ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.Р. ДЕРЖАВИНА

SamISI

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

халқаро илмий-амалий анжуман

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

(IV-қисм)

(2021 йил 19-20 феврал)

Самарқанд - 2021

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

Г.Р.ДЕРЖАВИН НОМИДАГИ ТАМБОВ ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

“Самарқанд иқтисодиёт илмий мактаби”

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

халқаро илмий-амалий анжуман

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

(IV 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 4)

(19-20 февраля 2021 г.)

ТАМБОВ – 2021

Хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш муаммолари. / Халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари (IV қисм). 2021 йил 19-20 февраль кунлари. Самарқанд, СамИСИ, 2021. – 250 бет.

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

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

Саҳифаловчи: Ҳилола Очилова

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

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

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

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2021

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

Ж.Р. Равшанов– Жиззах Политехника институти “Йўл мухандислиги”кафедраси ассистенти

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТИДА ТУТГАН ЎРНИ ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА РИВОЖЛАНИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада рақамли иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш сохасини ривожлантириш, шу сохада амалга оширилаётган ишлар аҳамияти, автомобиль ва транспорт инфратузилмасида сервиз хизматларини ривожлантириш, хизмат кўрсатиш сохасига замонавий ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш ҳисобига таркибий ўзгаришларни амалга ошириш хақида фикр юритилган.

Калит сўзлар: Хизмат кўрсатиш, йўл харитаси, диверсификация, ноишлабчиқариш, инновацион фаолият, дастурий таъминот.

Аннотация: в данной статье рассматриваются вопросы развития сферы услуг в условиях цифровой экономики, характер проводимых в этой сфере работ,развитие сервисных услуг в автомобильной и транспортной инфраструктуре, осуществление структурных преобразований с учетом внедрения современных информационно-коммуникационных технологий в сферу услуг.

Ключевые слова: сервис, дорожная карта, диверсификация, неразвитость, инновационный бизнес, программное обеспечение.

Abstract: In this article, the development of the service sector in the conditions of the digital economy,the nature of the work carried out in this sphere,the development of Service services in the automotive and transport infrastructure, the implementation of structural changes to the account of the introduction of modern information and communication technologies into the service sector are considered.

Keywords: service, roadmap, diversification, non-development, innovation business, software.

Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш Ўзбекистон иқтисодиётининг устувор йўналишларидан бири ҳисобланади. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги фармони билан 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиш бўйича ҳаракатлар стратегия қабул қилинди. Ушбу ҳужжат аслида жамиятнинг барча жабҳаларида тизимли ислоҳотлар учун “йўл харитаси”га айланди.Бугунги кунда сервис ва хизматлар соҳаси иқтисодиётнинг муҳим тармоқларидан бири ҳисобланади,айниқса биз йўлчи мухандислар учун хам бу соха ўзининг керакли даражада аҳамиятига эга.

Хизмат кўрсатиш соҳасини ҳар томонлама ривожлантириш иқтисодиётни барқарор ривожлантириш, аҳоли бандлигини таъминлаш ва аҳоли турмуш даражасини оширишнинг долзарб масаласидир.

Амалиётга кўра, ҳозирги кунда ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар иқтисодий ўсишга таъсир кўрсатиш учун хизматлар соҳасини жадал ривожлантиришни муҳим вазифа сифатида белгилаб олган. Хизмат кўрсатиш соҳаси аҳолининг барча қатламларини қамраб олади ва деярли барча ижтимоий-иқтисодий жараёнларга таъсир кўрсатади. Мустақиллик йилларида мамлакатимизда таркибий ўзгаришларни чуқурлаштириш ва иқтисодиётни диверсификация қилиш, аҳоли бандлиги, даромадлари ва турмуш даражасини оширишнинг энг муҳим омилларидан бири сифатида хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини жадал ривожлантириш бўйича тизимли ишлар олиб борилди. Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш шартларидан бири мамлакат иқтисодий салоҳияти ўсиши ва миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишдан иборат. Таҳлиллар шуни кўрсатмоқдаки, Ўзбекистонда хизмат соҳаси иқтисодиётнинг реал секторига нисбатан жадал суръатларда ривожланиб бормоқда. Бу жаҳон иқтисодиётидаги глобаллашув тенденцияларини ҳисобга олган ҳолда, миллий иқтисодиётда таркибий ўзгаришлар, ўз навбатида аҳоли фаровонлигини ошириш, шунингдек бозорни хизматлар соҳаси билан тўлдиришга ҳам боғлиқ.Жадал ўсишнинг асосий омиллари хизматлар соҳасида янги корхоналар ташкил қилиш ва бозор динамикаси ва айниқса ҳудуд кесимида аҳоли эҳтиёжларини таҳлил қилишдан келиб чиққан ҳолда мавжуд корхоналарни кенгайтириш ҳисобланади. Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиётини шакллантириш учун энг муҳим шартлардан бири ҳисобланади. Мамлакатимизда иқтисодий ўсиш ва бозор ислоҳотларининг самарадорлиги хизматлар соҳасини янада ривожлантириш, жамият тараққиётининг энг муҳим ижтимоий-иқтисодий вазифаларини ҳал қилишда унинг ролини ошириш билан узвий боғлиқлигини кўзда тутиш лозим.

Ўзбекистон Республикасида амалга оширилаётган ислоҳотларнинг ўзига хос жиҳатларидан бири унинг яхлитлиги, тизимли ёндашув бўлиб, бунда бир жараённинг таркибий қисми шахс, давлат ва жамият, узлуксиз таълим, илм-фан ва ишлаб чиқаришдан иборат.

Янги иш ўринларини яратиш, инвестицион, солиқ, пул-кредит сиёсатини такомиллаштириш, фан-техника сиёсатини такомиллаштириш ва янги ахборот коммуникация технологияларини қўллаш, кичик бизнесни ривожлантириш орқали барқарор иқтисодий ўсишни таъминлаш бозор хизматлари таркибида тармоқ таркибидаги ўзгаришларига ёрдам берди. Хизмат кўрсатиш соҳасининг алоҳида аҳамиятга эга бўлиши ва Ўзбекистонда ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиётини шакллантириш нуқтаи назаридан унинг ЯИМдаги улушини ошириш зарурати бир қатор шартлар билан белгиланади, жумладан:

- хизмат кўрсатиш соҳасининг кенгайиши ва ривожланиши барқарор иқти-

содий ўсиш ва миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишга ёрдам беради (айниқса, иқтисодиётнинг юқори технологияли тармоқларида хизматларнинг ўсиши).

Тақдим этилаётган хизматлар сифатини яхшилашга тўсқинлик қилувчи энг муҳим муаммо бозорда рақобатбардош муносабатларнинг етарли эмаслиги ва тарифларнинг ўсишини чеклаш ва янги ташкилий тузилмалар учун маъмурий тўсиқларни камайтиришдир. Хизмат кўрсатиш соҳаси мамлакат минтақалари иқтисодиётининг истиқболли соҳаларидан бири бўлиб, унинг ривожланиши аҳоли биринчи ўринда ноишлабчиқариш соҳасида бандликни ошириш, инсон капиталининг сифатини ошириш ва ишлаб чиқаришга замонавий технологияларни жорий этишга таъсир кўрсатади. Маълумки, товарларни сотиш, айниқса, юқори технологияли маҳсулотларни сотиш ва сотишдан кейинги хизмат кўрсатишда муҳим омил бўлиб хизмат қилади, бу соҳада турли хизматларни жорий этиш товарларни сотиш ҳажмига сезиларли таъсир кўрсатади. Таъкидлаш керакки, хизмат кўрсатиш соҳасида диверсификатция жараёнлари юз бериб, бунда турли хизматлар алоҳида корхоналар миқёсида бирлашади. Айрим ташкилот ёки корхоналар доирасида хизматлар соҳасини бирлаштириш тенденцияси улар самарадорлигини ва рақобатбардошлигини оширишга ёрдам беради, бунда транспорт хизматлари суғурта ва лизинг хизматлари, туризм ва бошқа хизматлар билан интеграциялашади. Шу билан бирга, хўжалик юритувчи субъектларнинг инновацион фаолияти замонавий бозор шароитида иқтисодиётни ривожлантиришга таъсир этувчи муҳим омил ҳисобланади.

Шундай қилиб, миллий иқтисодиётда хизмат кўрсатиш соҳасининг динамикаси асосий тенденциялари ҳисобга олинган ҳолда, уларни шакллантириш ва амалга оширишнинг асосий шарти асосий макроиқтисодий кўрсаткичлар динамикасида акс эттирилаётган мамлакат иқтисодиётининг барқарор ривожланиши зарурлиги эканлигини таъкидлаш лозим.

- дастурий таъминот маҳсулотларини сотиш, таълим бозорида хизматлар кўрсатиш, муҳандислик хизматларини тақдим этиш ва ҳоказо хизматлар учун янги бозорлар (жумладан,ташқи) юзага келади;
- хизмат кўрсатиш соҳасида хизмат кўрсатишдан сўнг (маиший техника бозорининг ривожланиши, иқтисодиётнинг турли соҳалари учун мураккаб техник маҳсулотлар ва ҳоказо), хизмат кўрсатишни жадаллаштириш давом этмоқда.Хулоса қилиб айтганда рақамли иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш сохаси юксак ривожланиш босқичини талаб этади.Бу эса ўз навбатида ушбу сохага бўлган талаб ва таклифни янада оширади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистонда ижтимоий ривожланиш ва турмуш даражаси. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси. – Т., 2017 52-б.Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил 26 февралдаги 55-сонли “2016-2020 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида” ги қарори.
2. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил 26 февралдаги 55-сонли “2016-2020 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш

дастури тўғрисида” ги қарори.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Пер. с англ; Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1993.
4. Ўзбекистон Республикаси Статистика қўмитасининг расмий вебсайти https://stat.uz/uploads/doklad/2018/yanvar-mart/uz/10.pdf
5. Казаков С.П. Тенденции развития сферы услуг в инновационной постиндустриальной экономике // Механизация строительства. 2012. № 6. с. 14-18.
6. “Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш. Мирзиёев 2018 йил 28 декабр куни Олий мажлисга Мурожаатномаси” 2018 йил 29 декабрь Халқ сўзи. 271-272

Н.Э. Эрназаров– СамИСИ, “Молия” кафедраси ассистенти

МАМЛАКАТИМИЗДА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИ ЖОРИЙ ЭТИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация. Мақолада мамлакатимизда рақамли иқтисодиётни жорий этилиши ва рақамли иқтисодиётни шакллантириш ва амалга оширишнинг муҳим жиҳатлари, рақамлаштириш бўйича қабул қилинган қонунчилик меёрлари ўрганилган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, рақамли технология, интернет тармоғи, рақамлаштириш, электрон ҳукумат, электрон савдо.

Аннотация: В статье исследуются важные аспекты внедрения цифровой экономики в нашей стране и становления и внедрения цифровой экономики, принятые законодательные нормы о цифровизации.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые технологии, Интернет, цифровизация, электронное правительство, электронная коммерция.

Abstract: The article examines important aspects of the implementation of the digital economy in our country and the formation and implementation of the digital economy, the adopted legislative norms on digitalization.

Keywords: digital economy, digital technologies, Internet, digitalization, e-government, e-commerce.

Бугунги кунда иқтисодий ривожланган дунё мамлакатлари каби Ўзбекистонда ҳам рақамли иқтисодиётга ўтиш жараёни босқичма-босқич амалга ошмоқда.

Кундалик иқтисодий ҳаётимизга ахборот технологияларини кириб бориши билан мамлакат ва аҳоли учун кўплаб имкониятлар яратилмоқда. Ҳукуматимиз томонидан ушбу йўналишда илгари сурилаётган сиёсат ҳам мавзунинг долзарблигини белгилайди. Рақамли технологияларга киритиладиган инвестициялар ҳажмини кейинги йилларда юқори суратларда ўстириш асосий устувор вазифа қилиб белгиланмоқда. Рақамли иқтисодиёт ўзида бир қанча иқтисодий стратегик йўналишларини акс эттиради. Булар: ахборот технологиялари, хизматлар соҳаси, саноат, қишлоқ хўжалиги, ижтимоий соҳа, янги фаолият турлари ва бошқалар шулар жумласига киради.

Рақамли иқтисодиёт ўзи нима, унинг қанақа афзаллик ва камчиликлари мавжуд ва айнан қайси соҳадаги муаммолар ечимида рақамли иқтисодиётнинг қайси жиҳатларига кўпроқ эътибор қаратиш лозим.

ХХ асрнинг охирида, интернет тармоғи жамият ҳаётининг турли соҳаларига кириб келиши билан “электрон ҳукумат”,“электрон савдо”, “рақамли иқтисодиёт” каби атамалар пайдо бўлди.

"Рақамли иқтисодиёт" атамаси амалиётга америкалик Массачусетц университети олими, дастурчи Николас Негропонте томонидан 1995-йилда киритилган[1]. Рақамли иқтисодиёт – бу иқтисодий, ижтимоий ва маданий алоқаларни рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда амалга ошириш тизими бўлиб, бунга аввалambор онлайн-хизматлар, масофавий таълим, электрон тўловлар, товар ва хизматларнинг интернет-савдоси мисол бўла олади.

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[2]. Бугунги кунда “рақамли” мамлакатлар ичида етакчилар бу Норвегия, Швеция ҳамда Швейцариядир. Бу борада топ-10 давлатлар қаторига АҚШ, Буюк Британия, Дания, Финляндия, Сингапур ва Жанубий Корея киради.

Мамлакатимизда иқтисодиётни рақамлаштириш бўйича бир қатор чоралар амалга ошириб келинмоқда. Замонавий ахборот технологияларини жадал ривожлантириш бўйича шароитлар яратиш, ахборот хавфсизлигини таъминлаш мақсадида амалий ишлар аллақачон бошлаб юборилган. Кейинги йилларда Ўзбекистонда рақамли технологиялар банк тизими, чакана савдо, транспорт, энергетика, таълим, соғлиқни сақлаш ва бошқа соҳаларда қўлланилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 19 февралдаги “Ахборот технологиялари ва коммуникациялари соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармони, 2018 йил 3 июлдаги “Ўзбекистон Республикасида рақамли иқтисодиётни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-3832 сонли қарорларини ҳам шу тадбирлар жумласига киритиш мумкин. Ушбу чора-тадбирлар натижасида электрон ҳужжат айланиши жорий этилди, электрон тўловлар ривожлантирилмоқда ва электрон тижорат соҳасида норматив-ҳуқуқий база такомиллаштирилмоқда. Шунингдек, 2018-йил 28-декабрдаги 2019-йил учун энг муҳим устувор вазифалар ҳақидаги Олий Мажлис Мурожатномасида ҳам, Шавкат Мирзиёев мамлакатимизда рақамли иқтисоднинг ривожланиши бўйича қуйдагиларни айтиб ўтди: "Иқтисодиётнинг барча соҳаларини рақамли технологиялар асосида янгиланишни кўзда тутадиган "Рақамли иқтисодиёт миллий концепцияси"ни ишлаб чиқиш зарурлигини таъкидлаб утдилар. Шу асосда

[1] https://uza.uz/uz/posts/ra-amli-i-tisodiyet-afzalliklari-10-02-2020

[2] Калужский М.Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход / М.Л. Калужский. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 402 с.

"Рақамли Ўзбекистон-2030" дастурини ҳаётга тадбиқ этишимиз керак. Рақамли иқтисодиёт ялпи ички маҳсулотни камида 30 % га ўстириш, коррупцияни кескин камайтириш имконини беради. Нуфузли ҳалқаро ташкилотлар ўтказган таҳлиллар ҳам буни исботламоқда. Шунинг учун ҳукуматга икки ой муддатда рақамли иқтисодиётга ўтиш бўйича "йўл харитаси"ни ишлаб чиқиш топширилади. Бу борада ахборот ҳавфсизлигини таъминлашга алоҳида эътибор қаратиш зарур".[1]

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5 октябрдаги «Рақамли Ўзбекистон — 2030» стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6079-сонли фармони қабул қилинди. Фармонга мувофиқ мамлакатимизда рақамли иқтисодиётни фаол ривожлантириш, барча тармоқлар ва соҳаларда, энг аввало, давлат бошқаруви, таълим, соғлиқни сақлаш ва қишлоқ хўжалигида замонавий ахборот-коммуникация технологияларини кенг жорий этиш бўйича комплекс чора-тадбирлар амалга оширилмоқда[2]. Бу шубҳасиз, иқтисодий секторни рақамлаштириш товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бўлган харажатларни камайтириш, маҳсулот сифатини яхшилаш, ҳажми ва рақобатбардошликни кескин ошириш ҳамда вақтни тежаш каби имкониятларни яратади.

Рақамли иқтисодиётни шакллантириш ва амалга оширишнинг муҳим жиҳати, биринчи навбатда, қуйидаги муаммоларни ҳал этишга йўналтирилган давлат минтақавий сиёсатини амалга ошириш ҳисобланади. Иқтисодиётнинг барча соҳаларини рақамлаштириш жаҳон ҳамжамиятига интеграциялашув, дунё бозорида ўз ўрнига эга бўлиш, иқтисодий равнақ топиш, аҳолига қулайликлар яратишнинг асосий шартидир.

Хулоса қилиб айтганда рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йўлини танлаган давлатларда ахборот технологиялари соҳасида ва умуман, электрон тижорат ҳамда ҳужжатлар айланмаси, экспорт, импорт соҳаларида янги йўналишларни очиб беради. Жамиятнинг “Рақамли технологиялар” томон бурилишига бутун жаҳон интернет тармоғи ва сифатли алоқанинг ривожланишига замин яратилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining "O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida" PQ-3832-son Qarori,2018-yil 3-iyul // www.lex.uz
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5 октябрдаги «Рақамли Ўзбекистон — 2030» стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6079-сонли Фармони
3. Калужский М.Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход / М.Л. Калужский. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 402 с.
4. https://uza.uz/uz/posts/ra-amli-i-tisodiyet-afzalliklari-10-02-2020

[1] O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" PQ-3832-son Qarori,2018-yil 3-iyul // www.lex.uz

[2] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5 октябрдаги «Рақамли Ўзбекистон — 2030» стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6079-сонли фармони

А.А.Исаджанов – Ўзбекистон халқаро ислом академияси доценти, и.ф.д.

ИННОВАЦИЯ, САНОАТ ВА ҚИЙМАТ ЯРАТИШНИНГ ГЛОБАЛ ЗАНЖИРЛАРИ

Аннотация: В статье рассматриваются особенности, факторы развития глобальных цепочек создания стоимости. Выделены региональные и отраслевые факторы развития глобальных цепочек создания стоимости. Обоснованы факторы включения страны в глобальных цепочек создания стоимости.

Калит сўзлар: Глобал қиймат занжирлари, инновациялар, саноат, хизмат кўрсатиш, тармоқ, янги технологиялар.жю

Аннотация: Мақолада глобал қиймат занжирларининг хусусиятлари, ривожланиш омиллари кўриб чиқилади. Глобал қиймат занжирларини ривожлантириш учун минтақавий ва саноат омиллари ажратилган. Мамлакатни глобал қиймат занжирларига киритиш омиллари оқланди.

Ключевые слова: глобальные цепочки создания стоимости, инновации, промышленность, услуги, отрасль, новые технологии.

Abstract: The article discusses the features and factors of the development of global value chains. Regional and sectoral factors of the development of global value chains are highlighted. The factors of the country's inclusion in the global value chains are justified.

Keywords: global value chains, innovation, industry, services, industry, new technologies.

Қиймат яратишнинг глобал занжирларини (ҚЯГЗ, global value chains – GVCs) шакллантириш инновацион-индустриал ривожланишнинг энг долзарб мавзуларидан бири ҳисобланади [1]. ҚЯГЗларнинг ривожланиши жаҳон иқтисодиёти ривожидаги фундаментал силжишлар товарлар ва хизматлар қийматини шакллантириш каби базавий жараёнга ҳам таъсир кўрсатди. ҚЯГС ларда ривожланган мамлакатларнинг ишлаб чиқариш корхоналари муҳим ўрин тутади. АҚШдаги замонавий ишлаб чиқариш саноати (Manufacturing) турли хил маҳсулотларни ишлаб чиқарадиган 330 мингдан ортиқ корхоналарни ўз ичига олади, уларнинг асосий қисми юқори технологияли, илм сиғими юқори бўлган маҳсулотларни ишлаб чиқарувчи соҳалардир[2].

Шимолий Америка, Ғарбий Европа ва Шарқий Осиёдаги асосан ривожланган мамлакатлар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатувчи ҚЯГЗларда устунлик қилишади, Африка, Марказий Осиё ва Лотин Америкаси асосан товарларга ва чекланган ишлаб чиқариш ҚЯГСларига йўналтирилган. Ҳиндистон ривожланган ишлаб чиқариш ва хизматлар тоифасига киради.

ҚЯГЗ ларда иштирок этишнинг тармоқ таркиби жуда хилма-хилдир.

[1] Зуев В.Н., Островская Е.Я., Дунева М.С. Включение национальных экономик в глобальные цепочки стоимости: изменение парадигмы организации внешнеэкономических связей. //Конкурентоспособная Россия. 2014. 2 (44). – С. 77-86. https://books.google.co.uz/books?id=MxHjAwAAQBAJ&pg=PA78&lpg=PA78&dq=%D0%93%D0%BB%D0%BE%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9+%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA+%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B9&source=bl&ots=vZpE-

[2] Варнавский В.Т. Глобальная конкурентоспособность обрабатывающей промышленности США.// Мировая экономика и международные отношения. 2015. Февраль № 2. С.35.

Бир неча саноат тармоқлари ўнлаб йиллар давомида ҚЯГЗ ларга катта ҳисса қўшди. Қисқа вақт давомида ҚЯГЗ нинг катта ресурсларни талаб қиладиган ва импорт қилинадиган (кимёвий моддалар, нефть, металлар, каучук ва пластмасса) манбаларида иштироки ошган бўлса-да, тўқимачилик ва терилар маълум даражада камайди.

Хизмат кўрсатиш соҳасида қурилиш ва транспорт фаолияти ўзини яхши кўрсатди. Юқори технология ишлаб чиқариш тармоқлари (электр ва оптик ускуналар, транспорт ускуналари ва машиналари каби) импорт манбаларидан фойдаланишни кўпайтириш орқали ҚЯГЗ ни кучайтирди.

Методологик жиҳатдан ҚЯГЗ ларни таҳлил қилишда бир қатор муаммолар В.Кондратьев томонидан эътироф этилган, шу жумладан, мавжуд статистик база сифатини ошириш доирасида унинг фикрича давлатлараро, тармоқлараро балансларни (Inter-Country Input-Output model, ICIO) қўллаш мақсадга мувофиқ бўлади[1]. Рўй бераётган ўзгаришлар бир қатор омилларга боғлиқ:

Биринчидан, глобаллашув тобора янги соҳаларни қамраб олмоқда ҳамда бутун дунёда ишлаб чиқариладиган товарлар ва хизматлар қийматини шакллантиришга таъсир кўрсатмоқда. Бу, бир тарафдан, илмий-техник жараён ривожи билан боғлиқ, унда қиймат шакллантириш жараёни анча кўп илмий изланишни талаб қила бошлади, иккинчи томонидан, инновациялар ривожи билан боғлиқ.

Иккинчидан, инновацияларнинг глобал бозорига йўналиш олиш ва бу бозордан энг янги технологияларни ўзлаштириш миллий такрор ишлаб чиқариш жараёнининг ажралмас қисмига айланди. Ҳозирги замон шароитида миллий иқтисодиётларнинг мустақил (автаркияга асосланган) ривожланиши жаҳонда миллий ишлаб чиқарувчиларнинг рақобатдаги мавқеи учун салбий оқибатларни келтириб чиқаради.

Учинчидан, глобаллашувнинг ривожланиши иқтисодий соҳада жаҳон такрор ишлаб чиқариш жараёнида миллий хўжаликлар иқтисодий ўзаро боғлиқлигининг сифат жиҳатидан юксакроқ савиясини таъминлади.

Жаҳон тажрибасидан келиб чиқиб, мамлакатнинг ишлаб чиқариш занжирларига жалб этилганлиги қуйидагиларга боғлиқлигини эътироф этиш мумкин:

- иқтисодиёт инновацион ривожланишининг технологик даражаси ва хусусиятига;

- ресурсларнинг борлигига ва иқтисодиёнинг ташқи омилларга боғлиқлик даражасига;

- мамлакатдаги бозор муносабатларининг етуклик даражасига ва унинг жаҳон иқтисодиётига қай даражада интеграциялашганлигига.

Жаҳон иқтисодиётининг муҳим сегментларида кўпчилик товарлар қийматти энди олдингидек бир мамлакатда эмас, балки ишлаб чиқариш жараёни нинг турли босқичларида бўлган икки ёки ундан кўп мамлакатларда

[1] Кондратьев В.Б. Мировая экономика как система глобальных цепочек стоимости. //Мировая экономик и международные отношения. 2015. Март. № 3. С. 5-17.

яратилади.

ҚЯГЗнинг реал кўлами ва аҳамиятини кўрсатувчи иккита омиллни келтириш мумкин.

Биринчидан, мавжуд баҳоларга кўра жаҳон саноати импортининг ярмидан ортиғи оралиқ товарларга (бирламчи хомашё, эҳтиёт қисмлар, компонентлар, яримфабрикатларга) тўғри келади ва жаҳон хизматлар импортининг 70 фоиздан ортиғи якуний хизматлар эмас, балки оралиқ (миллатлараро) хизматлар ҳисобланади. Ҳар қандай йирик иқтисодиёт экспорти таркибида импорт тобора кўпроқ улушга эга бўлиб бормоқда.

Иккинчидан, қиймат яратишнинг глобал занжирида (ҚЯГЗ) маҳсулот яратишда мамлакат иштироки босқичининг даражаси ва сифат параметрлари мамлакат иқтисодиётини халқаро меҳнат тақсимотининг глобал тизимига қўшиш самарадорлигини белгилаб берувчи асосий омил сифатида намоён бўлади.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, ҳозирги замон жаҳон хўжалигида ишлаб чиқариш ва инвестиция киритишни бошлаш ҳақидаги қарор ҳам, ишлаб чиқариш жараёни ҳам, шунингдек якуний маҳсулотни реализация қилиш ҳам тобора кўпроқ қиймат яратишнинг глобал занжири (ҚЯГЗ) тизимида ташкил этилмоқда.

Қиймат яратишнинг глобал занжири (ҚЯГЗ) – бу якуний истеъмол учун товар ишлаб чиқариш ва бозорга етказиб бериш мақсадида компаниялар мамлакат ичкарисида ва унинг ташқарисида олиб борадиган барча фаолият турларининг тўлиқ давридир. Бу давр товарни яратиш ва танитишнинг барча босқичларини, шу жумладан унинг дизайни, ишлаб чиқариш, маркетинг, логистика, рекламани назарда тутади. Улар айни бир компания томонидан бажарилиши ёки бир нечта фирма ўртасида тақсимланиши мумкин.

Мамлакатнинг қиймат занжирига қай даражада жалб этилганлиги, энг аввало, мамлакат якуний маҳсулот ишлаб чиқаришда иштирок этадиган босқич билан белгиланади. Ушбу давлат ҳудудида яратиладиган маҳсулотнинг қўшилган қиймати улуши қанча катта бўлса, у халқаро меҳнат тақсимотида иштирок этишдан шунча кўп фойда олади. Бу хулоса мамлакатнинг иқтисодий стратегияси учун тизимли аҳамиятга эга.

F.K.Mamadaliyev – O‘zbekiston Respublikasi Strategik tahlil va istiqbolni belgilash oliy maktabi tinglovchisi

RAQAMLI IQTISODIYOTDA XUFIYONA IQTISODIYOTNING O‘ZIGA XOS JIHATLARI

Annotatsiya: raqamli iqtisodiyot sharoitida xufiyona iqtisodiyotning o‘ziga xos jihatlari xalqaro tajribalar asosida o‘rganilgan. Boltiqbo‘yi davlatlari iqtisodiyotlaridagi xufiyona iqtisodiyotning ulushi haqida fikr yuritilgan. Shuningdek, xufiyona iqtisodiyotni baholashning xorijiy olimlar e’tirof etgan usullariga to‘xtalib o‘tilgan. Raqamli iqtisodiyot sharoitida xufiyona iqtisodiyotning xususiyatlari bo‘yicha ilmiy xulosalar shakllantirilgan.

Kalit so‘zlar: xufiyona iqtisodiyot, xufiyona iqtisodiyotni baholash, xufiyona iqtisodiyotni baholash usullari, xufiyona iqtisodiyot indeksi.

Аннотация: Специфика теневой экономики в условиях цифровой экономики изучена на основе международного опыта. Рассмотрена доля теневой экономики в экономиках стран Балтии. Также, были отмечены методы оценки теневой экономики, признанные зарубежными учеными. В условиях цифровой экономики были сделаны научные выводы о свойствах теневой экономики.

Ключевые слова: теневая экономика, оценка теневой экономики, методы оценки теневой экономики, индекс теневой экономики.

Abstract: The specifics of the shadow economy in the digital economy have been studied on the basis of international experience. The share of the shadow economy in the economies of the Baltic countries is considered. It also studies methods used by foreign scholars to assess the shadow economy. Scientific conclusions have been formed about the characteristics of the shadow economy in the digital economy.

Keywords: shadow economy, shadow economy valuation, shadow economy valuation methods, shadow economy index.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida barcha mamlakatlar o‘zlarining iqtisodiy ko‘rsatkichlarini yaxshilash orqali iqtisodiyotni rivojlantirishni o‘z oldiga maqsad qilib qo‘ygan. Ushbu maqsadga erishishda bugungi kunda tobora keng tadqiq etilayotgan xufiyona iqtisodiyotning ta’sirini ham alohida ta’kidlab o‘tish lozim. Xufiyona iqtisodiyot bilan bog‘liq faoliyatlar soliqlarni to‘lashdan qochish, hukumat byurokratiyasidan qochish, noqonuniy va jinoiy iqtisodiy faoliyatga olib kelishi mumkin bo‘lgan zaif qonun ustuvorligi kabi omillar natijasida yuzaga kelishi mumkin. Bundan kelib chiqadiki, tegishli iqtisodiy siyosat va iqtisodiy rivojlanish rejalarini ishlab chiqish uchun iqtisodiy tartibga soluvchi organlar iqtisodiyotning turli sektorlarini, shuningdek, xufiyona iqtisodiyotni ham o‘z ichiga olgan makro darajadagi iqtisodiy faoliyat to‘g‘risida to‘liq ma'lumotlar va aniq tushunchalarga ega bo‘lishi kerak. Bu esa raqamli iqtisodiyot sharoitida xufiyona iqtisodiyotni o‘rganishning dolzarbligini aks ettiradi.

Xorijiy mamlakatlar tajribasini o‘rganishda Boltiqbo‘yi mamlakatlari uchun 2009-2019-yillar uchun xufiyona iqtisodiyot indeksi natijalariga to‘xtalib o‘tsak, 2019-yilda Latviyada xufiyona iqtisodiyot 0,3 foizga kamayganligini va hozirgi vaqtda milliy yalpi ichki mahsulotning 23,9 foizini tashkil etayotganligini ta’kidlash lozim. 2019-yilda xufiyona iqtisodiyot hajmi qo‘shni mamlakatlarda ham (Litvada 0,5%ga va Estoniyada 2,4%ga) kamaygan hamda ko‘rsatkichlar Litvada YaIMning 22,0%ini va Estoniyada 18,2%ini tashkil etgan (1-jadval).

2019-yilda Latviyada xufiyona iqtisodiyotning eng muhim tarkibiy qismi hali ham “konvert” ish haqi bo‘lib, bu Latviyadagi umumiy xufiyona iqtisodiyotning 44,1 foizini tashkil etadi. 2019-yilda davlat tomonidan tadbirkorlar tomonidan yashirilgan ish haqining o‘rtacha ulushi Litvada 11,5% va Estoniyada 14,1%ni tashkil etgan[1].

Bugungi kunda xufiyona iqtisodiyot bo‘yicha hisob-kitoblarni amalga

[1] www.sseriga.edu – Rigadagi Stokgolm iqtisodiyot maktabining rasmiy veb-sayti (SSE Riga); https://www.sseriga.edu/shadow-economy-index-baltic-countries

1-jadval

Boltiqbo‘yi mamlakatlari uchun 2009-2019-yillarda xufiyona iqtisodiyot indeksi (YaIMga nisbatan foizda)[1]

№	Yillar	Latviya	Litva	Estoniya
1.	2009	36.6	17.7	20.2
2.	2010	38.1	18.8	19.4
3.	2011	30.2	17.1	18.9
4.	2012	21.1	18.2	19.2
5.	2013	23.8	15.3	15.7
6.	2014	23.5	12.5	13.2
7.	2015	21.3	15.0	14.9
8.	2016	20.7	16.5	15.4
9.	2017	22.0	18.2	18.2
10.	2018	24.2	18.7	16.7
11.	2019	23.9	18.2	14.3

oshirish uchun bir qancha usullari mavjud. Xususan, qonuniy biznes faoliyatini amalga oshirish uchun talab qilingan darajadan yuqori bo‘lgan valyuta miqdoriga e’tibor qaratish bu xufiyona iqtisodiyotni baholashning monetar yo‘llari hisoblanadi. Yana bir yondashuv MIMIC (Multiple Indicators, Multiple Causes Models) hisoblanadi. Ushbu usul ko‘pincha kuzatilmaydigan yoki yashirin o‘zgaruvchining natijalarga ta'sirini o‘rganish uchun ishlatiladi. Rivojlangan mamlakatlarda xufiyona iqtisodiyot ko‘rsatkichi yalpi milliy mahsulot (YaMM)ning 10-15 foizigacha, rivojlanayotgan mamlakatlarda esa 30-40 foizni tashkil etadi. Bu siyosatchilar uchun jiddiy muammolarni keltirib chiqarishi mumkin, chunki bu investitsiya jarayoniga salbiy ta'sir qiladi, daromadlar tengsizligini oshiradi va iqtisodiy o‘sishga salbiy ta'sir qiladi[2].

