholashdan olingan daromadlar	-
9370	Asosiy bo‘lmagan faoliyatga oid boshqa daromadlar	8907,3
9700 “Favqulotdagi daromad va zararlar hisobi uchun mo‘ljallangan schyotlar”		
9710	Favqulotda daromdlar	5751,3
9720	Favqulotda zararlar	

Xulosa qilib aytadigan bo‘lsak, Turistik –mehmonxona sub’yektlarida daromadlar hisobi uchun mo‘ljallangan schyotlar rejasi tarkibida asosiy faoliyat turidan daromadlar hisobi uchun mo‘ljallangan schyotlar rejasiga birmuncha o‘zgartirishlar kiritilgan, chunki turistik mehmonxona majmualarining asosiy faoliyat turidan daromad ishlab chiqarish korxonalari kabi tayyor mahsulotni sotishdan emas, balki turmahsuloti va mehmonxona xizmatlarini sotishdan iboratdir.Yuqorida turistik mehmonxona majmualarida hisob siyosatini shakllantirishdagi o‘ziga xos elementlar xususida to‘xtalib o‘tdik agarda o‘z faoliyatining xususiyatlaridan kelib chiqadigan yana boshqa elementlar mavjud bo‘lsa mehmonxona xo‘jaligi o‘z hisob siyosatini shakllantirishda ularga to‘xtalishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yaxati.

1.O‘zbekiston Respublikasi “Buhgaleriya hisobi to‘g‘risidagi” Qonun,1996-yil 30-avgust.

2. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risidagi qonuni” – O‘zbekistonning yangi qonunlari.

3. O‘zbekiston Respublikasi “Auditorli faoliyati to‘g‘risida” gi Qonun, “Soliq va bojxona xabarlari ”2000-yil 3-iyun

4. Xudayberdiyev N.U.Turistik mehmonxona majmualari iqtisodiyoti, ularda buhgalteriya hisobi va audit masalalari. I.f.n.dar.ol.uchun yoz diss.avtoreferat.-S., 2011.-24 b ;

VII ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ”

Д.Чилматова – ФарДУ катта ўқитувчиси,
Д.Холиқбердиева – ФарДУ талабаси

ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИНИНГ МАҲАЛЛАЛАРДА ЎРТА ЁШ ҚАТЛАМИ БИЛАН БИРГА ИШЛАШНИНГ ДОЛЗАРБ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: мақолада аҳолининг асосий қатламини ташкил қилувчи ишсиз ўрта ёш аҳоли билан жиддий шуғулланиш, уларни тинглаш, имконият ва шарт-шароитлар яратиш ҳамда бу орқали мавжуд муаммоларни бартараф этиш, нафақат бугунимиз, балки эртанги кунимиз учун ҳам долзарб масалалардан бири эканлиги ёритилган.

Калит сўзлар: маҳалла, ишсизлик, ўрта ёш аҳоли, бандлик, тадбиркорлик.

Аннотация: В статье рассматривается тот факт, что безработное население среднего возраста, составляющее большинство населения, слушающее их, создающее возможности и условия и устраняющее существующие проблемы, является насущной проблемой сегодня и завтра.

Ключевые слова: соседство, безработица, население среднего возраста, занятость, предпринимательство.

Abstract: The article deals with the fact that the unemployed middle-aged population, which forms the majority of the population, listening to them, creating opportunities and conditions, and eliminating existing problems, is a vital issue for today and tomorrow.

Keywords: neighborhood, unemployment, middle age population, employment, entrepreneurship.

Бандликни таъминлаш масаласи аслида кўп қиррали бўлиб, у барча аҳолига ўз қобилиятини ишга солиш, ишчи кучини унумли ва самарали иш билан банд қилиш, зарур ҳолларда ишчи кучини иқтисодиёт тармоқлари ва соҳалари ўртасида қайта тақсимлаш каби масалаларни ҳам ўз ичига олади.

Ижтимоий меҳнат тақсимоти жараёнлари бевосита ишлаб чиқариш кучлари ва ишлаб чиқариш муносабатлари билан ўзаро боғлиқдир. Маълумки, ишлаб чиқариш кучлари таркибий ўзгаришларнинг моддий асосини ташкил этади, ишлаб чиқариш муносабатлари эса унинг ижтимоий шаклини белгилаб беради. Ижтимоий меҳнат тақсимоти ишлаб чиқариш омилларини иқтисодиётнинг турли соҳалари ва тармоқлари ўртасида тақсимлаш жараёнлари орқали, унда амалга ошаётган таркибий ўзгаришларнинг умумий моддий асосларини шакллантиради. Иқтисодиётнинг моддий-техник базасига таъсир этиш билан бир қаторда,

меҳнат тақсимотидаги ўзгаришлар бутун бир ижтимоий-иқтисодий механизмга ҳам ўз таъсирини ўтказади.

Республикада ҳар йили аҳоли бандлигини таъминлаш бўйича тасдиқланадиган дастурларни амалга ошириш, бўш ва квоталанадиган иш ўринларига ишга жойлаштириш механизмларини такомиллаштириш, ўзини ўзи банд қилишнинг самарали шаклларини ривожлантириш борасида таъсирчан чора-тадбирлар кўрилмоқда.

Мустақилликнинг дастлабки йиллариданоқ, Биринчи Президентимиз томонидан ёшлар масаласи, шунингдек, меҳнатга лаёқатли ўрта ёшдаги аҳоли билан мунатазам шуғулланиш, уларни доимий иш билан таъминлаш масаласи давлат сиёсати даражасига кўтарилди. Бу борада юртимизда бир қатор самарали ишлар ҳам амалга оширилиб келинмоқда. Лекин бугунги шиддат билан ривожланиб бораётган глобаллашув жараёнида Ўзбекистон аҳолисининг қарийиб 60 фоиздан зиёдини ташкил қиладиган бу қатлам билан, айниқса, миграция жараёнини янада олдини олиш, улар билан янада яқинроқ ишлашиш, уларнинг дардини тинглаш, шарт-шароитлар яратиш, ишсизликни бартараф этиш каби бир қатор масалалар ўз ечимини кутаётганлигини даврнинг ўзи тақозо қилмоқда.

Аҳолининг ишчанлик фаоллигини ва тадбиркорлик ташаббусларини рағбатлантиришга, ижтимоий заиф қатламлар бандлигини таъминлашга, аҳоли бандлигини таъминлаш бўйича давлат хизматларидан фойдаланиш имконияти, сифати ва тезкорлигини оширишга қаратилган бир қатор норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилинди.

Жумладан, “Аҳоли бандлигини таъминлаш борасидаги ишларни такомиллаштириш ва самарадорлигини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори (16.07.2018) да Ўзбекистон Республикаси Бандлик ва меҳнат муносабатлари вазирлиги ҳузуридаги Бандликка кўмаклашиш давлат жамғармаси учун 2019 йилдан бошлаб бюджет параметрларида 300 миллиард сўмдан кам бўлмаган миқдорда қўшимча маблағлар ажратиш назарда тутилган. Ушбу қарорга мувофиқ, қишлоқ жойларда доимий иш ўринлари ташкил этувчи тадбиркорлик субъектларини кредитлар билан қўллаб-қувватлаш учун республиканинг тижорат банкларида кредит линиялари очиш, ишчи кучи кўп бўлган ҳудудларда давлат-хусусий шериклик шартлари асосида, айниқса, аҳолининг ижтимоий эҳтиёжманд қатламлари учун янги иш ўринлари ташкил этишни назарда тутувчи корхоналарни ташкил этиш, бунда ҳудудий жамғармаларнинг ташкил этилган корхоналардаги улушини хусусий шерикларга кейинчалик реализация қилиш шартини назарда тутиш, Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгаши раиси, вилоятлар ва Тошкент шаҳар ҳокимлари қарорлари бўйича иш ўринлари ташкил этишга ҳамда аҳоли бандлигини таъминлашга қаратилган бошқа чора-тадбирларни амалга ошириш масалаларига асосий эътибор берилган.

Иш билан банд бўлмаган аҳоли вакилларига ишга жойлашиш борасида меҳнат органлари томонидан бўш иш ўринлари ярмаркалари мунтазам

ўтказиб борилади.

Фарғона давлат университети иштирок этиб келаётган Европа Иттифоқининг Эразмус+ дастури доирасида “MAGNET – Университетлар Ўзбекистонда ўрта ёш аҳолини ўқитиш ва касбий тайёрлаш марказларининг асосий ҳамкори” халқаро лойиҳаси айнан иш билан банд бўлмаган аҳолини касбга йўналтириш ва уларни малакасини оширишда амалий ишлар олиб бормоқда. Ушбу лойиҳанинг асосий мақсади Ўзбекистонда ишсиз ўрта ёш аҳолини қўшимча касбга йўналтириш, уларда тадбиркорлик кўникмаларини шакллантириш ва бу орқали мамлакатдаги ишсизликни камайтириш ҳамда бандлик даражасини ошириш, уларнинг реал даромадларини кўпайтириш ва турмуш даражасини яхшилаш борасидаги давлатнинг аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш сиёсатига кўмаклашишдан иборат.

Лойиҳа Лейпсиг Амалий Фанлар университети (Германия) томонидан молиялаштирилган бўлиб, унда ГУАРДА политехника институти (Португалия), Galati университети (Руминия), Латвия маданият коллежи (Латвия) ҳамда Ўзбекистондан Фарғона давлат университети, Қарши давлат университети, Нукус давлат педагогика институти, Андижон қишлоқ хўжалиги институти иштирок этмоқда. Лойиҳа доирасида ташкил этилган Каръера Марказида янги ижтимоий-иқтисодий шароитда кадрларни юксак савия, ижодий ташаббус, замонавий иқтисодий фикрлаш, ишнинг янги услуб ва кўникмаларни эгаллашлари учун юксак даражада, самарали механизмлар воситасида ўқув курслари ташкил этилган.

Ўқув хоналари европа модели асосида жиҳозланган бўлиб, курсларга асосан ишсиз ўрта ёш аҳоли жалб қилинмоқда ҳамда инновацион таълим технологиялари орқали тренинг жараёнлари ташкилланмоқда.

Хулоса ўрнида таъкидлаш лозимки, аҳолининг асосий қатламини ташкил қилувчи бу фуқаролар билан жиддий шуғулланиш, уларни тинглаш, имконият ва шарт-шароитлар яратиш ҳамда бу орқали мавжуд муаммоларни бартараф этиш, нафақат бугунимиз, балки эртанги кунимиз учун ҳам муҳим масаладир.

Айниқса, бугунги ахборотлашув замонида миллий маънавиятимизни емиришга қаратилган ҳаракатлар, қолаверса, дунёнинг турли минтақаларида рўй бераётган ҳар хил кўринишдаги низолар, диний экстремизм ва терроризм оқибатида рўй бераётган қон тўкишлар ҳаммамизни сергакликка чорлайди.

Муҳтарам Президентимиз 2018 йилнинг 28 декабрь куни Олий мажлисга қилган Мурожаатида ҳам айни масалага алоҳида тўхталдилар ва мазкур масала қабул қилинажак «Фаол инвестициялар ва ижтимоий ривожланиш йили» Давлат Дастурида ҳам бир қатор амалий ишлар ўз ифодасини топган.

Шу боис ҳам, ёшларимизга оилада, махаллада ва барча таълим муассасаларида бугунги жараённи асосли далиллар билан холисона тушунтириб, оқни қорадан, дўстни душмандан ажратиб кўрсатган ҳолда, улар қалбида шукуроналик, даҳилдорлик, Она Ватанга меҳр, садоқат ва миллий истиқлол руҳи билан суғорилган юксак маънавиятли, мустақилликнинг қадрига етадиган етук авлод қилиб тарбиялаш барчамиз учун ҳам қарз ҳам фарздир.