Raqamli iqtisodiyot sharoitida xufiyona iqtisodiyotning yuzaga kelishiga ta’sir etuvchi bir qancha omillar mavjud. Xususan, yuqori soliqlar, yuqori ijtimoiy sug‘urta badallari va qattiq tartibga solish bu xufiyona iqtisodiyot yuzaga kelishidagi asosiy omillardan hisoblanadi. Shuningdek, ochiq iqtisodiyotda ishlatilmaydigan resurslar xufiyona iqtisodiyotda tovar va xizmatlarning umumiy ta'minotini oshirish uchun ishlatilishi xufiyona iqtisodiyotning rivojlanishiga turtki beradi. Hukumatlar davlat institutlarini takomillashtirish orqali firmalarning xufiyona iqtisodiyotdan chiqib ketishini rag‘batlantirishi mumkin (1-rasm).

Xufiyona iqtisodiyotni baholashning bir qancha usullari mavjud bo‘lib, iqtisodchi olim Fridrix Shnayder tomonidan xufiyona iqtisodiyotni baholashning

[1] www.sseriga.edu – Rigadagi Stokgolm iqtisodiyot maktabining rasmiy veb-sayti (SSE Riga); https://www.sseriga.edu/shadow-economy-index-baltic-countries

[2] Massomeh Hajilee, Farhang Niroomand. Is there an asymmetric link between the shadow economy and the financial depth of emerging market economies? // The Journal of Economic Asymmetries. Volume 23, June 2021. – P.14; https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1703494920300402

Yuqori soliqlar va ijtimoiy sug'urta badallari va og'ir tartibga solish - bu xufiyona iqtisodiyot yuzaga kelishidagi asosiy omildir.

Ochiq iqtisodiyotda ishlatilmaydigan resurslar xufiyona iqtisodiyotda tovar va xizmatlarning umumiy ta'minotini oshirish uchun ishlatilishi mumkin.

Xufiyona iqtisodiyotda ishchi kuchi bilan qanday munosabatda bo'lish to'g'risida fikrlar bir-biridan farq qiladi.

Hukumatlar davlat institutlarini takomillashtirish orqali firmalarning xufiyona iqtisodiyotdan chiqib ketishini rag'batlantirishi mumkin.

Hukumat qarorlarini qabul qilishda xalqning faol ishtirokini rivojlantirish, to'g'ridan-to'g'ri demokratiya elementlarini kengaytirish va korrupsiyani yo'q qilish ham yashirin iqtisodiyotni kamaytirishi mumkin.

Xufiyona iqtisodiyot davlat institutlarining faoliyatini izdan chiqarishi mumkin, bu esa ko'proq jinoyatchilikka va institutlarni kamroq qo'llab-quvvatlashga olib keladi, natijada iqtisodiy va siyosiy rivojlanishga tahdid soladi.

Jarimalar va qattiq nazorat qilish orqali yashirin iqtisodiyotni kamaytirishga urinish qimmatga tushadi va samarali yo'l emas.

1-rasm. Xufiyona iqtisodiyotning asosiy jihatlari[1]

quyidagi 3 usuli ilgari suriladi[2]:

1. Mikro darajadan foydalanish orqali xufiyona iqtisodiyot hajmini prognoz qilishda qo‘llaniladigan bevosita jarayonlardir. Ko‘pincha bu usul so‘rovnomalar va milliy hisob-kitoblardagi farqlarni hisoblash yo‘li bilan amalga oshiriladi.

2. Vaqt o‘tishi bilan xufiyona iqtisodiyotning rivojlanishiga ta'sir qiluvchi makroiqtisodiy ko‘rsatkichlardan foydalanadigan bilvosita jarayonlardir (masalan, valyutaga bo‘lgan talab yondashuvi).

3. Kuzatilmaydigan yoki yashirin o‘zgaruvchi sifatida xufiyona iqtisodiyotni baholash uchun statistik vositalardan foydalanadigan statistik modellarni o‘z ichiga oladi (MIMIC (Multiple Indicators, Multiple Causes Models) usuli).

Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda xufiyona iqtisodiyot rivojlanishining oldini olishda bir qancha jihatlarga e’tibor qaratish lozim. Xususan, xufiyona iqtisodiyot hajmini aniqlash va baholash bo‘yicha mexanizm ishlab chiqilishi zarur. Shuningdek, xufiyona iqtisodiyotga qarshi kurashishda tartibga soluvchi organlarini takomillashtirish va ularning faoliyat samaradorligini oshirish lozim. Qolaversa, hukumat qarorlarini ishlab chiqishda jamiyatning faol isgtirokini ta’minlash ham ushbu masalani ijobiy tomonga hal qilish imkonini berishi mumkin.

[1] Dominik H.Enste. The shadow economy in industrial countries. // IZA World of Labor; https://wol.iza.org/articles/shadow-economy-in-industrial-countries/long

[2] Friedrich Schnieder. Shadow economies around the world with latest results (2019) for |Romania and her neighboring countries: What did we learn over last 20 yeras? // September 2019. https://www.bnr.ro/DocumentInformation.aspx?idDocument=32552&directLink=1

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

Жунайдилло Файзиев – СамИСИ доценти,
Фазлиддин Хамраев – СамИСИ магистранти,
Асқар Туйғунов – СамВМИ магистранти

РЕСТОРАН БИЗНЕСИДАГИ АМАЛИЙ ИННОВАЦИОН ТЕХНОЛОГИЯЛАР

Аннотация: ишда пазандалик маҳсулотларини ишлаб чиқариш учун чет эл амалиётида энг кенг тарқалган инновацион технологиялар хусусиятлари тавсифланган, инновацион технологиялар концепциясини танлаш омиллари, улар ёрдамида ишлаб чиқаришни ташкил этиш принципиал схемалари таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: инновацион технология, инновацион технологик жихозлар, таомлар, термопорт, длительная тепловая обработка, интенсивное охлаждение, интенсивное замораживание, термостатирование, микроволновая обработка, обработка под высоким давлением.

Аннотация. В работе охарактеризованы особенности широко распространенных инновационных технологий в зарубежной практике, анализированы факторы выбора концепций инновационных технологий и принципиальные схемы организации производства с их использованием.

Ключевые слова: инновационная технология, инновационное технологическое оборудование, блюда, термопорт, длительная тепловая обработка, интенсивное охлаждение, интенсивное замораживание, термостатирование, микроволновая обработка, обработка под высоким давлением.

Abstract. The paper characterizes the features of widespread innovative technologies in foreign practice, analyzes the factors of choosing the concepts of innovative technologies and schematic diagrams of organizing production with their use.

Keywords: innovative technology, innovative technological equipment, dishes, thermal port, prolonged heat treatment, intensive cooling, intense freezing, thermostating, microwave treatment, high pressure treatment.

Замонавий хизмат кўрсатиш технологиялари тадбиқ этиладиган хизмат сохаси тармоқларидан бири ресторан бизнеси хисобланади. Ресторан бизнесини ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари жамиятдаги ўзгаришлар, хусусан одамларни хаёт даражасини яхшилашга боғликдир. Мехмонларга хизмат кўрсатишда юқори даражага эришган ресторан нафақат даромадлар олади, шу билан бир қаторда овқатланиш хизматлари бозорида ўзини рақобат холатини яхшилайди.

Хозирда ресторан бизнесида даромадни ошириш бўйича фаолиятнинг асосий инновацион йўналишлари сифатида қуйидагилар эътироф этилган:

- берилган кимёвий таркиб ва структура механикавий хусусиятларга эга бўлган маҳсулотни яратиш учун анъанавий ва янги озиқавий хом ашё кўринишларидан фойдаланиш;

- технологик жараёнларни такомиллаштириш, пазандачилик ва қандолат маҳсулотлари сифати ва хавфсизлигини оширишга қаратилган инновацион технологик жихозларни ишга тушириш;

- умумий овқатланиш маҳсулотларини сақлаш ва яроғлилик муддатларини узайтириш инновацион технологияларини тадбиқ этиш;

- истеъмолчиларни овқатланиш корхоналарига жалб қилишни ва маҳсулотни реализация қилиш ва истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш жараёнларини ташкил этишда инновацион технологиялардан, жумладан сотув ва реклама, ҳисобга олиш ва назорат қилишни электрон тизимлари ва бошқаларни ташкил этишда информацион технологиялардан фойдаланиш.

Ушбу инновацион йўналишлар доирасида, хусусан, инновацион технологик жихозларни кенг тадбиқ этилиши уларни асосий устунлиги ҳисобланган пазандалик маҳсулотлари ишлаб чиқариш тўлиқ технологик жараёни давомида ҳарорат ва вақтли параметрларни дастурлаш ва қаттиқ назоратини амалга ошириш каби имкониятини рўёбга чиқаради. Бундай баъзи инновацион жихоз кўринишларини технологик занжирга комплектация қилиниши уни фойдаланиш самарадорлигини оширади ва овқатланиш индустриясига инновацион технологияларни тадбиқ этилишига кўмаклашади.

Мазкур ишда пазандалик маҳсулотларини ишлаб чиқариш учун инновацион технологиялар концепциясини танлаш омиллари, улар ёрдамида ишлаб чиқаришни ташкил этиш принципиал схемалари ва чет эл амалиётида энг кенг тарқалган инновацион технологиялар хусусиятлари таҳлил қилинади.

Пазандалик маҳсулотларини ишлаб чиқаришда инновацион технологиялар концепциясини танлаш қуйидаги омиллар билан белгиланади:

- хизмат кўрсатиладиган контингент (болалар ва ўсмирлар овқатланишини ташкил қилиш катта ёшдаги аҳолига нисбатан янада қаттиқ чанитария-гигиеник талаблар билан регламентация қилинади);

- овқатланиш режими;

- ишлаб чиқарилаётган тайёр пазандалик маҳсулотларини ҳажми;

- реализация жойларини базавий корхонадан худудий жойлашуви (логистика);

- овқатланиш корхоналарининг тайёрлов, якуний тайёрлаш ва тарқатиш бўлимларини моддий-техник жихозланиши ва бошқалар.

Санаб ўтилган омиллардан боғлиқ ҳолда ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг қуйидаги принципиал схемалари бўлиши мумкин:

- корхона тайёрланган таомларни жойида реализация қилади ва (ёки) иссиқ ҳолда термопортларда, тайёр маҳсулот хавфсизлиги ва стабил сифатини таъминлаш учун максимал яқин жойлашган реализация жойларига транспортировка қилади;

- тайёр таомларни бир қисми қадоқланади, интенсив совутилади, анча узоқ жойлашган филиалларга транспортировка қилинади ва у ерда таом

иситилади;

- тайёр таомларни бир қисми музлатилади ва узоқ муддат сақлаш учун паст ҳароратли шкафларга ёки омборхона камераларига жўнатилади ва х.к.

Чет эл амалиётида, кўпинча, санаб ўтиладиган инновацион технологиялар қатори ичидан энг кенг тарқалганларини келтирамиз:

-SousVide – вакуум ёрдамида олдиндан қадоқланган маҳсулотларни паст ҳароратларда (65-95 ^{0}C) узоқ муддатли иссиқлик ишлов беришдан ўтказиш;

-Cook&Chill - C&C – тайёр маҳсулотлар ва пазандалик маҳсулотларини интенсив совутиш;

-CapKold – (инглизчадан Control Atmosphere Packaging Kept Cold – назорат қилинадиган атмосфера ўрамида совутиш). Ушбу технология C&C технологиясига асосланган бўлиб яроғлилик муддати 45 сутка бўлган катта хажмдаги пазандалик маҳсулотларини саноат миқёсида ишлаб чиқариш учун мўлжалланган;

-Cook&Freeze - C&F – тайёр маҳсулотни интенсив музлатиш;

-Cook&Hold - C&H – тайёр маҳсулотларни реализацияга қадар узатиш ҳарорати 65-85 ^{0}C да термостатлаш;

-LLFF – Long Life Fresh Food – “янги тайёрланган овқатни узайтирилган яроғлилик муддатлари”; бунда ўраш ва иссиқлик ишлов беришни турли усуллари қўлланилади, сўнгра эса тайёр маҳсулотни интенсив совутилиши амалга оширилади;

-ESL – Extended Shelf Life – “узайтирилган сақлаш муддати”, овқатланиш маҳсулотлари турли таркибдаги инерт газлар аралашмасидан иборат муҳитда ўралади ва иссиқлик ишлов беришдан ўтказилади;

-Freeze&Chill – музлатиш ва сўнгра паст мусбат ҳароратларгача муздан тушириш;

-MicVac, MicroPast – микротўлқинли ишлов бериш;

-High Pressure Processing–(HPP) – юқори босим остида ишлов бериш ва бошқалар.

Инновацион технологиялар турли туман бўлишига қарамасдан кўпгина умумийликга эга ва қуйидаги асосий технологик жараёнлардан иборат бўлади: хом ашёни тайёрлаш ва унга гидромеханик ишлов бериш, яримфабрикатларни тайёрлаш, ўраш ёки қадоқлаш, яримфабрикатларга иссиқлик ишлов бериш, совуқлик билан ишлов бериш, совутилган ҳолда сақлаш, махсус контейнерлар ёки изотермик транспортда транспортировка қилиш, иситиш, тарқатиш.

Инновацион технологиялар таркибида пазандалик ишлов беришнинг асосий технологик усулларига қуйидагилар тегишли: паст ҳароратли иссиқлик ишлов бериш, вакуумлаш, газ модификацияланган муҳитга ўраш, нтенсив совутиш ва музлатиш, микротўлқинли ишлов бериш, юқори босим билан таъсир қилиш ва х.к.

Шундай қилиб чет эл амалиётида пазандалик маҳсулотларини ишлаб чиқариш учун ўзига ҳос хусусиятларга эга бўлган бир қатор инновацион технологиялар кенг тарқалган бўлиб улар ёрдамида ишлаб чиқаришни турли

принципиал схемалар бўйича ташкил этиш мумкин. Овқатланиш индустриясида инновацион технологияларни кенг тадбиқ этилиши қуйидаги имкониятларни таъминлайди:

- пазандалик маҳсулотларининг сифати ва ҳавфсизлиги таъминланади;
- пазандалик маҳсулотларини яроғлилик муддатларини узайтириш ва шунга боғлиқ ҳолда узоқда жойлашган реализация жойларини қамраб олиш ҳисобида реализация қилинаётган маҳсулот хажми оширилади;
- хом ашё ва яримфабрикатларга иссиқлик ишлов беришнинг эгилувчан технологик жадвали ташкил қилинади;
- жихозлар юкламаси ва ошпазлар бандлиги бир текис тақсимланади, шунингдек ишлаб чиқаришдаги энергия истеъмоли сезиларли пасайтирилади.

Таклиф сифатида шуни таъкидлаш мумкинки, пазандалик маҳсулотларини ишлаб чиқаришга қаратилган ушбу инновацион технологияларни Ўзбекистон Республикаси Инновацион ривожланиш вазирлиги қошидаги Инновацион ривожланиш ва новаторлик ғояларини қўллаб-қувватлаш жамғармаси маблағлари ҳисобидан трансфер қилиниши ва қўлланилиши, шубҳасиз, республикамиздаги ресторан бизнесини янги ривожланиш даражасини таъминлайди.

М.Т.Мавлянов – Самарқанд ВМИ катта ўқитувчиси, ТДИУ мустақил изланувчиси,
Х.Урдушев – Самарқанд ВМИ кафедра мудири, и.ф.н., доцент

ЧОРВАЧИЛИК КЛАСТЕРЛАРИДА “АҚЛЛИ ЧОРВАЧИЛИК” ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИ ҚЎЛЛАШНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация. Мақолада Ўзбекистонда - чорвачилик кластерларини шакллантириш жараёнлари, шунингдек чорвачилик кластерларини рақамли технологияларни қўллаш асосида ривожлантириш ва такомиллаштириш масалалари ўрганилган.

Калит сўзлар: иқтисодиёт, ривожланиш, чорвачилик, кластерлар, кластерлаштириш, инновациялар, рақамли технологиялар, «Ақлли чорвачилик» технологиялари.

Аннотация. В статье рассматривается процессы формирования животноводческих кластеров в Узбекистане, а также развитие и совершенствование животноводческих кластеров на основе цифровых технологий.

Ключевые слова: экономика, развитие, животноводство, кластеры, кластеризация, инновации, цифровые технологии, технологии “Умного животноводства”.

Abstract. The article examines the processes of formation of livestock clusters in Uzbekistan, as well as the development and improvement of livestock clusters based on digital technologies

Keywords: economy, development, animal husbandry, clusters, clusterization, innovations, digital technologies, technologies of "smart animal husbandry".

Дунёнинг тараққий этган мамлакатларда бўлгани сингари кейинги йилларда Ўзбекистонда ҳам кластерлаштириш амалий фаолият соҳаси сифатида ривожланмоқда. Мамлакатимизнинг турли минтақаларида кўплаб кластерларнинг “пахта-тўқимачилик”, “мева-сабзавотчилик”, “ғаллачилик”, “шоличилик”, “чорвачилик”, “пиллачилик” лойиҳалари амалиётга жорий этилмоқда.

Бугунги кунда мамлакатимизда “... қорамолчилик йўналишида 34 та, паррандачилик бўйича 10 та, балиқчилик тармоғида 36 та, асаларичилик йўналишида 15 та фермер хўжалигида кластер усулида маҳсулот етиштириш йўлга қўйилди. Шу билан бирга, кейинги икки йилда республикада пиллачилик соҳасида 62 та кластер ишга туширилиб, улар томонидан 600 миллиард сўмга яқин маҳсулот ишлаб чиқарилди” [1].

Миллий иқтисодиётнинг инновацион ривожланиши учун бозор иқтисодиётининг истиқболли йўналиши сифатида амалиётга, хусусан, қишлоқ хўжалиги тармоқларига кластер моделининг механизмлари, хўжалик юритиш ва бошқарувларини жорий этиш фан, таълим ва ишлаб чиқаришнинг интеграциялашувини таъминлашга асос бўлади.

Ўзбекистон Республикасининг доимий аҳолиси сони 2020 йилнинг 1 январь ҳолатида 33 млн 905,8 минг кишини ташкил этиб, 2019 йилга нисбатан 650,3 минг кишига ёки 2,0 фоизга ўсган бўлса, бу кўрсаткичлар 2021-йилнинг 1-январ ҳолатига кўра, мос равишда 34 млн 558,9 минг, 653,1 минг ва 1,9 фоизни ташкил этган. Дунё бўйича аҳоли сонини ошиб бориши қишлоқ хўжалигида ишлаб чиқаришини кўпайтириш вазифасини қўймоқда. БМТнинг прогнозларига кўра, 2025 йилга келиб, ҳозирги кунга нисбатан 70 фоиздан кўпроқ озиқ- овқат маҳсулотларини ишлаб чиқариш керак бўлади. Табиийки озиқ-овқат маҳсулотларининг муҳим қисмини чорвачилик маҳсулотлари (гўшт, сут маҳсулотлари ва бошқалар) ташкил этади. Қишлоқ хўжалиги ва чорвачилик маҳсулотларига бўлган талабнинг ўсиши, бир қатор янги муаммолар ва соҳада меҳнат унумдорлигига нисбатан принципиал янги талабларни юзага келтиради. Дунё иқтисодиёти иқтисодиётнинг рақамли трансформациялашув даврига кириб бормоқда. Экспертларнинг прогнозларига кўра, 2020 йилга келиб, глобал иқтисодиётнинг 25% уларнинг самарали ишлашига имкон берадиган рақамлаштириш технологияларини жорий этишга ўтади. Ривожланган мамлакатлар саноатлаштиришни якунлаган ҳолда, сунъий интеллект, автоматлаштириш ва рақамли платформалар устунлик қиладиган инновацион технологияларни жадал ривожлантирмоқда. Илмий ва технологик ишланмаларга дунё миқёсидаги харажатлар тахминан 2 триллион АҚШ долларини ва йиллик ўсиш суръати ўртача 4 фоизни ташкил этади [2].

Истиқболда Ўзбекистон иқтисодиётини рақамлаштириш технологиялари асосида модернизация қилиш учун Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Рақамли Ўзбекистон - 2030” стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида” 2020 йил 5 октябрдаги ПФ-6079-сон фармони, “Рақамли иқтисодиёт ва электрон

ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида” 2020 йил 28 апрелдаги ПҚ-4699-сон қарори, шунингдек, “Ўзбекистон Республикаси агросаноат мажмуи ва қишлоқ хўжалигида рақамлаштириш тизимини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2020 йил 17 декабрдаги 794-сон қарори билан “Ақлли қишлоқ хўжалиги” технологияларини ривожлантириш Стратегияси қабул қилинди. Мазкур қарорда “... бир соғин сигирдан йилига соғиб олинадиган сут миқдори республика бўйича ўртача 2 300 килограммни ташкил этади ва бу кўрсаткич Россия, Исроил, Нидерландия мамлакатларига нисбатан сезиларли даражада пастлигича қолмоқда; чорвачиликда насл сифати пастлиги, озуқа экинларини етиштириш майдонларининг етишмаслиги сабабли фермер хўжаликларининг чорва моллари озуқасига бўлган талаби атиги 35 фоизи ички имкониятлардан қопланмоқда; чорвачиликда насл сифати пастлиги, озуқа экинларини етиштириш майдонларининг етишмаслиги сабабли фермер хўжаликларининг чорва моллари озуқасига бўлган талаби атиги 35 фоизи ички имкониятлардан қопланмоқда; йиллар мобайнида 560 минг гектар майдондаги табиий кўлларнинг шўрланиш даражасининг кўтарилиши оқибатида балиқлар захираси камайиб, балиқ овлаш ҳосилдорлиги гектаридан 45-50 килограммгача тушиб кетган”, - деб қайд этилган.

Давлат статистика Қўмитаси маълумотларига кўра: 2020 йилнинг 1 январь ҳолатига мамлакатимизда 12 967,9 минг бош қорамол, 21 986 минг бош қўй ва эчки, 247,3 минг бош от мавжуд бўлган [3].

“Ақлли қишлоқ хўжалиги” Стратегиясининг асосий мақсади – қишлоқ хўжалиги экинлари ҳосилдорлигини ва чорва моллари маҳсулдорлигини оширишга эътибор қаратган ҳолда, қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқаришга юқори технологияларни жорий этиш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш ҳисобланади. Жумладан, чорвачиликда “чорва молларини парваришлаш ва сут соғиш бўйича автоматлаштирилган технологияларни жорий қилиш” назарда тутилади.

Стратегияга кўра “Ақлли чорвачилик” технологиялари – инсон иштирокини талаб қилмайдиган, тўлиқ автоматлаштирилган режимда чорва молларини парваришлашга мўлжалланган объект ҳисобланади. Стратегияни мақсадли кўрсаткичларига кўра “Ақлли чорвачилик” технологияси жорий этилган корхоналарда маҳсулот тайёрлаш рентабеллигини - 2022 йилда 5 фоизга, 2023 йилда 10 фоизга ошириш, 2028 йилгача эришиладиган натижа эса 40 фоизни ташкил этиши лозим.

1. Ўрганишлар мазкур стратегияни – чорвачилик кластерларида, чорвачилиги ривожлантирилган пахта-тўқимачилик кластерлари ва кооперацияларида, чорвачиликка ихтисослашган кўп тармоқли фермер хўжаликларида амалга ошириш мақсадга мувофиқлигини кўрсатади. Бу интеграциялашган тузилмалар чорва маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг рақамли занжирини тўлиқ қамраб олади.

2. Чорвачиликка ихтисослашган замонавий интеграциялашган тузилмаларда чорва молларини пода таркиби ва йиллик ҳаракати муҳим аҳамият касб этади. Бундай мазмундаги иқтисодий масалалар иқтисодий-математик моделлаштиришнинг оптималлаштириш усуллари билан ҳал этилади.

3. Замонавий жамият учун рақамли иқтисодиёт нисбатан янги ҳодисадир. Умумий маънода, рақамли иқтисодиёт деганда рақамли технологияларга асосланган иқтисодий фаолият деб тушунилади. Одатда, рақамли бозор деганда – товарларни сотиш ва сотиб олиш бўйича операциялар компьютер тармоқлари ва ихтисослаштирилган дастурий таъминот ёрдамида амалга ошириладиган бозор англашилади. Бундай платформанинг ишлаши рақамли платформа, яъни дастурий таъминот ва техник маҳсулотлардан иборат бозор инфратузилмасининг ишлаш қоидалари мажмуи билан таъминланади.

4. Чорвачилик кластерларида “Ақлли чорвачилик” технологияларини рақамли платформалари инновацион инфратузилманинг элементлари ҳисобланади. Унинг мақсади тезкор ва самарали алоқаларни таъминлаш, ишлаб чиқарувчиларнинг бошқа манфаатдор томонлар билан бевосита ўзаро манфаатли муносабатларини таъминлашдан иборат бўлади. Чорвачилик кластерларида рақамлаштириш сиёсатининг самарадорлиги хақида сўз борганда, унинг космик ва геоинформацион ахборотлар, атроф-муҳитни ривожлантириш технологиялари ва компютер технологиялари платформаларисиз тасаввур этиш мумкин эмаслиги англашилади. Платформалар виртуал режимда инновацион лойиҳаларни таҳлил қилиш ва ғояларни бирлаштириш, сўнгги ишланмаларни амалга ошириш имкониятларини беради, фаолият координацияларини самарасини оширади ва меҳнат унумдорлигини ўсишига шарт-шароитлар яратади

5.“Ақлли чорвачилик” технологиялари асосида чорвачиликни рақамлаштириш ишлаб чиқариш харажатларини сезиларли даражада пасайишига ва озиқ-овқат маҳсулотларини харидининг молиявий имкониятларини ошишига ёрдам беради, мамлакатнинг табиий ресурслар салоҳиятидан оқилона фойдаланишни таъминлайди. Оптимал рақамли қишлоқ хўжалиги ва чорвачиликни, яъни унинг тизимини ва бозорини яратиш қишлоқ хўжалигининг барча интеграциялашган фаолият йўналишлари учун кенг миқёсли рақамли платформалар ва қуйи платформалар тармоғини ривожлантиришни тақозо этади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

[1]. Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги ходимларига. Президент Шавкат Мирзиёевнинг Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги ходимларига байрам табриги https://president.uz/uz/lists/view/4009

[2]. Федоров А.Д., Кондратьева О.В., Слинько О.В. О перспективах цифровизации животноводства // Вестник ВНИИМЖ. №1(33). 2019. https://cyberleninka.ru/article/n/o-perspektivah-tsifrovizatsii-zhivotnovodstva

[3]. Мавлянов М., Урдушев Х. Қишлоқ хўжалиги кооперацияларини интеграциялашган тузилмалар сифатидаги афзалликлари // “Қишлоқ хўжалигида ишлаб чиқариш, фан ва таълимнинг интеграциясига инновацион технологияларни тадбиқ этишда халқаро фермерларнинг роли” мавзусидаги халқаро илмий анжуман материаллари. 2020 йил 25-26 сентябрь. 2-қисм. – Наманган, “Toshbuloq oqshomi” MChJ bosmaxonasi. - 211 - 216 б.

Ш.С.Шарифов – СамДУ ассистенти,
У.М.Абдураҳимов – СамДУ магистранти

САМАРҚАНД ВИЛОЯТИ ҚИШЛОҚ ЖОЙЛАРИДА МАИШИЙ ХИЗМАТЛАР БОЗОРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ТАМОЙИЛЛАРИ

Аннотация: мақолада қишлоқ жойларда маиший хизматлар бозорини ривожлантириш бўйича таклиф ва тавсиялар муаллифлар томонидан ишлаб чиқилган бўлиб, хусусан Самарқанд вилояти қишлоқ ҳудудларининг маиший хизматлар бозорини ривожлантириш тамойиллари келтириб ўтилган.

Калит сўзлар: хизмат кўрсатиш, маиший хизмат, коммунал хизмат, йўл-транспорт хизматлари, алоқа хизматлари, инвестиция, минтақавий дастур.

Аннотация: В статье представлены предложения и рекомендации по развитию рынка бытовых услуг в сельской местности, в частности, принципы развития рынка бытовых услуг в сельской местности Самаркандской области.

Ключевые слова: услуга, бытовые услуги, коммунальные услуги, автотранспортные услуги, услуги связи, инвестиции, региональная программа.

Abstract: The article presents proposals and recommendations for the development of the market for consumer services in rural areas, in particular, the principles of developing the market for consumer services in rural areas of the Samarkand region.

Keywords: service, household services, utilities, motor transport services, communication services, investments, regional program.

Маиший хизмат корхоналарининг самарали фаолияти учун қулай шароит яратишда ҳуқуқий-норматив тизимни яхшилаш, инфратузилмани ривожлантириш (транспорт, уй-жой коммунал хизматлари, алоқа ва бошқалар), молиявий кўмакнинг янги усуллари ва шаклларини ўзлаштириш, ижобий инвестицион муҳитни шакллантириш жоиздир. Бундан ташқари, корхоналар мавқиени сақлаб қолиш бўйича чора-тадбирлар, ўсиш имкониятлари, ходимларнинг сони, хизматларни сотиш ва яратиш, филиаллар ва қабул қилиш пунктлари, хусусан олис қишлоқ ҳудудларида хизмат кўрсатиш доирасини кенгайтириш муҳим ҳисобланади.

Қишлоқ жойларда маҳаллий маиший хизмат бозорини ривожлантириш бўйича маҳаллий дастурини ишлаб чиқишда минтақавий бозорининг умумий муаммолари ҳамда қишлоқ жойларига хос бўлган хизматлар ва муаммоларни бартараф этишга қаратилган бўлиши керак.

Шаҳар ва қишлоқлар ўртасида мавжуд бўлган ривожланишнинг номутаносиблигини йўқотиш учун мамлакатимиз ҳукумати Мақсадли «2030 йилгача қишлоқнинг ижтимоий ривожланиши» Дастурини қабул қилди. У барча йўналишларда қишлоқ аҳолисининг турмуш шароитида ўзгаришларга олиб келадиган стратегик мақсад ва вазифаларни қўяди, шунингдек, дастурий фаолиятни амалга оширишда маиший хизматлар бозорини ривожлантириш бўйича маҳаллий дастурларини акс эттириши керак.

Дастур уй-жой қурилиши ва йўл қурилиши билан бир қаторда, таълим, соғлиқни сақлаш ва маданият, инфратузилмани яхшилаш, аҳоли пунктлари ривожланиш соҳасидаги фаолиятни, жумладан, пуллик ва маиший хизматларни акс эттиради.

Бироқ, шубҳасиз, ваколатли органларнинг фаол иштирокисиз қишлоқнинг ижтимоий инфратузилмасини ва хизмат кўрсатиш соҳасидаги тадбиркорликни ривожлантириш, тадбиркорларнинг фаол иштирок этиш шаклларини белгилаш, жамоатчилик ва аҳоли муаммоларини аниқлаш, уларни ечиш механизмини ишлаб чиқиш мумкин эмас.

Ҳозирда Самарқанд вилоятида ва мамлакатнинг бошқа ҳудудлари билан таққослаганда маиший хизматлар бозори энг ривожланган бўлиб, қишлоқ аҳолиси учун маиший хизмат кўрсатиш муаммолари Самарқанд вилояти ҳокимияти томонидан қабул қилинган "2030 йилгача Самарқанд вилоятидаги қишлоқларни ижтимоий ривожлантириш концепцияси" доирасида ҳал этилмоқда. Бундан мақсад вилоятнинг қишлоқ аҳоли пунктлари ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг асосий йўналишларини белгилаб бериш; аҳоли турмуш даражасини ҳуқуқий, институционал, ташкилий ва иқтисодий шароитлар даражасида сезиларли даражада ўстириш; маиший-ижтимоий соҳа ва муҳандислик инфратузилмасини ривожлантиришдир.

Аҳоли томонидан истеъмол қилинадиган маиший хизматларнинг ҳажми, уларнинг хилма-хиллиги ва сифати қишлоқ аҳоли пунктидаги аҳоли турмуш даражаси ва яшаш қулайлигини белгилайди. Маиший хизматлар бозорини ривожлантириш дастури ижтимоий-иқтисодий ривожланиш дастурининг бир қисми бўлиши керак.

Сўнгги беш йил ичида минтақада, шу билан бирга алоҳида ҳудудларда маиший хизмат кўрсатишни ривожлантириш ва амалга оширилган чора-тадбирлар мажмуаси сифатида "2020 йилгача бўлган давр учун Самарқанд вилояти ҳудудларида истеъмол бозори ва хизматларини ривожлантириш дастури" амалга оширилди.

Ушбу дастурнинг мақсади аҳоли ҳаёт сифатини тижорат ва маиший хизматларнинг жаҳон стандартлари ва самарадорлиги орқали яхшилаш, аҳолининг юқори сифатли эҳтиёжларини қондириш, барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожланишга эришиш, истеъмол товарлари ва хизматларини арзон нархларда сотишдан иборат эди.