К.А. Маматкулова– старший преподаватель кафедры «Обучения языкам»
СамИЭС

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ И НЕТРАДИЦИОННЫХ МЕТОДОВ ПРЕПОДАВАНИЯ НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Аннотация: В статье рассматривается основные и самые известные методики преподавания иностранного языка. В мире существуют различные методики обучения иностранному языку. Преподавая иностранный язык необходимо обращать внимание на новые способы стимулирования речи учащихся. Используя новые методы можно легко научиться говорить на любом иностранном языке и совершенствоваться в этом.

Ключевые слова: Грамматико-переводной метод, аудиолингвальный метод, прямой метод, структурный подход, суггестопедия, молчаливый метод, лексический подход, коммуникативная методика.

Annotasiya: Maqolada chet tilini o'qitishning asosiy va eng mashhur usullari ko'rib chiqilgan. Dunyoda chet tilini o'qitishning turli xil usullari mavjud. Chet tilini o'qitishda o'quvchilar nutqini rag'batlantirishning yangi usullariga e'tibor qaratish lozim. Yangi usullardan foydalangan holda siz istalgan chet tilida gaplashishni va uni takomillashtirishni osongina o'rganishingiz mumkin.

Kalit so'zlar: Grammatika-tarjima usuli, audiolingual usul, to'g'ridan-to'g'ri usul, tizimli yondashuv, taklifopediya, jim uslub, leksik yondashuv, kommunikativ usul.

Annatation: The article discusses the main and most famous methods of teaching a foreign language. There are various methods of teaching a foreign language in the world. When teaching a foreign language, it is necessary to pay attention to new ways of stimulating the speech of students. Using new methods, you can easily learn to speak any foreign language and improve it.

Keywords: Grammar-Translation, audiolingual method, direct method, the structural approach, suggestopedia, total physical response, the silent way, the lexical approach, communicative language teaching.

Языки всегда входили в число дисциплин, обязательных для изучения в школах, лицеях, колледжах и университетах. С течением времени подход к преподаванию и изучению языков менялся – добавлялось что-то новое, а от чего-то и отказывались. Существуют различные методики обучения иностранному языку. Давайте рассмотрим основные и самые известные методики преподавания иностранного языка.

Одной из старейших методик является классическая или фундаментальная. Цель классической методики – не столько изучение, сколько понимание тонкостей и деталей принципов работы иностранного языка. Главная задача, которую преследует классическая методика – это формирование грамматической базы изучаемого языка. Целевая аудитория – люди, начинающие изучать иностранный язык «с нуля», с азов. Эта методика отлично знакома тем, кто, начинал изучать иностранный язык в школе. Стоит отметить, что именно ей отдают предпочтение многие языковые вузы СНГ.

Grammar-Translation (Грамматико-переводной метод). Это самый

старый способ преподавания языка, который уже считается классическим.

Как следует из названия, основой этого метода является изучение грамматики и плотная работа с переводом. Хотя в настоящее время многие учебные заведения отказались от него в пользу коммуникативной методики, он и поныне используется хотя бы частично.

Audiolingual Method (Аудиолингвальный метод).

Иногда аудиолингвальный метод еще называют Армейским методом. Он основан на постулате бихевиоризма о том, что изучать и запоминать различные вещи можно и нужно с помощью постоянного повторения. Метод предполагает устную подачу материала и многократное повторение различных лексических и грамматических структур под руководством педагога.

Direct Method (Прямой метод). Этот метод зародился в 1900-х годах во Франции и Германии для того, чтобы можно было быстро научить военных осуществлять коммуникацию на иностранном языке. Также его еще называют Natural Method (Естественный метод). Он несколько схож с аудиолингвальным подходом, так как предполагает многократное повторение и отработку различных структур. Однако основное различие состоит в том, что язык преподносится индуктивно, то есть преподаватель не разъясняет студентам правило, а наоборот, помогает им самим понять и вывести его на основе языкового материала. Также стоит отметить, что и в аудиолингвальном, и в прямом методе преподаватель использует исключительно изучаемый язык; родной язык не допускается.

The Structural Approach (Структурный подход). Как следует из названия, в основе этого метода лежит структура и ее изучение. Основной идеей подхода является гипотеза о том, что любой язык состоит из комплексных грамматических правил, и изучать их необходимо в определённом порядке. Например, перед тем, как изучать время Present Continuous, нужно изучить глагол to be, с помощью которого это время образуется.

Suggestopedia (Суггестопедия). Хотя этот метод часто считают псевдонаучным, некоторое время он был довольно популярен. Он строится на уверенности студента в том, что подход сработает; используются методики легкого гипноза. Большое внимание уделяется тому, чтобы студент не испытывал ни малейшего дискомфорта во время занятия. Также в методе широко применяется использование музыки.

Total Physical Response (Полный физический отклик). В основе метода лежит принцип «делать изучая». Он хорошо работает с учащимися младшего возраста – дошкольниками и младшеклассниками. На уроках практикуется выполнение команд и поручений, например: «Stand up!» — «Встаньте!», «Close the door!» — «Закройте дверь!».

Таким образом учащийся запоминает простейшие фразы, которые со временем становятся всё более сложными.

The Silent Way (Молчаливый метод). В этом методе большое внимание уделяется самостоятельности учащихся: педагог, как и следует из названия,

практически не говорит (например, не дает подробных и пространных объяснений грамматики). Вместо этого он выступает в роли помощника, которые направляет учащихся. Большую важность имеет произношение – ему отводится много времени на каждом занятии. Также регулярно повторяется пройденная лексика и грамматика. Зачастую учащиеся даже не пишут формальных тестов по изученному материалу; вместо этого преподаватель оценивает их успехи из урока в урок.

The Lexical Approach (Лексический подход).Здесь во главу угла ставится изучение лексики. Изначально определяется список наиболее часто употребляемых слов и лексических конструкций, и изучение движется постепенно, от простого к сложному. Грамматике уделяется значительно меньшее внимание, чем в остальных методах.

Task Based Learning (Обучение, ориентированное на задачи).В этом методе изучение языка строится на выполнении какой-либо коммуникативной задачи. Например, преподаватель дает студентам задание разыграть диалог на тему «В ресторане». Студенты в парах или группах выполняют его, используя только те лексические и грамматические средства, которыми располагают. Затем проводится анализ того, какой язык необходим для успешного выполнения задания, педагог дает учащимся необходимую лексику и грамматику, после чего выполняется аналогичное задание с использованием новых языковых инструментов.

Community Language Learning (Метод общины).Здесь основой является работа учащихся в группе; они помогают друг другу и делятся уже имеющимися языковыми знаниями. Преподаватель снова выступает лишь в роли помощника, а не педагога в классическом смысле слова.

Communicative Language Teaching (Коммуникативная методика).

Коммуникативная методика на данный момент является самой популярной. В ее основе лежит, как мы видим из названия, коммуникация: преподавателя со студентами, студентов в парах или группах, всей группы вместе. Главное задачей обучения является научить студентов общению, а не выучить досконально всю грамматику или уметь переводить тексты. Общение преподавателя с учащимися ведется полностью или практически полностью на изучаемом языке. Коммуникация учащихся так же поощряется в любом виде; даже если в речи присутствуют ошибки или неточности, они не так важны, как сам процесс общения.

Эта методика отлично зарекомендовала себя в Америке и Европе. Продолжая покорять мир, коммуникативная методика пришла и к нам, заняв почетное место в ведущих языковых вузах республики. Методика основана на интеграции двух основных методов преподавания иностранных языков: традиционного и современного. Как следует из названия, важная роль в коммуникативной методике отведена общению. Основной целью которую преследует данная методика, является преодоление языкового барьера.

Главное – избавить человека от страха перед чужим языком, от страха говорить на иностранном языке и при этом развить другие языковые навыки

и умения, в частности устную и письменную речь, чтение, аудирование. Стоит отметить, что грамматика изучается в процессе говорения, общения на иностранном языке. Принцип заключается в следующем: сначала студенты заучивают и запоминают языковые формулы, выражения, словосочетания и только потом разбирают грамматические конструкции, встречающиеся в заученных фразах. Говоря простыми словами, действует принцип устного опережения.

Коммуникативная методика направлена на развития умений и навыков говорения на иностранном языке. Стоит также отметить, что применение методики влияет непосредственно на структуру занятия. Очень часто на занятиях необходимо использовать игровые ситуации, проводить групповую работу, разрабатывать задания на поиск ошибок, на умение сопоставлять и сравнивать.

Сегодня развитие современной индустрии делает доступными при изучении иностранного языка новейшие интерактивные ресурсы: компьютеры последнего поколения, Internet ТВ программы газеты журналы. Очень важно применять на практике все вышеперечисленное. Это способствует пробуждению у студентов интереса к истории, культуре, традициям страны изучаемого языка и помогает формировать навыки, которые будут необходимы в будущем. Обучение – это активное взаимодействие учителя и учащихся и оно не может носить односторонний характер. Именно от учителя зависит то, насколько успешным будет процесс обучения.

Каждый учитель ориентируется в соответствии со своим личным опытом в выборе методов и приемов работы. Но, основываясь на результатах проведенной опытно практической работы, можно утверждать, что использование разнообразных приемов в рамках коммуникативного, индуктивного, дедуктивного методов дает положительный результат и, несомненно, способствует повышению эффективности обучения грамматике.

Мы считаем, что нужно придерживаться так называемой «смешанной» методики преподавания. Это позволяет достичь поставленных целей и дает высокий результат.

Список использованной литературы:

1. Пассов Е.И. Беседы об уроке иностранного языка: пособие для студентов педагогических институтов/ Е.И.Пассов и др.- Л.Просвещение. 1975. – 176 с.
2. Бим И.Л. К вопросу о методах обучения иностранным языкам/ И.Л.Бим// ИЯШ.- №2.
3. Воловин А.В. Коммуникативный подход к изучению иностранных языков в методических системах Великобритании и США/–Вып.275 – М.,1985.- С.19.

F.Z.Mamarizayeva – JPI, Xorijiy tillar kafedrasi assistenti
G.Q.Axmadova – SamDCHTI, Sinxron tarjima yo‘nalishi magistranti

RAQOBATBARDOSH KADRLARNI TAYYORLASHDA TEXNIKA INSTITUTI TALABALARIGA INGLIZ TILINI O‘QITISHNING O‘ZIGA XOSLIKLARI

Annotatsiya: Ushbu maqola texnika instituti talabalariga ingliz tilini o‘qitishning o‘ziga xosliklari tog‘risida yozilgan bo‘lib, kelgusida malakali mutaxassislarni tayyorlash uchun amaliy til ko‘nikmalarini shakllantirish va rivojlantirishda o‘quv jarayonini bosqichlarga bo‘lgan holda tashkil qilish va har bir bosqichda talabalar bilan belgilangan mavzular asosida ish olib borish mumkinligi haqidagi ma’lumotlarni o‘z ichiga oladi. Bundan tashqari, ushbu maqolada dars mashg‘ulotlarini olib borishda o‘qituvchilar tomonidan ahamiyat berilishi lozim bo‘lgan jihatlar ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: umumiy maqsad, professional maqsadlar, til ko‘nikmalari, og‘zaki va yozma muloqot qobiliyatlari, akademik ingliz tili, biznes ingliz tili, kasbiy lug‘at

Аннотация: В этой статье рассказывается об особенностях преподавания английского языка студентам Технологического института, организации учебного процесса при формировании и развитии практических языковых навыков поэтапно, а также темах, определяемых студентами на каждом этапе. информация о возможности ведения бизнеса. Кроме того, в этой статье обсуждаются некоторые вещи, которые учителя должны учитывать при обучении.

Ключевые слова: общая цель, профессиональные цели, языковые навыки, навыки устного и письменного общения, академический английский язык, деловой английский язык, профессиональный словарь.

Abstract: This article is written about the peculiarities of teaching English to the students of Technical Institutes, as well as giving information about the organization of the educational process in the formation and development of practical language skills in stages and working with students on the basis of identified topics at each stage. In addition, this article discusses some of the things that teachers need to consider when teaching.

Keywords: general purpose, professional goals, language skills, oral and written communication skills, academic English, business English, professional dictionary.