Шу билан бирга, улар узоқ қишлоқ жойлари ижтимоий инфратузилмасини ривожлантириш билан деярли боғлиқ эмас.Ушбу дастур 2020 йилда якунлаши билан қишлоқ жойларида маҳаллий маиший хизматлар етказиб бериш ҳажмининг ортишига олиб келмади.

Маиший хизматлар бозорини ривожлантириш ва тартибга солиш вазифалари Самарқанд вилояти ҳокимиятини ривожланиш дастурларида акс эттирилиши керак. Бу борада, олдин маиший хизматлар бозорини ривожлантиришни тартибга солиш мақсадларини таъкидлаш лозим. Бундай умумий мақсадлар қуйидагиларга қаратилиши мумкин:

- ҳудуддаги аҳоли хизматларининг кенг қамровлилигини таъминлаш;
- аҳолига хизмат кўрсатишнинг мавжудлиги нуқтаи назаридан уларга эришиш (эга бўлиш)да корхоналар жойлашган ҳудуд ва уларнинг иш вақти, шунингдек, аҳолининг даромадларини инобатга олган ҳолда нархларнинг жорий этилиши;

- маиший хизмат турларини кенгайтириш ва маиший хизматларга бўлган аҳоли эҳтиёжлари шаклларини ишлаб чиқариш, масалан, доимий қишлоқ аҳолиси ва вақтинчалик қишлоқда яшаётган шаҳар аҳолисининг хизматларга бўлган эҳтиёжини қондириш.

Инновацион иқтисодиёт шароитида маиший хизматлар бозори ривожланишини тартибга солишнинг аҳамияти ошиб бормоқда. Шу билан бирга, қишлоқ даражасида қуйидаги тартибга солиш ишлари олиб борилиши мумкин:

–ижара ва коммунал тўловлар бўйича имтиёзлар;

–биноларни чегирмали нархларда сотиш;

–коммунал ва аралаш мол-мулк шакллари асосида корхоналарни яратиш;

–маиший хизмат корхоналари уюшмаларини тузиш;

–тадбиркорларни зарур ахборот билан таъминлаш;

–маҳаллий бюджетда даромадлар бўйича солиқ юкини камайтириш;

–ижтимоий жиҳатдан ҳимояланмаган аҳоли қатламлари учун хизматлар нарх даражасини тартибга солиш;

–инвестицион лойиҳалар бизнес-режаларини тайёрлаш ва амалга оширишда кўмаклашиш;

–маиший хизматлар соҳасида фаолият юритувчи кичик бизнес субъектларини молиялаштириш ва кредитлаш шаклларининг тарқалишини рағбатлантириш.

Қишлоқ жойларида маиший хизмат кўрсатиш корхоналари тармоқларининг ривожлантирилишни қўллаб-қувватлаш механизмининг муҳим воситаси уларнинг модел лойиҳаларини ишлаб чиқиш бўлиши мумкин (масалан, маиший хизматлар уйлари, комплекс ва кўп тармоқли хизмат кўрсатувчи корхоналар, виртуал ахборот хизмати компаниялари ва бошқалар), яъни, бундай маиший ва номаиший бўлмаган хизматлар комплекслари ишлаб чиқаришни тўлиқ акс эттириб, иложи борича ҳудуд аҳолисининг талабига қаратилган ва маҳаллий хизматлар бозорининг хусусиятларини инобатга олган. Маҳаллий маиший хизматлар бозорини ривожлантириш дастурларида маиший хизмат кўрсатишнинг тип ва турларини ихтисослик ва қўшма ишлаб чиқариш даражасидаги хизматларга қараб аниқлаш керак.

Ҳокимликлар маиший хизматлар бозорининг ривожланиш дастурларидан эркин фойдаланишни таъминлаш бўйича махсус чоралар ишлаб чиқилиши билан боғлиқ кам даромадли аҳоли учун кундалик хизматлардан фойдаланиш имкониятини тақдим этишни ҳам ўз ичига олиши керак.

Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, қишлоқ жойларида маиший хизматларнинг ривожланиш муаммоси минтақавий ва маҳаллий тадбиркорликни қўллаб-қувватлашга ҳам ўз тасирини кўрсатади. Соҳани ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш дастурлари ҳуқуқий ва иқтисодий шароитларни ўзида акс эттириб, қишлоқ аҳолисининг ижтимоий инфратузилмасини ривожлантириш даражаси шунингдек, маиший хизмат кўрсатиш соҳалари ташкилий жиҳатдан дастур объектларининг инвестицион жозибадорлиги ва такомиллашувини амалга оширишга қаратилган тегишли имтиёзлар яратилиши керак. Хизмат кўрсатиш соҳасидаги мавжуд

корхоналарни кадрлар билан таъминлаш муаммосига ҳам алоҳида эътибор қаратиш керак. Бу соҳа ишчилари аҳоли билан бевосита алоқада бўлади, шунинг учун вилоят аҳолисининг саломатлиги, кайфияти, ишлашга қобилияти ва бошқалар уларнинг касбий фаолият даражасига боғлиқ.

Маиший хизматлар бозорининг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши, шу жумладан, ички бозорларга хизмат кўрсатиш бозори ривожланишига транспорт инфратузилмаси омили сезиларли таъсир кўрсатмоқда. Бу кўрсатилаётган хизматларнинг ҳажмини сезиларли даражада оширади, янги йўллар ва транспорт оқимлари ўтадиган минтақа аҳолиси, шу жумладан уй хўжаликлари, катта шаҳарларнинг маиший бозорларини ривожлантиришга қаратилган ҳудудларига таъсир кўрсатади.

Шундай қилиб, маиший хизматлар бозорини ривожлантириш қишлоқ жойлардаги, қолаверса, бутун минтақа миқёсида ижтимоий инфратузилмани ривожлантириш, шунингдек, иқтисодий ва ижтимоий ривожланишни ўз ичига олади. Шаҳар дастурлари Самарқанд вилояти ҳудудларининг ривожланиш хусусиятлари, маиший хизматлар бозори сиғимини ошириш нуқтаи назаридан қишлоқни ривожлантириш вазифасини ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқилиши керак.

Аҳолининг паст тўлов қобилияти шароитида бозор механизми ва хусусий тадбиркорлик маиший хизматларнинг оммовий турларининг кенг тарқалиши муаммосини ҳал қила олмайди.Уларнинг ижтимоий аҳамиятига қарамай қишлоқ аҳоли пунктларидаги кам таъминланган аҳолининг катта қисми пуллик хизматларни истеъмол қилишдан воз кечиб, бирламчи эҳтиёжларни қондириши ва ўзига-ўзи хизмат қилишига олиб келади. Шундай қилиб, тўлов қобилиятига эга талаб истеъмол бозорининг бошқа секторига ўтади ва бу аҳолига пулли хизмат кўрсатиш бозори ривожланишининг чуқур деноминациясига олиб келади, бундай хизматлар таклифи эса бирламчи эҳтиёж ҳисобланмаганлиги учун бутунлай тугатилади.

Қишлоқ жойларда ижтимоий инфратузилмани ва маҳаллий маиший хизматлар бозорларини ривожлантириш қишлоқ аҳолисининг хусусиятларига ва қишлоқ аҳолисининг турмуш тарзига асосланган бўлиши керак. Улар қуйидаги омилларга боғлиқ.

Биринчиси, қишлоқ аҳолисининг меҳнат фаолияти ўзига хос хусусиятга эга, у мавсумийлик (айниқса, қишлоқ хўжалиги) билан тавсифланади, йил давомида меҳнат муҳожиротининг табиий зўравонлик ва табиий шароитларга боғлиқлиги.

Иккинчиси - табиатга яқинлик, турар-жой шароитлари, яшаш шароитлари ва ҳаётни ташкил этиш эҳтиёжлари, бу эса қишлоқ аҳолисининг ишлаб чиқариш жараёнидан ташқаридаги турмуш тарзини ифодалашда ёрдам беради.

Бизнинг назаримизда маиший хизматлар бозорини қишлоқ даражасида қуйидаги тартибга солиш ишлари олиб борилиши мумкин; биноларни чегирмали нархларда сотиш; маиший хизмат шуба корхоналарини тузиш; тадбиркорларни зарур ахборот билан таъминлаш; ижтимоий жиҳатдан

ҳимояланмаган аҳоли қатламлари учун хизматлар нарх даражасини тартибга солиш; инвестицион лойиҳалар бизнес-режаларини тайёрлаш ва амалга оширишда кўмаклашиш; маиший хизматлар соҳасида якка тартибда фаолият юритувчи тадбиркорлар, соҳада ўзини-ўзи иш билан банд этган фуқароллар ва кичик бизнес субъектларини молиялаштириш ва кредитлашнинг имтиёзли тизимларини жорий этиш зарур.

С.Эшанқулов – Самарқанд ветеринария медицинаси институти ўқитувчиси, ТДИУ мустақил тадқиқотчиси
Х.Урдушев – Самарқанд ВМИ кафедра мудири, и.ф.н., доцент, Илмий раҳбар

МЕВА-САБЗАВОТ КЛАСТЕРЛАРИДА “АҚЛЛИ ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ” ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИ ҚЎЛЛАШНИНГ АФЗАЛЛИКЛАРИ

Аннотация. Мақолада Ўзбекистонда қишлоқ хўжалиги кластерларини шакллантириш жараёнлари, шунингдек мева-сабзавотчилик кластерларини рақамли технологияларни қўллаш асосида ривожлантириш ва такомиллаштириш масалалари ўрганилган.

Калит сўзлар: аграр сектори, кластерлар, мева-сабзавот кластерлари, рақамли трансформация, рақамли технологиялар, рақамли иқтисодиётнинг роли, сунъий интеллект, ақлли қишлоқ хўжалиги.

Аннотация. В статье рассматривается процессы формирования сельскохозяйственных кластеров в Узбекистане, а также развитие и совершенствование плодоовощных кластеров на основе цифровых технологий.

Ключевые слова: аграрный сектор, кластеры, плодоовощные кластеры, цифровая трансформация, цифровые технологии, роль цифровой экономики, искусственный интеллект, умное сельское хозяйство.

Abstract. The article examines the processes of formation of agricultural clusters in Uzbekistan, as well as the development and improvement of fruit and vegetable clusters based on digital technologies

Keywords: agricultural sector, clusters, fruit and vegetable clusters, digital transformation, digital technologies, the role of the digital economy, artificial intelligence, smart agriculture.

Илмий - техникавий тараққиётнинг ҳозирги ҳолати туфайли қишлоқ хўжалиги тармоқларини нафақат ишлаб чиқаришида рақамли технологиялардан фойдаланиши, балки қишлоқ хўжалигини бошқариш ва башорат қилиш имкониятларига эга бўлиб бормоқда. Замонавий жамият учун рақамли иқтисодиёт нисбатан янги ҳодисадир. Умумий маънода, рақамли иқтисодиёт деганда рақамли технологияларга асосланган иқтисодий фаолият деб тушунилади.

Ривожланган мамлакатларда қўлланилаётган ақлли технологиялар (масалан, сунъий интеллект, робототехника ва дастурий маҳсулотлар

Интернетда рақамли шаклдаги маълумотлар алмашинувига ўтиш ва бошқалар) нафақат саноатда, балки қишлоқ хўжалигида ҳам юқори даражада унумдорликка ва экологик самарадорликка эришишда муҳим роль ўйнаши кузатилмоқда. АҚШ, Канада ва Европа мамлакатларида фермер хўжаликларининг тахминан 70% қишлоқ хўжалиги учун "ақлли" технологиялардан фойдаланилмоқда.

Мамлакатимизда “пахта-тўқимачилик”, “мева-сабзавот”, “чорвачилик”, “ипакчилик” кластерларига қишлоқ хўжалиги ва чорвачиликда ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг замонавий шакли сифатида қаралмоқда. Жумладан, кейинги уч йилда мамлакатимизда мева-сабзавот кластерларини шакллантириш қуйидаги босқичларда амалга оширилмоқда [5]:

- биринчи босқичда кластерга киришга муносиб ва хоҳиши бўлган корхоналар аниқланмоқда. Бундай ҳолларда кластернинг потенциал иштирокчиларининг мотив (рағбат)ларига эътибор қаратилмоқда. Мотивлар иштирокчилар (таъсисчилар ва меҳнат жамоалари)ни ишлаб чиқариш, молиявий, инвестиция, ижтимоий ва психологик манфаатлари ҳисобига шакллантирилмоқда.
- иккинчи босқичида кластер тузишнинг ички ва ташкилий тамойиллари ишлаб чиқилмоқда. У кластер стратегиясини ишлаб чиқиш, кластер таркибига кирадиган корхоналарнинг умумий муаммолари ва имкониятларини таҳлил қилиш, кластерни ривожлантириш ва кенгайтиришга оид кейинги ҳаракатлар режасини тузиш, кластернинг мувофиқлаштирилган тузилмасини шакллан-тиришни ўз ичига олади.
- учинчи босқичда шаклланган кластер доирасида иштирокчилар ўзаро муносабатларининг тартиблари ишлаб чиқилмоқда. Кластер корхоналари қўшма кўргазмалар ташкил этишда, умум-маҳсулотлар каталогини тузишда иштирок этиш, биргаликда хомашё ва материаллар сотиб олиш имкониятларини юзага келтиради. Ушбу тадбирлар қисқа муддатларда кластер самарадорлигини намойиш қилиш, шунингдек, кластер иштирокчиларининг узоқ муддатли ўзаро муносабатларда манфаатдорликни ошириш эвазига амалга оширилади.
- кейинги босқичда корхоналар кластер доирасида зарурий ихтисослашув даражаси ва ҳамкорликка эришганда, уларда мавжуд ресурсларни бирлаштириш ва янги технологияларни жорий этиш имкониятлари юзага келмоқда.

Натижада бугунги кунга келиб “мамлакатимизда 97 та пахта-тўқимачилик, 149 та мева-сабзавотчилик, 65 та ғаллачилик, 35 та шоличилик ва 7 та доривор ўсимликлар етиштиришга ихтисослашган кластерлар ва 11 та пахта-тўқимачилик кооперациялари фаолият юритмоқда. Шунингдек, қорамолчилик йўналишида 34 та, паррандачилик бўйича 10 та, балиқчилик тармоғида 36 та, асаларичилик йўналишида 15 та фермер хўжалигида кластер усулида маҳсулот етиштириш йўлга қўйилди. Шу билан бирга, кейинги икки йилда республикада пиллачилик соҳасида 62 та кластер ишга туширилиб, улар томонидан 600 миллиард сўмга яқин маҳсулот ишлаб чиқарилди” [4].

“Ўзбекистон Республикаси қишлоқ хўжалигини ривожлантиришнинг 2020 - 2030 йилларга мўлжалланган Стратегияси”нинг асосий мақсади қишлоқ хўжалиги ва озиқ-овқат тармоғининг рақобатбардошлигини оширишга қаратилган ислоҳотларни янада чуқурлаштиришда давлат сиёсатини тубдан такомиллаштиришга йўналтирилган бўлиб, у мамлакат қишлоқ хўжалиги ва озиқ-овқат тармоғини истиқболда барқарор ривожлантириш соҳада давлат сиёсатини янгича ёндошувлар асосида юритишга асос бўлади [1].

Ўзбекистон ҳам 2019 йилдан бошлаб иқтисодиёт тармоқларини истиқболда самарали ривожлантиришда рақамли Стратегияларга асосланмоқда. Мамлакатимиз иқтисодиёт тармоқлари, ижтимоий соҳа ва давлат бошқаруви тизимининг жадал рақамли ривожланишини таъминлаш, шу жумладан электрон давлат хизматларини кўрсатиш механизмларини янада такомиллаштириш мақсадида «Рақамли Ўзбекистон - 2030» стратегияси ишлаб чиқилди [2]. Бу Стратегия Ўзбекистон Республикасининг рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни ривожлантиришнинг стратегик мақсадлари, устувор йўналишлари ҳамда ўрта ва узоқ муддатли истиқболли вазифаларини белгилайди, шунингдек, БМТнинг Барқарор ривожланиш мақсадлари ва Электрон ҳукуматни ривожлантириш рейтингида белгиланган устувор вазифалардан келиб чиқиб, рақамли технологияларни янада кенг жорий этиш учун асос бўлиб хизмат қилади.

“Ақлли қишлоқ хўжалиги» технологияларини ривожлантириш стратегияси”нинг асосий мақсади - қишлоқ хўжалиги экинлари ҳосилдорлигини ва чорва моллари маҳсулдорлигини оширишга эътибор қаратган ҳолда, қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқаришга юқори технологияларни жорий этиш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш ҳисобланади [3].

Қишлоқ хўжалиги, айниқса қишлоқ хўжалик кластерлари ва кооперациялари мамлакат иқтисодиётини ривожланишида етакчи роль ўйнайди. Улар нафақат давлат ва унинг аҳолисини озиқ-овқат билан таъминлайди, балки ишлаб чиқариш тармоқлари, аввало, енгил ва озиқ-овқат учун қишлоқ хўжалиги хом ашёсини ҳам шакллантиради. Унинг ривожланиш даражаси мамлакатнинг иқтисодий хавфсизлигини белгилайди.

Жахон тажрибасида, ақлли қишлоқ хўжалигини озиқ-овқат хавфсизлиги ва иқлим ўзгаришининг ўзаро боғлиқ муаммоларини ҳал қилиши ва қишлоқ хўжалик маҳсулотларини ишлаб чиқарувчиларга меҳнат, уруғ ва ўғитлар каби ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш ва озиқ-овқат хавфсизлигини яхшилаш орқали фойда келтириши аниқланган. Жаҳон қишлоқ хўжалиги бозори глобал иқлимнинг ўсиб бораётган ноаниқликлари билан белгиланади. Озиқ-овқат хавфсизлигини - ер унумдорлиги ва қишлоқ хўжалик экинлари ҳосилдорлиги билан уйғунлигидаги номутаносибликлар ақлли қишлоқ хўжалиги бозорида хавотирларни кучайтирмоқда [6].

Қишлоқ хўжалигининг миллий иқтисодиётдаги тутган ўрни ҳисобга олиниб, уни ривожлантириш давлатимизнинг устувор вазифаларидан бири бўлиб бормоқда. Мамлакат ҳукумати иқтисодиётнинг агар секторини фаол қўллаб-қувватламоқда.



Расм. “Ақлли қишлоқ хўжалиги” технологияларини жорий этиш ва амалга ошириш бўйича лойиҳаларнинг асосий йўналишларини.

Хулоса ва таклифлар.

1. Мамлакатимизда 2021 йилдан бошланадиган ва 2022 йилдан бошлаб қишлоқ хўжалиги тизимига тадбиқ этиладиган “Ақлли қишлоқ хўжалиги” технологиялари фермер хўжаликлари, деҳқон хўжаликлари ва қишлоқ хўжалиги фаолиятини амалга оширувчи ташкилотлар, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини тайёрлаш, қайта ишлаш, моддий-техника ресурсларини етказиб бериш билан шуғулланувчи, механизациялашган ишларни бажарувчи, хўжаликларга сервис, агрокимё, агротехника хизматлари ва хўжаликларга қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари етиштириш билан боғлиқ бошқа хизматлар кўрсатувчи тайёрлов, хизмат кўрсатиш ташкилотларини қамраб олади.

2. “Ақлли қишлоқ хўжалиги” (расм) технологиялари жорий этиладиган мева-сабзавот кластери – географик жиҳатдан концентрациялашган тармоқ, бир-бирини ўзаро тўлдирувчи бозор субъектлари (қишлоқ хўжалиги корхо-налари, фермер, деҳқон хўжаликлари ва томорқа ер эгалари, қайта ишлаш корхоналари, илмий–тадқиқот ва таълим муассасалари, корхоналар, банклар, давлат ҳокимияти органлари ва бошқ.) бўлиб, у фаолиятини озиқ-овқат ва бошқа маҳсулотларни ишлаб чиқариш, қайта ишлаш ва маҳсулотларни сотиш, қишлоқ ҳудудларининг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш масалалари, атроф-муҳит муҳофазаси, глобал муаммоларнинг локал масалаларини ҳал этишга йўналтиради ва жойлашувига кўра, уникал рақобатли устунликларга эга бўладиган, фан ютуқлари, инновацион технологияларни қўллайдиган, бир-бирини ўзаро тўлдирувчи бозор субъектларининг турли тармоқлари тизимини ташкил этади [5].

3. Мева-сабзавот кластерларида “Ақлли боғ” рақамли технологияларини жорий этиш, истиқболда “роботлаштирилган ҳамда ҳайдовчисиз машина, агрегатларни қўллаган ҳолда боғдорчилик маҳсулотларини етиштиришнинг барча технологик жараёнларини амалга оширувчи ва назорат қилувчи интеллектуал тизим” асосида амалга оширилади [3]. Натижада у: “дастурий воситаларни қўллаган ҳолда тупроқ, ўсимлик ва атроф-муҳитнинг ҳолати бўйича ўта юқори аниқликдаги маълумотларни йиғиш; ахборот тизимлари ва техник воситалар (датчиклар, метеостанциялар, намуналар олувчи воситалар, учувчисиз учиш аппаратлари ва бошқалар) ёрдамида боғ ва атроф-муҳит ҳолатининг ўзгариши тўғрисидаги маълумотларни тезкор қабул қилиш ва мониторингни олиб бориш; техник воситалар ёрдамида технологик жараёнларни бошқариш бўйича қарорларни қабул қилиш ва маълумотларни автоматик режимда таҳлил қилишни таъминлайдиган интеллектуал тизимни ишлаб чиқиш” имкониятларини юзага келтиради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

[1]. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 23 октябрдаги ПФ-5853-сон Фармонига 1-ИЛОВА. Ўзбекистон Республикаси қишлоқ хўжалигини ривожлантиришнинг 2020 - 2030 йилларга мўлжалланган СТРАТЕГИЯСИ.

[2]. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5 октябрдаги ПФ-6079-сон Фармонига 1-ИЛОВА.“Рақамли Ўзбекистон - 2030” СТРАТЕГИЯСИ.

[3]. Вазирлар Маҳкамасининг 2020 йил 17 декабрдаги 794-сон қарорига 1-ИЛОВА. “Ақлли қишлоқ хўжалиги» технологияларини ривожлантириш СТРАТЕГИЯСИ”.

[4]. Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги ходимларига. Президент Шавкат Мирзиёевнинг Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги ходимларига байрам табриги https://president.uz/uz/lists/view/4009

[5]. Урдушев Х., Эшанкулов С. Мева-сабзавотчилик кластерларни шакллантириш босқичлари ва ривожланиш истиқболлари//"Илм-фан ва инновацион ривожланиш" журнали. № 4., 2020. 89-101 б. ISSN 2181-9637

[6]. Анищенко А.Н. «Умное» сельское хозяйство как перспективный вектор роста аграрного сектора экономики России // Продовольственная политика и безопасность. – 2019. – Том 6. – № 2. – С. 97-108. – doi: 10.18334/ppib.6.2.41384.

Жунайдилло Файзиев – СамИСИ доценти,
Фазлиддин Хамраев – СамИСИ магистранти,

ИННОВАЦИОН ГАСТРОНОМИЯ

Аннотация. Ишда молекуляр гастрономияни асосий усуллари, авангард ошхона учун инновацион жихозлар тавсифланган, инновацион ингредиентлар турлари таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: молекуляр гастрономия, суюқ азот билан ишлов бериш, эмульсиялар олиш, кўпик ҳосил қилиш, гелсимон шарларни яратиш, газлантириш, сублимация

Аннотация. В работе охарактеризованы основные приемы молекулярной гастрономии, инновационное оборудование для авангардной кухни и анализированы виды инновационных ингредиентов.

Ключевые слова: молекулярная гастрономия, обработка продуктов жидким азотом, получение эмульсий, пенообразование, создание гелеобразных сфер, газирование, сублимация

Abstract. The paper describes the basic techniques of molecular gastronomy, innovative equipment for avant-garde cuisine and analyzes the types of innovative ingredients.

Key words: molecular gastronomy, food processing with liquid nitrogen, obtaining emulsions, foaming, creating gel-like spheres, carbonation, sublimation

Чорак аср олдин у ёки бу маҳсулотни уни ташкил этувчи компонентларга бўлиш, сўнгра эса улардан ажойиб таъм ва хидларга эга бўлган таом йиғиш жозибадор ғояси пайдо бўлди. Айнан шундай овқат тайёрлаш технологиясида “молекуляр гастрономия” ёки “молекуляр ошхона” деб аталадиган янги йўналиш пайдо бўлди. “Молекуляр гастрономия”ни асосчилари Оксфорд университетини физика профессори Николас Курти ва француз физик-кимёгари Эрве Тис ҳисобланишади. Янги фаннинг асосий мақсадларини Э.Тис 1995 йили Пьер ва Мария Кюри Университетида муваффақиятли ёқлаган “Молекуляр ва физикавий гастрономия” мавзусидаги диссертациясида баён қилган. Молекуляр гастрономияни фундаментал вазифаси озиқ-овқат маҳсулотларини пазандалик ишлов берилишида кечадиган турли жараёнларни тадқиқот қилиш ва олинган натижалардан антиқа овқатларни тайёрлаш учун фойдаланиш ҳисобланади.

Молекуляр гастрономия хозирги вақтда иккита, яъни ижтимоий ва технологик жиҳатларга эга бўлмоқда. Биринчи ҳолатда, дунё миқёсида умумий овқатланиш корхоналари ўртасидаги рақобат кураши, тез хизмат кўрсатиш тармоқлари ва “юқори ошхона” ресторанлари ўртасида истеъмолчилар учун кураш кечади. Бу жиддий маркетинг йўлидир.

Техник-технологик жиҳатдан “молекуляр ошхона”ни бошқача мазмуни намоён бўлади:

-умумий овқатланиш маҳсулотларини ишлаб чиқаришига янги озиқ-овқат технологияларини ва замонавий илмий ютуқларни тадбиқ этиш;

-тайёр маҳсулот сифатига кимёвий жараёнлар, маҳсулотларга механик, термик ва криоген ишлов беришнинг таъсирини ўрганиш.

Мазкур ишда молекуляр гастрономияни асосий усуллари, авангард ошхона учун инновацион жихозлар ва инновацион ингредиентлар таҳлил қилинади.

Молекуляр гастрономияни асосий усуллари қуйидагилар ҳисобланади:

Маҳсулотларга суюқ азот билан ишлов бериш (криоген технологиялар, nitro-cooking). Суюқ азот билан маҳсулотни қисқа вақт давомида ишлов берилишида унинг юзасида тезлик билан музни майда кристалларидан иборат музли қобиқ пайдо бўлади ва шундай қилиб ташқи юза қисми музли ва ички қисми эса иссиқ бўлган таом олиниши мумкин. Бундан ташқари суюқ азот таомни хаво билан тўйинган структурасида унинг хушбўйлигини инкапсулация қилиш имконини беради.

Эмульсиялар олиш. Мустаҳкам эмульсия олиш учун стабилизатор

сифатида лецитин ишлатилади.

Кўпик ҳосил қилиш (эспумизация). Молекуляр гастрономияда соя лецитини мустаҳкам кўпик – эспумани олишда фойдаланиладики, у кўпгина таомларни безатишда, уларга янада нозик таъмларни беришда қўлланилади.

Гелсимон шарларни яратиш (сферификация). Жараён моҳияти шундан иборатки, суюқ муҳитга (шарбат, сут, бульон, чой) альгинат натрий қўшилади, аралаштирилади ва шундан сўнг унчалик катта бўлмаган порциялар билан хлорид калсий эритилган совуқ сувли идишга қуйилади. 1-2 секунд ўтгандан кейин икрага ўхшаш “шарча”лар ҳосил бўлади. Улар ичимлик сувида ювилгандан кейин узатилади.

Желелаш. Молекуляр гастрономияда желеловчи модда сифатида кўпинча агар-агардан тайёрланган махсус кукун ишлатилади. Аммо бу энг қиммат дилдироқ хосил қилувчи ҳисобланади.

Углекислота билан бойитиш (газлантириш). Молекуляр ошхонага эга бўлган ресторанлар ўз ишлаб чиқаришида карбонлаштириш технологиясини ажратишади ва газлантириш учун сифондан фойдаланишади.

Сублимация. Сублимация муздаги сувни суюқ холатга ўтмасдан буғланиши ҳисобланиб бу жараён давомида буғланмаётган моддани маҳсулотдаги концентрацияси ошади ва уларни ўзаро таъсири яхшиланади. Суюқлик солингандан улар нафақат бошланғич маҳсулот таъм хусусиятларини тиклайди, балким ундан ҳам яхшироқ бўлиши мумкин.

Авангард ошхона учун инновацион жихозлар тавсифини келтирамиз.

Вакуумли маринадлаш қурилмаси Cookvak. Cookvak – вакуумли кастрюла ҳисобланиб у кислород йўқлигида сунъий равишда паст босим яратадики, бу маҳсулотни текстураси, ранги ва озиқавий моддаларини сақлаб қолган ҳолда қовуриш ёки димлаш ҳароратини анча пасайтиради

Pacojet (пакоджет) фирмасини гомогенизатори. Қурилмани ишлаш моҳияти шундан иборатки, махсус контейнерга жойлаштирилган маҳсулот -20-22^{0}С ҳароратгача музлатилади. Шундан сўнг контейнер пакоджетга уланади, бунда маҳсулот майдаланади ва консистенцияси бўйича сорбетга (музқаймоқ тури) мос келувчи бир жинсли массагача кўпиртирилади. Ушбу қурилмадан фойдаланган ҳолда “молекуляр гастрономия” ишқибозлари борш, краб ва бошқа маҳсулотлар таъмига эга бўлган музқаймоқ тайёрлашади.

Пакоджетинг (музмиксинг) - ўз номланишини пакоджетдан олган технология.

Капучинатор - бевосита таомни истеъмолчига узатилиши олдидан кўпик (экспума) яратиш учун фойдаланилади.

Дьюар идиши – пазандалик маҳсулотларини сақлаш ва суюқ азотда музлаштириш учун мўлжалланган. Суюқ азотда тўлиқ музлатилган маҳсулотлар 20-30 минутдан сўнг майда зарраларга парчаланади.

Термомиксер – аралаштириш функциясига эга бўлган таом тайёрлаш учун мўлжалланган мини қозон. Ушбу аппарат қайнатиш, эмульсион аралашма тайёрлаш, гомогенизациялаш, пассеровкалаш, бланшировкалаш, майдалаш, димлаш, карамелизациялаш каби операцияларни бажаради.

Хушбўйлик яратиш прибори (Aromasmoker) – таомларга паст ҳароратларда тутун хосил қилмасдан ёки юқори ҳароратларда тутун хосил қилиб хохлаган хушбўйликни бериш имкониятини беради.

Аромадистиллятор – иссиқлик бериш ёрдамида буғлатиш йўли билан учувчи суюқликлар аралашмасини унинг компонентларига ажратиш, хосил бўлган буғларни кейинги конденсациялаш учун мўлжалланган қурилмадир.

Тутун хосил қилиш аппарати (Jetsmoker). Аппарат махсус кукун билан тўлдирилади ва ишга туширилади. Бир мунча вақтдан сўнг трубкадан тутун чиқа бошлайдики, у билан таом усти ва қопқоқ тагидаги фазони тўлдириб таомга тенги йўқ таъм бағишлаш мумкин.

pH – комплекти. Ушбу комплект ёрдамида таомни ёки алохида ингредиентларни актив кислоталигини ўлчаш мумкин.

Молекуляр гастрономия учун мўлжалланган инновацион ингредиентлар таҳлилини келтирамиз. Инновацион ингредиентларни молекуляр гастрономиянинг асосий усулларига боғлиқ ҳолда шартли равишда тўрт йўналишга бўлиш мумкин: эмульсификация, сферификация, желе осил бўлиши, қуюлтирувчилар.

Эмульсификациялаш учун қуйидагилардан фойдаланилади:

- леците (lecite) – соя лецитини асосидаги табиий эмульгатор. У хаво пленкаларини хосил қилиш идеал равишда тўғри келади. Ўзининг эмульгирлаш хусусияти туфайли леците шарбат ва бошқа суюқликларнисовун кўпикига ўхшаш пуфакчаларга айлантириш учун қўлланилади.

сукро (sukro) – келиб чиқиши сахароза бўлган, сахароза ва ёғ кислоталари ўртасидаги реакция асосида олинадиган эмульгатор ҳисобланиб, юқори барқарорлиги туфайли у сувда ёғли эмульсиялар тайёрлаш учун ишлатилади.

глиссе (glice) – келиб чиқиши ёғлар бўлган ва глицерин ва ёғ кислоталари асосида олинган моно- ва триглицеридлар ҳисобланиб у сув мухитини ёғли мухитга интеграцияловчи эмульгатор сифатида ишлатилади.

Сферификациялаш учун қуйидагилар ишлатилади:

альгин (algin) – Ирландия, Шотландия, Шимолий ва Жанубий Америка ва х.к. совуқ сувларида ўсадиган қорамтир сув ўтларидан олинадиган табиий маҳсулот.

кальцик (calcic) – бу маҳсулот калсийли туз ҳисобланиб у анъанавий равишда овқатланиш маҳсулотлари, мисол учун пишлоқлар ишлаб чиқаришда ишлатилади.

цитрас (citras) – цитруслилардан олинган лимон кислотали натрий асосидаги маҳсулот; у овқатланиш маҳсулотларида кислоталикни пасайтиради ва кислоталиги баланд ингредиентларни сферификациялаш учун ишлатилади.

глюко (gluco) – глюконолактат калсий, иккита калсийли тузлар аралашмасидан (глюконат калсий ва лактат калсий) иборат бўлиб уни кислотали, алкоголли ёки мойли муҳитда ишлатиш мумкин.

Желе хосил қилиш учун қуйидагилар ишлатилади:

агар (agar) – қизил сув ўтларидан олинади; желе хосил бўлиши жараёни жуда тез кечади; тайёр желе 80 ^{0}C иситишга бардошли; кислотали муҳитда желе хосил қилиш қобилияти қисман йўқолади.

каппа (kappa) – ёки каррагинанлар(“ирланд мохи”) – қизил сув ўтлари турларидан олинади; қотгандан кейин 60 ^{0}C ҳароратга бардош беради; кислотали муҳитда желелаш қобилияти қисман йўқолади.

йота (iota) - бошқа каррагинанлар каби Филиппин ва Индонезия денгизларида ўсадиган қизил сув ўтлари турларидан олинадиган желе хосил қилгич.

геллан (gelan) – ферментациялаш йўли билан олинади; уни геллари 95 ^{0}C иситишга бардошли; тўйинган тузли эритмаларада желе хосил қилиш эффекти ишламаслиги мумкин.

метил (metil) – ўсимликлар целлюлозасидан олинадиган желе хосил қилгич ҳисобланиб иситилганда желе хосил қилади; совуқ сувда қуюлтирувчи сифатида таъсир қилади; юқори желе хосил қобилияти ва барқарорлиги билан тавфсифланади.

Қуюлтирувчилар (espesantes) – анъанавий равишда ун ва крахмал ҳисобланади. Минимал миқдори таъм хусусиятларни ўзгартирмаган ҳолда консистенцияни қуюлтирадиган янги маҳсулот ксантана (xantana) ҳисобланади. У маккажўхори крахмалини бактериялар ёрдамда ферментациялаш йўли билан олинади. Улар суюқликдаги ингредиентларни чўкиши олдини олади.

Шундай қилиб янги йўналиш пазандалик санъати, овқатланиш маҳсулотлари хақидаги фан ва уларни қайта ишлаш технологиясини бирлаштиради. “Молекуляр таомлар”ни тайёрлаш физика ва кимёни билишга таянадики, бундай билимларга, биринчи навбатда, умумий овқатланиш технологлари эга бўлишади. Шунинг учун, таклиф сифатида шуни таъкидлаш мумкинки, республика миқёсида умумий овқатланиш ошпазлари томонидан ўзларини бундай билимларини доимий ўстириб боришлари пазандалик маҳсулотларини нафақат классик технологиялар руҳида тайёрлаш, шу билан бирга уларни импровизациялашга ҳам ёрдам берадики, бу пазандачиликни ўзига ҳос санъат кўринишига айлантиради ва бир вақтда уни кимёвий фан билан яқинлаштиради.

Таъкидлаш жоизки, фаол тарғибот қилинишига қарамасдан молекуляр гастрономиянинг ғоялари хозирча замонавий пазандаликни русумли трендига айланмаяпти. Аммо, пазандалик ишлов беришда озиқавий моддалар билан кечадиган жараёнларни тушуниш нафақат анъанавий ошхона учун, шунингдек таом тайёрлашнинг янги технологияларини ривожлантириш учун ҳам муҳим ҳисобланади.

К. Жалолова– студентка 1 курса гр. БИ-220, СамИЭС,
А.М.Каримова – старший преподаватель СамИЭС,
Н.А.Камилова – научный руководитель: доцент СамИЭС

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИВАТИЗАЦИОННЫХ РЕФОРМ В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация: Статья раскрывает содержание понятия процесса приватизации, её сущность, задачи и цели. Выделяются и описываются характерные национальные особенности приватизационных реформ в Узбекистане. В статье рассматриваются ключевые этапы приватизационных реформ, предусматривающие последовательное, поэтапное осуществление этого процесса. Особое внимание уделено итогам приватизационных процессов за период с 1992 по 2013 годы, подведённых на основе ежегодных статистических обзоров Госкомстата Республики Узбекистан.

Ключевые слова: приватизация, собственность, экономика, разгосударствление, малая приватизация, широкомасштабная приватизация, индивидуальная приватизация, малый бизнес, инвестиции, модернизация, монополия, инфраструктура.

Abstract: The article reveals the content of the concept of the privatization process, its essence, objectives and goals. The characteristic national features of the privatization reforms in Uzbekistan are highlighted and described. The article discusses key stages of privatization reforms, providing for a consistent, phased implementation of this process. Particular attention is paid to the results of privatization processes in the period from 1992 to 2013, summed up on the basis of the annual statistical surveys of the State Statistics Committee.

Keywords: privatization, property, economy, denationalization, small-scale privatization, large-scale privatization, individual privatization, small business, investment, modernization, monopoly, infrastructure.

Annotatsiya: Maqolada xususiylashtirish jarayoni kontseptsiyasi mazmuni, uning mohiyati, vazifalari va maqsadlari ochib berilgan. O‘zbekistondagi xususiylashtirish islohotlarining o‘ziga xos milliy xususiyatlari ta'kidlangan va tavsiflangan. Maqolada xususiylashtirish islohotlarining muhim bosqichlari ko‘rib chiqilib, ushbu jarayonni izchil, bosqichma-bosqich amalga oshirish ko‘zda tutilgan. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasining yillik statistik kuzatuvlari asosida sarhisob qilingan 1992 yildan 2013 yilgacha bo‘lgan davrda xususiylashtirish jarayonlarining natijalariga alohida e'tibor qaratilmoqda.

Kalit so‘zlar: xususiylashtirish, mulk, iqtisodiyot, davlat tasarrufidan chiqarish, kichik xususiylashtirish, keng ko‘lamli xususiylashtirish, yakka tartibdagi xususiylashtirish, kichik biznes, investitsiyalar, modernizatsiya, monopoliya, infratuzilma.

Введение. Приватизация государственной собственности в экономике занимает приоритетное место среди других важнейших проблем при переходе к рыночной экономике. Она является необходимым условием для формирования и развития конкурентной среды и экономического роста. Но, при этом, приватизация сама по себе не может гарантировать прогресс в экономике, так как, она, прежде всего, направлена на усиление конкурентности в экономической среде. Кроме того, приватизация не рассматривается как фактор обеспечения экономической и финансовой стабильности, она подразумевает естественный процесс развития рыночных

отношений, особенно в странах с достаточно высоким удельным весом государственного сектора в экономике.

Узбекистану пришлось с первого дня независимости самостоятельно решать острейшие экономические проблемы, оставленные в наследство гипертрофированной, однобокой экономикой - сложившиеся деформации в использовании природных и минерально-сырьевых ресурсов, в развитии и размещении производительных сил, в ценообразовании, в структуре потребления населения и т.п.

В связи с этим, правительством страны были приняты ряд базовых, основополагающих законов и огромное число законодательно-правовых актов, заложившие фундамент новых экономических отношений. Это Законы Республики Узбекистан «О разгосударствлении и приватизации», «О ценных бумагах и фондовой бирже», «О хозяйственных обществах и товариществах», «О приватизации государственного жилищного фонда» и т.д., а также Указы Президента «О мерах по дальнейшему углублению экономических реформ, обеспечению защиты частной собственности и развитию предпринимательства», «О приоритетных направлениях дальнейшего развития процесса разгосударствления и приватизации в Республике Узбекистан» и др.

Анализ использованной литературы. Над вопросами, связанными с приватизацией, работало множество учёных, таких как, И. Цой, Б. Б. Беркинов, А. С. Усманов, Р.И. Каюмов, А.Р. Валижанов, И.Л. Бутиков и многие другие. Но, не смотря на выполнение столь значимой работы, многие вопросы пока еще не нашли должного отражения в научной литературе.

Методология иследования. В процессе написания статьи применялась совокупность общенаучных и частных методов экономических исследований: анализ и синтез, системный анализ, а также метод обработки практического и статистического материала.

Основная часть. Приватизация — это форма преобразования собственности, представляющая собой процесс передачи-продажи (полной или частичной) государственной или муниципальной собственности в частные руки [1] . Приватизация рассматривается также как одна из доминирующих форм разгосударствления имущества, то есть процесса упразднения государственного монополизма, формирования многоукладной смешанной экономики, её децентрализации, освобождения государства от функций прямого хозяйственного управления. Однако, разгосударствление возможно и без приватизации. Исходя из этого происходит не смена собственника, а процесс децентрализации собственности в пределах государственного управления. Будучи инструментом экономической политики, эффективным средством государственного регулирования экономики, приватизация становится предметом детального правового регулирования и выступает как комплексный экономико-правовой институт. Правовая система также определяет масштабы государственной приватизационной политики. Отношения, связанные с приватизацией,

[1] www.ru.m.wikipedia.org.

регулируются одновременно несколькими отраслями права - административным, гражданским, финансовым и другими.

Приватизация положила начало новым рынкам, в частности, рынка ценных бумаг и рынка недвижимости. Также она является одним из способов наполнения бюджета и сокращения бюджетного дефицита.

Являясь важнейшим инструментом создания транснациональной рыночной среды, приватизация, способствует унификации мирового экономического сообщества в интересах транснациональных корпораций и международных финансовых институтов. В реализации разгосударствления и приватизации активное участие принимают многие международные организации такие как ЮНИДО, при содействии которой было создано 3 бизнес-инкубатора. Комиссия Европейского сообщества организовала Центр +7деловых связей. Немецким обществом технического содействия (ГИЦ) создан Центр поддержки малого и среднего бизнеса. Активную работу проводят Американский фонд предпринимательства в Центральной Азии и Центральноазиатский инвестиционный фонд (Великобритания), которые оказывают широкий спектр консультационных услуг и организуют подготовку кадров.

Начиная с 1989 года в странах Центральной и Восточной Европы было приватизированы более 70 тыс. крупных и средних государственных предприятий. Это - в тот период - вызвало массовую безработицу, сокращение зарплат, усилило коррупцию.

Отказ от бесплатной массовой приватизации в нашей стране привело к таким же последствиям.

Изменение форм собственности в Узбекистане было начато в 1992 году, после принятия Государственной программы разгосударствления и приватизации, предусматривающей последовательное, поэтапное осуществление этого процесса.

Правительство Узбекистана при проведении массовой приватизации отказалось от всеобщей бесплатной раздачи акций, приватизационных ваучеров. Предпочтение было отдано привлечению активных, заинтересованных людей, умеющих оценивать доходы и риски, решивших вложить свои средства в бизнес. Приватизационные реформы проходили в 5 этапов (рис.1).

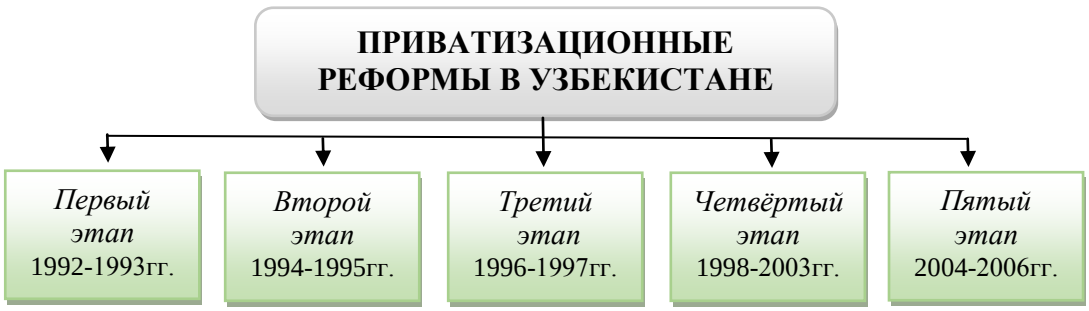


Рис.1. Этапы приватизационных реформ в Узбекистане.

Первый этап приватизации вошедший в историю как "**малая приватизация**" проходил с 1992-1993 гг. Процесс приватизации на данном

этапе охватил общий жилищный фонд, объекты бытового обслуживания, торговлю, мелкую местную промышленность и систему переработки сельскохозяйственной продукции. Были преобразованы некоторые средние и крупные предприятий легкой и местной промышленности, транспорта, строительства и других отраслей в основном в арендные, коллективные предприятия, в акционерные общества закрытого типа на условиях последующего выкупа. Контрольный пакет акций при этом оставался в распоряжении государства. Всего за эти годы было приватизировано 54 тыс. Объектов, на основе которых было создано свыше 18 тыс. семейных предприятий и 1700 акционерных обществ закрытого типа (АОЗТ). В сельскохозяйственном секторе было реорганизовано более 700 совхозов в ширкатные хозяйства, создано 15 тыс. фермерских хозяйств (170 тыс. га). К концу 1993 года доля негосударственного сектора составляла 35% ВНП[1].

Второй этап приватизации пришелся на 1994-1995 годы. Данный этап осуществлялся посредством преобразования множества средних и крупных предприятий в акционерные общества и продаж их акций на республиканском рынке ценных бумаг. Наряду с преобразованием государственной собственности в акционерную, получил развитие и малый бизнес.

Результатом разгосударствления и приватизации на этом этапе, было создание акционерных обществ открытого типа. Причем пакеты акций приватизированного предприятия распределялись следующим образом: 25% акций сохранялось в руках государства, столько же оставалось у членов трудового коллектива, аналогичное количество выставлялось на свободную продажу на Республиканской фондовой бирже, оставшаяся часть продавалась смежникам (поставщикам сырья, материалов), потребителям продукции данного предприятия или предлагалась иностранному инвестору.

Стали шире использоваться новые формы разгосударствления, то есть, продажа государственного имущества на конкурсной основе или на аукционах. Этот этап охватил около 12 тыс. малых, средних и крупных предприятий большинства отраслей народного хозяйства. Приватизация приобрела массовый характер, а затем количество приватизируемых объектов сократилось, так как основная часть предприятий была передана в частную собственность. К концу 1994 года доля негосударственного сектора составляла около половины ВНП Узбекистана. А уже к концу 1995г. в Узбекистане более 1 млн. человек стали владельцами собственных квартир, около 2 млн. работников стали акционерами, 3 млн. семей получили земельные наделы общей площадью 550 тыс. га для ведения личного подсобного хозяйства и ещё около 200 тыс. га земель получили фермеры[2].

Начиная с 1996 года, наша республика вступила в третий этап разгосударствления и приватизации собственности крупных предприятий и отраслей, при этом контрольный пакет акций оставался в распоряжении государства. Целью этого этапа стало углубление процессов приватизации,

[1] Составлено на основе бюллетеней Госкомимущества РУз за 1992-2000 годы.
[2] Составлено на основе бюллетеней Госкомимущества РУз за 1992-2000 годы.

обеспечивающие равные условия для функционирования всех форм собственности и дальнейшее развитие конкурентной среды. В течение данного этапа (1996-1998 годы) были приватизированы все объекты и предприятия (всего 3146), не вошедшие в поименный перечень объектов, не подлежащих приватизации. Были трансформированы в акционерные общества такие предприятия как, "Узбексавдо", "Узбытсоюз", "Узстройматериалы","Узбекское агенство почты и коммуникаций".

Период с 1994 по 1998 годы экономическая наука определяет как новый этап "широкомасштабной приватизации", так как она коснулась всех отраслей промышленности и агропромышленного комплекса.

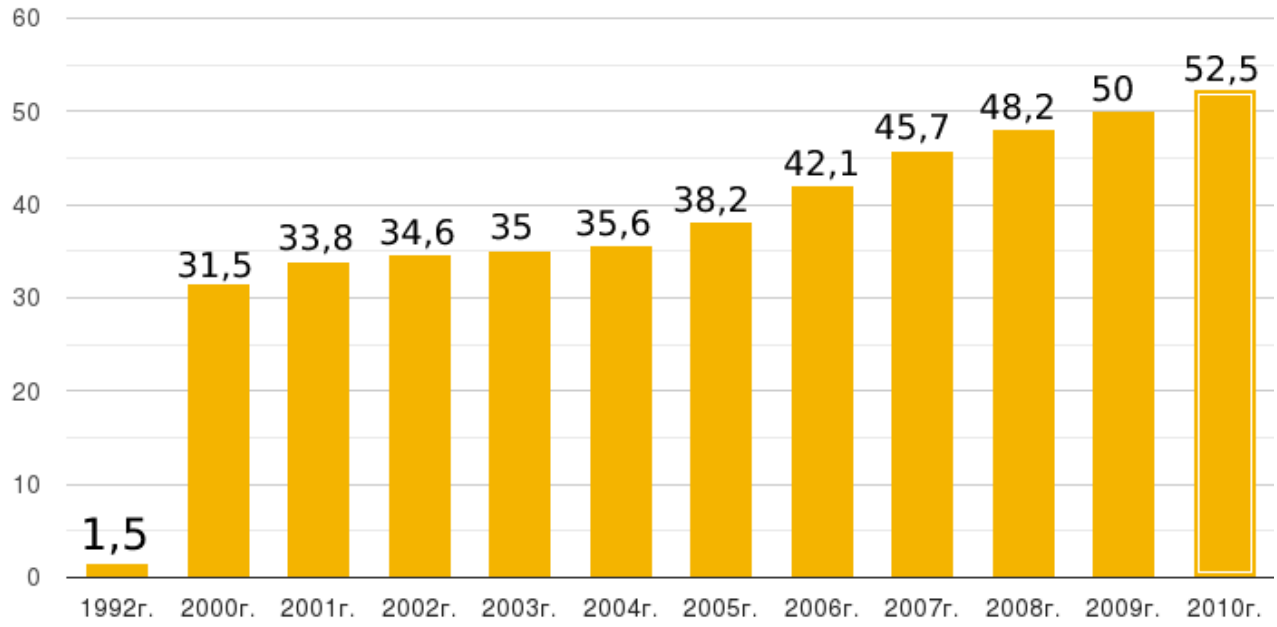
С 1998 года наступил этап "индивидуальной приватизации". С этого времени начали использовать дифференцированный подход в приватизации. Основные задачи четвертого этапа (1998-2003гг.) состояла в создании условий для привлечения иностранных инвестиций в приватизированные предприятия, повышение эффективности управления и полноценного функционирования новых отношений собственности. В течение анализируемого периода было приватизировано 17836 государственных объектов и на их основе организовано 16852 предприятия с негосударственной собственностью. В частности, 3667 (21,8%) из них составили акционерные общества, 10138 (60,2%) – частные предприятия, 3047 (18,1%) – предприятия других форм собственности. Общий объем средств, вырученных от приватизации за этот период составил 167,3 млрд. сум.

Пятый этап процессов разгосударствления и приватизации собственности в Узбекистане связан с Указом Президента Республики Узбекистан от 24 января 2003 года «О мерах по кардинальному увеличению доли и значения частного сектора в экономике Узбекистана». В целях ускорения процесса разгосударствления и приватизации государственных экономически несостоятельных предприятий, а также привлечения прямых инвестиций для модернизации и устойчивого развития этих предприятий был внедрен гибкий механизм ценообразования на приватизируемые объекты. В частности, утвержден порядок пошагового снижения стартовой цены государственных активов приватизированных предприятий и порядок реализации инвесторам государственных, экономически несостоятельных предприятий и низколиквидных объектов по нулевой выкупной стоимости на конкурсной основе с условием принятия инвестором инвестиционных обязательств. Процесс приватизации стал основой трансформации отношений собственности, развития негосударственного сектора и рыночных отношений. С 2000-2006 гг. в республике было приватизировано 7988 объектов государственного имущества, в том числе 667 акционерных обществ, 1245 обществ с ограниченной ответственностью, 5132 предприятий были полностью реализованы в частный сектор[1].

Анализируя структуру приватизационного процесса в период с 2009 по 2013 год, можно заметить, что выполнение проектов осуществляется в

[1] Составлено на основе бюллетеней Госкомимущества РУз за 2000-2006 годы.

полной мере и ежегодно увеличивается число приватизированных предприятий и объектов. Как показала практика и экономическое развитие государства за анализируемый период, приватизация государственного имущества имела ряд положительных сторон: увеличение иностранного инвестирования в низкорентабельные и(или) бездействующие предприятия, способствующая модернизации и налаживанию эффективного производства, завоз нового оборудования, соответствующего передовым требованиям и стандартам, увеличение выпуска конкурентоспособной и качественной, импортозамещающей продукции и т.п.



Источник. Госкомстат Республики Узбекистан за соответствующие годы.

Рис 2. Доля малого бизнеса и частного предпринимательства в ВВП Республики Узбекистан.

Поступления с биржевых и аукционных торгов непосредственно послужили пополнению государственного бюджета, вследствие чего послужили источником перераспределения национального дохода в виде пособий, стипендий и пенсий населению республики. Следует также подчеркнуть, что в социальной сфере, помимо государственных выплат, за счет приватизации и разгосударствления были созданы дополнительные рабочие места. Если рассматривать динамику показателей в цифрах, то только за 2012 год работой было обеспечено около 42 тысяч человек, что в 2 раза превосходит аналогичный показатель в 2010 году (18833 рабочих мест). Все вышеуказанные критерии подкрепляются также и законодательной базой. Были разработаны и реализованы ряд нормативно-правовых документов, регламентирующих основные концепции приватизации, эффективного и рационального использования и управления государственным имуществом.

Согласно Постановлению Президента Республики Узбекистан «О программе приватизации государственного имущества на 2011-2013 годы»[1] главной задачей стала продажа убыточных и нерентабельных объектов по нулевой стоимости, привлечение иностранных инвесторов и создание соответствующих условий для развития малого бизнеса и частного предпринимательства. Также, вступили в силу Законы Республики Узбекистан «О защите частной собственности и гарантиях прав собственников», «О конкуренции», «О мерах по дальнейшему развитию фондового рынка», «Об управлении государственным имуществом» и др. Были выбраны первоочередные направления по углублению механизмов рыночных преобразований, либерализации экономических и демократических реформ, с последующим формированием прочного гражданского общества и созданием прогрессирующего потенциала страны.

Исследования процессов приватизации показали, что рост эффективности приватизированных предприятий также не является догмой, если оценивать не только финансовые результаты приватизации. При этом использование приватизации как метода стимулирования развития экономики оправданно с точки зрения взаимодействия различных экономических факторов стратегического характера (уровень экономического развития, урегулирование государственного долга, развитие финансовых рынков, институциональное развитие, политические факторы, правовая система). На начальной стадии индустриального развития только государство способно обеспечить приток капитала в капиталоемкие отрасли и развитие инфраструктуры. При достижении соответствующего уровня экономического развития государство «уходит в тень» и посредством приватизации уступает место частному капиталу. Следовательно, если принять этот посыл за действительность, должна существовать взаимозависимость между среднедушевыми доходами населения и доходами от приватизации. Причём при анализе доходов от приватизации необходимо учитывать размер экономики страны. Чем больше страна, тем большим количеством объектов государственной собственности она обладает и тем значительнее абсолютные показатели объема приватизации. Возможно, корректнее рассматривать отношение величины доходов от приватизации к ВВП на душу населения.

Список использованной литературы:

1. Каримов И.А. Узбекистан по пути углубления экономических реформ. Т.: "Узбекистон", 1994.246 с.
2. www.ru.m.wikipedia.org.
3. Постановление Президента Республики Узбекистан «О программе приватизации государственного имущества на 2011-2013 годы» № ПП-1743 от 25 апреля 2012 года. // www.lex.uz.
4. Ежегодный статистический обзор Госкомстата за 1992-2013 годы.

[1] Постановлению Президента Республики Узбекистан «О программе приватизации государственного имущества на 2011-2013 годы» № ПП-1743 от 25 апреля 2012 года. // www.lex.uz.

Норбоев У.М. – ст.преп. Джизакский политехнический институт

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ В ЦЕЛЯХ БОРЬБЫ С БЕДНОСТЬЮ

Аннотация: В данной статье рассмотрены основные вопросы цифровизации отдельных отраслей экономики республики, в частности, малого предпринимательства в сельскохозяйственном производстве. Продовольственная безопасность и ее социально-экономическая значимость занимает особое место в системе государственной поддержки.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, семейный бизнес, личные подсобные хозяйства

Annotasiya: Ushbu maqola respublika iqtisodiyotining ayrim tarmoqlarini, xususan qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishidagi kichik biznesni raqamlashtirishning asosiy masalalarini muhokama qiladi. Oziq-ovqat xavfsizligi va uning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash tizimida alohida o‘rin tutadi.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, raqamlashtirish, oilaviy biznes, shaxsiy yordamchi xo‘jaliklar

Abstract: This article discusses the main issues of digitalization of certain sectors of the economy of the republic, in particular, small business in agricultural production. Food security and its socio-economic importance occupies a special place in the system of state support.

Keywords: digital economy, digitalization, family business, personal subsidiary plots.

На новом этапе реформ, основанных на принципах либерализации экономики и широкого внедрения рыночных механизмов, повышение результативности очередных работ по снижению роли государства и расширению участия частного сектора в экономике требует разработки конкретного и прозрачного механизма управления экономикой, направленного на результат.[1]

Особое место в системе поддержки экономики и предпринимателей занимает семейный бизнес, направленный на поддержку занятости и формирование доходов населения, обеспечения их первоочередных нужд и потребностей в продовольственных товарах. Как подчеркнул Президент Республики Узбекистан Ш.Мирзиёев «Мы расширим поддержку тем видам деятельности, которые осуществляются на дому». [2] Принято решения о дополнительной поддержки ремесленников и личного подсобного хозяйства. Развитию личных подсобных хозяйств в Узбекистане дан дополнительный импульс и существенная поддержка со стороны государства. Был принят ряд правительственных решений и распоряжения, поручения Президента по стимулированию предпринимательской деятельности в

[1] Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по кардинальному обновлению государственной политики в сфере развития экономики и сокращения бедности»

[2] Ш.Мирзиёев. Выступление на селекторном совещании 3 апреля 2020 года по вопросам поддержки предпринимательства в условиях противодействия кризису, вызванному пандемией коронавируса

сельскохозяйственном производстве. Разработана и реализуется целевая программа «Каждая семья предприниматель».

В среднем по стране 76,0% домохозяйств имеют личные подсобные хозяйства. Среди регионов, имеющих наибольшее количество личных подсобных хозяйств лидирует Кашкадарьинская – 89,0%, Сурхандарьинская – 88,0%, Наманганская – 87,0% и Андижанская – 87,0% области. В Республике Каракалпакстан их доля составляет 85,0%.[1]

Действительно в Узбекистане за годы независимости уделено большое внимание развитию личного подсобного хозяйства, прежде всего в сельской местности. Накопленный потенциал по развитию личного хозяйства дает хорошую основу для обеспечения населения основными продуктами питания, особенно в чрезвычайных ситуациях.[2] Ставка в условиях рыночной экономики в обеспечении продовольственной безопасности на личные подсобные хозяйства отличает Узбекистан от других стран СНГ. В Узбекистане социально - экономическая сущность личных подсобных хозяйств выражается в обеспечении семей основными продуктами питания. Они являются источником дохода семьи и местом приложения труда, приобщение детей и молодёжи к труду, основой развития семейного бизнеса, роста благосостояния, прежде всего сельского населения. Важным представляется поддержка в развитии инфраструктуры по обеспечению личных подсобных хозяйств средствами малой механизации, минеральными удобрениями, средствами защиты растений, семенными и посадочными материалами, оказание консалтинговых, правовых и финансовых услуг и др.

И как демонстрирует мировой опыт, развитие цифровой экономики, является объективным процессом. Под цифровой экономикой как правило понимается любая экономическая деятельность, связанная с производством, сбытом и потреблением товаров и услуг с использованием цифровых технологий, а также с применением электронной коммерции, веб- и интернет-экономики.

На данном этапе развития, когда начато только формирования крупных сельскохозяйственных кластеров[3] и животноводческих комплексов личные подсобные хозяйства имеют ряд сравнительных преимуществ. Это относительно высокая эффективность производства, достаточная самостоятельность хозяйствования, рациональная использование материальных ресурсов и отходов, удовлетворенность своим трудом и наименьшая капиталоёмкость. Согласно результатам проведенного социологических обследований, в Узбекистане более 4,5 миллионов семей имеют свои подсобные хозяйства. В их распоряжении находятся более 500

[1] www.stat.uz

[2] Цой М.П. Концепция продовольственной безопасности Узбекистана – международная практика«***Food Security: National and Global Drivers»*** **International Scientific and Theoretical Conference,** 16-17 October 2020, Samarkand, Uzbekistan, p.295

[3] Норбоев У.М. Законодательная база взаимоотношений субъектов рыночной экономики на основе производственного кластера «***Food Security: National and Global Drivers»*** **International Scientific and Theoretical Conference,** 16-17 October 2020, Samarkand, Uzbekistan, p.272

тысяч гектаров земель (происходит постоянное их расширение).

Формирование и развитие цифровой экономики становится причиной появления ряда проблем. Прежде всего, досягаемость информации и создание более эффективных технологий ее обработки и применения в основном должны снизить транзакционные издержки (издержки, связанные с информационным поиском и обработки найденной информации), и соответственно повысить гибкость и эффективность экономики. Но этого может и не случится, если в то же время не отмирают прежние технологии работы с информацией и возрастает доля транзакционных издержек за счет повышения затрат на защиту информации, оценку ее достоверности и др. Также перенос бизнес-деятельности в онлайн резко снижает, иногда даже ликвидирует необходимость в посредниках и агентах.

Цифровая экономика изменяет экономику в целом. Цифровые технологии требуют специалистов новых профессий и новых компетенций, делают бесполезными многочисленные группы занятых в традиционных видах деятельности, что становится причиной сопротивления и протестов. Ликвидация многих рабочих мест в сферах, где замена ручного малопроизводительного труда механизированным и автоматизированным, может вызвать рост дифференциации доходов и новую бедность.

Новые технологии, а именно искусственный интеллект, напрямую связаны со значительными изменениями на рынке труда, включая сокращение рабочих мест в одних секторах и создание новых возможностей в других в массовых масштабах. Цифровая экономика требует самых разнообразных новых знаний и навыков, весомых новых мер социальной защиты.

Цифровизация, формирование цифровой экономики открывают значительные возможности для потребителей, государства и общества целиком.

Список использованной литературы:

1.Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по кардинальному обновлению государственной политики в сфере развития экономики и сокращения бедности» № УП-5975 от 26 марта 2020 г.

2. Ш.Мирзиёев. Выступление на селекторном совещании 3 апреля 2020 года по вопросам поддержки предпринимательства в условиях противодействия кризису, вызванному пандемией коронавируса.

3. Норбоев У.М. Законодательная база взаимоотношений субъектов рыночной экономики на основе производственного кластера «**Food Security: National and Global Drivers» International Scientific and Theoretical Conference,** 16-17 October 2020, Samarkand, Uzbekistan, p.272

4. Цой М.П. Концепция продовольственной безопасности Узбекистана – международная практика«**Food Security: National and Global Drivers» International Scientific and Theoretical Conference,** 16-17 October 2020, Samarkand, Uzbekistan, p.295

Ш.Ш. Юсупов– ассистент Каршинский филиал ТУИТ

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЗАНЯТНОСТИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Аннотация: Ключом исследования занятности трудовых ресурсов и их управлениям является математическая формулировка структуры населения и трудовых ресурсов.

Ключевые слова: трудовых ресурсов, математическая формулировка.

Аннотация:Меҳнат ресурслари бандлигини ва уларни бошқаришни ўрганишнинг калити – бу аҳоли таркибини ва меҳнат ресурсларини математик шакллантиришдан иборат.

Калит сўзлар: mehnat resurslari, matematik shakllantirish.

Abstract: The key to studying the employment of labor resources and their management is the mathematical formulation of the structure of the population and labor resources.

Keywords: labor resources, mathematical formulation.

Экономики к рыночным отношениям порождает множество проблем. Среде них важнейшей является проблема занятности трудовых ресурсов. Для решения проблем обеспечения занятности трудовых ресурсов необходимо рассмотреть комплекс взаимосвязанных задач, связанных с исследованием современного состояния занятности трудовых ресурсов, выявлением основных показателей их занятности, изучением производственных процессов в сельскохозяйственных предприятиях и на этой основы определить потребности производства в них изучить и выявить потенциальные возможности трудовых ресурсов и сравнить ее с потребностями производства.

Ключом исследования занятности трудовых ресурсов и их управлениям является математическая формулировка структуры населения и трудовых ресурсов. Это осуществляются в следующие последовательности:

- математическая формулировка общей численности населения.
- математическая формулировка всего населения по полам.
- формулировка трудовых ресурсов.

Общая численность населения формулируется таким образом:

$$N = \{N1, N2\},$$

Где N_1 – множество, обозначающие работников мужского пола.

N_2 - множество, , обозначающие работников женского пола.

Отсюда

$$N_1 = \{N_{11}, N_{12}, \ldots . N_{1n},\}$$
$$N_2 = \{N_{21}, N_{22}, \ldots . N_{2n},\}$$

Одним из основных показателей является годовой фонд рабочего времени работников. Максимального число годового фонда рабочего времени одного

работника или возможная занятность работника в течение года с учетом законодательных актов труде определяется следующем образом:

Работники перерабатывающих отраслей работают сезонно. В Ташкентской области сезон продолжается с мая до конца декабря или января в зависимости от вида перерабатываемой продукции. Начиная с января до мая осуществляется ремонт помещения, механизмов и основная масса работников уходит в отпуск. С размещениямцитрусовых в хозяйстве и переработкой его продукции можно организовать круглогодовую переработку с/х продукции. Но в Узбекистане перерабатывать цитрусовое во многих случаях не эффективно нежели их сразу продавать.

Таким образом рассмотрев значения Ф1, Ф2 можно судить о занятности работников в каждой отрасли в зависимости от специфики отрасли природно-климатической условий.