Zamonaviy axborotlashgan jamiyatdagi hamkorlik va o‘zaro ta’sir vositasi bo‘lgan chet tili, ayniqsa, ingliz tili aloqa, ta’lim va o‘z-o‘zini tarbiyalash funksiyalarini bajaradi. Talabalarning katta qismida chet tilini amaliy o‘rganishdan manfaatdorlik ularning tilni nafaqat jahon madaniyatiga kirish vositasi deb bilishlarida, balki mehnat bozorida nufuzli mavqega ega bo‘lish uchun ham samarali va zarur vosita deb hisoblashlarida ko‘rinadi. Zamonaviy biznes muhitida xalqaro miqyosda raqobatlasha olish uchun professional mahoratga ega bo‘lgan talabchan xodimlarga ehtiyoj ortib bormoqda. Binobarin, oliy o‘quv yurtlarida ta’lim talabalarni professional sharoitda ishlashga qodir kadrlar sifatida tayyorlashni o‘z oldiga maqsad qilib qo‘yadi.

Ma’lumki, chet tili barcha universitetlarda majburiy fan hisoblanadi. O‘quv dasturi o‘quvchilar tomonidan maktablarda olingan bilim, malaka va ko‘nikmalarni yanada rivojlantirishni nazarda tutib, o‘qish oxirida texnik talabalar kundalik

muloqot qilish koʻnikmalariga ega boʻlishi, umumiy va madaniy mavzulardagi monologik va dialogik nutqlarni tushunishi, kundalik ogʻzaki va yozma muloqotga xos boʻlgan asosiy grammatik hodisalardan foydalana olish qoidalarini bilishi, kundalik va professional muloqotda ishlatiladigan muhim soʻz boyliklariga ega boʻlishi, hisobotlarni tayyorlash, lugʻat yordamida oʻz sohalari boʻyicha adabiyotlarni oʻqish va tushunish, eng muhimi, ogʻzaki nutq qobiliyatlarini oʻzlashtirishlari talab qilinadi.

Texnika oliygohlarining ingliz tili oʻqituvchisi oldida turgan birinchi muammo bu – bir akademik guruh tarkibida turli darajadagi til koʻnikmalariga ega boʻlgan talabalar bilan bir oʻquv dasturi boʻyicha mashgʻulotlar olib borishdir. Negaki, oʻrganishni yangi boshlovchilar (elementary), oʻrta bosqichga yetganlar (intermediate) va ilgʻor oʻquvchilar (advanced) bir guruhni tashkil qilishi mumkin. Talabalarning til koʻnikmalariga mos ravishda guruhlarni shakllantirish har doim ham mumkin emas. Bu individual yondashuv va turli darajali tildan foydalanishni talab qiladi, ayniqsa, kurs boshida. Shunga qaramay, darsliklar va yakuniy baholash materiallari hamma uchun tengdir. Bundan tashqari, aksariyat hollarda chet tili texnika universitetlarida birinchi yoki dastlabki ikki yil davomida oʻrganiladi, bu muddat davomida esa talabalar kelajak kasbining maxsus tushunchalari tizimi bilan tanish boʻlmaydilar. Quyida biz fan mavzularini 3 bosqichga boʻlgan holda oʻrganishni koʻrib chiqamiz:

Birinchi bosqich tilni umumiy maqsadlar uchun oʻrganishni nazarda tutadi.

Ikkinchi bosqich ingliz tilini professional maqsadlarda oʻrganishni oʻz ichiga oladi.

Yakuniy bosqich ixtiyoriy boʻlishi mumkin: bitiruvchilar oʻquvning soʻnggi yilida kelajak rejalaridan kelib chiqib akademik va biznes ingliz tili orasidan birini tanlashlari kerak.

Birinchi bosqich talaffuzni yaxshilash, soʻz qurish va grammatik koʻnikmalarni takomillashtirish, soʻz birikmalarini oʻrganish uchun moʻljallangan. Ushbu bosqichda quyidagi mavzularni oʻrganish uchun tanlash mumkin: "Oila va doʻstlar" (Family and friends), "Boʻsh vaqtdagi mashgʻulotlar va sevimli mashgʻulotlar" (Free time activities and hobbies), "Bayramlar va sayohatlar" (Holidays and travelling), "Sogʻliq va sport" (Health and sport), "Xarid qilish, Kiyim-kechak va Aksessuarlar" (Shopping, clothes and accessories), "Ovqatlanish" (Meals), "Tabiat va atrof-muhit " (Nature and environment).

Kommunikativ kompetensiyaning bir qismi sifatida grammatik koʻnikmalarni oʻzlashtirish bu – ingliz tilida ogʻzaki va yozma muloqot qobiliyatlari shakllanishining muhim omilidir. Demak, dastlabki bosqichda oʻrganiladigan grammatik materiallar quyidagicha: sanaladigan va sanalmaydigan otlar, oʻtgan, hozirgi va kelasi ish-harakatlarni ifodalalovchi fe’l shakllari, modal fe’llar, qiyosiy va orttirma darajalar, miqdor-daraja ravishlari, artikllar, qoʻshma gaplar, savol shakllari, qisqa javoblar, yordamchi fe’llarsiz savollar, shart ergash gaplar, koʻchirma va oʻzlashtirma gaplar. Ushbu bosqich soʻngida shakllanadigan koʻnikmalar quyidagilardir: suhbatlar qilish, savollar berish va shaxsiy ma’lumotni topish, fikrlarni bildirish, maslahat berish, koʻrsatmalar soʻrash / berish, taxminlar

qilish, ma’lumotni topish; telefon qilish, shifokorga ko‘rinish, narsalar sotib olish va h.k.

Ikkinchi bosqich kasbga doir leksika bilan tanishtirishni boshlash uchun ma’qul davr bo‘lib, o‘rganishda faqat texnik atamalarni qamrab olish ham yaramaydi. Ushbu bosqichning maqsadi texnik matnlarni tarjima qilish va to‘rtta til ko‘nikmalarini rivojlantirish (o‘qish, yozish, so‘zlash va tinglash)dan iboratdir.

Terminologik birliklarni o‘rganish texnik ingliz tilini o‘rganishda va maxsus matnlarni tarjima qilishda katta rol o‘ynaydi.

Kasbiy lug‘atni o‘rganish asosan maxsus matnlarni o‘qish jarayonida yuzaga keladi. Bularga mashinalar, uskunalar, asboblar yoki ishlab chiqarish jarayonlari tavsifi kiradi.

Texnik talabalar energetika, qurilish, aviatsiya va boshqalar kabi juda rivojlangan sohalar ehtiyojlariga xizmat qiladigan aniq bir fan sohasining maxsus lug‘atini o‘rganishlari kerak. Bunda ma’lum atamani tarjima qilishda uning mos ekvivalentini qo‘llashga harakat qilish, bunda mavjud Internet manbalaridan to‘g‘ri foydalanish ham yaxshi samara beradi. Agar ma’lum atamaning tarjimasi topilmasa, kontekstdan kelib chiqib, tarjima qilinadi. Bu bosqichda talabalarga mustaqil ta’lim sifatida o‘z sohalaridan kelib chiqib, terminologik lug‘at tuzishni topshirish mumkin.

Talabalar, shuningdek, “tarjimonning yolg‘onchi do‘stlari” deb hisoblangan birliklarni tarjima qilishda xatolarga yo‘l qo‘yishadi, ya’ni matn tili va tarjima tilida shakli jihatidan o‘xshash, ammo ma’no jihatidan farq qiladigan turli so‘zlar uchraganda, ular o‘sha so‘zlarni bir xil tarjima qilishadi. Bu ma’lum texnika uskunasiga boshqa bir vazifani yuklab qo‘yish kabi qo‘pol xatoga sabab bo‘lishi mumkin, buning oldini olish uchun esa talabalarga tarjimonning yolg‘onchi do‘stlari misollari ro‘yxati taqdim etilishi kerak. Masalan, inglizcha “resin” atamasi “rezina” deb tarjima qilinmaydi, lekin uning quyidagi semantik ekvivalentlari mavjud: smola; kanifol; saqich.

Uchinchi bosqich biznes va akademik ingliz tili o‘rtasida tanlovni nazarda tutadi. O‘qishni keyingi bosqichlarda davom etishni rejalashtirayotgan talabalar akademik ingliz tilini o‘rganishlari kutilmoqda. Birinchidan, bu ularning kirish imtihonlari uchun zarur, chunki imtihonda o‘qish, so‘zlash va tarjima qilish bo‘yicha til qobiliyatlari sinovdan o‘tkaziladi.

Ikkinchidan, tezis yozish boshqa mamlakatlar olimlarining asarlari bilan tanishishni nazarda tutadi, hamda bo‘lajak olimlar ingliz tilida nashr etiladigan xalqaro jurnallarda maqolalari bilan qatnashishlari va ularda o‘z sohalari bo‘yicha berilgan yangiliklarni bilish imkoniga ham ega bo‘ladilar.

Uchinchidan, xalqaro konferensiyalar, simpoziumlar va seminarlarda ma’ruzalar bilan qatnashish yoki chet tilidagi prezentatsiyalar va yozuvlar kadrning martabasi rivojlanishiga hissa qo‘shadi. Bu ilmiy matnlarga qo‘yiladigan uslubiy talablardan xabardor bo‘lishni va ularga rioya qilishni va to‘g‘ri tanlashni talab qiladi. Ilmiy g‘oyalar, ixtirolar, tekshirishlar, farazlarni tasdiqlash to‘g‘risida ma’lumot berish, murakkab tushunchalar va hodisalarni tushuntirish maxsus til ko‘nikmalarini talab qiladi.

Bundan tashqari, o‘qishni yoki kasbiy faoliyatini chet elda davom ettirishni rejalashtirgan ba’zi talabalardan ingliz tilini yuqori darajada bilishlari, buning uchun esa tilni yaxshi bilishni talab qilinadi.

O‘qituvchilar bunday talabalarni maxsus adabiyotlarni o‘qishga va maxsus televizion dasturlarni tomosha qilishga undashlari kerak. Hozirda Internet haqiqiy matnlarga kirish imkoniyatini beradi va chet tilida so‘zlashuvchilar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri muloqot qilish imkoniyatini beradi, bu esa tabiiy til muhitini yaratadi, shu bilan rivojlanish uchun imkoniyatlar yaratiladi.

O‘qishni tugatib, mehnat bozoriga chiqishni rejalashtirayotgan talabalar uchinchi bosqichda biznes yo‘nalishini tanlashlari kerak. Biznes bo‘yicha ingliz tilini bilish biznesda samarali muloqot qilishga, faoliyatlarini kengaytirib, chet ellik ishbilarmonlar bilan hamkorlar qilishga imkon beradi, yoki ingliz tilidan boxabar talabalar yaxshi ish o‘rinlarini hech bir qiyinchiliksiz egallashlari ham kuzatiladi. Biznes ingliz tilisi talabalarida quyidagi ko‘nikmalar shakllanadi:

- qisqa ma`lumotlar, eslatmalar va elektron pochta xabarlarini o‘qish va yozish, tarjimai hol va ariza yozish kabi ofis mahorati;
- jadvallarni talqin qilish, qisqa telefon suhbatlaridan va munozaralardan so‘ng, biznes bilan bog‘liq masalalar haqida suhbatlashish.