1. Степень вовлечения трудовых ресурсов в сфере общественного производства определяется выражением
$$S_1 = \Phi_{PX}^{\Gamma} / \Phi^{\Gamma}$$
2. Определение степени участия трудоспособных работников, подростков, пенсионеров в общественном производстве играет значительную роль при исследовании занятности трудовых ресурсов. Не зная численного значения степени участия в ретроспективном периоде нельзя анализировать эффективность использование и занятности трудовых ресурсов.
3. $$S_{1j} = \frac{\sum_m^n \sum_d^n A\ md}{\left(\overline{N_J - \widetilde{N_J}}\right) * \Phi_j}$$
$$S_{2j} = \frac{\sum_m^n \sum_d^n \overline{A}\ md}{\left(\overline{N_J - \widetilde{N_J}}\right) * \Phi_j}$$

Где S_{1j} – степень участия трудоспособных работников относительно фактически отработанного времени;

S_{2j} – степень участия трудоспособных работников относительно фактически отработанных норм;

Amdj – число фактические отработанных дней трудоспособными работниками в m- месяц, в d—дни, и в j- отрасли.

$\overline{A}\,mdj$ – число фактические отработанных норм трудоспособными работниками в m- месяц, в d—дни, и в j- отрасли.

Nj –число фактически трудоспособных работников j-й отрасли.

$\widetilde{N_J}$ – число фактически трудоспособных работников не выработавших ни одного человека дня .

Одним из важных показателей занятности трудовых ресурсов является активность работников. Разделив фактические отработанные нормы на фактически отработанной дней получим среде отработанной нормы

работников в отработанной дней:

$$H_j = \frac{\sum_m \sum_d \overline{Ap_{mdj}}}{\sum_m \sum_d \bar{A}\, mdj}$$

Здесь H_j – интенсивность выработки норм работников в J-й отрасли.

Таким образом определение численных значений показателей занятности трудовых ресурсов в с/х предприятиях дает возможность выявить не использованные резервы по повышению эффективности с/х производства и благосостояния население сельской местности а также улучшения организации и использования труда по периодам года.

З.К.Рахимов – СамИСИ, “Тармоқлар иқтисодиёти” кафедраси ассистенти

МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА СЕРВИС ФАОЛИЯТИНИ РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАР ОРҚАЛИ РИВОЖЛАНТИРИШ

Аннотация: Мақолада миллий иқтисодиётни ривожлантиришда сервис фаолиятини рақамли технологиялар орқали ривожлантиришнинг аҳамияти ҳамда мазмуни ёритиб берилган. Маълумотлар муаллифларнинг кузатишлари ҳамда чет эл адабиётларини таҳлил этиш асосида тузилди.

Калит сўзлар: Инновация, рақамли иқтисодиёт, реклама, ахборот, корхона, хизмат кўрсатиш.

Аннотация: В данной статье освещены важности и содержание развития сервисной деятельности с помощью цифровых технологий в развитии национальной экономики. Данные были основаны под наблюдением авторов и с иностранных литератур, в которых приведены информации.

Ключевые слова: Инновации, цифровая экономика, реклама, информация, предприятие, оказание услуг.

Abstract: This article highlights the importance and content of the development of service activities using digital technologies in the development of the national economy. The data were based under the supervision of the authors and from foreign literatures, which provide information.

Key words: Innovation, digital economy, advertising, information, enterprise, service provision.

Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш соҳасининг кенг имкониятларидан мамлакат иқтисодиётининг равнақи йўлида унумли фойдаланаётганлари йўқ. Ваҳоланки, хизмат кўрсатиш соҳаси янги иш ўринларини яратишда, аҳоли даромадларини оширишда, тадбиркорлик фаолиятини кенгайтиришда, электрон тижоратни ривожлантиришда, умуман олганда аҳоли турмуш даражасини яхшилашда муҳим ўрин тутади.[1]

[1] Б.Б.Мардонов, Л.У.Махмудов, Ғ.С.Мустафоев, З.К.Рахимов, Ш.А. Султонов, Э.Ш.Шавқиев, А.С.Шералиев, Ш.О.Қувондиқов, Р.Ж.Қурбонова, А.П.Ҳазратов. Хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш ва аҳоли фаровонлигини юксалтириш: муаммо ва ечимлар. Монография. – Т.: “Fan va texnologiya”, 2019 188 бет.

Мамлакатимизни 2017-2021 йилларда социал-иқтисодий ривожлантиришнинг диққат-маркази – аҳоли фаровонлигини ва юксак турмуш даражасини таъминлашга, мавжуд ресурс ва салоҳиятдан самарали фойдаланган ҳолда барқарор ҳамда рақобатбардош миллий иқтисодиётни шакллантиришга мақсадли йўл олган. Бу борада амалга оширилган кўплаб чора-тадбирлар қаторида юқори қўшимча қийматга эга бўлган тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи ҳамда хизматлар кўрсатувчи соҳаларни ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади.

Замонавий миллий иқтисодиётни шакллантиришда ҳозирги кунда шиддат билан ривожланаётган рақамли технологияларнинг ўрни ҳам ҳаётимизнинг бир қисмига айланиб келмоқда.

Бутун жаҳон мамлакатларида 2019-2021 йилларда юз берган COVID-19 шиддат билан тарқалди ва ижтимоий-иқтисодий соҳаларнинг барчасига ўз таъсирини ўтказди. Кўпгина мамлакатлар иқтисодиётига бундай касалликнинг тарқалгани салбий таъсирини кўрсатди. Шу ўринда, аҳолининг товар ва хизматларга бўлган эҳтиёжларини қондиришда рақамли технологияларнинг ўрни ҳам билинди.

Бугунги кунда, рақамли иқтисодиётни ривожлантириш, улардан анъанавий хизмат кўрсатиш ва ишлаб чиқариш билан бирга боғлиқ ҳолда ривожлантиришнинг аҳамияти ва муҳимлигини изоҳлаш учун ўрин қолдирмади.

Мамлакатимизда рақамли технологиялар орқали алоқа ўрнатиш тизимларига, айниқса таълим тизимини масофавий ташкил этишга алоҳида эътибор қаратилди. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2020 йил 6 октябрда “Ахборот технологиялари соҳасида таълим тизимини янада такомиллаштириш, илмий тадқиқотларни ривожлантириш ва уларни IT-индустрия билан интеграция қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”[1] ги ПҚ-4851-сон қарорида мамлакатимизда таълим тизимини ахборот технологиялари билан боғлиқ ҳолда олиб боришга эътибор қаратилди.

Ишлаб чиқаришни ва хизмат кўрсатишни масофавий ташкил этиш орқали корхоналарнинг асосий фаолиятига ажратиладиган вақтлари тежалади. Яъни, мамлакатимизда ривожланаётган тармоқли (сеть) савдо ва хизмат кўрсатиш корхоналари ўртасида ахборот алмашинувини тўлиқ ташкил этилса уларнинг вақтлари тежалади ҳамда ахборотларнинг тез етказилишидан ташқари уларнинг аниқлилик даражаси ҳам ортади. Албатта, бунинг учун муҳим ўринни бундай технологияларнинг ишлаш тезлиги ва сифатига алоҳида эътибор қаратилиши керак.

Маълумки, мамлакатимиз ҳудудларида ахборот технологиялари орқали алоқа ўрнатиш ҳолатини яхшилашга миллий алоқа компаниялари кўп ишларни амалга оширмоқда. Аммо, айрим қишлоқ жойларида бундай хизмат кўрсатиш ҳолати яҳши ривожланмаган. Мамлакатимиз аҳолисининг кўп қисми қишлоқ жойларида яшашини инобатга олган ҳолда бундай алоқа

[1] https://lex.uz/docs/5032128

воситаларини ривожлантириш учун эътиборни қаратиш бугунги куннинг асосий вазифаларидан бири бўлиб қолмоқда.

Айниқса, мамлакатимиз аҳолисининг ёш қисми кўплиги, уларнинг интернет тармоқларидан фойдалана олиши ва улар таркибида ўқувчи, талабалар, абитуриентларнинг мавжудлигини инобатга олиб интернет хизматларининг сифатини ошириш муҳимдир.

Мамлакатимизда замонавий алоқа тизимларининг ҳолатини ўрганиш мақсадида улар фаолиятини **1-жадвалда** келтирдик.

1-жадвал.[1]

2015-2019 йилларда Ўзбекистон Республикасида алоқа хизматларини кўрсатиш орқали тушган тушумлар (фоизда)

Кўрсаткичлар	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2019 йилда 2015 йилга нисбатан**	
						(+;-)	**%**
почта	4,2	3,5	3,3	2,4	2,9	-1,3	69,0
телеграф	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,0	100
махсус алоқа	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	100
шаҳарлараро ва халқаро телефон	11,1	9,7	12,7	16,1	14,2	3,1	127,9
шаҳар ва қишлоқ жойлардаги телефон	1,8	1,7	1,4	1,2	1,4	-0,4	77,8
радио частоталарни рўйхатга олиш, назорат ва ҳимоя қилиш	1,1	1,0	1,0	1,3	1,4	0,3	127,3
мобил	58,3	58,8	54,2	49,0	43,0	-15,3	73,8
«Интернет» тармоғи	15,8	17,0	21,4	22,9	26,0	10,2	164,6
маълумот узатиш тармоғи	5,5	6,1	3,9	4,8	8,5	3,0	154,5
телевидения дастурларини узатиш ва қабул қилиш	1,4	1,5	1,5	1,6	1,6	0,2	114,3
радио	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	200,0

[1] https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/services-2

дастурларини узатиш ва қабул қилиш							
алоқанинг бошқа турлари	0,6	0,5	0,4	0,4	0,7	0,1	116,7

1-жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, «Интернет» тармоқларидан фойдаланиш 2019 йилда 2017 йилга нисбатан 164,6 фоизга, маълумот узатиш тармоқларидан фойдаланиш 154,5 фоизга кўпайган. Яъни, мамлакатимизда замонавий технологиялардан фойдаланиш орқали интернет тармоқларидан фойдаланиш даражаси ортмоқда.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, саноат соҳасининг ривожланиши ва интернет тармоқларига кириш мослама (Гаджет)ларнинг аҳолининг анъанавий ҳаётига кириб кетиши улар ҳаётининг осонлашишига ва ахборот алмашинувида тезлашишига олиб келмоқда. Бундай мосламаларнинг алоқа алмашинув тезлигига ва уларнинг сифатига эътиборни қаратиш бугунги асосий муаммоларимиздан бири бўлиб қолмоқда. Бугунги кунда бу технологиялар сифатини оширишда, рақобат муҳитини шакллантириш, янги чет эл технологияларини қўллашга эътибор қаратиш лозим. Яъни, энг сўнгги оптик толали интернет технологияларини барча ҳудудларимизга жорий этиш, рақобат муҳитини янада шакллантириш учун алоқа хизматларини кўрсатувчи чет эл компанияларининг мамлакатимизда ривожланиши учун шароит яратиб бериш, шаффофлик ва очиқлиликни таъминлаш мақсадида интернет тармоқларида корхона ва ташкилотлар фаолиятини ташкил этишни ривожлантириш мақсадга мувофиқ бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2020 йил 6 октябрда “Ахборот технологиялари соҳасида таълим тизимини янада такомиллаштириш, илмий тадқиқотларни ривожлантириш ва уларни IT-индустрия билан интеграция қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4851-сон қарори.
2. Б.Б.Мардонов, Л.У.Махмудов, Ғ.С.Мустафоев, З.К.Рахимов, Ш.А. Султонов, Э.Ш.Шавқиев, А.С.Шералиев, Ш.О.Қувондиқов, Р.Ж.Қурбонова, А.П.Ҳазратов. Хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш ва аҳоли фаровонлигини юксалтириш: муаммо ва ечимлар. Монография. – Т.: “Fan va texnologiya”, 2019 188 бет.
3. https://lex.uz/docs/5032128
4. https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/services-2

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

М.Қ. Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Б.Р.Пардаев – «Ипак йўли» туризм халқаро университети эдвайзери.

ТУРИЗМ СОҲАСИДА ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация: мақолада туризм соҳасида тадбиркорликни ривожлантиришнинг айрим имкониятлари қараб чиқилган. Бунда асосий эътибор Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича 2017-2021 йилларга мўлжалланган “Ҳаракатлар стратегияси”нинг иқтисодиёт бўлимининг тўртинчи устувор йўналиш туризмни ривожлантириш масаласига қаратилган. Соҳани ривожлантириш учун бу ерда ўзига хос тадбиркорликни шакллантириш масалалари ҳам қараб чиқилган.

Калит сўзлар: туризм, туристик хизматлар, туристик инфратузилма, туризмдаги тадбирлик, тадбиркорлик.

Аннотации: В статье рассматриваются некоторые возможности для развития бизнеса в сфере туризма. При этом четвертый приоритет экономического раздела «Стратегии действий» на 2017-2021 годы по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан ориентирован на развитие туризма. В целях развития отрасли здесь также рассматриваются вопросы формирования специфического предпринимательства.

Ключевые слова: туризм, туристические услуги, туристическая инфраструктура, туристическая деятельность, предпринимательство.

Abstract: The article discusses some of the opportunities for business development in the tourism sector. At the same time, the fourth priority of the economic section of the "Action Strategy" for 2017-2021 is focused on the development of tourism in five priority areas of development of the Republic of Uzbekistan. Therefore, to develop the industry, it also considers the formation of specific entrepreneurship strategies.

Keywords: tourism, tourist services, tourist infrastructure, tourism activities, entrepreneurship.

Иқтисодиётда давлат иштирокини камайтириш, хусусий мулкни ҳимоя қилиш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш масаласи Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича 2017-2021 йилларга мўлжалланган “Ҳаракатлар стратегияси”нинг иқтисодиёт бўлимининг тўртинчи устувор йўналиш сифатида белгиланган. Бунда туризмни ривожлантириш масаласи ҳам асосий ўринлардан бирини эгаллайди.

Унда иқтисодиётда давлат иштирокини камайтириш учун аниқ чора-тадбирлар, хусусий мулк ҳуқуқини ҳимоя қилиш ва унинг устувор мавқеини янада кучайтиришга қаратилган ишлар, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ривожини рағбатлантиришга қаратилган институционал ва таркибий ислоҳотларни давом эттириш масалалари аниқ кўрсатиб берилгани билан эътиборлидир. Асосий эътибор хусусий мулк ҳуқуқи ва кафолатларини ишончли ҳимоя қилишни таъминлашга қаратилаётганини таъкидлаш лозим. Бу бевосита туризм соҳаси учун ҳам муҳимлиги шундаки, ҳозирги пайтда ушбу соҳани ҳудудларни ривожлантиришнинг асосий омилларидан бири сифатида қаралмоқда.

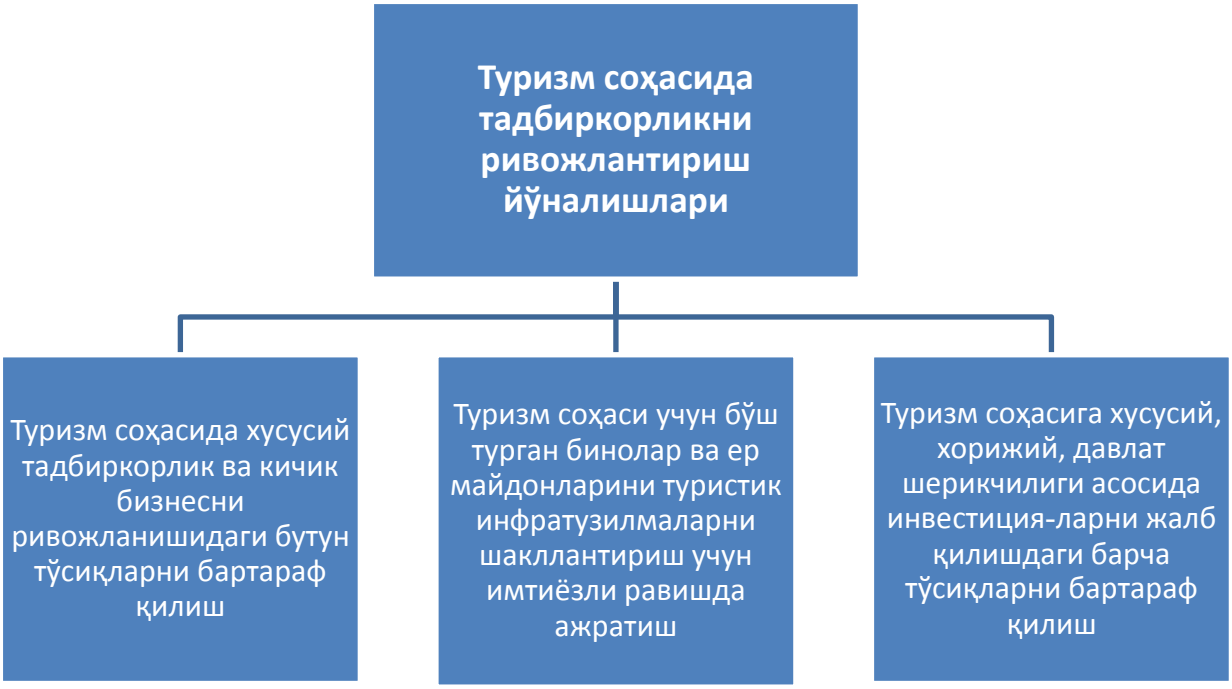
Туризмни ривожлантириш учун хусусий тадбиркорлик ва кичик бизнес ривожи йўлидаги барча тўсиқ ва чекловларни бартараф этиш ва унга тўлиқ эркинлик беришга қаратилган чора-тадбирларни ишлаб чиқилмоқда. «Агар халқ бой бўлса, давлат ҳам бой ва кучли бўлади» деган тамойилни амалга ошириш борасида ҳам таъсирчан чоралар кўрилиши кўзда тутилган диққатга сазовор. Буни амалга ошириш учун мамлакатимизнинг барча соҳа, тармоқлари ва ҳудудлари бўйича аниқ дастурлар асосида иш олиб борилмоқда. Ҳозирги кунда кирувчи туризм билан бирга ички туризмни ҳам ривожлантириш вазифаси устувор вазифалар қаторидан жой олган.

Мазкур соҳадаги белгиланган вазифалар ўз-ўзидан амалга ошиб қолмайди. Ҳар қандай киши ҳам тадбиркор бўлиб кетавермайди. Айниқса туризм соҳасида. Чунки бу мутахассис бўлиш билан бирга хорижий тилларни ҳам яхши билишлигини тақозо қилади. Шунинг учун туризм соҳасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни кенг ривожлантириш мақсадида қулай ишбилармонлик муҳитини яратишга доир ишлар ҳам иқтисодиётни либераллаштиришнинг таркибий қисмидан ўрин эгаллаган. Бунда тадбиркорлик тузилмаларининг фаолиятига давлат, ҳуқуқни муҳофаза қилувчи ва назорат идоралари томонидан ноқонуний аралашувларнинг қатъий олдини олиш чоралари ҳам белгиланган ва булар қаттиқ назорат остида амалга оширилмоқда.

Бугунги кунда туризмни ривожлантиришнинг асосий йўналишларини белгилаш мақсадга мувофиқ. Бу қуйидаги расмда келтирилган (1-расм).

Бугунги кунда Ўзбекистон Республикасининг Халқ қабулхоналарига келиб тушаётган аризалар таркибида тадбиркорликка тўсиқ бўлаётган фактлар ҳам йўқ эмас. Аммо улар ўз вақтида ва ўз жойида ҳал қилинаётгани диққатга сазовор.

Мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришнинг муҳим омилларидан бири давлат мулкини хусусийлаштиришни янада кенгайтириш ва унинг тартиб-тамойилларини соддалаштириш билан боғлиқдир. Бу борадаги яна бир омил туризм соҳасида ҳам тадбиркорликни ривожлантиришга қаратилган. Шу туфайли ушбу масала ҳам стратегиянинг йўналишларидан бири сифатида қайд этилган. Бунда хўжалик юритувчи субъектларнинг устав жамғармаларида давлат иштирокини камайтиришга ҳам етарли даражада эътибор берилмоқда. Чунончи, давлат мулки хусусийлаштирилган объектлар



1-расм. Туризм соҳасида тадбиркорликни ривожлантириш йўналишлари

базасида хусусий тадбиркорликни ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар яратиш борасида ҳам тегишли тадбирлар амалга оширилмоқда. Уларга бўш турган объектларни “ноль” қийматда сотишдан тортиб имтиёзли кредитлар беришгача бўлган тадбирлардан кенг фойдаланиб келинлмоқда.

Мамлакатимиз иқтисодиётини ривожлантиришда қулай инвестиция муҳитини такомиллаштириш масаласи ҳам туризмни ривожлантиришда муҳим аҳамият касб этади. Шу мақсадда мамлакат иқтисодиёти тармоқлари ва ҳудудларга, бевосита туризм соҳасига тўғридан-тўғри чет эл инвестицияларини фаол жалб қилиш масаласи бўйича кенг кўламли ишларни амалга ошириш дастури ишлаб чиқилди. Ҳозирги кунда хорижий инвестицияларни жалб қилиш бўйича янгидан ташкил қилинган Инвестициялар бўйича давлат қўмитаси билан бирга деярли барча вазирлик ва идоралар, дипломатик корпус вакиллари, хориждаги ваколотхоналаримиз ходимлари, ҳокимлар, тадбиркорлар шуғулланмоқда.

Мамлакатимиз иқтисодиётини ривожлантиришда корпоратив бошқарув бўйича маълум тажриба тўпланган. Унинг замонавий стандарт ва усулларини жорий этиш, корхоналарни стратегик бошқаришда акциядорларнинг ролини кучайтириш борасида ҳам белгиланган чора-тадбирларни амалга ошириш масаласи ҳам ҳар бир соҳа, ҳудуд ва тармоқлар, шу жумладан туризм соҳаси бўйича ҳам аниқ қилиб белгилаб берилган.

Тадбиркорлик субъектларининг муҳандислик тармоқларига уланиши бўйича тартиб-таомил ва механизмларни такомиллаштириш ва соддалаштириш масаласи ҳам иқтисодий тараққиётимизнинг устувор вазифаларидан бири сифатида белгиланиши ҳам бежиз эмас. Шу нуқтаи

назардан белгиланган чора-тадбирлар ҳам тегишли назорат остига олинган. Бугунги кунда туризм соҳасини ривожлантириш учун халқаро талабларга жавоб берадиган инфратузилмани ҳам яратиш мақсадга мувофиқдир.

Давлат бош ислоҳотчи сифатида тегишли йўналишларни белгилаб беради ва бир вақтнинг ўзида мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши жараёнларини тартибга солишда давлат иштирокини камайтиришни ҳам кўзда тутади. Бунда давлат хўжалик юритувчи субъектларнинг ички ишларига деярли аралашмайди. Бунинг учун давлат бошқаруви тизимини марказлаштиришдан чиқариш лозимлиги ҳам стратегияда белгиланган. Ушбу тадбир бевосита иқтисодиётни демократлаштиришни таъминлаб беради. Шу ўринда асосий вазифа давлат хусусий шерикликни кенгайтириш билан бирга, нодавлат, жамоат ташкилотлари ва жойлардаги ўзини ўзи бошқариш органларининг ролини ошириш бўйича ишларни янада кучайтириб боради. Ушбу тадбирлар иқтисодиётни эркинлаштириш борасида яна бир қутлуғ қадам бўлиб хизмат қилади. Эркинлик бор жойда юксалиш бўлади. Аммо эркинликни ўзбошимчалик, деб тушунмаслик керак ва тартиб тамойиллардан тоймасдан фаолият кўрсатишни таъминлаш лозим бўлади.

Ф.Ш.Акчаев – Жиззах ДПИ тарих ва уни ўқитиш методикаси кафедраси доценти в.б., тарих фанлари бўйича фалсафа доктори,
Ж.М. Қовулов – Жиззах ДПИ, Тарих факультети талабаси

ЖИЗЗАХ ВОҲАСИДА ЗИЁРАТ ТУРИЗМИ ВА УНИНГ ИҚТИСОДИЙ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада Жиззах воҳасида зиёрат туризми обьектлари, уларнинг иқтисодий имкониятлари ҳамда ушбу соҳани ривожлантиришга тусиқ бўлиб келаётган муаммолар хусусида фикр юритилган.

Калит сўзлар: Жиззах воҳаси, муқаддас қадамжо ва зиёратгоҳлар, ички ва зиёрат туризми, эҳсонлар.

Аннотация: В статье рассматриваются объекты паломнического туризма в Джизакском оазисе, их экономический потенциал и проблемы, препятствующие развитию этого сектора.

Ключевые слова: Джизакский оазис, святыни, внутренний и паломнический туризм, пожертвования.

Abstract: This article discusses the objects of pilgrimage tourism in the Jizzakh oasis, their economic potential and the problems that hinder the development of this sector.

Keywords: Jizzakh oasis, sacred places and shrines, domestic and pilgrimage tourism, donations.

Мамлакатимиз бўйлаб улкан ислоҳотлар ва янгиланишлар амалга оширилаётган ҳозирги даврда туризмни ривожлантиришга ҳам алоҳида эътибор қаратилиб келинмоқда. Айниқса, сўнгги йилларда тарихий меросни

асраб-авайлаш, маданий мерос объектларини давлат рўйхатидан ўтказиш, уларни таъмирлаш ва ободонлаштириш, жумладан, зиёрат туризми соҳасини равнақ топтиришга, шу орқали аҳоли турмуш тарзини яхшилаш, улар учун муносиб ҳаёт асосларини яратиб бериш борасида "Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил" дастурининг қабул қилиниши[1] ушбу масалаларга бугунги кунда давлат сиёсати даражасида эътибор қаратилаётганлиги[2]дан далолатдир. Республикада ички ва зиёрат туризмини ривожлантиришнинг ўзига хос жиҳатлардан бири – уларга фаслнинг исталган вақтида ташриф буюриш мумкинлигидадир.

Қайд этиш лозимки, ички туризм соҳасининг кенг қамровли ва ривожланиб бораётган турларидан бири – бу зиёрат билан боғлиқ жараёнлардир. Республиканинг барча ҳудудларида муқаддас қадамжо ва зиёратгоҳларнинг сон жиҳатдан кўплиги бир пайтнинг ўзида барча ҳудудларда туризмнинг ушбу турини кенг миқёсда ривожлантириш имконияти мавжудлигини кўрсатади.

Бугунги кунда Жиззах вилоятининг тоғли ва тоғолди туманларида ҳам ўндан ортиқ Республика даражасидаги, ўттизга яқин вилоят даражасидаги ва кўплаб маҳаллий зиёратчилар ташриф буюрадиган муқаддас қадамжо ва зиёратгоҳлар[3] мавжудлиги воҳада туризмнинг ушбу турини ривожлантириш имкониятларини кўрсатиб турибди. Аммо, ушбу соҳани ривожлантиришга тусқинлик қиладиган муаммолар ҳам борки уларни бартараф этиш бугунги куннинг долзарб масалаларидандир.

Ўтган йиллар давомида Жиззах вилоят маданий мерос объектларини муҳофаза қилиш ва улардан фойдаланиш Давлат инспекцияси, Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси вилоят ҳудудий вакиллиги маълумотлари ҳамда шахсий кузатувлар асосида зиёратчилар ташриф буюрадиган мавсумда воҳанинг йирик 10 та зиёратгоҳларида бир кунда ташриф буюрувчиларнинг ўртача рейтинги ўрганилди. Ўрганишлар натижасида Саъд ибн Ваққос зиёратгоҳига 250-300 нафар, Зомин сиҳатгоҳи йўлидаги (Кўктўнли ота, Тоғтерак ота, Бобоёнғоқ) зиёратгоҳларга 200-250 нафар, Хўжамушкент зиёратгоҳига 170-220 нафар, Парпи ота зиёртагоҳига 150-170 нафар, Новқа ота зиёратгоҳига 130-160 нафар, Хўжаи Сероб ота зиёратгоҳига 120-150 нафар, Хўжа Боғбон ота зиёратгоҳига 100-130 нафар, Боғимозор ота (Саид Мир Халилуллоҳ хонақоси) зиёратгоҳига 80-100 нафар, Ҳазрати Занулобиддин (2500 ёшли арча билан биргаликда) зиёратгоҳига 50-80 нафар ва Жондаҳор ота зиёратгоҳига 30-50 нафарни ташкил этиши аниқланди.

Ташриф буюрувчи зиёратчиларнинг сони уларга тушадиган эҳсон маблағларини миқдорини белгилаб беради. Ўтказилган сўровномалар ва

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида"ги 2018 йил 3 февралдаги ПФ-5326-сонли Фармони// Халқ сўзи. 2018 йил, 8-февраль. №26-сон.

[2] Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида"ги 2018 йил 7 февралидаги ПҚ-3514-сонли Қарори / www.lex.uz.; Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг "2018–2019 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида"ги қарори / www.lex.uz.

[3] Акчаев Ф.Ш. Жиззах воҳаси муқаддас қадамжолари ва зиёратгоҳлари. Тарих фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) илмий даражасини олиш учун ёзган дисс. Автореферати. Тошкент. 2020. 22 б.

кузатишлар жараёнида маълум бўлдики, ташриф буюрувчиларнинг аксарияти эҳсонни натурал (ҳайвонлар, мато, нон, алоҳида тугун ва б.) кўринишда эмас, балки пул шаклида тақдим этишади.

Ахборотчиларга “Сиз ҳар бир зиёратингизда ўртача қанча эҳсон қиласиз?”, -деган саволга 20-23% зиёратчилар 1000-1500дан 3000 сўмгача, 50-55 % зиёратчилар 2000дан 5000 сўмгача, 10-12 % зиёратчилар 5000 сўмдан 8000 сўмгача эҳсон қилишларини билдирган бўлса 8-10 % зиёратчилар эҳсон миқдорини ошкор қилишмади.

Шу билан бирга Рамазон ва Қурбон ҳайити кунларида айрим зиёратчилар томонидан 50 мингдан 500 минггача, ҳатто 1–2 млн сўмгача бўлган нақд пул ва совға-саломлар эҳсон қилинганлиги қайд қилинди. Диний мазмунга эга бўлган қурбонлик, худойи, дарвешона каби байрамларда ҳамда авлодлар учрашуви маросимларида иқтисодий жиҳатдан яхши таъминланган зиёратчилар томонидан қўй, эчки, гилам, кўрпа-тўшаклар ва ҳатто, электр жиҳозлар ҳам эҳсон қилинади[1]. Сўровлар жараёнида айрим зиёратгоҳларнинг бир йиллик тушуми (Қурбон ва Рамазон ҳайити кунларидаги тушумлардан ташқари) 5–6 млн сўмдан, 15–20 млн сўм (таъкид бизники – А.Ф.)гача етаётганлиги аниқланди.

Аммо, ушбу хайр-эҳсонлар қандай мақсадларда фойдаланилмоқда, деган саволга аксарият зиёратгоҳ назоратчилари ва мутасадди шахслар аниқ жавоб бера олишмади. Бу эса ҳанузгача ушбу масалада вилоят зиёратгоҳларида муаммолар мавжудлигини кўрсатади. Тадқиқот давомида ташриф буюрган барча зиёратгоҳларда ҳам тушумлар ва уларни тақсимлаш борасида, зиёратчилар учун яратилган шароитлар хусусида муаммолар борлиги кўзга ташланди. Шу сабабли, бу муаммоларни бартараф этиш учун қуйидаги тавсиялар ишлаб чиқилди:

Биринчидан, зиёратгоҳларда маънавий-маърифий ишлар самарадорлигини ошириш мақсадида “Зиёратгоҳлар ва муқаддас қадамжоларда зиёрат қилиш тартиб-қоидалари ва уларни такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги Ўзбекистон Республикасининг Қонунини қабул қилиш ҳамда Жиззах вилоят ҳокимлиги, вилоят маданий мерос объектларини муҳофаза қилиш ва улардан фойдаланиш Давлат инспекцияси, Ўзбекистон Республикаси туризмни ривожлантириш Давлат Қўмитаси вилоят ҳудудий бўлими, Халқаро “Олтин мерос” ҳайрия жамоат фонди Жиззах вилоят муассасаси ҳамда Ўзбекистон Мусулмонлари идораси вилоят вакиллиги томонидан ҳамкорликда алоҳида чора-тадбирлар режасини ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий қилиш лозим.

Иккинчидан, зиёратгоҳларда (масжид, мақбара, хонақоҳ, муқаддас қабрлар ва шу кабилар) ҳайит байрамлари ва бошқа кунларда ҳомийлар ва халқ томонидан амалга оширилаётган хайрия-эҳсон маблағлари ҳамда кирим-чиқимларни назорат қилишни кучайтириш зарур. Бизнингча, маблағларнинг аксарият қисмини Республика “Вақф” хайрия жамоат фондига ўтказиш лозим. Ушбу масала Ўзбекистон Мусулмонлари идораси томонидан назорат

[1] Дала ёзувлари. Жиззах вилояти зиёратгоҳлари. 2014–2019 йиллар.

қилинса, мақсадга мувофиқ бўларди. Акс ҳолда ушбу маблағларнинг аниқ ва манзилли сарфланишига эришиб бўлмайди.

Учинчидан, воҳадаги аксарият зиёратгоҳларга олиб борувчи йўл тармоқлари, айниқса, автомобиль йўлларини таъмирлаш, ёритиш ускуналари билан жиҳозлаш, ёқилғи қуйиш ва умумий овқатланиш шохобчаларини ташкил қилиш, йўл кўрсаткичларини ўрнатиш ва реклама панноларини жойлаштириш ҳамда уларда туристлар билан иш юритиш жараёнини тўғри ташкил қилиш ишларига вилоят ҳокимлиги, ҳомий ташкилотлар, шунингдек Республика "Вақф" хайрия жамоат фонди маблағларининг бир қисмини йўналтириш зарур.