Ushbu bosqichda talabalarga biznes uchun ingliz tili qo‘llanmalaridan foydalangan holda ta’lim berish mumkin.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, fanni o‘qituvchi yosh mutaxassislarga shuni tavsiya qilinadi-ki, ingliz tilini o‘qitish jarayoni 3 bosqichga bo‘linishi mumkin. Birinchisi davomida ingliz tili umumiy maqsadlarda o‘rganiladi. Ikkinchi bosqich davomida ingliz tili professional maqsadlarda o‘rganilishi kerak. Bunda tegishli texnik lug‘atlarni o‘rganish, texnik matnlar bilan ishlash va ishlab chiqarishga bag‘ishlangan texnik kontekstda barcha to‘rtta til ko‘nikmalarini bilish kutiladi. Uchinchi bosqich ixtiyoriy: talabalar professional rejalariga qarab akademik yoki biznes ingliz tilini o‘rganishni tanlashadi. Akademik ingliz tilini o‘rganayotgan talabalar ilmiy til uslubi va unga mos keladigan til qobiliyatlarini rivojlantirishlari kutilmoqda. Ikkinchi guruh talabalari ishbilarmonlik muhitida kundalik amaliy foydalanish uchun yetarli bo‘lgan ingliz tilini o‘rganishadi. Barcha bosqichlar tarkibi amaliy til ko‘nikmalarini shakllantirish va rivojlantirishda o‘ziga xos xususiyatlariga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Bobyreva N. N. Peculiarities of Teaching English as a Foreign Language to Technical Students. Procedia - Social and Behavioral Sciences 182 (2015) 104 – 109
2. Latypov, N.R., Sabirova, D.R. (2013). Competence-based Approach to Aeronautical Engineering Education: Language Aspect. Interactive Collaborative Learning (ICL), 2013 International Conference. Digital Object Identifier: 10.1109/ICL.2013.6644664, KSTU, Kazan, pp. 617–618.
3. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. (2006). Macmillan Publishers Limited, 1692 p.

VIII ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА УМУМИҚТИСОДИЙ ВА ИЖТИМОИЙ МУАММОЛАР”

С.С. Алиева – к.э.н., и.о. доцента СамИЭС,
С.А. Жураев– студент II курса, направления образования “Финансы”

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье показы методы оценки платежеспособности предприятия. Дана характеристика результату рассчитываемых показателей, с выводами относительно нормативного значения. Подчеркнута необходимость индивидуального подхода к аналитической работе оценки финансового состояния предприятия.

Ключевые слова: финансовое состояние предприятия, платежеспособность предприятия, финансовые коэффициенты, оборотные средства, заемные средства.

Аннотация. Мақолада корхонанинг тўлов қобилиятини баҳолаш усуллари кўрсатилган. Ҳисобланган кўрсаткичлар натижасига стандарт қиймат бўйича хулосаларга тавсиф берилган. Корхонанинг молиявий ҳолатини баҳолаш бўйича аналитик ишларга индивидуал ёндошиш зарурлиги таъкидланган.

Калит сўзлар: корхонанинг молиявий ҳолати, корхонанинг тўлов қобилияти, молиявий кўрсаткичлар, айланма маблағлар, қарз маблағлари.

Abstract. The article shows methods for assessing the company's solvency. A characteristic is given to the result of the calculated indicators, with conclusions regarding the standard value. The need for an individual approach to the analytical work of assessing the financial condition of an enterprise is emphasized.

Key words: the financial condition of the enterprise, the solvency of the enterprise, financial ratios, working capital, borrowed funds.

Оценка финансового состояния предприятия не является его внутренним делом. Финансовое состояние – важнейший критерий, определяющий отношение к предприятию банков, партнеров по договорным отношениям, потенциальных инвесторов и т.д.

Возможности получения кредитов и других заемных средств, а также цена их для предприятия зависят главным образом от одной из важнейших сторон финансового состояния – платежеспособности предприятия. Если предприятие хочет иметь в своем обороте заемные средства, оно должно обеспечить достаточно высокий уровень платежеспособности, при котором кредиторы предоставляют ему эти заемные средства.

Но что такое достаточно высокий уровень платежеспособности? Как его правильно измерить и оценить? Существуют традиционные показатели, называемые коэффициентами платежеспособности: коэффициент абсолютной ликвидности, промежуточный коэффициент покрытия и общий коэффициент покрытия. Каждый из них рассчитывается делением отдельных элементов

или всей суммы оборотных активов предприятия на величину его краткосрочной задолженности. Таким образом, уровень коэффициентов показывает, какая часть краткосрочной задолженности может быть погашена имеющимися у предприятия денежными средствами и краткосрочными финансовыми вложениями (т.е. более мобильными оборотными активами); каждая часть – при привлечении ее для погашения, кроме названных средств, и дебиторской задолженности; наконец, во сколько раз все оборотные активы превышают краткосрочные долги предприятия.

Последний показатель – частное от деления оборотных активов на краткосрочные обязательства в любом случае должен превышать единицу, т.к. предполагается, что после уплаты долгов у предприятия должны остаться оборотные активы в размерах, необходимых для продолжения бесперебойной деятельности.

До недавнего времени принято было считать, что предприятие достаточно платежеспособное, если у него коэффициент абсолютной ликвидности (отношение денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к краткосрочной задолженности) не ниже 0,2; промежуточный коэффициент покрытия (отношение денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и средств в расчетах к краткосрочной задолженности) не ниже 0,7; общий коэффициент покрытия – не ниже 2, хотя при очень высокой оборачиваемости оборотных средств он считался достаточным и на уровне 1,5.

Исходя из этих нормативов, предлагается более или менее стабильная структура оборотных активов: в их составе денежные средства и краткосрочные финансовые вложения – 10%:

$(\frac{0,2}{2} \text{ x } 100) = 10\%$,

дебиторская задолженность – 25%

$(\frac{0,7-0,2}{2} \text{ x } 100) = 25\%$.

Остальные 65% – материальные оборотные средства.

Едва ли найдется много предприятий, у которых структура оборотных активов близка в настоящее время к данному показателю.

Как правило, денежные средства и краткосрочные финансовые вложения значительно ниже 10%, а материальные оборотные средства меньше половины оборотных активов за счет высокой дебиторской задолженности. Структура оборотных средств предприятий, кроме того, может резко уменьшаться в отдельные периоды.

Это означает, что установление каких бы то ни было нормативов для коэффициента платежеспособности в нынешних условиях невозможно. Критерии платежеспособности по коэффициенту абсолютной ликвидности и промежуточному коэффициенту покрытия, исходя из изложенного, отсутствуют. Ориентироваться на их уровень вообще нецелесообразно. Единственный реальный измеритель уровня платежеспособности предприятия – общий коэффициент покрытия: сопоставление величины всех

оборотных активов с суммарной величиной краткосрочных долгов, независимо от структуры оборотных активов, отвечает на вопрос, способно ли предприятие погасить свои краткосрочные обязательства, не создав затруднений для дальнейшей работы.

Но это вовсе не означает, что выполнение названного условия требует обеспечения уровня общего коэффициента 2 или 1,5. Для одних предприятий достаточный может быть ниже, для других – выше. Все зависит от структуры оборотных средств, а также состояния материальных оборотных средств и дебиторской задолженности.

Важно, имеет ли предприятие лишние материальные оборотные средства, и если да, то достаточно ли они ликвидны, т.е. могут ли быть реально проданы и превращены в деньги. Если предприятию в конкретных условиях деятельности (интервалы поставок, надежность поставщиков, условия сбыта продукции и т.д.) требуется больше материальных средств, чем числится на его балансе, это также имеет значение для оценки его платежеспособности с помощью общего коэффициента покрытия.

Кроме того, важно, нет ли у предприятия безнадежной дебиторской задолженности, а если есть, то сколько.

Оценка состояния материальных запасов и дебиторской задолженности может быть сделана специалистами предприятия. Она важна как обоснование платежеспособности кредиторами.

Посмотрим на примерах, как оценить достаточность уровня платежеспособности предприятий.

Предприятие №1 имеет на балансе оборотные активы в следующих суммах: материальные оборотные средства – 50000 сум; дебиторская задолженность – 60000 сум; денежные средства и краткосрочные финансовые вложения – 40000 сум. Лишних материальных оборотных средств нет, недостатка нет, в составе дебиторской задолженности сомнительная или безнадежная отсутствует.

Общий коэффициент покрытия равен:

$$\frac{50000+60000+50000}{40000} = 2{,}875\ .$$

Достаточен ли этот уровень, чтобы считать предприятие платежеспособным?

После погашения долгов у него должно остаться для бесперебойной работы материальных оборотных средств на сумму 50000 сум. Следовательно, для продолжения деятельности при одновременном погашении долгов предприятию нужно 90000). Нормальный уровень платежеспособности равен:

$$\frac{90000}{40000} = 2{,}250\ .$$

Фактический уровень выше, поэтому предприятие можно считать полностью платежеспособным.

Предприятие №2 имеет такую же, как и предприятие №1, общую величину оборотных активов и краткосрочной задолженности. Но структура

оборотных активов у него другая:

- материальные оборотные средства – 80000 сум;
- дебиторская задолженность – 30000 сум;
- денежные средства и краткосрочные финансовые вложения – 50000 сум.

Прочие условия такие же, как у предприятия №1.

Фактический уровень общего коэффициента покрытия такой же, как у предприятия №1 – 2,875.

Нормальный уровень равен:

$$\frac{80000+40000}{40000} = 3{,}0\ .$$

Предприятие №2 неплатежеспособно, и эта неплатежеспособность порождена исключительно отличием структуры его оборотных активов по сравнению со структурой на предприятии №1.

Вернемся к данным предприятия №1. По экспертной оценке специалистов, числящихся на его балансе материальных оборотных средств недостаточно; с учетом ненадежности поставок их необходимо увеличить на 20000 сум. В составе дебиторской задолженности – 15000 сум безнадежна. При этих условиях нормальный уровень общего коэффициента покрытия равен:

$$\frac{50000+20000+15000+40000}{40000} = 3{,}125$$

Фактический уровень коэффициента сохраняется прежним – 2,875. Предприятие неплатежеспособно.

Таким образом, фактический уровень общего коэффициента покрытия, даже если бы он был достаточно высок по традиционным представлениям, недостаточен для характеристики платежеспособности предприятия. Требуется сравнение его с нормативным уровнем. Но нормативный уровень – это не норматив, а конкретная для данного предприятия в данном периоде величина.

Тем более, нельзя считать более платежеспособным предприятие, у которого фактический уровень общего коэффициента покрытия выше, чем у другого предприятия. Рассмотрим предприятие №3 с другой структурой оборотных активов и другой суммой долгов:

- материальные оборотные средства – 100000 сум;
- дебиторская задолженность – 20000 сум;
- денежные средства и краткосрочные финансовые вложения – 10000 сум.
- краткосрочная задолженность предприятия – 20000 сум.

Фактический уровень общего коэффициента покрытия:

$$\frac{50000+20000+15000+40000}{40000} = 3{,}125\ .$$

Нормальный уровень:

$$\frac{100000+50000+}{20000} = 7{,}5\ .$$

Несмотря на очень высокий уровень фактического коэффициента, предприятие оказалось неплатежеспособным.

Таким образом, оценка платежеспособности требует тщательного анализа структуры и состава оборотных активов на каждом предприятии. Уровень традиционного общего коэффициента покрытия, складывающийся на основе балансовых данных, еще не характеризует платежеспособность предприятия, т.к. один и тот же уровень коэффициента может быть достаточным для одного предприятия и недостаточным для другого, с другой структурой оборотных активов.

Каковы практические способы повышения уровня платежеспособности? Они неодинаковы и зависят от состояния оборотных активов.

Один из путей повышения платежеспособности – увеличение доли собственных оборотных средств и соответствующее снижение доли заемных средств в источниках покрытия оборотных средств. При этом абсолютная сумма долгов может возрастать, но сумма собственных оборотных средств должна увеличиться в большей степени.

Другой путь: собственные оборотные средства не увеличиваются, а часть оборотных активов направляется непосредственно на погашение долгов, т.е. снижается абсолютная величина и оборотных активов, и долгов на одну и ту же сумму. Это также приводит к повышению уровня платежеспособности. Однако такой путь не столь универсален как первый. В настоящее время есть предприятия, у которых фактический уровень общего коэффициента покрытия ниже единицы.

Для предприятия приемлем только один путь повышения платежеспособности – увеличение собственных оборотных средств до тех пор, пока фактический общий коэффициент покрытия не превысит единицу.

Таким образом, в настоящее время оценка уровня платежеспособности предприятий требует индивидуального подхода к каждому из них. Без серьезной аналитической работы ни предприятие, ни его партнеры, включая банки и потенциальных инвесторов, не смогут ответить на вопрос, является ли данное предприятие платежеспособным. А без ответа на этот вопрос сложно установить правильные экономические взаимоотношения с предприятием, решить, целесообразно ли и на каких условиях предоставлять ему займы и кредиты, производить финансовые вложения в его капитал.

F.E.Jomonqulova –SamISI,“Axborot texnologiyalar” kafedrasi dotsenti v.b., t.f.n.,
A.A. Abdukarimov– SamISI talabasi

VEB DASTURLASHNING SOHALARDA QO‘LLANILISHI

Annotatsiya: Mazkur maqolada biz dasturlashning korxona va tashkilotlar ishida qanchalik muhim ahamiyatga egaligini o‘rganamiz. Insoniyat harakat va raqobat orqali turmush tarzini rivojlantiradi va yangi-yangi kashfiyotlarni yaratilishiga sabab bo‘ladi. Bu kashfiyotlardan biri - kompyuter texnikasidir. Hozirgi zamonda iqtisodiyot kompyuter texnologiyalari fanlarining keng qo‘llanishini talab qiladi.

Kalit so‘zlar: robototexnika, dasturlash tili, Ombor, Delphi, GOLDEN PAGES.

Аннотация: В этой статье мы рассмотрим важность программирования в работе предприятий и организаций. Человечество развивает образ жизни через действия и соревнования и ведет к новым открытиям. Одно из таких открытий - компьютерные технологии. Сегодня экономика требует широкого использования информатики.

Ключевые слова: робототехника, язык программирования, Warehouse, Delphi, ЗОЛОТЫЕ СТРАНИЦЫ

Abstract: In this article, we will explore the importance of programming in the work of businesses and organizations. Mankind develops a way of life through action and competition, and leads to new discoveries. One of these discoveries is computer technology. Today, economics requires the widespread use of computer science.

Keywords: robotics, programming language, Warehouse, Delphi, GOLDEN PAGES.

“XXI asr axborot texnologiyalar asri”-ushbu ibora biz yashayotgan davrni qisqa va tushunarli qilib tasvirlash uchun yetarlidir. Hozirda biz yashayotgan va bizni o‘rab turgan atrof-muhit zamonaviy tizimlar va texnologiyalarsiz tassavur qilib bo ‘lmaydi. Hozirgi zamon talabi hisoblangan robototexnika va dasturlash esa yuqoridagi muhitning negizi hisoblanadi. Bulardan biri **dasturlash tilining** korxona va tashkilotlar tizimida qo ‘lanilishi haqida so ‘z yuritamiz.[1]

Dasturlash — kompyuter va boshqa mikroprotsessorli elektron mashinalar uchun dasturlar tuzish, sinash va o‘zgartirish jarayonidan iborat.Odatda dasturlash yuqori saviyali dasturlash tillari (Delphi, Java, C++, Python) vositasida amalga oshiriladi.[2]

Korxona omborini avtomatlashtirish. Korxona ombori ishini avtomatlashtirish uchun **dasturlash** va **veb-dizayn** asosiy tushunchalar bo‘lib xizmat qiladi. Omborxona ishlarini dasturlashga asoslangan tizimda yuritish o‘z navbatida yuqori samaradorlikka erishishga olib keladi. Barchamizga ma’lumki

[1] Abdukarimov Abduqayum
[2] https://uz.wikipedia.org/wiki/Dasturlash

avtomatlashtirish uchun bizga **dasturlash tili** orqali ma’lum bir vazifani bajaradigan dasturni yaratish va undan foydalanish tizimini yo‘lga qo‘yish zarurdir. Bunda dasturlash ham bir qancha turlarga ajraladi. Misol uchun ulardan keng tarqalganlari **Delphi, Java,** lar hisoblanadi.

1. **Delphi** (talaff. délfi) — dasturlash tillaridan biri. Borland firmasi tomonidan ishlab chiqarilgan. Delphi dasturlash tili ishlatiladi va avvaldan Borland Delphi paketi tarkibiga kiritilgan. Shu bilan bir qatorda 2003-yildan hozirgacha qo‘llanilayotgan shu nomga ega bo‘lgan. Object Pascal — Pascal tilidan bir qancha kengaytirishlar va to‘ldirishlar orqali kelib chiqqan bo‘lib, u ob’yektga yo‘naltirilgan dasturlash tili hisoblanadi.[1]



1-rasm. Delphi logotipi.

Axborot texnologiyasi - bu aniq texnik va dasturiy vositalarining majmui bo‘lib, ular yordamida ma’lumotlarni qayta ishlash bilan bog‘liq bo‘lgan turli xildagi masalalarni hal etamiz. Informatika keng ma’noda fan, texnika va ishlab chiqarish, ya’ni inson faoliyatining barcha sohalarida axborotni kompyuter va telekommunikatsiya yordamida qayta ishlash, saqlash, uzatish va boshqarish bilan bog‘liq bo‘lgan yagona sohadir.[2]

Hozirda O‘zbekistonda ham avtomatlashtirishga juda katta e’tibor qaratilmoqda. Bunga misol qilib **"GOLDEN PAGES" MChJ ni keltirishimiz mumkin.** Golden Pages" kompaniyasi 2002 yil 28 oktyabrda Toshkent shahrida tashkil etilgan. "Golden Pages" -keng ko‘lamli, xizmatlarni taklif etadigan universal axborot-ma'lumot tizimidir. Ushbu sohada 16 yillik faoliyati davomida kompaniyamiz mijozlarning barcha ehtiyojlarini o‘rganib chiqdi va sizga quyidagilarni taklif etadi.[3]

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. “Iqtisodiyotda axborot komplekslari va texnologiyalari” A.A.Akayev, A.T.Kenjabayev, Yo.S.Uxamova, M.Yu. Jumaniyazova TOSHKENT-2019 (7-9 BET)
2. https://uz.wikipedia.org/wiki/Dasturlash
3. https://iia-rf.ru/uz/women/drugie-vidy-skladskoi-deyatelnosti-ponyatie-i-sushchnost/
4. https://uz.wikipedia.org/wiki/Delphi_(dasturlash_tili)
5. www.goldenpages.uz

[1] https://uz.wikipedia.org/wiki/Delphi_(dasturlash_tili)
[2] “Iqtisodiyotda axborot komplekslari va texnologiyalari” A.A.Akayev, A.T.Kenjabayev, Yo.S.Uxamova, M.Yu. Jumaniyazova TOSHKENT-2019 (7-9 BET)
[3] www.goldenpages.uz

Фахритдин Ҳакимов – ҚарМИИ мустақил изланувчиси

ЧОРВАЧИЛИК МАҲСУЛОТЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚАРИШДА КООПЕРАЦИЯНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация: мақолада чорвачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш учун ташкил этиладиган кооперацияларнинг иқтисодий -ижтимоий аҳамияти ёритиб берилган.

Калит сўзлар: кооперация,чорвачилик, чорвачилик маҳсулоти, кооперация муносабатлари

Аннотация: В статье подчеркивается экономическое и социальное значение кооперативов по производству продукции животноводства.

Ключевые слова: кооперация, животноводство, продукция животноводства, отношения сотрудничества.

Abstract: The article highlights the economic and social significance of cooperatives for the production of livestock products.

Keywords: cooperation, animal husbandry, livestock products, cooperative relations

Бугунги кунда ишлаб чиқарилаётган чорвачилик маҳсулотлари аҳолининг талабига нисбатан анча камлиги ҳеч кимга сир эмас. Айниқса чорва моллари сони кейинги йилларда қишлоқ хўжалиги корхоналарида кескин камайиб кетди, бунинг асосий сабабларидан бири озуқа базасининг деярлик барча хўжаликларида ўта ночор аҳволга тушиб қолганлигидир. Шу сабабли уларнинг самарадорлигини ошириш билан боғлиқ масалаларни ҳал қилишни қатъий талаб этмоқда.

Бозор иқтисодиёти шароитида чорвачилик маҳсулотларига бўлган талабни қондириш тўғрисида чорвачилик соҳасида ислоҳатларни амалга ошириш борасида Республикамиз миқёсида кўпгина ишлар қилинмоқда. Ўзбекистон Республикасининг тегишли қонунлари, ҳукуматимиз қарорлари, Президентимизнинг соҳага дахлдор қарор ва фармонлари бунинг учун мустаҳкам замин бўлди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасида таъкидлаганидек, “Ҳар бир оила – тадбиркор” дастури доирасида ўз бизнесини бошлаётган оилаларга 5,9 триллион сўм кредитлар ажратилди. ...ушбу ислоҳотларимизнинг ҳуқуқий асоси бўлган “Кооперация ва кластерлар тўғрисида”ги янги қонунни тезроқ қабул қилса, ушбу катта режа ва ниятларимизга мос иш бўлур эди. Чорвачилик, қоракўлчилик, балиқчилик, паррандачилик каби соҳаларда наслчиликка алоҳида эътибор қаратилиб, уни давлат томонидан қўллаб-қувватлашнинг янги механизмлари татбиқ этилади[1].

Чорвачилик тармоғида оилавий кооперацияни ривожлантириш ва унинг самарадорлигини ошириш ҳамда олинадиган маҳсулотларнинг сифатини яхшилашнинг асосий масалаларидан бири бу соҳага режа асосида ҳар бир

[1] . Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси, Халқ сўзи, 24.01.2020 йил

соҳанинг ривожини эътиборга олган ҳолда ёндашишни талаб этади. Республикада чорвачилик тармоғини ривожлантириш ҳаётий заруратдир. Республика аҳолисининг ўсиб бориши чорвачилик маҳсулотларига бўлган талабни янада оширади. Республика аҳолисининг турмуш даражаси, қолаверса умуман қишлоқ хўжалигининг ривожланиши кўп жиҳатдан чорвачилик тармоқларининг ривожига, унинг маҳсулот ишлаб чиқариш ҳолатига боғлиқ. Кейинги йилларда чорвачилик тармоғига оилавий кооперацияни ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Аҳолини, айниқса қишлоқ аҳолисини иш билан таъминлашнинг яна бир муҳим йўналиши шахсий ёрдамчи, деҳқон ва фермер хўжаликларида чорва моллар боқиш билан шуғулланадиган кишилар сонини кўпайтиришдан иборат. Қайд этиш керакки, бу масалада муайян ижобий натижалар қўлга киритилди.

Чорвачилик тармоғида кооперация– бу чорвачилик товар ишлаб чиқарувчилари томонидан ўзларининг иқтисодий ва бошқа талабларини қондириш мақсадларида ташкил этилган Чорвачилик тармоғида кооперативлари ва уларнинг ҳамкорлари тизими.

Чорвачилик тармоғида кооперация– бу хўжалиги юритишнинг ташкилий-ҳуқуқий шаклларидан биридир. У ўзида чорвачилик тармоғида товар ишлаб чиқарувчилари томонидан кооперация аъзоларининг моддий ва бошқа талабларини қондириш мақсадида пай бадалларини бирлаштиришга асосланган ҳамкорликдаги ишлаб чиқариш ва бошқача хўжалиги фаолият юритиш ташкилотларини билдиради.

Чорвачилик тармоғида кооперациялари ишлаб чиқариш ва истеъмолчилик шаклида тузилиши мумкин. Чорвачилик тармоғида ишлаб чиқариш кооперация-фермерлар томонидан чорвачилик тармоғида маҳсулотларини ишлаб чиқариш, қайта ишлаш ва сотиш бўйича ҳамкорликдаги фаолият учун тузилган тижорат ташкилотидир. Шунингдек, у кооператив аъзоларининг шахсий меҳнат иштирокига асосланган, қонун билан ман этилмаган фаолиятларни бажариш учун ҳам тузилади.