Тўртинчидан, **муқаддас қадамжолар ва зиёратгоҳларнинг сон жиҳатдан кўплиги, географик омилнинг қулайлиги, яъни уларнинг аксарияти тоғ ва тоғолди ҳудудларидаги табиат манзаралари билан уйғунлашиб кетганлиги, аксарият зиёратгоҳлар ҳудудида археологик объектлар мавжудлиги,** кейинги йилларда воҳага ташриф буюрувчи ички ва ташқи сайёҳларнинг сони ошиб боришини инобатга олган ҳолда, вилоятнинг халқаро сайёҳлик имиджини шакллантириш ва иқтисодиётга салмоқли сармоя киритилишини таъминлаш учун ушбу соҳага маълум имтиёзларни жорий этиш йўли билан маҳаллий ва хорижлик инвестрларни жалб этиш зарур.

А.Садуллаев – УрДУ, "Иқтисодиёт" кафедраси доценти,
Б.Олланазаров – УрДУ, "Туризм" кафедраси катта ўқитувчиси, PhD

ТУРИЗМ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА ИЖТИМОИЙ-ДЕМОГРАФИК ОМИЛЛАРНИ ҲИСОБГА ОЛИШ

Аннотация: мақолада ижтимоий-демографик омилларнинг туризм ривожланишига кўрсатадиган таъсири, Ўзбекистон шаҳарларининг туристик салоҳияти ва улардан янада самарали фойдаланиш имкониятлари ёритиб берилган.

Аннотация: в статье рассматривается влияние социально-демографических факторов на развитие туризма, туристический потенциал городов Узбекистана и возможности их эффективного использования.

Abstract: The article considers the influence of socio-demographic factors on the development of tourism, the tourism potential of Uzbek cities and the possibility of their effective use.

Калит сўзлар: ижтимоий-демографик омиллар, туризм, туристик салоҳият, маркетинг, урбанизация омили, маданий-маърифий туризм, зиёрат туризми..

Ключевые слова: социально-демографические факторы, туризм, туристический потенциал, маркетинг, экскурсия, фактор урбанизации, культурно-познавательний туризм, паломнический туризм.

Key words: social demographic factors, tourism, tourist potential, tourist enterprise, marketing, excursion, factor of an urbanization, cultural tourism, pilgrim tourism.

Ҳар қандай иқтисодий тизим сифатида – туризм соҳаси ҳам шакллантириш ва ривожлантиришга қаратилган ҳаракатларни бошқаришни ва

уйғунлаштиришни талаб қилади. Бунда ушбу тармоқда талаб ва таклифни тартибга солувчи барча хусусиятлар ўрганилиши ва таҳлил қилиниши керак бўлади. Бинобарин, туристик маҳсулотни ишлаб чиқишда ҳам, унга бўлган талаб ва таклифга, айнан эса иқтисодий тузилма сифатида туризмнинг ўзига таъсир қилувчи омилларни ҳисобга олиш зарур бўлади.

Бозорнинг мураккаб шароитларида фаолият кўрсатар экан, туристик корхоналар кимларга ва қандай хизмат кўрсатиш масалаларига катта эътибор қаратиши керак бўлади. Маркетинг нуқтаи назаридан, хар қандай бозор, эҳтиёжлари, дид ва ҳоҳишлари хилма-хил бўлган ва турли сабабларга кўра туристик хизматларни сотиб оладиган истъемолчилардан иборат бўлади. Шунинг учун ҳам туристик фаолиятни муваффақиятли олиб бориш учун аҳоли вакилларининг турли қатламларининг ҳоҳишларини эътиборга олиш жуда муҳимдир.

Туризм ривожланишига катта таъсир кўрсатадиган, замонамизнинг муҳим ижтимоий-иқтисодий воқеликларидан бири бўлиб урбанизация ҳисобланади. Урбанизациянинг юқори даражаси – туризм оммавий шаклларининг асосий сабабларидан биридир. Урбанизациянинг энг юқори даражаси Шимолий Америка ва Европада бўлиб, улар турист-ларни асосий етказиб берувчилар ҳисобланишади. Ривожланган мамла-катлардаги урбанизациянинг юқори даражаси, инфратузилма тармоғи-нинг ривожланганлиги ҳисобига ён-атрофидаги қишлоқ жойларида шаҳар турмуш тарзининг кенг тарқалишига сабабчи бўлмоқдалар. Бу туризм соҳасининг келажакдаги имкониятларини янада кенгайтиради.

Шаҳарлар хозирги пайтда дунёдаги аҳоли пунктларининг асосий шаклларидан ҳисобланади. Улар ривожланган кўнгилочар индустрияга ва инфраструктурага эгадирлар, бинобарин қишлоқ жойларига нисбатан туристлар учун яхши шароитлар имконияти юқоридир. Бундан ташқари, шаҳар аҳолиси анча юқори маданий ва маълумотлик даражасига эга бўлади. Шаҳарларда туризм фаоллиги даражаси қишлоқларга нисбатан юқоридир. Чунки шаҳар аҳолисининг дам олишга эҳтиёжи (шаҳар қанчалик йирик бўлса саёҳатларга чиқиш, шаҳар хаёти асаббузарликларидан қочиб ўз муҳитини ўзгартириш ҳоҳиши юқори бўлади). Қишлоқ жойларига келадиган бўлсак, уларда туристик хизмат кўрсатиш даражаси паст бўлади.

Хар бир мамлакатнинг хаётида айниқса пойтахт шаҳарларнинг ўрни жуда каттадир. Ўзбекистон пойтахти бўлган Тошкент шаҳри Марказий Осиёнинг энг йирик шаҳридир. 2008 йилда археологлар шаҳар 2200 йиллик тарихга эга эканлигини эълон қилдилар. Хозирги пайтда Тошкент замонавий мегаполис бўлиб, архитектураси ўрта аср биноларини ҳам, хозирги замонавий бизнес марказларини ҳам ўзига жамлаган.

Тошкент шаҳри Ўзбекистонда туристларни энг кўп қабул қиладиган шаҳар бўлиб, 2020 йил 1 январь маълумотларига кўра, унда 19560 ўринга эга бўлган 200 та меҳмонхона қад кўтарган. Мамлакатимиздаги юлдузлик мақомига эга бўлган 23 та меҳмонхонанинг ярмига яқини, яъни 12 таси

пойтахтимизда жойлашган. Буларнинг 9 таси 4 ва 5 юлдузлик меҳмонхоналардир. Республикамизда 5 юлдузлик мақоми мавжуд бўлган 3 та меҳмонхонанинг барчаси Тошкент шаҳридадир[1]. Бу шуни англатадики, Пойтахтимизга келадиган туристларнинг кўпчилиги юқори даромадга эга бўлган, ишбилармон шахслар ҳисобланади.

Ўзбекистонга ташриф буюрган хорижлик сайёҳларнинг фикрларини билиш мақсадида 2018 йилда ўтказилган сўровнома натижаларини шуни кўрсатадики, Тошкент шаҳри мамлакатимизнинг энг кўп сайёҳ ташриф буюрадиган ҳудуди ҳисобланар экан. Бинобарин, сўровномада қатнашган сайёҳларнинг 58,0 % Тошкент шаҳрига борганлигини ва у ерда албатта тунаб қолганлигини кўрсатиб ўтганлар[2]. Бунда, албатта Тошкентнинг Ўзбекистон дарвозаси эканлигини, яъни асосан авиатранспортда юртимизга келадиган сайёҳларнинг ушбу шаҳарга учиб келиб, кейин мамлакатимизнинг бошқа ҳудудларига саёҳат қилишни эътиборда тутиш керак бўлади.

Тошкент шаҳри нафақат туристларни кўп қабул қиладиган шаҳар, балки тошкентликларнинг ўзлари ҳам энг кўп саёҳатга чиқадиганлар ҳисобланишади. Масалан, 2018 йилда Тошкент шаҳридан ички туризм миқёсида 1 млн 880 минг сайёҳ мамлакатимиз ҳудудларини томоша қилиш учун чиққан бўлса, 2019 йилда уларнинг сони 2 млн 68 минг кишига етди. Бу эса ушбу шаҳар аҳолисининг Ўзбекистоннинг бошқа минтақаларига нисбатан маълумотлик даражаси ва аҳоли жон бошига тўғри келадиган даромадларинг юқорилиги билан ажралиб туришини билдиради.

Вилоятлардаги туристик шаҳарлар ҳам сайёҳларни қабул қилишда ўзига хос хусусиятларга эгадирлар. Катталиги бўйича Ўзбекистонда иккинчи ўринда турувчи Самарқанд шаҳри дунёга машҳур туристик манзил ҳисобланади. Самарқанд сайёҳлар ташрифи бўйича ҳам Тошкентдан кейин турувчи шаҳар бўлиб, 2018 йилда келган туристларнинг 31,0 % ушбу шаҳарда бўлганликларини таъкидлаганлар. Шаҳар тарихий архитектура-маданий ёдгорликларга бойлигидан ташқари, хорижий сайёҳлар талабига жавоб берадиган жойлашув воситаларига ҳам эга ҳисобланади.

“Буюк Ипак Йули”да жойлашган тарихий ва маданий марказлар орасида Бухоро шаҳри алоҳида аҳамиятга эга. Бухоро кўплаб сайёҳлар эътиборини тортган қадимий архитектура ёдгорликларига бой, тарихий жиҳатдан улкан аҳамиятга эга бўлган шаҳардир. Ўзининг 140 дан ортиқ архитектура ёдгорликлари билан маълум ва машхур бўлган Бухоро Ўрта Осиёнинг бошқа ҳар қандай шаҳаридан кўра кўпрок қадимий шарқ шаҳри қиёфасини сақлаб қолган.

Ўзбекистонга 2018 йилда ташриф буюрган сайёҳларнинг 25,6 % Бухорода бўлганликларини таъкидлашган бўлса, 13,3 % Хива шаҳрида

[1]Оценка текущего состояния спроса на услуги гостиничного сервиса в Республике Узбекистан и прогноз на 2021-2025 гг. info@uzbektourism.uz

[2] “Белая книга туризма в 2018 году”. Опрос был проведен Гос. комитетом Республики Узбекистан по развитию туризма и Гос. комитетом Республики Узбекистан по статистике.

бўлганликларини айтганлар. Хивадаги кўплаб архитектура ёдгорликлари жойлашган Ичан-қалъани бутун дунёда “очиқ осмон остидаги музей” деб атайдилар. Хива шаҳри туристларнинг тунаб қолиши (ўртача 3,7 кеча) бўйича ҳам олдинги ўринларда туради. Аммо, Ўзбекистонда сайёҳларни ўз меҳмонхоналарида энг кўп олиб қоладиган (6,2 кеча) ҳудуд Термиз шаҳри ҳисобланади. Термиз ёнида эрамиздан олдинги III-II асрларда Юнон-Бақтрия давлатига тегишли турар жойлар топилган. Шаҳар ҳудудида ва унинг атрофларидаги тарихий ёдгорликлар ислом маданиятига қизиқувчилар билан биргаликда буддизм динининг эътиқодчиларини ўзига жалб қилиб келмоқда.

Ўзбекистон туристик салоҳияти анча юқори бўлган мамлакатлар қаторидан ўрин олган бўлсада, ушбу гуруҳдаги мамлакатларга нисбатан туризмнинг ЯИМдаги улуши, ушбу соҳада банд бўлганларнинг ҳиссаси, туристик хизматлар экспорти бўйича анча орқада қолиб келмоқда. Шунинг учун Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан туризм соҳасини янада ривожлантириш бўйича бир қатор қарор ва фармонлар қабул қилинган. Бинобарин, хозирги кунда республикада “жойлаштириш воситалари ва инфратузилма объектларининг, айниқса туризм мавсумида етишмаслиги, турли транспортларда йўловчиларни ташиш тизимининг етарли даражада мувофиқлаштирилмаганлиги, шунингдек, туристларни мавжуд туризм салоҳияти тўғрисидаги маълумотлар билан таъминлашни ташкиллаштириш даражасининг пастлиги, ички туризмни, мамлакат ҳудудларидаги маданий мерос объектларининг ва зиёратнинг ўзига хосликларини тарғиб қилиш бўйича маркетинг кампанияларининг самарасизлиги туризмни жадал ривожлантиришга салбий таъсир қилмоқда”[1].

Демак, мамлакатимизда туризмни янада ривожлантириш, ундаги мавжуд салоҳиятдан унумли фойдаланиш мақсадида қуйидагиларга эътибор қаратиш зарур деб ҳисоблаймиз:

- Ўзбекистон Республикаси туристик маҳсулотининг ички ва ташқи туризм бозорларидаги тарғиботини кучайтириб, унинг саёҳат ва дам олиш учун гўзал ва меҳмондўст мамлакат сифатидаги қиёфасиини мустаҳкамлаш;

- кейинги йилларда яратилган туризм инфратузилмаси ва ёндош инфратузилма объектлари қурилишини мамлакатнинг барча ҳудудларида янада ривожлантириш;

- транспорт инфратузилмасининг техникасини ва йўлларнинг сифатини жаҳон стандартлари даражасига яқинлаштириш;

- мавсумий омиллар таъсирини камайтириш мақсадида туризм бозорининг турли қатламларига мўлжалланган туристик маҳсулотлар ва хизматларни диверсификация қилиш;

- ички туризмни ривожлантиришга қаратилган байрам таътиллари ҳамда транспорт ва жойлашув воситаларига имтиёзларини янада кенгайтириш;

- пандемия шароити бутун дунёда яққол намоён қилган сайёҳлар

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

учун ҳавфсизлик тизимини, кейинги пайтда тўпланган тажрибалар асосида янада кучайтириш.

Юқори туристик салоҳиятга эга бўлган Ўзбекистонда ушбу соҳани янада ривожлантириш учун амалга оширилаётган улкан ишлар билан биргаликда юқорида кўрсатиб ўтилган таклифларнинг хаётга тадбиқ этилиши мамлакатимиз ва унинг ҳудудларининг хориждан келган ва ички сайёҳларга хизмат кўрсатиши даражасини оширади.

A.N.Xoliqulov – SamISI, “Iqtisodiy tahlil va statistika” kafedrasi mudiri, i.f.n.
S.T.Abdullayev – SamISI magistranti

BUXORO VILOYATIDA TURIZM SOHASIDAGI ASOSIY KO‘RSATKICHLAR TAHLILI

Annotatsiya: Maqolada Buxoro viloyati turizm sohasidagi ko‘rsatkichlar hamda viloyatga sayyohlar oqimi raqamlarda o‘rganilib chiqilgan. Shu bilan birga turistlardan tunab qoluvchilarining ko‘rsatkichlari o‘rganilib chiqilgan. Shu bilan birga, sayyohlik yo‘llanmalar sotilishi borasida ham to‘xtalib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: Joylashtirish, tunab qolish, yo‘llanma, sayyoh, statistika.

Аннотация: В статье рассматриваются показатели туризма в Бухарской области и поток туристов в регион в цифрах. При этом изучалось количество туристов, остановившихся на ночлег. Также обсуждалась продажа туристических путевок.

Ключевые слова: Размещение, ночлег, путевка, турист, статистика

Abstract: In this article it was elaborated on the indicators of tourism in the Bukhara region and the flow of tourists to the region in numbers. At the same time, the number of tourists staying overnight was scrutinized. The sale of tourist vouchers was also discussed.

Keywords: Accommodation, overnight, voucher, tourist, statistics.

Sayyohlik (turizm) sohasi dunyo iqtisodining eng jadal rivojlanayotgan sohalaridan biridir. Uning keng qamrovli taraqqiyoti esa, ko‘plab mamlakatlar uchun katta daromad manbaiga aylanib bormoqda. Shu bois dunyoning ko‘plab davlatlari ushbu sohani yanada rivojlantirish, bu borada tegishli infrastrukturani jahon standartlari darajasida yaratish va sayyohlar oqimini oshirish bo‘yicha barcha chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda.

Shu qatorda mamlakatimizda ham ushbu serdaromad sohani ravnaq topishi yo‘lida qator islohotlar olib borilmoqda. "2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi"da ham turizm industriyasini jadal rivojlantirish, turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish va sifatini yaxshilash, turizm infratuzilmasini kengaytirish muhim yo‘nalishlardan biri sifatida belgilab berildi. [1]

Barchaga ayonki, bozor iqtisodiyotida biror sohadan daromad olishni istagan har qanday tadbirkorlik sohasi vakili o‘z korxonasining moliyaviy tahlili qilishi joiz hisoblanadi. Sababi shundaki, unga foyda yoki zarar keltirayotgan yoki keltiradigan faktorlarni qayta ko‘rib chiqishi kerak aks holda unga tegishli korxona iqtisodiy

yo‘qotishga uchrashi mumkin. Bu turdagi tahlillar nafaqat muayyan korxona doirasida amalga oshirilishi ijobiy natija beradi balki, butun mamlakatdagi iqtisodiy holat ham moliyaviy tahlil qilinishi foydadan holi emas.

Mamlakatimizga tashrif buyurayotgan chet ellik sayyohlar soni yildan yilga oshib bormoqda. Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, 2017 yilda O‘zbekistonga 2 million 700 ming, 2018 yilda 5 million 300 mingdan ortiq turistlar tashrif buyurgan. Mazkur sohani yanada rivojlantirish maqsadida 2019-2025 yillarda O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasi ishlab chiqildi. [2] Mazkur konsepsiyaga ko‘ra 2025 yilga kelib xorijlik sayyohlar sonini 9-10 million nafarga oshirish, turli ko‘rgazmalar, tanlovlar o‘tkazish, O‘zbekistonni festivallar mamlakatiga aylantirish, shu tariqa ivent-turizmni rivojlantirish rejalashtirilgan.

Biz quyida boy tarixga ega bo‘lgan va shu jihati bilan butun dunyoni lol qoldirayotgan Buxoro viloyatining turizm industriyasida 2018–2019-yillar mobaynida turistlar oqimi bilan bog‘liq statistik ma’lumotlarni ko‘rib chiqamiz. [3]

Buxoro viloyatida turistik faoliyatni amalga oshiruvchi firma va tashkilotlar soni 2018-yilda 35 tani tashkil qilgan bo‘lsa bu ko‘rsatkich 2019-yilga kelib 37 tani tashkil qildi. 2019-yilda ular tomonidan 12,4 ming nafar tashrif buyuruvchiga xizmat ko‘rsatildi. Ular tomonidan 7064 ta sayyohlik yo‘llanmalari sotilgan bo‘lib, uning qiymati 7240,9 mln. so‘mni tashkil qildi.

2018 yilda Buxoro viloyatida mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish maskanlari soni 138 tani tashkil qilgan bo‘lsa 2019-yilda bu ular 173 taga yetdi. Mehmonxonalarda joylashtirilgan shaxslar soni 2018-yilda 190183 kishini tashkil etgan bo‘lsa 2019-yilga kelib bu raqamlar 220,6 ming kishini ko‘rsatmoqda.

2018–2019-yillar mobaynida turish muddati bo‘yicha mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida joylashtirilgan shaxslarning taqsimlanishini quyidagi jadval ko‘rinishida ko‘rib chiqamiz (kishi):

	Jami (2018-yil)	Jami (2019-yil)	1-3 kun tunash (2018-yil)	1-3 kun tunash (2019-yil)	4-7 kun tunash (2018-yil)	4-7 kun tunash (2019-yil)	8-28 kun tunash (2018-yil)	8-28 kun tunash (2019-yil)	29-91 kun tunash (2018-yil)	29-91 kun tunash (2019-yil)
Joylashtirilgan shaxslar, jami	190183	220580	182720	215483	5794	4358	1514	669	155	63
O‘zbekistondan	65160	65568	62433	63159	2020	2007	616	371	91	26
MDH mamlakatlaridan	25964	30196	24605	29329	696	723	631	140	32	4
Uzoq xorijiy mamlakatlardan	99059	124816	95682	122996	3078	1628	267	158	32	33

Buxoroga tashrif buyuruvchi sayyohlarni joylashtirish borasidagi statistik ma’lumotlar shuni ko‘rsatadiki, 2018-yilgi kiruvchi sayyohlarning aynan tunab qoluvchilari qismining soni 2019-yilga kelib 30397 nafarga oshgan va 2018–2019-yillarda Buxoro viloyatiga tashrif buyurgan sayyohlarning aksariyat qismi 1 kundan 3 kungacha tunab qolishmoqda. Bu esa bizga 3 kun sayyohga xizmat ko‘rsatishimiz va yaxshigina daromad olishimizga yetarlicha vaqt hisoblanadi. Ichki turizm

ishtirokchilarining tunab qoluvchi qismi past koʻrsatkichda boʻlsa ham koʻtarilishni amalga oshirgan (+408 nafar). MDH mamlakatlaridan tashrif buyurayotgan sayyohlarning soniga e'tibor qaratadigan boʻlsak, 2018-yildagiga nisbatan 2019-yilda sezilarli darajada oshganligini (+4232 nafar) koʻrishimiz mumkin. Uzoq xorijiy mamlakatlardan keluvchi sayyohlar haqida toʻxtaladigan boʻlsak, avvalombor ularning tashrifi 2018-yildagidan ancha yuqorilagan, shu bilan birga ularning tunab qoluvchi qismini raqamlarga asoslanib koʻrib chiqadigan boʻlsak farq 1 yil muddatda ularning soni 25757 nafarga oshganini aniqlashimiz mumkin.

Buxoro viloyatida sayyohlik yoʻllanmalarining sotilishi				
	Respublika hududi boʻyicha Oʻzbekiston fuqarolariga	MDH mamlakatlari fuqarolariga	Oʻzbekiston hududi boʻyicha boshqa chet el mamlakatlari fuqarolariga	Chet el mamlakatlari boʻyicha Oʻzbekiston fuqarolariga
2018-yil mobaynida	2732 dona (89,2%)	68 dona (2,2%)	233 dona (7,6 %)	31 (1%)
2019-yil mobaynida	2764 dona (82,3%)	92 dona (2,7%)	433 dona (12,9 %)	67 (2%)

Yuqoridagi ma'lumotlar shuni koʻrsatib turibdiki, yaratilayotgan sayyohlik yoʻllanmalariga boʻlgan ehtiyoj mavjud va ularning barchasi sotilib kelinmoqda. Bu koʻrsatkich, albatta, ijobiy xulosa berishga undaydi. Garchi, 2018-yildagi raqamlar yurtdoshlarimizning chet el mamlakatlariga sayohat qilish xohishi ortganini koʻrsatsada lekin, MDH davlatlari fuqarolariga, Oʻzbekiston hududi boʻyicha boshqa chet el mamlakatlari fuqarolariga, shuningdek, Oʻzbekiston aholisiga chet el mamlakatlari boʻyicha sayyohlik yoʻllanmalari 2019-yil hisoboti boʻyicha ham yuqori koʻrsatkichda emas. Masalani ikkinchi tomonidan qaraydigan boʻlsak, chet el mamlakatlaridan sayyohlar oqimi juda qisqa muddatda koʻpayib ham qolmaydi. Bu yildan yilga yaxshilanib boradigan jarayon hisoblanadi. Shunday ekan, yuqorida koʻrib chiqqan statistikamizga binoan mamlakatimizda ijobiy oʻzgarishlar amalga oshirilmoqda.

Xulosa qilib aytadigan boʻlsak, mamlakatimizda turizm sohasining rivoji yoʻlida hukumatimiz qarorlari ishlab chiqilmoqda. Ularning ijrosi ham parallel ravishda amalga oshirilib kelinmoqda. Natijada bu sohadagi koʻrsatkichlar kutilgan natijani bermoqda deya olishimiz mumkin. Buni natijasi oʻlaroq yuqoridagi raqamlarda yildan yilga ijobiy oʻsish boʻlayotganidan ham bilib olishimiz mumkin. Jadvallar Mamlakatimizda ichki turizmda ijobiy oʻsib borayotganidan darak bermoqda. Buni Prezidentimizning "Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari toʻgʻrisida"gi PQ-3514-sonli qarorining qabul qilinishi va shu bilan birga uning joylardagi ijrosining natijasidir desak mubolagʻa boʻlmaydi.[4] Va yana bir jihatni e'tiborga olishimiz zarurki, agar iqtisodiy tomondan yondashadigan

bo‘lsak, Chet ellik sayyohlarni mamlakatimizga olib kirishimiz bizga mahalliy ichki turizmdanda ko‘proq daromad keltirishini ta’kidlab o‘tish joizdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi "O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida"gi PF-4947-sonli.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 yanvardagi “O‘zbekiston respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5611-sonli
3. https://www.buxstat.uz/uz/2-uncategorised/4087-turizm-va-dam-olish-sohasi
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 7 fevraldagi “Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-3514-sonli.

U.Matyakubov – Senior researcher of Urgench State University,
E. Ibadullaev– PhD student of Urgench State University

“TRAVEL BUBBLE” AND ITS POSSIBLE USE BETWEEN UZBEKISTAN AND CA COUNTRIES DURING COVID-19

Abstract: This paper gives description of a newly developed term “Travel bubble” and discusses its possible use among Central Asian countries during pandemic.

Key words: Travel bubble, COVID-19, Central Asia, pandemic, tourism industry.

Annotatsiya: Ushbu maqolada yangi hisoblangan “Sayohat Pufagi” terminining tasnifi berilgan va uni pandemiya davrida Markaziy Osiyo davlatlari o‘rtasida tashkillashtirish imkoniyatlari o‘rganilgan.

Kalit so‘zlar: “Sayohat Pufagi”, COVID-19, Markaziy Osiyo, pandemiya, turizm sanoati.

Аннотация: В этой статье рассматривается классификация нового термина «Путешествий Пузырь» и исследуется возможность его использования в странах Центральной Азии во время пандемии.

Ключевые слова: Путешествий Пузырь, COVID-19, Центральная Азия, пандемия, туристическая индустрия.

At the beginning of 2020, the world tourism industry evidenced an unprecedented situation caused by COVID-19 pandemic. World tourism has decreased more than 80% since the outbreak of pandemic. The COVID-19 outbreak has not only caused many hospitality-related industries, such as restaurants, bars and hotels, to shut down; many countries also shut down their borders, thus halting domestic and international travel [1].

In this kind of hard situation “Travel bubbles” also known as “Travel Bridges” or “Travel Corridors” are believed as a solution to revive tourism business. Travel bubble – is essentially an exclusive partnership between two or more countries that have demonstrated considerable success in containing and combating the COVID-19 pandemic within their respective borders. These countries then go on to re-establish connections between them by opening up

borders and allowing people to travel freely within the zone without having the need to undergo on-arrival quarantine [2].

The first "travel bubble" was founded among Baltic countries by Estonia, Latvia and Lithuania. These countries' citizens are allowed to travel freely (without quarantine requirements) within three countries [3]. This kind of concept was offered by tour operators in Hong Kong too. They advised to organize "travel bubble" with countries nearby such as Thailand, Japan, etc[4]. In Asia and the Pacific first travel bubble was established between PRC and the Republic of Korea on 1 May 2020. The agreement is limited to business travelers, who need to be invited by a company in the other country. They also need to monitor their health for 2 weeks and get tested for the virus 72 hours before departure. Upon entry into the other country, travelers are tested again and quarantined for up to 2 days. The two countries are currently discussing expansion of this program. In June, travel bubbles for business travelers were introduced between the PRC and Singapore as well as between Japan and Viet Nam [5].

Like other countries Tourism industry of Uzbekistan surely felt these consequences as well, in 2019 the country was visited by 6.7 million tourists with a revenue of $1.3 billion while the figure dropped to 1.5 billion inbound tourists in 2020 generating only $261 million (five times less than 2019)[6].

Currently two main types of travel bubble are being organized. First one is "Bilateral" travel bubble it means to establish green corridors with the largest partners based on number of received tourists. Second one is "Sub-regional" travel bubbles. If bilateral travel bubbles are successfully established, they could be progressively expanded into sub-regional travel bubbles.

So which one is more profitable for Uzbekistan during the pandemic? In order to answer this question firstly we should analyze tourism visits to the country for the last years.

Table 1. The number of tourists visited the Republic of Uzbekistan by countries (2016-2019)

Countries/Years	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Kazakhstan	1,384,220	1,752,238	2,293,077	2,261,094
Kyrgyzstan	168,128	366,053	1,055,688	1,454,907
Tajikistan	169,067	206,667	1,095,505	1,473,684
Turkmenistan	39,422	46,621	169,922	574,795

State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan 2020

According to table one until COVID-19 pandemic outbreak the number of Central Asian tourists to Uzbekistan increased year by year. Of course changes in visa policy of the country contributed it a lot. In 2016 Uzbekistan government cancelled visa for border countries in order to develop the tourism industry. The largest partner on tourism is Kazakhstan 2.2 million Kazak tourists chose

Uzbekistan as a tourism destination. There is no big difference between Kyrgyz and Tajik tourists in 2019. Both of these countries visitors grew similarly during the last years. Turkmenistan owns the smallest contribution among these countries but this country has also grown for years 39,422 tourists came to Uzbekistan from Turkmenistan in 2016 and this number increased more than fourteen times for the last 3 years 574,795 in 2019 year.

In order to establish "travel bubble" the current condition of COVID-19 should be taken into account to. If the numbers of are increasing there will be less chance to organize tours within Central Asian countries. So table 2 analyzes current state of COVID-19 in Central Asian countries.

Table 2 Current state of COVID-19 pandemic in Central Asia (24.01.2021)

Countries	Total Cases	Total death	Cases on the last day	Deaths on the last day	Current rate
Uzbekistan	78,317	621	45	1	Decreasing
Kazakhstan	224,395	2,955	1,694	2	Decreasing
Kyrgyzstan	83,796	1,398	0	0	Stable
Tajikistan	13,308	90	0	0	Stable
Turmenistan	-	-	-	-	-

Developed by the author on the statistics of Johns Hopkins University

According to table 2 except Kazakhstan all CA countries now in sufficient condition. In Uzbekistan only 45 cases were recorded in the past day while in Kyrgyzstan and Tajikistan no one infected the number death is only two in Kazakhstan and one in Uzbekistan. On average the infection rate is also declining in Kazakhstan too. Turkmenistan has not officially announced any cases connected with COVID-19 since the outbreak.

In conclusion, by analyzing tourist flows and current state of the pandemic it can be said that Bilateral Travel Bubble is possible to establish since the most of tourists who visited to Uzbekistan in 2019, are from CA countries and now epidemiological condition is better than other countries.

References:

1. UNWTO. International Tourist Numbers Could Fall 608–0% in 2020, Unwto Reports. 2020.
2.Wego travel "What is a Travel Bubble? Here's Everything You Need to Know About the Buzzy New Term in Travel" Updated 11 January 2021.
3. Reuters. Baltics Open Europe's First Pandemic 'Travel Bubble' as Curbs Ease. 2020.
4. Leung, K. Travel Bubbles: Commerce Minister Sounds Cautious Note on Hongkongers' Holiday Plans. SCMP. 2020. Available online:
5. Matthias H, Anna F, ADB briefs, "Reviving Tourism amid the COVID-19 Pandemic" September 2020
6.Uzbektourism State Committee of Uzbekistan statistics 2020

Каримова А.М. – старший преподователь СамИЭС

СУЩНОСТЬ ИННОВАЦИЙ И ФАКТОРЫ ПРЕПЯТСВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются понятие, сущность инноваций и инновационное развитие предприятий. Изложены основные требования касающиеся инновационно- развитого предприятия, и выявлены факторы, влияющие на развития инновационной деятельности турпредприятий. Так же в заключении даны научно-практические предложения, способствующие решению существующих проблем относительно к инновационному развитию предприятий.

Ключевые слова: инновация, предприятие, рынок, туризм, индустрия, система, кредитование, льготное налогообложение

Аннотация. Ушбу мақолада, инновация ва корхоналарни инновацион ривожлантириш тушунчаси ва моҳияти, туристик корхоналарни инновацион ривожлантиришга таъсир этувчи омиллар ҳамда инновацион ривожланган корхоналарга қўйилган талаблар кўриб чиқилган. Хулоса қисмида муавжуд муаммолларни хал килишга кумакловчи илмий-назарий ва амалий аҳамиятга молик таклиф ва тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: инновация, корхона, бозор, туризм, саноат, тизим, кредитлаш, имтиёзли солиққа тортиш

Abstract. The article deals with the concept and essence of innovation and innovative development of enterprises. The main requirements concerning an innovatively developed enterprise are considered, and the factors influencing the development of innovative activities of tourist enterprises are identified. In conclusion, the proposals that contribute to the solution of existing problems are given.

Keywords: innovation, enterprise, market, tourism, industry, system, lending, preferential taxation

Современное общество не может эффективно функционировать без развития инновационной деятельности. Без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоёмкости и новизны. В рыночной экономике инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа (рейтинга) производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.

На сегодняшний день деятельность предприятия во многом зависит от разработки и применения нововведений, то есть инноваций, которые предназначены для улучшения обслуживания клиентов и увеличения сервисных туристских возможностей, что соответственно привлечёт к потоку туристов и денежных средств в бюджет страны.

Австрийский ученный Й. А. Шумпетер[1] подчеркивал что «инновации – это существенная смена функции производимого, состоящая в новом соеди-

[1] Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. (исследование предпринимательской деятельности,

нении и коммерциализации всех новых комбинаций, основанных на использовании новых материалов и компонентов, внедрении новых процессов, открытии новых рынков, внедрении новых организационных форм». И согласно его высказываниям инновации являются главным источником прибыли: «…прибыль, по существу, является результатом выполнения новых комбинаций», «…без развития нет прибыли, без прибыли нет развития».