Ишлаб чиқариш кооперациянинг бошқа ўзига хос хусусияти-кооперациянинг асосий аъзоларини унинг фаолиятида шахсан меҳнат иштирокидир. Ишлаб чиқариш кооперацияи-тижорат ташкилоти бўлиб, фаолиятининг асосий мақсади даромад топишдир.

Олиб борилган тадқиқотлар натижасига асосланган ҳолда, қишлоқ хўжалигида кооперация 4 хил йўналишда мавжудлигини айтиш мумкин:

- кооперация ишлаб чиқарувчи фирма (корхона) шаклида мавжуд бўлиб, бунда корхона (кооператив) аъзоларини аниқ мақсад йўлида бирлаштирган бўлиб, у аъзоларининг биргаликдаги меҳнатига асосланади. Натижада уларнинг манфаатлари ва фойда олишларини кўзлайди.
- қишлоқ хўжалигида кооперация муносабатлари вертикал интеграцияга асосланади. Бунда чорвачилик тармоғикорхоналари, уларни сақловчи ва қайта ишловчи корхоналарнинг ўзаро келишуви асосида ташкил этилади ва фаолият юритади. Бунда корхоналарнинг мустақиллиги сақланиб қолади.

- ҳамкорликда ишлайдиган корхона (хўжалик) ва фирмаларнинг иттифоқи (коалицияси) шаклида фаолият юритади.
- чорвачилик тармоғи корхоналари ва унга алоқадор ташкилотлар билан шартномавий муносабатлар асосида фаолият юритиши мумкин.

Чорвачилик тармоғида ишлаб чиқариш кооперация муносабатларига қўйидагиларни киритиш мумкин:

- ✓ биргаликда (жамоатчилик) бошқаруви
- ✓ ҳуқуқий , шартномавий бирдамлик
- ✓ хамкор ресурслар
- ✓ институционал,халқаро имидж
- ✓ ижтимоий фаровонлик

Кооперация муносабатларининг самарали йўналишлари йўлга қўйилганда: - фермер, деҳқон хўжаликлари ва томорқа ер эгаларининг экин майдонларидан самарали фойдаланишдаги шахсий манфаатдорлиги ва масъулияти янада ошади; - кўп тармоқли фермер хўжаликларини ривожлантириш учун кулай шарт- шароитлар яратилади; - фермер, деҳқон хўжаликлари ва томорқа ер эгаларининг молиявий-иқтисодий барқарорлигини таъминланади, уларнинг тайёрлов, қайта ишлаш, таъминот ва хизмат кўрсатувчи ташкилотлар билан ўзаро муносабатларида замонавий бозор механизмларини жорий этилади.

Бунёд Хасанов – ҚаршиДУ магистранти

ИЛМ-ФАН, ОЛИЙ ТАЪЛИМ ВА ТУРИЗМ СОҲАСИ ИНТЕГРАЦИЯСИНИНГ ИЖТИМОИЙ-ИҚТИСОДИЙ МОҲИЯТИ

Аннотация: мақолада илм-фан, олий таълим ва туризм соҳаси интеграция хизматларига истеъмол нуқтаи назардан ёндашиш таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: илм-фан, олий таълим , туризм, хизматлар, интеграция.

Аннотация: В статье анализируется подход к интеграции услуг в сфере науки, высшего образования и туризма с точки зрения потребления.

Ключевые слова: наука, высшее образование, туризм, услуги, интеграция.

Abstract: The article analyzes the approach of integration services in the field of science, higher education and tourism from the point of view of consumption.

Keywords: science, higher education, tourism, services, integration.

Ривожланган мамлакатларда таълимнинг тўлиқ циклига инвестиция киритишга, яъни, «бола 3 ёшдан 22 ёшгача бўлган даврда унинг тарбиясига сармоя сарфлашга катта эътибор берилади. Чунки ана шу сармоя жамиятга 15-17 баробар миқдорда фойда келтиради» [1] . Шу туфайли хизматлар таркибида таълим соҳасига катта аҳамият бериб келинмоқда. «Ривожланган мамлакатларда ЯИМ ўсишининг асосий қисми хизматлар соҳасига тўғри келади. Масалан, бугунги кунда хизматлар соҳасининг ЯИМдаги улуши АҚШда 78 % ни, Европа мамлакатларида 70 % дан ортиқни, Хитойда - 51,6 %

[1] https://stat.uz/uz/press-sluzhba/novosti-gks/3598-zamonavij-zhamiyatda-khizmatlar-so-asining-rni-andaj

ни ташкил қилади. МДҲ давлатларида ҳам бу кўрсаткич юқори. Масалан, Қозоғистонда 54,2 %, Белорусда 48,0% ни ташкил этган.»[1] ЯИМнинг бир қисми таълим соҳасини ривожлантириш учун йўналтирилмоқда. Жумладан: АҚШда ялпи ички маҳсулотнинг 6,6 %, Германияда 5,8 %, Россияда 3,6 % ни ташкил қилмоқда. Бундай шароитда таьлим тизимида хизматлар ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини ошириш натижасида олий таълим муассасалари даромадларини ошириш ҳамда уларнинг молиявий имкониятларини кенгайтиришнинг аҳамияти тобора ортиб боради.

Жаҳонда ривожланган мамлакатлар тарихига назар солинса, ўзларининг тараққиёт йўлида биринчи галда таълим соҳасига алоҳида эътибор қаратилган бўлиб, таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолиятини диверсификация қилиш асосида унинг самарадорлигини оширишга йўналтирилган илмий тадқиқотларга эҳтиёж ортиб бормоқда. Шу жиҳатдан олий таълим муассасаси фаолиятини ташкил этишга қаратилган бошқарув қарорларини қабул қилиш жараёнини оптималлаштириш, таълим хизматларини замонавий ахборот-технологияларидан фойдаланган ҳолда такомиллаштириш, рақамли таълимни жорий қилиш, масофали таълимни ривожлантириш, олий таълим дастурларини уларнинг аҳамиятига кўра табақалаштириш, таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини оширишнинг рағбатлантириш механизмларини жорий этиш йўналишидаги илмий тадқиқотларга алоҳида эътибор қаратилган.

Сўнгги йилларда мамлакатимиз таълим тизимида ҳам чуқур ўйланган, илмий асосланган, кенг миқёсли ислоҳотлар амалга оширилмоқда. Жумладан, таълим муассасалари томонидан кўрсатилаётган хизматлар миқдори ва сифатини янада кўтарган ҳолда, тадбиркорлик фаолиятининг янги ва инновацион турларини кўпайтириш, уларни диверсификациялаш асосида ислоҳ қилиш, тизимни бюджетдан ташқари молиялаштиришнинг оптимал, янги механизмларини ишга солиш, бу борада ривожланган хориж таълим муассасалари илғор тажрибасига таяниш ҳамда улар билан кенг тармоқли, ўзаро манфаатли интеграцияни йўлга қўйиш, айниқса таълим тизимининг юқори самарадор бўлишига эришиш каби масалалар ҳал этилмоқда. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президентининг Мурожаатномасида "...**,** мамлакат тараққиётининг замини, ҳеч шубҳасиз, илм-фан ва инновациялардир.

Келгуси йилда илм-фан соҳасида олийгоҳлар ва илмий ташкилотлардаги докторантлар сони 4,5 мингтага етказилади ёки 2017 йилга нисбатан 3 баробарга оширилади. Ушбу мақсадлар учун бюджетдан қўшимча 240 миллиард сўм ажратилади.

... кейинги йил учун устувор илм-фан йўналишларини белгилаб олишимиз керак.

Агар тарихга назар ташлайдиган бўлсак, дунёдаги деярли барча кашфиёт ва технологияларни яратишда физика фани фундаментал асос бўлганини кўрамиз. Ҳақиқатан ҳам, физика қонуниятларини чуқур эгалламасдан туриб, машинасозлик, электротехника, IT, сув ва энергияни тежайдиган технология-

[1] https://stat.uz/uz/press-sluzhba/novosti-gks/3598-zamonavij-zhamiyatda-khizmatlar-so-asining-rni-andaj

лар каби бугун замон талаб қилаётган соҳаларда натижага эришиб бўлмайди»[1].

Илм-фан, олий таълим ва туризм соҳаси интеграцияси иқтисодий муносабатларнинг хусусиятлари уни биринчи навбатда жамият манфаати нуқтаи назаридан талқин этилиши зарурлигини кўрсатиб туради. Иқтисодиётда ишлаб чиқариладиган товар ва хизматлар орасида жамият манфаати деб аталувчи айрим товар ва хизматлар тури мавжуд бўлиб, уларнинг ижтимоий аҳамияти ва уларда давлат мулкчилиги шакли юқорилиги нуқтаи назардан келиб чиққан ҳолда бозор уларни ишлаб чиқаришга жазм этмаган бўлар эди. Аксарият ҳолларда ижтимоий хизматлар ҳам хусусий, ҳам жамият манфаатларнинг белгиларига эга, яъни «аралаш» жамият манфаати ҳисобланади. Хусусан, илм-фан, олий таълим ва туризм соҳаси интеграцияси хизматлари ҳам улар қаторига киради. Бироқ, олий таълим муассасалари тўлиқлигича жамият манфаатини ифода этади, дейиш мумкин эмас. Фақат фундаментал тадқиқотлар ва умумтаълим фундаментал кадрлар тайёрлаш цикли соф жамият манфаати талабларига жавоб бера олади. Яна бир бошқа жиҳатдан олий таълимни хусусий манфаат сифатида кўриш мумкин, чунки уни олиш шахсни ўз-ўзини амалга ошириши унинг ижодий салоҳиятга боғлиқ ҳисобланади, касбий тадбиркорлик муваффақият кафолати билан хизмат қилади ва меҳнат бозори коньюнктураси тебранишларидан ижтимоий ҳимоя воситаси ҳисобланади. Шу нуқтаи назардан олганда, ҳозирги пайтда олий таълим хизматларининг иқтисодий табиатини ўрганиш чет эл ва мамлакат мутахассислари орасида устувор тадқиқот йўналиши ҳисобланади.

Илм-фан, олий таълим ва туризм соҳаси интеграцияси хизматлари тўғрисидаги фикр мулоҳазаларга тўхталар эканмиз, даставвал хизмат ва таълим тушунчаларига иқтисодчи олимлар томондан берилган таърифларга эътибор қаратсак.

Илм-фан, олий таълим ва туризм соҳаси интеграцияси таълим хизматларига истеъмол нуқтаи назардан бошқача томондан ёндашиш мақсадга мувофиқ. Чунки, таълим хизматлари ишчи кучига трансформация қилинса, бунда нафақат у таълим хизматларининг ялпи истеъмолига, балки ушбу хизматларни истеъмоли жараёнидаги шахсий меҳнатнинг сифати ва миқдорига, шахсий қобилиятларга, уни амалга ошириш ва бошқа субъектив омилларга ҳам боғлиқ. Шу боис, ушбу ёндашувдан келиб чиққан ҳолда, таълим хизматларидаги фарқларни ўқитувчи ва ўқувчи ўртасидаги ҳамкорликдаги маҳсулот ҳисобланган ялпи билим, малака ва кўникмаларда англаш мумкин. Бунда, ушбу махсулотни истеъмолчилари асосан таълим олувчилар бўлиб ҳисобланади.

Илм-фан, олий таълим ва туризм соҳаси интеграцияси хизматларининг хусусиятларини чуқурроқ таҳлил қиладиган бўлсак, кўпчилик илмий-тадқиқотчиларнинг фикрига кўра таълим хизматлари ҳисобланади. Шуни таъкидлаш жоизки, жамоатчилик манфаати(товари)га - бозор бера олмаган пул миқдорида ўлчаб бўлмайдиган жамият эҳтиёжларини қондиришга

[1] Мирзиёев Ш.М.Олий мажлисга Мурожаатнома. 2020 йил 29 декабрь январь. http://www.press-service.uz/uz/news/show/postanovleniya_prezidenta/o_merah_po_ukrepleniyu_materialno-tehnic

қаратилган иш ва хизматлар киради. Ўз ўрнида, жамоатчилик манфаати (товари)ни унинг қиймати ва уни амалга оширига бўлган маъсулиятни давлат ўз зиммасига олади.

Илм-фан, олий таълим ва туризм соҳаси интеграцияси хизматларини кўрсатиш учун ишлаб чиқилган дастурлар олий таълим муассасалари, яъни университетлар, академиялар ва институтлар томонидан яратилади ва амалга оширилади. Бунда, дастурлар аввалambор турли соҳа ва тармоқлар учун ақлий меҳнат қиладиган юқори малакали мутахассислар учун мўлжалланган бўлади. Шунингдек, олий таълим муассасасини тамомлагандан сўнг ҳам малакасини ошириш, илмий фаолият (докторантура, таянч докторантура ёки мустақил изланувилик институтлари орқали докторлик диссертациясини тайёрлаш, ҳимоя қилишда амалий ёрдам кўрсатиш) билан шуғулланиш кабилар ҳам олий таълим хизматларининг узвий давоми ҳисобланади.

Илм-фан, олий таълим ва туризм соҳаси интеграцияси олий таълим муассасалари ўз хизматларини кундузги, сиртқи ва кечки таълим олиш шаклларида таклиф этмоқдалар. Бироқ, юқоридагилардан фарқли равишда таълим хизматларини кўрсатишда ривожланган давлатлар олий таълим муассасалари тажрибасидаги масофавий таълим олиш шаклларини йўлга қўшиш мақсадга мувофиқ. Чунки, улар олий таълим муассасасига молиявий жиҳатдан жуда зарур бўлган қўшимча маблағ топишга имкон беради, шунингдек, масофавий таълим макон ва замонда иккита муҳим муаммони, яъни талабаларнинг шаҳарлараро кўчиб юриши, турар - жой масаласи ҳамда талабалар учун аудитория таъминотини ижобий ҳал этишга хизмат қилади.

Ш.Мавлонов – ҚарДУ магистранти

КОРХОНАЛАРДА МЕҲНАТ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ ОБЪЕКТИВ ЗАРУРИЯТИ ВА ИЖТИМОИЙ-ИҚТИСОДИЙ АҲАМИЯТИ

Аннотация: Корхоналари барқарор ривожланишини таъминлаш, маҳсулот ишлаб чиқаришга сарфланадиган меҳнат сарфини камайтириш, меҳнат сифати ва меҳнат самарадорлигини ошириш бўйича таклиф берилган.

Калит сўзлар: корхона, меҳнат, меҳнат самарадорлиги, меҳнат сарфи, ишлаб чиқариш, маҳсулот таннархи, меҳнат сифати

Аннотация: предлагается обеспечить устойчивое развитие предприятий, снизить трудозатраты на производство, повысить качество и производительность труда.

Ключевые слова: предприятие, труд, производительность труда, стоимость труда, производство, стоимость продукции, качество труда.

Abstract: It is proposed to ensure the sustainable development of enterprises, reduce labor costs for production, improve labor quality and labor efficiency.

Keywords: enterprise, labor, labor efficiency, labor cost, production, product cost, labor quality

Рақамли иқтисодиёт шароитида ишлаб чиқариш жараёнида меҳнат самарадорлигини ошириш ва унинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш борасидаги илмий изланишларга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Амалга оширилаётган иқтисодий ислоҳатлар таркибида корхоналарида меҳнат самарадорлигини баҳолаш тизимини такомиллаштириш, меҳнат таъсир кўрсатувчи омилларнинг таъсир кўламини аниқлаш, самарадорликни оширишнинг заҳира манбаларини кенгайтириш алоҳида аҳамият касб этмоқда.

Мамлакатимизда кейинги йилларда амалга оширилаётган ижтимоий-иқтисодий ислоҳотлардан кўзланган асосий мақсади инновацион тараққиётни жадаллаштириш, иқтисодий қудратимизни янада ошириш ва пировардида халқимиз фаровонлигини оширишга қаратилгандир. “...иқтисодиётни модернизация ва диверсификация қилиш, меҳнат унумдорлигини ошириш орқали юқори иқтисодий ўсишни таъминлаш” [1] муҳим вазифа сифатида белгиланган. Бу борада мавжуд заҳира ва имкониятлардан самарали фойдаланиш, инновацион технология ва замонавий ишлаб чиқариш қувватларини ишга тушириш ҳамда рақобатбардош иқтисодиётнинг муҳим таркиби бўлган меҳнат самарадорлигини ошириш мақсадга мувофиқ.

Мамлакатимизда барқарор иқтисодий ўсишни таъминлаш мақсадида иқтисодиётнинг рақамли ривожланиш тизимига ўтиш жараёни амалга оширилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев ўз маърузаларида мамлакатимиз иқтисодиётини янада ривожлантириш мақсадида амалга оширилиши лозим бўлган энг устувор вазифалар сифатида “…тараққиётга эришиш учун, рақамли билимлар ва замонавий ахборот технологияларини эгаллашимиз зарур ва шарт. …рақамли технологиялар нафақат маҳсулот ва хизматлар сифатини оширади, ортиқча харажатларни камайтиради” [2], “...иқтисодиётни модернизация ва диверсификация қилиш, меҳнат унумдорлигини ошириш орқали юқори иқтисодий ўсишни таъминлаш” [3] деб таъкидлаган. Дарҳақиқат, шу бугунги кун талабларига жавоб берадиган иқтисодиёт тармоқ маҳсулотлари ва хизматларини яратиш орқали мамлакатимизнинг иқтисодий рақобатдошлигини ошириш мумкинлиги, инновацияларни амалиётга жорий этилиши ишлаб чиқаришни ривожлантиришда ҳар доим катта аҳамият касб этган. Иқтисодиётнинг ҳозирги замонавий босқичида ривожланган мамлакатлар тараққиётига инновацион фаолият муҳим ўрин эгаллайди. Биргина, инновацион ахборот-коммуникация технологиялари саноатининг ривожланиб бориши натижасида жаҳон миқёсида яратилаётган жаҳон ялпи маҳсулотнинг қарийб 5,5 фоизи айнан шу соҳа ҳиссасига тўғри келмоқда. Мазкур кўрсаткич ривожланган мамлакатлар иқтисодиётида сезиларли салмоқга эга эканлигини кўришимиз

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. “Халқ сўзи” газетаси, 2018 йил 29 декабр, № 271 (7199).
[2] Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. “Халқ сўзи” газетаси, 2020 йил 25 январ, № 19 (7490).
[3] Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. “Халқ сўзи” газетаси, 2018 йил 29 декабр, № 271 (7199).

мумкин, масалан, Жанубий Кореяда 11,8 фоиздан зиёдни, Швецияда 7,0 фоизни, АҚШда эса 6,8 фоизни ташкил этади. Шуни қайд этиш лозимки, рақамли иқтисодиётда инновацияларнинг роли янада ошмоқда, улар иқтисодий ривожланишнинг асосий омилига айланди.

Рақамли иқтисодиётда инновацион фаолият корхоналарида ишлаб чиқариш муносабатлари, хўжалик юритиш механизми, шакллари ва меҳнатни ташкил этишнинг интелектуал (сунъий интелектуал) жараёнларида намоён бўлади. Шуни қайд этиш лозимки, мамлакатимизнинг инновацион ривожланиш стратегиясида "2030 йилга келиб Глобал инновацион индекс рейтинги бўйича жаҳоннинг 50 илғор мамлакати қаторига кириш"[1] ҳамда иқтисодиётимизда "рақамли иқтисодиёт улушини 30 фоизгача ошириш"[2] вазифаси белгиланган. Жамият тараққиётининг қонуниятларига кўра, ижтимоий-иқтисодий ривожланиш бир текисда давом этмасдан, балки қуйидан юқорига, оддийликдан мураккаблик томон юксалиш тамойилларига асосланади. Бу эса тараққиётнинг универсал қонуниятларидан бири ҳисобланади. Ҳар бир замон иқтисодиёти ўзининг сиёсий, ижтимоий, иқтисодий тузилмасига асосланади. Ҳозирги ривожланиш босқичи замонавий бошқарув ва инновацияга асосланган самарали рақамли иқтисодиётни барпо этишга асослангандир. Айнан мазкур икки жиҳат ҳар бир даврнинг иқтисодий ривожланишида ўзининг изини қолдиради ва ривожланиш даражасини белгилаб беради. Ушбу босқич иқтисодий трансформация жараёнларини вужудга келтириб, яъни ривожланишнинг бир босқичидан кейинги такомиллашган инновацияга асосланган рақамли босқичга ўтишига моддий ҳамда техник-технологик асос яратади. Шунингдек, иқтисодий трансформация натижасида сифат, техник-технологик жиҳатдан олдинги тизимга нисбатан инновацион рақамли иқтисодиёт вужудга келади.

Рақамли иқтисодиётда жамият неъматларини ишлаб чиқариш, тақсимлаш, айирбошлаш ва истеъмол қилиш жараёнига рақамли технологияларни қўллашга қаратилади. Жамият тараққиётидаги бундай ҳолат иқтисодиётнинг барча соҳаларида ахборот коммуникация технологияларини жорий этишни талаб этади, шу қатори саноат ишлаб чиқариш соҳасида инновацион технология ва сунъий интелектга эга бўлган технологияларни жорий этишни кўзлайди. Мамлакатимизда саноат ишлаб чиқаришнинг жадал ривожланиши натижасида ЯИМ таркибида саноатнинг улуши 2019 йилда 36,4 фоиздан зиёдни ташкил этди. Ҳолбуки, бу кўрсаткич 2016 йилда 25,6 фоиздан иборат эди. Ушбу таҳлил қилинаётган муддат давомида саноатнинг ЯИМдаги улуши 1,4 мартага ошган.

Ишлаб чиқариш корхоналари муваффақиятли ривожланишини таъминлаш масалаларини ҳал этишдаги стратегия ва тактикани ишлаб чиқишда ижтимоий-меҳнат муносабатларига амал қилган ҳолда меҳнат

[1] "2019 - 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида"ги 2018 йил 21 сентябрдаги ПФ-5544-сонли Фармон. (Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 22.09.2018 й., 06/18/5544/1951-сон).

[2] Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. "Халқ сўзи" газетаси, 2020 йил 25 январ, № 19 (7490).

самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш катта амалий аҳамият касб этади. Ижтимоий-меҳнат муносабатлари саноат корхоналарининг хусусиятидан келиб чиққан ҳолда ишчи-хизматчиларнинг имкониятларини кенгайтириш сифат жиҳатдан юқорироқ эҳтиёжларини қондириш, шахсни ривожлантириш ва ижодий салоҳиятини намоён қилиш имкониятини, хавфсиз ва қулай меҳнат шароитини яратишни кўзлайди. Бу эса корхоналарида муносиб меҳнат тамойилларини таъминлаш имконини беради. Корхоналарида муносиб меҳнатнинг амал қилиши нафақат ишчи-ходимларнинг меҳнат шароитларини яхшилашга балки уларда ўз меҳнатидан қониқиш ҳиссини туғдириш, меҳнат самарадорлигига эришиш, корхоналарнинг рақобатдошлигини ошириш, яъни иқтисодий ва ижтимоий самарадорлигига эришишига хизмат қилади.

Корхоналарида меҳнат самарадорлигини оширишни аниқлаш ижтимоий-иқтисодий категория сифатида кўп жиҳатлилиги муайян кўрсаткичлар тизимини талаб қилади. Бундан ташқари, ишлаб чиқариш даражасини ишлаб чиқариш миқёсларига (иқтисодиёт тармоқлари, соҳа, корхона, цех, участка, бригада) қараб меҳнат самарадорлигини аниқлашнинг турли даражалари эътиборга олиниши лозим. Бунинг устига, ҳатто бир даражанинг ўзида – айрим саноат корхона (цех, участка)лари даражасидаги – кўрсаткичлар тизимлари фарқланиши мумкин, чунки маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмлари турлича ҳисоблаб чиқилади, ходимлар таркиби (малака даражаси, иш тажрибаси, сони) тафовутли ва меҳнат сарфларини ҳисобга олишнинг ўз хусусиятлари бўлади. Агар саноатнинг ҳусусиятига назар ташлайдиган бўлсак, табиатда учрайдиган моддий бойликларни қазиб олиш ва қайта ишлаш, ишлаб чиқариш кучларининг асосий элементларидан фойдаланиш, фан-техника тараққиётини белгилашга, жонли меҳнатнинг самарадорлигини ошириш, қўшимча қиймат яратишга эгадир.