Таким образом, инновационное развитие предприятия – является основой повышения эффективности его деятельности.

В теории инноватики Ю.А. Чичерина [1] и Я.Ю. Грибова под инновационным развитием понимается последовательность реализованных новшеств, которая охватывает не одну узкую область (например, производство продукции), а включает в себя также сферы, влияющие на общий результат (управление, маркетинг, обучение, финансы, сбыт и т.д.).

Изучив данное определение, следует сделать вывод, что инновационное развитие должно носить общий комплексный характер, с помощью которого можно достичь наилучших результатов.

Исходя из выше сказаного можно сделать следующие выводы. Инновация так же инновационно-развитое предприятие должно удовлетворять следующим основным требованиям:(см.рис.1)

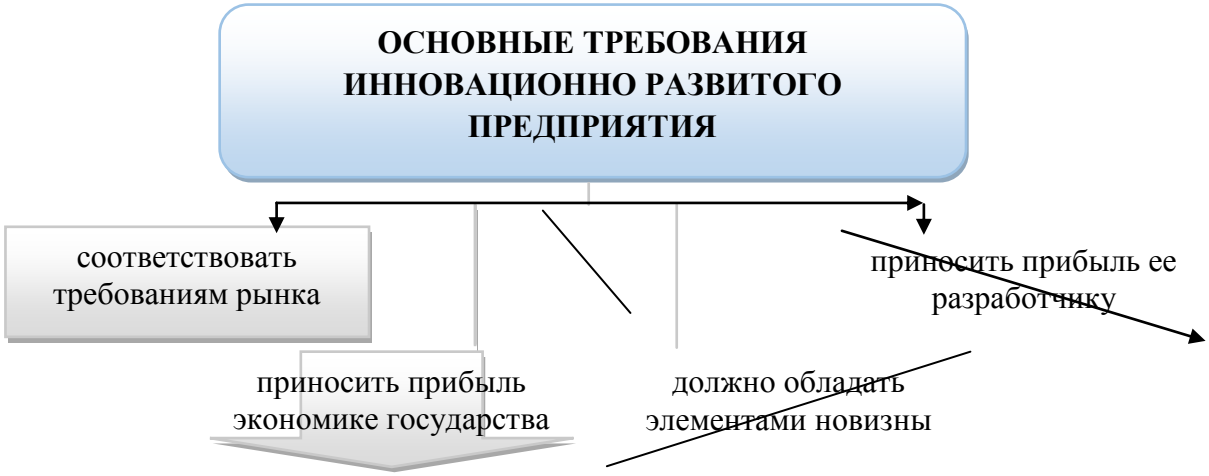


Рис.1.Основные требования инновационно развитого предприятия

Эффективность инновационной деятельности предприятия способствует интенсивному развитию экономики. Туризм на сегодняшний день является одной перспективных и быстро развивающих сфер деятельности, который обладает высокой значимостью в развитии экономики страны. Деятельность сферы туризма в первую очередь определяется наличием функционирующей системы инвестиций, упрощенной системой кредитования, а также льготного налогообложения.

Другими словами, индустрия туризма производит туристический продукт, который востребован как на внешнем, так и на внутреннем рынке.

капитала, кредита, процента и цикла коньюктуры).М.: Прогресс, 1982.

[1] Чичерин Ю.А., Грибова Я.Ю. ИССЛЕДОВАНИЕ СУЩНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ // Современные наукоемкие технологии. – 2014. – № 7-1. – С. 99-101;

Главной задачей индустрии туризма является создание качественного и востребованного туристического продукта. На сегодняшний день существует ряд факторов, которые препятствуют развитию инновационной деятельности предприятий сферы туризма (см.: рис.2).

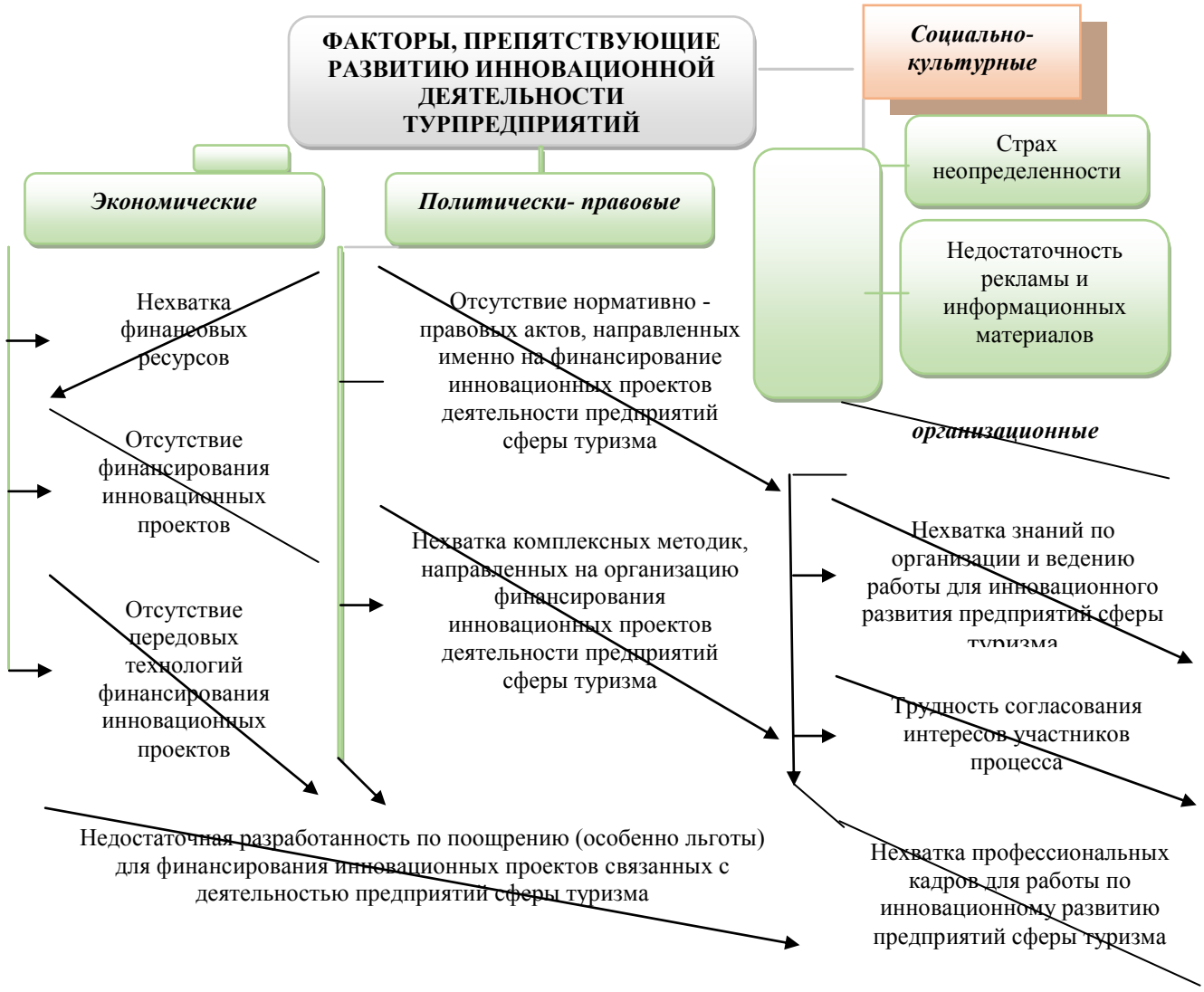


Рис.2. **Факторы, препятствующие развитию инновационной деятельности предприятий сферы туризма**[1]

Подводя итоги, из данной схемы можно сделать выводы что на сегодняшний день существует ряд проблем, которые препятствуют развитию инновационной деятельности предприятий сферы туристической деятельности. И по моему мнению нужно устранить факторы, которые являются преградами, то есть:

1) совершенствование системы финансирования. (создание Фонда инновационного развития сферы туризма, который будет работать по принципам «Исламского банка развития» то есть фонд временно становится учредителем, но как только предприниматель возвращает средства без процентов, фонд уходит из числа учредителей);

[1] Разработана автором

2) создание нормативно-правовых актов, направленных именно на финансирование инновационных проектов деятельности предприятий сферы туризма;

3) создание комплексных методик, направленных на организацию финансирования инновационных проектов деятельности предприятий сферы туризма;

4) подготовка высококвалифицированных и профессиональных кадров для работы по инновационному развитию предприятий сферы туризма;

На сегодняшний день не существует единой модели научно-инновационного развития экономики, которая могла бы стать основой для становления инновационных экономик каждой страны. Каждая страна с развитой экономикой прошла свой путь становления инновационной экономики. Анализ зарубежного опыта развития и внедрения инноваций показал, что ключевыми факторами инновационного развития деятельности предприятий сферы туризма являются различные инструменты государственного стимулирования. На большом количестве примеров доказано, что рост инновационного потенциала государства не проходил без усиленной поддержки со стороны государственных органов.

Решение данных преград могут способствовать:

– увеличению субъектов туристкой деятельности - то есть гостиниц, пансионатов, мотелей, предприятий общественного питания, транспорта, учреждений культуры, спорта и тд.;

– увеличению оказания туристских услуг - услуги субъектов туристской деятельности по размещению, питанию, информационно-рекламному, транспортному, а также другие услуги, которые направлены именно на удовлетворение потребностей туриста.

Список использованной литературы:

1. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. (исследование предпринимательской деятельности, капитала, кредита, процента и цикла коньюктуры).М.: Прогресс, 1982.
2. Чичерин Ю.А., Грибова Я.Ю. ИССЛЕДОВАНИЕ СУЩНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ // Современные наукоемкие технологии. – 2014. – № 7-1. – С. 99-101.

D.Z.Norkulova – SamISI “Turizm” kafedrasi mudiri, PhD,
S.T.Abdullayev – SamISI magistranti

TURISTIK XIZMATLAR TARMOG‘INI KLASTERLARNI SHAKLLANTIRISH ORQALI RIVOJLANTIRISH MASALALARI

Annotatsiya: maqolada mamlakatimizda olib borilayotgan islohotlardan biri bo‘lgan klaster usulidan foydalangan holda aynan turizm sohasini rivojlantirish masalalari ko‘rib chiqilgan. Mualliflar mamlakatda turizm sohasidagi muammolar bilan birga ularga qator yechim bo‘lishi mumkin bo‘ladigan fikr hamda takliflarini ham bildirib o‘tgan.

Kalit so‘zlar: klaster, xizmat ko‘rsatish, raqobat, kovorking.

Аннотация: в статье рассматривается перспективы развития туристической отрасли кластерным методом. Наряду с проблемами в сфере туризма в стране, авторы также высказали свои взгляды и предложения по ряду возможных решений данного вопроса.

Ключевыеслова: кластер, сервис, конкуренция, коворкинг.

Abstract: The article discusses the development of the tourism sector using the cluster method, which is one of the reforms in our country. Along with the problems in the field of tourism in the country, the authors also expressed their views and suggestions on a number of possible solutions.

Keywords: cluster, service, competition, coworking.

Bugungi kunda xizmatlar sohasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik – bozor iqtisodiyotining muhim elementi sanalib kelmoqda. Chunki, xizmatlar sohasi iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantirishi bilan birga yalpi ichki mahsulotning tarkibiy o‘zgarishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Shuningdek, u mamlakatda kichik biznes va tadbirkorlikning bozor munosabatlariga moslashganlik darajasini ko‘rsatmoqda va shu bilan birga iqtisodiyotning tashqi muhit omillariga raqobatbardoshligini ta’minlamoqda. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishida mavjud muammolarni bartaraf etishda turistik xizmatlar ahamiyati muhim rol kasb etadi. Xizmatlar sohasi tadbirkorlik resurslarini keng jalb eta olish qobiliyatiga ega, chunki u yirik xarajatlarni talab etmaydi va ish o‘rinlarini yaratishda yetakchi soha hisoblanadi. Statistik ma’mumotlar shuni ko‘rsatadiki, mamlakatimiz iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishiga ko‘ra jami 970 ming yangi ish o‘rinlari yaratilgan bo‘lib, shundan 486 ming tadan ortig‘i xizmatlar sohasida tashkil etildi. [1]

Turizm yo‘nalishidagi xizmatlar bozorining kengayishi mintaqada mehmon-xona infratuzilmasining holati hamda tashrif buyurayotgan turistlar oqimiga ham o‘zaro bog‘liqdir. Bugungi kunda turistlarning ko‘pchilik qismi xususiy sektorda, ayniqsa kichik mehmonxonalar, motellar va mehmon uylarida dam olishga ko‘proq e’tibor qaratmoqdalar. Barqaror talabning mavjudligiga qaramasdan turistik korxona va mehmonxonalar oldida bir qator muammolar mavjud. Turistik xizmatlardan tushgan tushumning bir qismi mehmonxonani joriy ta’mirlashga, bir qismi ish haqi ko‘rinishda xodimlarga, bir qismi kommunal to‘lovlar uchun va jihozlarning joriy ta’mirlanishi uchun yo‘naltiriladi. Shuningdek:

– Turizmga ixtisoslashgan bir necha korxonalarning birgalikda reklama faoliyatini tashkil etish;

– Turistik mahsulotlarni ishlab chiqarish faoliyatida hududlarda uzoq muddatli marshrutlarni tashkil etish;

– Bir nechta hududlarning turistik infratuzilmasini qo‘llab quvvatlashlari hamda, hamkorlikda yangi turistik infratuzilmalarni barpo etishlari (maishiy, kommunikatsiya, axborot va boshqalar);

Har qanday sohada joiz bo‘lgani kabi turizm uchun ham malakali kadrlar tayyorlash muhim sanaladi va bu esa o‘z o‘rnida bir necha hududning hamkorlikda faoliyat olib borishi shuningdek, hududlarda kadrlarga bo‘lgan talabni to‘g‘ri baholash va ularni strategik soha va yo‘nalishlarda tayyorlash imkoniyatini beradi. Tadbirkorlik klasterlarini tashkil etish o‘z o‘rnida turistik xizmatlar ko‘rsatuvchi

kichik korxonalarda davr harajatlarini bugungi bozor munosabatlari sharoitida qisqartirib berishi mumkin. Klaster tushunchasi koʻpchilik hollarda korxonalarning mahsulot va xizmatlarining taqsimoti sohasidagi faoliyat sifatida tushuniladi. Klasterning taqsimot sohasiga koʻproq bogʻlash marketingning barcha ijtimoiy va iqtisodiy fanlarga chuqur kirib borishi bilan izohlanadi. Tadbirkorlik klasteri koʻpchilik hollarda savdo-xizmat koʻrsatish shaxobchasi bilan bir maʼnoda tushunilsada, savdo shaxobchalari faoliyatida maʼmuriy bosim kuchliroq ifodalangan va mustaqil faoliyati cheklangan boʻladi. Tadbirkorlik tarmoqlari – bu, asosan oʻzaro mustaqil biznes subʼektlari oʻrtasidagi xoʻjalik aloqalarini ifodalab, ularni klaster sifatida olib qarash birmuncha toʻgʻriroqdir. Klaster – umumiy faoliyat va xizmat koʻrsatish yoʻnalishiga ega, bir-birini toʻldiruvchi, geografik jihatdan bir-biriga yaqin korxonalar guruhidir.[2]

Klasterlar odatda mahalliy doiradagi turli tashkilotlarning ixtisoslashgan tarmogʻi boʻlib, ularning ishlab chiqarish yoki xizmat koʻrsatish faoliyati ikkinchisining tijorat, tovar ayriboshlash, ilmiy tadqiqot yoki isteʼmol faoliyati bilan bogʻliq boʻladi.[3]

Korxona, mintaqa va mamlakat raqobatbardoshligini oshirish muammolariga qaratilgan AQSH, Angliya va Skandinaviya davlatlari ilmiy maktablarining nazariy qarashlarini koʻrib chiqar ekanmiz, raqobat ustunligi mintaqaviy va mahalliy darajada hosil boʻladi va foydalaniladi. Shu bilan birga, raqobat mahalliy ishlab chiqarishni tashkil etishning sanoat zonalari, texnoparklar va oʻzaro bogʻlangan klasterlarni tashkil etish orqali amalga oshiriladi.[4] Bu klasterlar global darajada milliy korporatsiyalar sifatida yuzaga chiqadi. Iqtisodiy klasterlar turli tuzilmalar, savdo uyushmalari, fan va taʼlim muassasalari, ayrim davlat organlarini qamrab olishi mumkin. Klasterlarni tashkil etish orqali, birinchidan, mintaqaviy bozorlarda raqobat muhitining rivojlanishi, yangi raqobatbardosh tuzilmalarning shakllanishi hamda kichik va kuchsiz korxonalarning oʻz raqobatbardoshligini koʻtarish imkoniyati paydo boʻladi; ikkinchidan, klasterlarni tuzishda asosiy eʼtibor mikroiqtisodiy omillarga qaratilib mahalliy korxona va bozorlar negizida tabiiy resurslardan samarali foydalanish, yuqori malakali ish kuchi va mavjud infratuzilmalardan yuqori darajada foydalanish imkoniyati paydo boʻladi. Mikroiqtisodiy yondashuv asosida klasterlar mahalliy sharoitga moslashgan holda va mahalliy dastur asosida ishlab chiqarishni yoʻlga qoʻyadi; uchinchidan, klasterlar davlat hokimiyati va mahalliy oʻz-oʻzini boshqarish organlari bilan oʻzaro aloqada boʻlib, ilmiy-tadqiqotni hamda, taʼlim muassasalari bilan innovatsion xizmat koʻrsatish imkoniyatini taqdim etadi; toʻrtinchidan, klasterlar kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning innovatsion salohiyatini ragʻbatlantirish va oshirishga yordam beradi. Shu sababli klasterlarni tashkil etishning obʼekti deb aynan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subʼektlarini sanay olamiz.

Klaster oʻzaro kelishuvlar, aloqalar, qatʼiy iqtisodiy mexanizmlar, asosida amalga oshiriladi. Uni tashkil etish mahalliy doirada amalga oshiriladi hamda u noiqtisodiy mexanizm ya'ni, oʻzaro ishonch va hamkorlik asosida faoliyat yuritadi. Tadbirkorlik klasterlarini tashkil etish tez oʻzgarib borayotgan bozor iqtisodiyotida yangi tadbirkorlik hamda xizmat koʻrsatish sohasida foyda olishning yangicha

turlarini egallash imkoniyatini beradi. Turistik xizmatlar koʻrsatuvchi korxonalarning bunday klasterni tashkil etish jarayoni bugungi kunda jadal rivojlanib bormoqda deya olmaymiz, lekin xorijiy mamlakatlarda tadbirkorlik sohalarida imkoniyatlardan keng foydalangan holda mintaqaviy xizmatlar bozorida raqobat ustunligini taʼminlashda qoʻllanilmoqda. Turistik xizmatlar koʻrsatuvchi korxonalar oʻrtasida tadbirkorlik klasterlari quyidagi sabablarga koʻra vujudga keladi:

– Xizmatlar koʻrsatish va servis xizmatlarining miqyosini kengaytirish;

– Xizmatlar bozorida oʻz taʼsir doirasini kengaytirish;

– Bozorning differensiatsiyalashuv imkoniyatidan turli aralash sohalarda faoliyat olib boorish imkoniyatiga ega boʻlish.

Turistik xizmatlar bozorida tadbirkorlik klasterlarini tashkil etish quyidagi yoʻnalishlarda amalga oshirilishi mumkin:

– mehmonxona;

– transport;

– umumiy ovqatlanish (kafe, restoran, bar va boshqalar);

– maishiy xizmat koʻrsatish xizmatlari (kimyoviy tozalash, kiyim va poyafzal taʼmirlash va boshqalar);

– moliyaviy xizmatlar koʻrsatish (sugʻurta, valyuta ayirboshlar shoxobchalari);

– koʻngilochar joylar (kino, teatr, bouling, bilyard zallari);

– sogʻlomlashtirish markazlari (fitness markazlar, basseyn va saunalar, changʻida uchish va boshqalar);

– goʻzallik industriyasi (goʻzallik saloni, sartaroshxonalar, massaj markazlari).

Tadbirkorlik klasterlarini tashkil etish va rivojlantirish quyidagi tamoyillar asosida amalga oshiriladi:

–Tarmoqdagi barcha subʼektlar maqsadining uygʻunlashuvi;

–Subʼektlarning faoliyati kovorking tarzida olib borilishida ularning faoliyat xususiyatlarining eʼtiborga olinishi;

–Qarorlar qabul qilishda barcha subʼektlarning ishtirok etishi va qarorlarning barcha subʼektlar uchun taʼlluqli boʻlishi;

–Tadbirkorlik klasteriga a'zolarining ixtiyoriy tarzda oʻzaro manfaatlar asosida qoʻshilishi;

–Barcha a'zolarning majburiyatlarini oʻz vaqtida va majburiy amalga oshirishlari zarurligi.

Xulosa qilib shuni aytishimiz mumkinki, xizmatlar bozorida turistik xizmatlarni shakllantirish katta miqdordagi kapitalni yoki qoʻshimcha mehnat resurslarini talab qilmasdi. Shu bilan birga jahondagi iqtisodiyoti klaster yoʻli bilan rivoj topgan mamlakatlar xulosasi ham klaster usulini manfaatli deb bilmoqda. Shunday ekan bizda ham yetarlicha klaster yoʻli bilan rivoj toptirishimiz mumkin boʻlgan sohalarimiz talaygina, faqatgina ularni shu yoʻl bilan daromadini oshirishga turtki boʻladigan malakali soha vakillarini jamoa tarzida shakllantirish oʻsha sohaning YaIMdagi ulushini oshirishga xizmat qilishi mumkin. Shu bilan birga, har qanday bozor iqtisodiyoti sohasining faoliyati davomida rivojlanish nuqtai nazaridan pastlashish kuzatilishi tabiiy holat va shu vaziyatda jamoa boʻlib bir muammo ustida faoliyat olib borishning ustunlik jihatlari koʻproqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti Islom Karimovning 2012-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari hamda 2013-yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma’ruzasi.
2. A.N. Asaul, Ye.G. Skumatov, G.Ye. Lokteeva Metodologicheskiye aspekti formirovaniya i razvitiya predprinimatelskix setey.— SPb.: «Gumanistika», 2004. — 256 s.
3. Markov L.S. Ekonomicheskiye klasteri: ponyatiya i harakternie cherti / L.S.Markov, V.Ye.Seliverstov, V.M. Markova, Ye.S.Gvozdeva // Aktualnie problemi sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya: vzglyad molodix uchenix : sb. nauch. tr. — Novosibirsk : IEOPP RAN, 2005. — Razd.1. — S.102–123.
4. Porter M.E. The Competitive Advantage of Nations: With a New Introduction. N.Y.: The Free Press, 1990, Palgrave Tenth Edition, 1998 - 21 p 11
5. Aslanova D.X., Alimova M.T. Samarqand viloyatida hududiy turistik klasterni shakllantirish imkoniyatlari // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy jurnali. – Toshkent, 2016. – №4
6. Aslanova D.X., Alimova M.T. Hududiy turistik klasterning shakllanish jarayonini aniqlash usuli // Xalqaro va ichki turizmni rivojlantirish muammolari (respublik ilmiy-amaliy anjumni materiallari) – Samarqand, SamISI., 2016
7. Aslanova D.X., Alimova M.T., Norkulova D.Z. Turistik klister. O‘quv qo‘llanma. Samarqand, “Zarfshon” nashriyoti, 2018

У.Х.Қаландаров– СамИСИ “Олий математика” кафедраси ўқитувчиси**,**
Э.Х.Салимов – СамИСИ “Олий математика” кафедраси ўқитувчиси**,**
С.И.Худойбердиев – СамИСИ “Олий математика” кафедраси ўқитувчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИДА ТАЛАБНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА РЕГРЕССИОН БОҒЛАНИШ

Аннотация: ушбу мақолада меҳмонхона корхоналарида хизматлар рақобатбардошлигини баҳолашнинг эксперт, омилли ва параметрик усуллардан фойдаланилган ва талабларни шакллантириш, ҳамда сотиш масалалари регрессион боғланишлар орқали кўриб чиқилган.

Калит сўзлар: Сифатни таъминлаш**,** “кирувчи”,”чиқувчи” “умумий” ва “хусусий” омиллар, хизмат кўрсатиш сифати, доимийлик, ишончлилик, аниқлилик, таниқлилик, ахборот узатиш тезлиги, регрессия, нарх ва сифат мувофиқлиги.

Аннотация: В статье используются экспертный, факторный и параметрический методы оценки конкурентоспособности услуг на гостиничных предприятиях, рассматривается формирование требований, а также продажи через регрессионные ссылки.

Ключевые слова: Человеческие интересы, показатели, экономические интересы, социальные интересы, политические интересы, духовные интересы, правовые интересы человека.

Abstract: The article uses expert, factorial and parametric methods for assessing the competitiveness of services in hotel enterprises, considers the formation of requirements, as well as sales through regression links.

Keywords: human interests, indicators, economic interests, social interests, political interests, spiritual interests, legal interests of a person.

Туризм сохасида миллий меҳмонхона корхоналари ўзида бозор муносабатларини тўлиқ ўзлаштирган ҳолда изчил ривожланиш даврида фаолият олиб боришмоқда. Рақобатнинг бозор механизми сифатидаги кескин таъсири меҳмонхона корхоналари олдига замонавий маркетинг арсеналлари билан қуролланган бошқарув тизимини яратишни тақозо этмоқда. Бугунги кунда меҳмонхоналар раҳбарлари меҳмонхона қувватларидан фойдаланишни ҳамда рентабеллик даражасини оширишда сифатни бошқариш тизимини комплекс жорий этиш зарурлигини тушуниб етмоқдалар.[1]

Шу билан бирга, хизматлар яратиш ва уни бозорда силжитишда меҳмонхоналардаги биргина техник шароитларнинг мавжудлиги (хоналарнинг шинамлиги, маиший хоналар, юқори технологик жиҳозлар) сервис сифати ва мутатдил фойдани кафолатлай олмаслигини тажрибалар кўрсатиб турибди. Демак, бугунги кунда сифат муаммосини ҳал этиш, унинг нархни оптимал ўрнатишда ва рақобатбардошлигини оширишда меҳмонхона корхонаси бизнес фаолиятининг муҳим соҳаси сифатида қаралишини талаб этади.[3]

Туризм сохасида ва корреляцион таҳлил ўзгарувчан белгилар ўртасидаги алоқаларнинг зичлигини ўлчаш, натижавий белгиларга кўпроқ тасир кўрсатувчи омилларни баҳолаш ҳамда мавҳум таъсирлар боғлиқлигини аниқлашда, боғланиш шаклларини ўрнатишда, регрессия функцияларини аниқлашда фойдаланиш билан бир қаторда ўлчовга эга бўлмаган кўринишдаги иккита туркум кўрсатгичларнинг ўзаро боғлиқлигини миқдорий баҳолаш учун ҳам қўлланилади. [2, 3]

Мазкур мақолада таҳлилнинг ўлчами мавҳум бўлган иккита туркум кўрсатгичларнинг ўзаро боғлиқлигини миқдорий баҳолаш усули асосида хўжалик субъектининг рақобатбардошлигини аниқлаш масаласи амалий жиҳатдан кўриб чиқилган.

Шунга мувофиқ, қўйида муайян ҳудудий туристик марказда меҳмонхона хизматлари билан шуғулланаётган ва ўзаро рақобатда бўлган бир типли “А, Б, В. Г” меҳмонхона корхоналарининг туркум параметрларини таққослаш орқали рақобат устунлигини аниқлаш масаласи кўриб чиқилади.

Корреляцион таҳлил натижаларини яхлит ҳолда қуйидаги жадвалда келтирилган. Корреляцион таҳлил методидан фойдаланиб корхонанинг корреляцион таҳлил ўтказиш жараёнида нафақат корреляция коэффициентини қўллаш, балки илмий асослаш мумкин бўлади.

1-жадвал

Рақиб меҳмонхоналар рақобатбардошлигини баҳолаш

Аҳамиятлилик даражаси %	**Сифат кўрсаткичлари**	**А рақиб**	**Б рақиб**	**В рақиб**	**Г рақиб**
35	Сервис сифати даражаси	5	5	4	6
25	Доимийлик	4	4	3	4
20	Ишончлилик	5	3	2	5
15	Аниқлилик	5	4	5	2
5	Сервис ва ахборот олиш жадаллиги	2	5	5	5

	Ўртача вазн баҳоси	**5,5**	**4,6**	**3,7**	**4,3**
	Хақиқий нарх ш.б	**290**	**210**	**150**	**220**
	Бозордаги улуш %	**27**	**45**	**20**	**8**

Қуйидаги жадвалда хизмат кўрсатиш сифати, доимийлик, ишончлилик, хақиқий нарх, бозордаги улуш каби тадқиқ қилинаётган омилларнинг корреляция жуфтлиги коэффициентлари келтирилган.

2-жадвал

Корреляция жуфтлиги коэффициентлари

Кўрсаткичлар	**Сервис сифат даражаси**	**Доимийлик**	**Ишончлилик**	**Аниқлилик**	**Сервис ва ахборот олиш жадаллиги**	**Хақиқий нарх $**	**Бозордаги улуши %**
Сервис сифат даражаси	1,00	**0,53**	**0,93**	-0,42	-0,55	**0,88**	-0,21
Доимийлик	**0,52**	1,00	0,41	0,06	-0,56	**0,76**	**0,70**
Ишончлилик	0,99	0,41	1,00	-0,41	-0,56	**0,84**	-0,36
Аниқлилик	-0,45	0,06	-0,41	1,00	-0,52	0,02	0,32
Сервис ва ахборот олиш жадаллиги	-0,52	-0,56	-0,56	-0,52	1,00	-0,84	-0,09
Хақиқий нарх, $	0,86	**0,76**	**0,84**	0,02	-0,84	1,00	0,11
Бозордаги улуши, %	-0,23	**0,70**	-0,36	0,32	-0,09	0,11	1,00

Жадвалда белгиланган рақамлар жуфтлиги таҳлил қилинаётган омиллар билан сезиларли боғлиқлик мавжудлигини англатади. Бундай ҳолларда корреляция коэффициенти қиймати (0,5 – 1) оралиқда бўлади. Агарда ушбу коэффициент 0,5 дан кичик бўлса жуфт белгилар ўртасидаги боғлиқлик кучсиз бўлади, «манфий» ишора омиллар ўртасида тескари боғлиқлик мавжудлигини англатади. Яъни бир омил қийматининг ортиши иккинчисининг камайишига олиб келади.

Юқорида таъкидланганидек, рақобатбардошликнинг белгиловчи омилларни таҳлил этишда уларни шартли равишда «кирувчи» ва «чиқувчи» омилларга ажратиб ўрганиш мақсадга мувофиқ бўлади.. «Кирувчи» ёки “хусусий” омилларга қуйидагилар тегишли бўлади: хизмат кўрсатиш сифати, доимийлик, ишончлилик, аниқлилик(таниқлилик), ахборот узатиш тезлиги, нарх. Бу омиллар меҳмонхонанинг бошқарув тузилмалари билан тўғридан-тўғри бошқарилади.

Ушбу кўрсаткичлар ичида бозор улуши натижавий кўрсаткич бўлиб, «чиқувчи» параметр хисобланади. Меҳмонхона бошқарув органи бозор улушининг нарх ва сифатга боғлиқ бўлганлиги боис уни бевосита ўзгартира олмайди. Бироқ, амалиёт шуни кўрсатадики, хизмат кўрсатиш сифатининг ортиши, нархнинг пасайиши каби «кирувчи» омилларни яхшилашга

қаратилган тадбирлар «чиқувчи» омиллар ҳисобланган бозор улушининг ўсишини рағбатлантиради.[4]

Рақобатбардошлик омилларининг корреляцион таҳлили «А» ва «Г» меҳмонхоналар учун қуйидаги хулосаларни олишга имкон берди:

1. Айнан бир танлаб олинган омилнинг натижага таъсири(бизнинг мисолимизда бозор улуши) 1-жадвалга кўра сезиларсиз экан. Кўпгина кўрсаткичлар учун корреляция коэффициенти қиймати 0,5 кичик бўлиб уларнинг бозор улушига таъсири кучсиз эканлигидан далолат беради.

2. Бозор улушига сезиларги таъсир кўрсатадиган омил доимийлик бўлиб, унинг корреляция коэффициенти 0,7 яъни функционал боғланишга яқин. Шундай қилиб меҳмонхоналарнинг бозордаги мувофаққияти кўп жиҳатдан уларнинг доимийлиги – истеъмолчиларнинг ишончини ҳар қандай вазиятда оқлашига боғлиқ.

3. Доимийлик ўз навбатида нарх ва хизмат кўрсатиш сифати балан боғлиқ бўлиб жадвалнинг «доимийлик» устунида мос равишда 0,76 ва 0,52 га тенг. Бошқача сўз билан айтганда истеъмолчиларнинг кутиши нарх ва хизмат кўрсатиш сифати нуқтаи-назаридан доимо оқланиши керак. Хизмат кўрсатиш сифати рақобатбардошлик тизимида ҳал этувчи қийматга эга. Бироқ, ушбу мисолимизда харид жараёнида қарор қабул қилишни белгилаб берувчи асосий омил сифатида нарх доминант белги бўлиб қолмоқда. (r=0,76). Агарда нарх ва хизмат кўрсатиш сифати истеъмолчиларнинг кутишини оқласа, уларнинг такрор харид қилишларини рағбатлантиради. Ўз навбатида истеъмолчиларнинг такрор харид қилиши сотиш хажмини оширади ва бозордаги улуши ортиб боради..