Корхоналарида меҳнат унумдорлиги меҳнат самарадорлигининг муҳим кўрсаткичидир, унинг натижаси меҳнат маҳсули тарзида (вақт ёки қиймат бирликларида) ифодаланади. Меҳнат самарадорлиги меҳнат унумдорлигидан фарқли ўлароқ, нафақат меҳнат натижасини балки меҳнат ҳажми ва унинг сифатини ҳам намоён этади. Меҳнат сифати деганда, икки маънони тушунмоқлик лозим. Тор маънода: маҳсулот сифатини, кенг маънода: ижтимоий фойдалилиги, меҳнат натижаларининг қўйилган талабларга жавоб беришини ифодалайди. Меҳнат самарадорлигининг яна бир муҳим жиҳати шуки, у ўз ўрнида меҳнат ресурсларидан фойдаланишдаги тежамкорликни, инсон меҳнат фаолиятининг сермеҳнатлигини ҳам ифодалайди.

М У Н Д А Р И Ж А :

I ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК МУАММОЛАРИ ВА УЛАРНИ ҲАЛ ҚИЛИШНИНГ СТРАТЕГИК ЙЎНАЛИШЛАРИ”		
Джульматова С.Р	Инвестиции в человеческий капитал как фактор экономического роста	4
Рўзметов Р.С., Камолов П., Сапарбоев З.Ю.	Ўсимликларни ҳимоя қилиш тизимида рақамли технологиялардан фойдаланиш	6
Муқумов З., Ғуломов Б.	Инновацион ва рақамли иқтисодиётнинг назарий ва услубий жиҳатлари ҳамда ривожланиш тенденциялари	9
Эгамов Р.М.	Қурилиш индустрияси корхоналарининг рақобатдошлигини оширишда инновацион ёндашув	15
Ибодов К.М.	Хизматлар соҳасида рақобат муҳитини ривожлантиришнинг меъёрий-ҳуқуқий асосларини такомиллаштириш	20
Абдурахмонов И.	Рақамли иқтисодиёт – ахборот жамиятининг ҳосиласидир	25
II ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА АҲОЛИ БАНДЛИГИ, ФАРОВОНЛИГИ, ЯШАШ СИФАТИ ВА ТУРМУШ ДАРАЖАСИНИ ОШИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Шадиева Г.М., Пардаева О.М.	Оила хўжалиги тадбиркорлигида ишонч тамойилининг ўрни	28
Мухитдинов Х.С Зохидов О.	Аҳолига пуллик-маиший хизмат кўрсатишни эконометрик моделлаштириш	32
Худоёров Л.Н.	Қарши шаҳрида меҳнат ресурсларининг тадбиркорликка мойиллик даражаси таҳлили	34
Каримжанова Р. Солиева Г.А.	Наманган вилоятида тиббиёт хизматларининг ривожланиши	38
Alibekova S.L. Orzuqulova Z.A.	Influence of the coronavirus pandemic on youth employment rate	41
Раҳмонов Ш.Т.	Оилаларда бола сонини камайтириб тартибга солишнинг иқтисодий ва ижтимоий аҳамияти	45
Олтаев Ш.С.	Мамлакатимизда инновацион салоҳиятининг аҳоли бандлигини таъминлашдаги роли	48
Шарифов Ш.С., Умрзоқова Д. Э., Иззатова Д.М.	Маиший хизмат кўрсатиш соҳасида ресурслар самарадорлигини ошириш йўллари	51
Ибрагимов М., Мардонов М.	Ўзбекистонда узумчилик соҳасини ривожлантиришнинг иқтисодий асослари	55

Norqulova D.Z., Usmonov B.Sh.	Axborot kommunikatsiya texnologiyalarini o‘rganish uzviyligini ta’minlash	58
Бобоқулов С.Б.	Пандемия шароитида коммунал хизматларни ташкил этиш йўллари	61
Шарипов С.Б.	Хизмат кўрсатиш корхоналарининг рақобатбардошлигига таъсир этувчи омиллар	64
Шарифов Ш.С., Мелиев Х.Т.	Маиший хизмат кўрсатиш соҳаларида меҳнат ресурслари бандлиги масалалари ва иш ўринлари яратишнинг асосий йўналишлари	66
Бегматова Ш.А., Нормуродов С.Н Ҳолиёрова Ш.Қ.	Замонавий рақобат шароитида инновацион салоҳият ва инновацион фаолликни ошириш йўналишлари	70
Худойқулов У.Ч	Самарқанд шаҳрида табиий газ етказиб бериш тартибини такомиллаштириш йўллари	75
Элчиев Ж.	Саноат корхоналарида меҳнат самарадорлигини оширишнинг мезон ва кўрсаткичлари	79
Sobirova M.R.	Oilaviy tadbirkorlik – iqtisodiy rivojlanish kaliti	81
Зоиров Ғ.	Меҳнат бозорини ривожлантириш орқали аҳолини иш билан бандлигини таъминлашнинг ижтимоий- иқтисодий аҳамияти	86
Абдусаидов А.А Ходжаев А., Мелибоев И.	Иш билан бандлик хизматининг инновацион ривожланиш йўналишлари	88
III ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ МЕХАНИЗМЛАРИ, РИВОЖЛАНТИРИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ”		
Xoliqulov A.N. Samatov O.N.	O‘zbekistonda sport turizmini rivojlantirish imko-niyatlari, muammolari va ularni hal etish istiqbollari	91
Мадияров Ғ.А., Сарибаева О.Б., Мадияров О.Ғ.	Фарғона водийсида туризмни барқарор ривожлантириш истиқболлари	93
Masharipova M.A	Turizm industriyasida raqamli iqtisodiyot	97
Халилов С.Ш.	Инновацион фаолиятни рағбатлантиришга қаратилган барқарор туризм концепциясининг бош мақсади ва асосий тамойиллари	100
Xoliqov N.A.	Raqamli iqtisodiyotning turizm sohasiga ta’siri	105
Xomidova M.Z.	Innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida O‘zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish muommolari va yechimlari	107
Khalliyeva N.R.	Innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm sohasi samaradorligini oshirish mexanizmlari va rivojlantirish istiqbollari	110
Abdushukurova M	Gastronomic tourism and the history of its origin	113

Хуснуддинова Д.	Понятие «гостиничная сеть» и сетевая организация гостиничного бизнеса	118
Jabborova Z.A.	Enabling and disabling factors for innovation in tourism in the context of the innovation and digital economy	123
Баратова Д.	Меҳмонхона хўжалигининг иқтисодий салоҳиятини ошириш йўллари	126
Baxromov Sh.A., Siddiqov A.A., Shukurov M.F.	Jahon turizm sektorida startaplar va ularning O‘zbekiston iqtisodiyotiga ta’siri	128
IV ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГНИ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Усманов И.А., Абдувахобов Ш.	Совершенствование функции планирования в строительных организациях	131
Xoliqulov A.N., Muxiddinov M.	O‘zbekistonda turistik segmentatsiyani amalga oshirishda marketing tadqiqotlari	134
Холмаматов Д.Ҳ	Инновацион иқтисодиёт шароитида улгуржи савдо фаолиятида маркетинг логистикасини ривожлантириш	138
Xoliqulov A.N., Tursunov O.T.	Tijorat bankining mehnat filialida marketing xizmati samaradorligini oshirish yo‘llari	141
Камолиддинов И.М.	Наманган вилоятида туризмни ривожланти-ришда бошқарув стратегиясини аҳамияти	144
Базаров З.М., Абдурайимов У. Мирзаахмадов Д.	Хизмат сифатини ошириш йўллари	146
Muxiddinov M. Xolmamatov D.H	Raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy tarmoqlarda marketing faoliyatini tashkil etishning ahamiyati	149
Очилова Ҳ.Н.	Олий таълимни бошқаришнинг ташкилий, иқтисодий ва психологик усулларидан фойдаланиш йўллари	152
Маматкулова Ш. Умурзакова И.А.	Инновацион шароитда маҳаллий корхоналарда маркетинг комплексини самарали ташкил этиш	158
Yahyoxonov N.B.	Xizmat ko‘rsatuvchi sub’ektlar faoliyatida mobil marketingdan foydalanishning o‘ziga xos xususiyatlari	162
Ahmedova A.T. Khotamkulova M.	Digitalization of economy and its impact on labour market	166
Yunusov X.A.	Internet marketingning strategik rivojlanish jihatlari – innovatsion marketingning tarkibiy qismi sifatida	170

Шадиева Л.А.	Савдо хизматларини такомиллаштириш орқали чакана савдо корхоналари рақобатбардошлигини ошириш йўллари	173
Rizanov H. G‘.	Bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik biznes faoliyatini rejalashtirish va boshqartish	177
V ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЎРНИ ВА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Эргашев Р.Х., Қобилов А. Э.	Қашқадарё вилоятида хорижий инвестициялардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш	180
Хайдаров З.Ш.	Тижорат банклари актив ва пассивларини бошқариш усуллари асосида такомиллаштириш	185
Равшанов А.Д., Шукурова Ш.	Тижорат банклари кредит портфелини самарали бошқариш йўллари	189
Турабоева К. У.	Рақамли иқтисодиётда банк инфратузилмасини ривожлантириш масалалари	192
Суюнов Ш.	Кичик бизнес корхоналарида маҳсулот рақобатбардошлигини таъминлаш	195
Равшанов А.Д., Шукурова Ш.О.	Ўзбекистонда банклараро рақобатни ривожлантириш истиқболлари	198
VI ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ, АУДИТ ВА СТАТИСТИКА ФАНЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Ибрагимов М.М.	Инновацион иқтисодиёт шароитида узумзорлар барпо этиш харажатлари ҳисоби	202
Қурбонов О.А.	Саноат корхоналарида инвестиция салоҳияти омилларини эконометрик баҳолаш	205
Эргашева Н.	Қишлоқ хўжалиги корхоналарида ҳисоб сиёсатини шакллантиришга таъсир этувчи омиллар	208
Beknazarov B.B.	Turistik mehmonxona majmualari hisob siyosatining o‘ziga xos xususiyatlari	210
VII ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ”		
Чилматова Д., Холиқбердиева Д.	Олий таълим муассасаларининг маҳаллаларда ўрта ёш қатлами билан бирга ишлашнинг долзарб масалалари	215

Маматкулова К.А.	Использование традиционных и нетрадиционных методов преподавания на уроках иностранного языка	218
Mamarizayeva F.Z Axmadova G.Q.	Raqobatbardosh kadrlarni tayyorlashda texnika instituti talabalariga ingliz tilini o‘qitishning o‘ziga xosliklari	222
VIII ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА УМУМИҚТИСОДИЙ ВА ИЖТИМОИЙ МУАММОЛАР”		
Алиева С.С., Жураев С.А.	Методы оценки платежеспособности предприятия	226
Jomonqulova F.E. Abdukarimov A.	Veb dasturlashning sohalarda qo‘llanilishi	231
Ҳакимов Ф.	Чорвачилик маҳсулотларини ишлаб чиқаришда кооперациянинг аҳамияти	233
Хасанов Б.	Илм-фан, олий таълим ва туризм соҳаси интеграциясининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти	235
Мавлонов Ш.	Корхоналарда меҳнат самарадорлигини оширишнинг объектив зарурияти ва ижтимоий-иқтисодий аҳамияти	241

ҚАЙДЛАР УЧУН

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" гаремтураси
Босма тобоғи 15,5 б.т.
Буюртма № ___, 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