4. Нарх хизмат кўрсатиш сифати, доимийлиги, ишончлилиги(таниқлилиги) каби омиллар билан узвий боғлиқ (мос равишда r=0.87; 0,79; 0,83). Нарх истеъмолчилар томонидан кутилган қийматни ҳамда меҳмонхона хизматининг ишончлилигини доимо оқлаши керак.

5. Хизмат кўрсатиш сифати ва ишончлилик омиллари ўртасида боғлиқлик кучли бўлиб функционал боғлиқликка яқин (r=0.93) ҳолда, меҳмонхона тизими ва унинг барча хизмат кўрсатувчи тузилмаларини қамраб олади. Ишончлилик ўз навбатида бизнинг мисолимизда кўзда тутилмаган ишлаб чиқариш ва технологик омиллар, меҳмонхоналарнинг бино, жиҳоз ва иншоотларининг техник холатига ҳам боғлиқ.

Сифатнинг доимийлик даражасини барқарор таъминлаш асосида мижозлар сонидан қатъий назар, улар билан бўладиган бевосита хизматлар жараёнидаги мулоқат алоқаларини тўғри ташкил этиш ётади.

Агар тақдим этилган хизматнинг сифат даражаси кутилгандан ортиқ бўлса ёки кутилганликка мувофиқ бўлса эҳтиёж қондирилган ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2010. 65-69 ст.
2. Пардаев М.Қ. Функционал қиймат таҳлилини такомиллаштириш йўналишлари. Монография. Т.:фан ва технология, 2013 й. 38-47 б.

М.Ибрагимова – СамИСИ ўқитувчиси
Г.Фозилова – СамИСИ талабаси

ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАРНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация. ҳозирги вақтда туризм индустриясининг жаҳон иқтисодиётидаги муҳим ўрни туристик хизматларнинг хилма-хиллигига асосланган. Шу ўринда ушбу мақолада биз туристик хизматларни ривожлантириш йўллари ҳамда унинг ўзига хос бўлган хусусиятларининг илмий-назарий асослари келтирилган.

Калит сўзлар: туристик хизмат, туроператор, турагент, истеъмолчи.

Аннотация. В настоящее время важная роль индустрии туризма в мировой экономике основана на разнообразии туристических услуг. В связи с этим в данной статье мы представляем пути развития туристических услуг и научно-теоретическое обоснование его специфики.

Ключевые слова: туристические услуги, туроператор, турагент, потребитель.

Abstract. Currently, the important role of the tourism industry in the global economy is based on the diversity of tourism services. In this regard, in this article we present the ways of development of tourist services and the scientific and theoretical substantiation of its specifics.

Key words: travel services, tour operator, travel agent, consumer.

Хизматлар сохасининг таркибий қисми бўлиб ҳисобланган туризм соҳаси табиати ушбу соҳа субъектлари, яъни туристлар ва бир кунлик саёҳатчиларга кўрсатилган хизматларга мос равишда аниқланади. У инсоннинг саёҳатга, дам олишга, экскурсияга бўлган қизиқишлари ва эхтиёжларини қондиришга қаратилган.

Шуни алоҳида эътироф этиш керакки, МДҲ мамлакатлар иқтисодий адабиётларида туристик хизматларни ривожлантириш йўллари узоқ йиллардан буён ёритилиб келинмоқда.

А.Ю.Александрова [1] таъкидлашича, туристик хизматлар хизматни маҳсулотдан ажратиб турадиган тўртта хусусиятга эга:

- номоддийлик;
- ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг ажралмаслиги;
- ўзгарувчанлик;
- сақлаш имкониятининг йўқлиги.

Бироқ, А.Д.Чудновскийнинг [2] фикрига кўра, туристик хизматлар юқорида келтирилган аниқ хусусиятларидан ташқари қуйидаги ўзига хос хусусиятларга эга:

- туристик хизматлар вақт ва макон каби ўзгарувчиларга эгалиги;
- туристик хизматлар сифатига энг катта таъсирни форс-мажор ҳолатлари келтириб чиқариши;

[1] А.Ю.Александрова. Международный туризм.-М.:Аспект Пресс, 2001
[2] А.Д.Чудновский. Управление индустрией туризма России в современных условиях. Учебное пособие. – М.:КноРУС. 2007. -416 стр.

- туристик хизматларни амалга оширишда, борадиган минтақаларни стратегик ривожлантиришга тизимли ёндошиш жуда муҳимлиги ва бошқалар.

Туристик хизматларга хос бўлган ушбу хусусиятлар туризм соҳасидаги ташкилотлар фаолиятига ҳам таъсир кўрсатади.

Бизнингча, ўзининг ташкилий ва иқтисодий тавсифига кўра туристик хизматлар табиати моддий неъматлар ва бошқа турдаги хизматлардан кескин равишда фарқ қилади. Туристик хизматнинг бир қатор хусусиятлари уни жами хизматлар секторидан ажратиб туради. Фикримизча юқорида келтирилган олимларнинг фикрларидан ташқари туристик хизматлар хусусиятлари жумласига куйдагиларни келтирсак максадга мувофиқ бўлади.

1.Барча хизматларнинг умумий хусусияти – уларнинг ҳис қилинмаслигидир. Бу туристик хизматда ўзига хос тарзда намоён бўлади. Нафақат туристик хизматнинг истеъмолчиси, балки унинг ишлаб чиқарувчиси ҳам олдиндан унинг истеъмол хусусиятлари, фойда самараси тўғрисида маълумотга эга бўлмайди. Туроператор ва турагент орзуларини, тасаввурларини сотади ва улар турист ва саёҳатчиларнинг кайфиятига боғлик бўлади. Шу сабабли бевосита фойдали самара тегишли эҳтиёжларини хизмат орқали қондирилиши даражасида намоён бўлади. Масалан: жойнинг шинамлиги, овқатлантириш сифати, безатиш сифати ва ҳоказолар.

Истеъмолчи туристик хизмат хусусиятларини бошқа истеъмолчилар фикрича асосан реклама ёрдамида фақатгина билвосита баҳолаши мумкин.

2.Туристик хизматининг ҳис қилинмаслиги билан муҳим хусусият ҳисобланган сақлаш, жамғариш ва захираларини яратиш имконининг бўлмаслигига боғликдир.

3.Туристик хизматлар истеъмолчиси унинг сотувчисига боғлиқ, уларнинг таъминланиши эса ўзаро бир бирини тўлдиришган. Туристик ташкилотлар бир ўзлари ўз вазифаларини уддалай олишмайдилар. Улар жуда кўп сонли воситачилик фаолияти билан шуғулланувчи ихтисослаштирилган фирмаларга мурожат қилишга мажбур бўлишадилар. Ушбу фирмалар ўз навбатида бозор талабларини яхши қондирадилар ва шу билан мижозлар билан яхши алоқалар туфайли катта ҳажмдаги даромадни таъминлайдилар.

4.Туристик хизматлар соҳасининг яна бир хусусиятларидан бири шундан иборатки, хизматларнинг кўрсатилиши, туристик хизматлар истеъмолчиси ва ишлаб чиқарувчиси ўртасидаги мулк хуқуқларнинг алмашиши ва мулк муносабатларининг ўзгариши билан кузатилмайди. Товарларни сотишда эса мулк ҳуқуқларининг ўзгариш жараёни содир бўлади.

Мулк ҳуқуқларнинг берилмаслик сабаби, туристик хизматлар истеъмолчисининг унинг сотувчисига боғлиқлиги ҳисобланади, чунки туристик хизматларнинг истеъмоли ва фойдаланиши сотувчи иштирокисиз амалга оширилмайди.

Жумладан, агарда турист туроператор ёки турагент хизматларидан фойдаланса, сафар чиптасини харид қилиб, белгиланиш жойигача тегишли транспорт воситасида юриш ҳуқуқини, маълум жойлаштириш воситаси ва

ресторанда яшаш ва овқатланиш ҳуқуқига, ташриф буюриш дастурига кирувчи музейлар ва бошқа диққатга сазовор жойларга ташриф буюриш ҳуқуқиги эга бўлади, аммо сафар мақсадини ташкил этувчи барча турдаги хизматларга ҳақ тўлашни англатмайди, турист транспорт воситаси меҳмонхона, ресторан ва кўргазмалар эгасига айланмайди.

Ваҳоланки айрим туристик хизматлар моддий бойликлар билан муносабатга эга, мулк ҳуқуқи эса туристик хизматларни бажарувчи корхоналар (мехмонхоналар, овкатланиш объектлар) томонида қолади.

Туристик хизматлар соҳасида истеъмолчининг туристик хизматлар сифати ва хавфсизлигига ҳуқуқи сақланиб колади.

5.Туристик хизматлар кўп функционал йуналишга эга. Хизматлар соҳасининг бир қисми сифатида туризимнинг ривожланиши бир томондан хизматларни ишлаб чиқаришни ихтисослаштириш ва диверсификациялаштириш тенденциясини акс этган ҳолда, якка тартибдаги эҳтиёжларни қондиришга йўналтирилган турли хилдаги сервис фаолиятни кучайтириш ҳисобланса, иккинчи томондан, турли хилдаги бирдамлик тенденциясини акс эттирувчи кооперация ва бир бирини тўлдириш тамойилини ошириш йўли билан кузатилмокда.

Ушбу хусусятларнинг инобатга олиниши шубҳасиз мамлакатимизда туристик хизмат кўрсатиш билан шуғулланувчи ташкилотларнинг хўжалик фаолияти самарадорлигини оширишнинг муҳум гарови бўлиб ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. А.Ю.Александрова. Международный туризм.-М.:Аспект Пресс, 2001

2.А.Д.Чудновский. Управление индустрией туризма России в современных условиях. Учебное пособие. –М.:КноРУС. 2007. -416 стр.

3. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме: Учебное пособие. 3-е изд., испр. и доп. – СПб.: Питер, 2012. – 384 с.

Д.М. Абдураимов– Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти тадқиқотчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИНИ ТАРТИБГА СОЛИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ ВА ОМИЛЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада давлатнинг туризм соҳасини тартибга солиш билан боғлиқ сиёсати, туризмни барқарор ривожлантириш мақсадлари, тамойиллари ва омиллари тадқиқ этилган.

Калит сўзлар: туризм, туристик ресурслар, тамойиллар, тартибга солиш, туристик сиёсат, омиллар, туристик маҳсулот.

Аннотация: В статье исследуется политика государства в отношении регулирования туристической отрасли, цели, принципы и факторы устойчивого развития туризма.

Ключевые слова: туризм, туристические ресурсы, принципы, регулирование, туристическая политика, факторы, туристический продукт.

Abstract: This article examines the policy of the state related regulation of the tourism sector, the goals, principles and factors of sustainable development of tourism.

Keywords: tourism, tourism resources, principles, regulation, tourism policy, factors, tourism product.

Бозор иқтисодиётида туристик ресурсларни ҳаққоний тақсимлаш, туризм соҳасининг барқарор ривожланишини қўллаб-қувватлаш ҳамда туристик даромадларни тақсимлаш туристик бозор инфратузилмаси механизмлари орқали ҳал этилади. Амалий тажрибалар шуни кўрсатмоқдаки, туризм соҳаси ривожланишининг асосий муаммолари туристик бозор механизмлари воситасида етарли даражада ҳал бўлмайди. Шунинг учун, замонавий ҳар қандай давлат туризм соҳаси ривожланишига салбий таъсир кўрсатувчи омилларни бартараф этиш мақсадида туризм иқтисодиётини тартибга солишга самарали таъсир кўрсатади. Туризм соҳасини давлат томонидан тартибга солиниши туристик сиёсат орқали амалга оширилади. Ушбу сиёсат туризм инфратузилмасини ривожлантиришнинг ташкилий, экологик, ижтимоий-иқтисодий ҳамда институционал асосларини такомиллаштириш бўйича йўл хариталари ва дастурларни ишлаб чиқиш ва реализация қилиш орқали амалга оширилади. Шундай экан, давлатнинг туризм соҳасини тартибга солиш билан боғлиқ сиёсати қуйидаги асосий муаммоларни ҳал этишга йўналтирилиши зарур:

– чекланган ва камёб туристик ресурсларни самарали тақсимлаш;

– туристик дестинация (ҳудуд)ларнинг барқарор ривожланишини таъминлаш;

– туризмнинг самарали ривожлантириш концепцияси ва дастурларини ишлаб чиқиш;

– туристик ишлаб чиқариш ёки туристик даромадларни адолат тамойили асосида тақсимлаш.

Туризм бозорини давлат томонидан тартибга солиш механизмлари туризмни барқарор ривожлантириш мақсалари ва тамойилларига асосланиши керак.

Туризм соҳасини ривожлантириш қуйидаги асосий мақсадларни ўз ичига олади:

– туристларнинг эҳтиёжларини психологик нуқтаи назардан миқдор ва сифат жиҳатдан максимал даражада қондириш;

– туристик маҳсулотлар ва хизматларни таклиф этувчи компаниялар даромадларни максимал даражада ошириш;

– туристларнинг саёҳат қилишлари жараёнида уларни максимал даражада харажат қилишга мотивацияни шакллантириш.

Туризм соҳасини ривожлантиришнинг юқорида келтирилган мақсадлари, бир томондан, кирувчи туристларни жалб қилиш имкониятларини оширса, иккинчи томондан, туристларни эҳтиёжларини максимал даражада қондириш имконини беради. Шунингдек, жалб қилишнинг психологик ёндашув туристларни саёҳатдан максимал даражада қониқиш ҳосил қилиши ва уларни максимал сарф-харажатлар қилишга ундаши ҳамда юқори олинган таассурот асосида яна қайтиб келишлари учун мотивацион омилларни намоён этади. Ҳақиқатдан ҳам психологик ёндашув бўйича муносабатда турист саёҳат вақтида ўзи кутганидан кам бўлмаслиги зарур.

Туризм соҳаси ўзига хос бўлиб, унинг ўзига хослиги шундан иборатки, яхлит туризм индустрияси ва корхоналари фаолияти бир қатор омиллар билан боғлиқдир. Ушбу омиллар уларнинг муваффақиятли фаолиятига салбий таъсир кўрсатиши мумкин. Чунки кўпчилик омиллар тасодифий тавсифга эга. Барча омилларни умумий ва хусусий омилларга таснифлаш мумкин. Умумий омилларни мавсумий, сиёсий, иқтисодий ва табиий омилларга ажратиш мумкин. Мазкур омилларни қараб чиқамиз.

Аввалambор айтиш керакки, туризм индустриясида мавсумийлик омили алоҳида хусусиятга эга. Шундай бўлсада, мавсумийлик тасодифий эмас, балки ўзаро боғлиқ омиллар ҳисобланади. У туризм индустриясига аҳамиятли даражада таъсир кўрсатади. Айниқса, туристик корхоналар туристик маҳсулотлар (жойлаштириш воситалари, овқатланиш, кунгил очар ва ҳ.к.)ни ишлаб чиқарувчиси бўлиб ҳисобланади. Туризм индустрияси олдида асосий вазифа ўрта ва паст мавсумийлик даврида туристларни жалб қилишдан иборатдир. Паст даражадаги мавсумда туристларни жалб қилиш учун турли хил тадбирлар: кўргазмалар, анжуманлар, симпозиумлар, спорт мусобақалари кабилар ўтказилади. Бунда меҳмонхоналар ўзларининг иш билармонлик фаоллигини қўллаб-қувватлайдилар. Бу туризмнинг алоҳида янги йўналиши сифатида ишбилармонлик туризмини («MICE туризми» (Meeting, Incentive, Congress/Conference, Exhibitions)) ривожланишига олиб келади.

Сиёсий омиллар ҳам алоҳида олинган ҳудудлар, ҳам халқаро миқёсда туризм индустриясининг мувоффақиятли ривожланишида муҳим аҳамиятга эгадир. Унга давлат томонидан олиб бориладиган ички сиёсат ва мамлакатлар ўртасида юзага келадиган халқаро муносабатлар бўйича сиёсат тегишлидир. Буларнинг барчаси ҳам минтақавий даражада, ҳам халқаро даражада туризм ривожланшига аҳамиятли даражада таъсир кўрсатади.

Иқтисодий омиллар ҳам туризм ривожланишида муҳим роль ўйнайди. Одатда мамлакатнинг иқтисодиёти қанчалик ривожланса, ҳам давлат, ҳам халқаро даражада инфратузилманинг юқори даражада ривожланишига олиб келади ва натижада шунга мувофиқ туризм ривожланади. Бу бир томондан, мамлакатда моддий-техника базаси (транспорт, жойлаштириш воситалари ва туристларни овқатлантириш, инфратузилма, замонавий технологияларни жорий этиш)ни ривожланганлиги, иккинчи томондан, аҳоли турмуш даражасининг етарли даражада юқорилиги туристик эҳтиёжларни максимал қондиришга имконият яратади.

Табиий омилларнинг таъсири уларнинг мавжудлиги нуқтаи назаридан қаралмайди, балки турли хил табиий чекловлар билан ушбу туризм ривожланишининг энг муҳим омили ҳисобланади. Масалан, ёмғирли ёз (денгиз курорти) ёки қорсиз қиш (тоғ чанғи курорти) ушбу ҳудуднинг туристик фаоллигига кучли таъсир кўрсатади. Бироқ туризм ривожланиши учун аҳамиятли даражада зарарнинг етказилиши табиатда кескин салбий ўзгариш (тошқинлар, цунами, зилзила, ниҳоятда кучли шамоллар ва ҳ.к.)ларга олиб келиши мумкин.

Буларнинг барчаси нафақат инфратузилмага зарар келтиради, балки ушбу ҳудуд экологиясига аҳамиятли даражада зиён келтиради. Бунинг оқибатида ушбу ҳудудда узоқ муддат туристик фаоллик пасаяди. Турли хил саноат катаклизмалари туризм ривожланишига тўсқинлик қилади, ҳудудда экологик муаммоларни кучайишига олиб келади. Ҳозирги кунда экология халқаро туризм ривожланишида муҳим рол ўйнайди.

Бундан ташқари юқорида келтирилган омилларга бир қатор чекловлар мавжуд бўлиб, ҳосилавий омиллар ҳисобланади ва улар туристик индустрия корхоналарининг ишлаб чиқариш фаоллигига салбий таъсир кўрсатади ва уларнинг хўжалик фаолияти самарадорлигини пасайишига олиб келади. Бу чекловларни қуйидагича таснифлаш мумкин:

– туристик талабга чекловлар: ўзининг товарлари ва хизматларини туристларга таклиф этувчи ҳар қандай бизнес ташкилоти мижозларнинг талабларини қондириш бўйича ўзининг ишлаб чиқариш фаоллигида чекловга эга, яъни бу талаб товарларни харид қилишда туристларнинг иқтисодий имкониятлари билан боғлиқдир;

– туристик таклифдаги чекловлар зарур туристик ресурслар мавжудлиги билан боғлиқдир. Барча ресурслар ичида энг муҳими бўлиб, табиий ресурслар ҳисобланади. Буни яхлит ҳолда туристик йўналишлар (дистинациялар)ни географик тақсимлаш тадқиқотида кўриш мумкин. Афтидан, алоҳида туристик дестинациялар бошқаларига нисбатан туристлар учун жозибадор ҳисобланади;

– экологияга тегишли чекловлар одатда атроф-муҳитни ифлосланиши билан боғлиқ. Бу атроф-муҳитга кўп зарар келтирувчи, кўп туристлар тўпланадиган муайян туристик йўналишлар (дестинациялар)га тегишли. Бунга боғлиқ ҳолда ушбу дестинацияга ташриф буюрувчиларга чекловлар қўйилади;

– даврий чекловлар: ҳар бир туристнинг ихтиёрида бўлган бўш вақт автоматик тарзда у қилиши мумкин бўлган ишга нисбатан муайян чекловни яратади. Таққослама қисқа вақтда туристк фаоллик туристик компаниянинг ишлаб чиқариш фаоллигига салбий таъсир кўрсатади. Шундай экан, фойдани ошириш имкониятларини пасайтиради. Бу ҳолат табиий ресурслардан давлат оладиган туристик тушум ҳажмига салбий таъсир кўрсатади;

– ҳуқуқий чекловлар: туризмга таъсир кўрсатувчи юридик чекловларнинг бир қатор турлари мавжуд. Бу чекловларга атроф-муҳитни муҳофаза қилиш бўйича чекловлар, туризмни ривожлантиришнинг турли хил зоналарини аниқловчи қонунлар ва ҳ.к.;

– билимларнинг мавжуд бўлмаганлигидан чекловлар: туризмда кўпчилик фаолият турлари туризм соҳасида тадбиркорларнинг махсус билимга эга эмасликларидан чекловлар. Улар ўзларига номаълум бўлган соҳада истар-истамас таваккалчиликка борадилар. Аниқ бундай ҳолатлар туризмга муносабат бўйича давлат фаолиятида содир бўлади. Қачонки, у ёки бу муаммони ечиш заруратида қарор қабул қилувчи шахсларда билимлар етишмайди;

– ресурсларнинг етишмаслигидан чекловлар нафақат табиий ресурсларга нисбатан, балки туристик индустрия фаолиятига асосланган ресурсларга нисбатан ҳам мавжуд. Бундай ресурсларга, масалан, пул маблағлари, ихтисослашган персонал, меҳмонхонала, ресторанлар, транспорт кабилар тегишли. Бу хилдаги ресурсларнинг чекланганлиги туристларнинг эҳтиёжлари ва хоҳишларини қондириш имкониятини пасайтиради.

Ш.У.Ташматов – СамИСИ ўқитувчиси

ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ СОҲАСИНИНГ РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

Аннотация: Мақолада рақамли иқтисодиётга ўтишда туризм бозор субъектлари дуч келадиган муаммолар таҳлил қилинган; туризмда қўлланиладиган рақамли технологияларнинг айримлари кўриб чиқилган; ташкилотларнинг рақамли иқтисодиётга ўтиш алгоритми шакллантирилган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, рақамлаштириш, туризм бозори, турларни динамик пакетлаштириш, блокчейн технологияси.

Аннотация: В статье проанализированы проблемы, с которыми встречаются субъекты туристского рынка при переходе к цифровой экономике; рассмотрены некоторые цифровые технологии, которые используются в туризме; сформулирован алгоритм перехода организаций к цифровой экономике.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, туристский рынок, динамическое пакетирование туров, технология блокчейн.

Abstract: The article analyzes the problems encountered by the subjects of the tourist market during the transition to a digital economy; considered some digital technologies that are used in tourism; The algorithm for the transition of organizations to the digital economy is formulated.

Keywords: digital economy, digitalization, tourist market, dynamic packetization of tours, blockchain technology.

Туризим тўлиқ ахборотларга асосланган хўжалик фаолияти бўлиб, рақамли технологиялар кенг жорий этилган дастлабки соҳалардан бири ҳисобланади. Ўтган асрнинг 60-йилларидан бошлаб ахборот технологиялари, хусусан, глобал бронлаш тизими туризмдаги бизнес жараёнларини тубдан ўзгартириб юборди. Туристлар талабидан келиб чиқиб, туристик маҳсулотларни тез ва осон расмийлаштириш имконияти пайдо бўлди[1]. Бу эса, ҳозирги кунда долзарб бўлган рақамли иқтисодиётга томон дастлабки қадамлар эди.

Туризмда қўлланиладиган рақамли технологияларини қуйидагича гуруҳлаш мумкин:

- туризмда бронлаш тизими (масалан, GDS – Global Distribution System)

[1] Морозов М. А., Морозов М. М. Модификация инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности в туризме с учетом перехода к цифровой экономике //Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2019. – №. 3. – С. 117-121.

ва хизматларнинг алоҳида турларини, яъни жойлаштириш воситалари, авиачипталар, автомобиллар ижараси ва бошқаларни бронлаш тизими (масалан, Skyscanner, Aviasales, Booking.com, Airbnb, Hotels.com, Uber, Sixt ва ҳ.к.);

- туризм саноат корхоналарининг фаолиятларини автоматлаштириш тизимлари (САМО-Тур, Мастер-Тур, Fidelio ва бошқалар);
- интернет технологиялари;
- мултимедиа технологиялари;
- геоахборот технологиялари (масалан, GPS);
- мобил иловалари ва бошқалар[1].

Мутахассисларнинг фикрича, иқтисодиётни рақамлаштириш шароитида мавжуд бозор бизнес-моделлари глобал трансформациялашув жараёнини бошдан кечиради, қўшилган қийматни оптималлаштириш модели сезиларли даражада ўзгаради, воситачиларнинг иқтисодиётдаги аҳамияти кескин пасаяди ва маҳсулот ишлаб чиқаришда индивидуал ёндашувнинг аҳамияти кучаяди[2].

Рақамли иқтисодиётга ўтиш туризм хизматлари бозори ривожланишининг қуйидаги асосий тенденцияларини шакллантиради:

- туристик бизнеснинг глобаллашуви;
- халқаро интернет-ресурсларнинг ривожланиши;
- туристик хизматларнинг ишлаб чиқарувчиси ва истеъмолчилари ўртасидаги воситачиларнинг қисқариши;
- тақсимлашнинг янги каналлари пайдо бўлиши;
- туристик компанияларнинг интернет тармоғида ишлашга ялпи ўтиши;
- истеъмол моделининг ўзгариши – турмаҳсулотни шакллантиришда индивидуал ёндашувга ўтиш.

Туристик хизматларнинг онлайн бозори электрон тижоратнинг шиддат билан ривожланаётган секторларидан бири ҳисобланади. Туристик хизматлар истеъмолчилар ўз саёҳатини режалаштириш ва ташкил қилишда тобора кўпроқ интернет тармоғига мурожаат қилишмоқда[3].

Туризм соҳасини рақамлаштиришнинг асосий тенденциялардан бири турларни динамик пакетлаштириш ҳисобланади. Бу туристик маҳсулотни шакллантириш ва реализация қилишнинг янги усули ҳисобланиб, у туроператорлар, транспорт компаниялари ва жойлаштириш воситаларининг ресурс тизимларига тўғридан-тўғри мурожаат қилишга асосланади. Кейинги йилларда туристик хизматлари сотув ҳажмининг ярмидан кўпроғи ушбу технология бўйича сотилмоқда.

Ушбу усул ички туристик маҳсулотнинг қамровини кенгайтириш учун катта аҳамиятга эга, чунки ҳатто энг кичик корхоналарнинг ҳам барча хизмат

[1] Морозов М. А., Морозов М. М. Модификация инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности в туризме с учетом перехода к цифровой экономике //Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2019. – №. 3. – С. 117.
[2] Коханова В.С., Ященко С.Д. Применение BIG DATA для разработки персонифицированного финансового продукта // Интеллектуальные ресурсы региональному развитию. – 2019. – № 1. – С. 201-204.
[3] Григорьева Н. С. Проблемы и перспективы развития сферы туризма в условиях цифровой экономики //Интеллектуальные ресурсы-региональному развитию. – 2019. – Т. 5. – №. 2. – С. 47-52.

турларини истеъмолчига тақдим қилиш имконини беради.

Гап шундаки, динамик пакетлаш технологияси жуда кўп миқдорда маҳаллий ва халқаро шерикларнинг мавжудлиги билан стандарт тур-оперейтингдан тубдан фарқ қилади ва батафсил назоратни талаб этади.

Замонавий интернет-технологиялар туристларга ўзларининг саёҳатларини ўзлари тўлиқ ташкил қилишга, яъни маршрутларни тузиш, барча транспорт турларига чипталар сотиб олиш, турар-жой брон қилиш, кўнгилочар дастурларни шакллаштиришга имкон беради. Туризм соҳасидаги муҳим инновациялар электрон чипталар, электрон визалар ва электрон бронлаш ҳисобланади.

Динамик пакетлаш мавзусида гап кетганда блокчейн технологиясини эътибордан четда қолдириб бўлмайди. Айнан блокчейн туризм соҳасини кескин ўзгартириб юбориши мумкин[1].

Тақсимланган маълумотлар базаси технологияси нафақат туристик хизматлар истеъмолчиларига тўғридан-тўғри ишлаб чиқарувчилар билан муносабатга киришиш имконини беради, балки маълумотларни бузиш, ўғирлаш ва сохталаштиришдан ҳимоя қилишга ҳам ёрдам беради. Дастлаб блокчейн крипто-валюта бозорларида қўлланилган, аммо ҳозирги кунда иқтисодиётнинг кўплаб соҳаларида қўлланила бошлади.

Янги технологиялар ва рақамли иқтисодиётнинг ривожланиш тенденцияларига асосланиб, яқин келажакда барча воситачилар туризм бозорини тарк этиши, ишлаб чиқарувчиларнинг масъулияти ошиши ва туристик маҳсулотларнинг янада сифатлироқ ҳамда арзонроқ бўлишини таъкидлаш мумкин.

Талабнинг кескин камайиши ҳамда иқтисодиётнинг рақамлашиши шароитида туроператор ва турагентлар фаолиятининг классик схемаси туристик хизматлар бозоридаги ташкилотларининг зарар билан ишлашига олиб келади. Туроператорлар даромадларининг паст даражаси улгуржи туристик маҳсулотни шакллантириш билан боғлиқ хатарларни мувозанатлаштириш имконини бермайди. Комиссияни пасайтириш эса, туризм бозорида “омон қолиш” имконини йўққа чиқаради. Аммо туристик хизматлар бозори ривожланиши ушбу йўналишда давом этса, комиссияни қисқартириш тенденцияси сақланиб қолади. Бундай шароитда туризм бозорида “омон қолиш” учун туроператорлар ва турагентлар ҳатто тизимлашган етказиб берувчи ҳам таклиф қила олмайдиган, янги ноёб маҳсулот ва хизмтларни яратишлари керак. Бунинг учун янги истеъмол қийматларини яратиш зарур.

Рақамли технологиялар туризм соҳасидаги тадбиркорлик инфратузилмасини ўзгартириб юбормоқда. Туристик бизнесни рақамлашиши натижасида кучайиб бораётган глобаллашув шароитида алоҳида туристик корхоналарнинг рақобат курашидаги мувофаққияти нафақат миллий доирада чегараланиб қолади, балки халқаро даражадаги рақобатга боғлиқ бўлади.

[1] Акперов И.Г. Проблемы и перспективы управления социально-экономическим развитием региона в условиях перехода к шестому технологическому укладу // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2014. – № 1. – С. 7-12.

Туризм соҳасидаги тадбиркорлик инфратузулмаси ҳам халқарога айланади, чунки рақамлаштириш туризм бизнесини юритишдаги миллий чегараларни ўчириб юборади. Рақамли иқтисодиёт туризм соҳаси корхоналарининг янги шаклларини (масалан, рақамли туристик офислар) яратишга имкон беради.

Замонавий туристик маҳсулот туристик бизнеснинг сифатли ва долзарб ахборотлар билан таъминланиш ҳисобига эгилувчан ва истеъмолчи учун ҳамёнбоп бўлиб бормоқда. Рақамли туристик офислар кредит картаси бор ҳар қандай кишига дунёнинг исталган жойига тур сотиб олиш имконини яратади. Шундай қилиб, рақамли технологиялар турмаҳсулотни тарғиб қилиш ва сотишнинг бутунлай янги электрон маркетинг каналларини яратиш ва ундан фойдаланишини тақозо қилади.

Рақамлаштириш шароитида кадрлар инфтратузулмаси ҳам сезиларли ўзгаришларга учрайди. Бу туризм соҳаси ходимларида янги рақамли компетенцияларни шакллантириш ва ривожлантириш билан боғлиқ. Персонални узлуксиз ўқитишга талаб ортади, унинг мобиллик даражаси ортади, офисдан ташқаридаги иш технологияси кенгаяди. Рақамли технологияларнинг жорий иқлиниши янги иш ўринларининг пайдо бўлишига замин яратади.

Хулоса қилиб айтганда, туризм соҳаси рақамли технологиялар кенг жорий этилган дастлабки соҳалардан бири ҳисобланади. Рақамли иқтисодиётга ўтиш туризм соҳасида глобаллашув, халқаро интернет-ресурсларининг ривожланиши, воситачаларнинг камайиши, тақсимлашнинг янги каналлари пайдо бўлиши, турмаҳсулотни шакллантиришда индивидуал ёндашувга ўтиш жараёнлари юз беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг ““Рақамли Ўзбекситон – 2030” стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2020 йил 5 октябрдаги ПФ-6079 рақамли Фармони. ҚҲММБ: 06/20/6079/1349 06.10.2020 й.

2. Акперов И.Г. Проблемы и перспективы управления социально-экономическим развитием региона в условиях перехода к шестому технологическому укладу // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2014. – № 1. – С. 7-12.

3. Григорьева Н. С. Проблемы и перспективы развития сферы туризма в условиях цифровой экономики //Интеллектуальные ресурсы-региональному развитию. – 2019. – Т. 5. – №. 2. – С. 47-52.

4. Коханова В.С., Ященко С.Д. Применение BIG DATA для разработки персонифицированного финансового продукта // Интеллектуальные ресурсы региональному развитию. – 2019. – № 1. – С. 201-204.

5. Морозов М. А., Морозов М. М. Модификация инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности в туризме с учетом перехода к цифровой экономике //Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2019. – №. 3. – С. 117.

Gapparov B.N. – Jizzax politexnika instituti mustaqil ilmiy izlanuvchisi

JIZZAX VILOYATIDA TURIZM SOHASI SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘NALISHLARI VA MEXANIZMLARI

Annotatsiya: maqolada mamlakatimizning jizzax viloyatida uning tabiiy potensiali orqali hududning turistik imkoniyatlari va sayyohlarni qiziqtiradigan va o‘ziga jalb etadigan jozibador brend na’munalarini ko‘rsatish yo‘nalishlari hamda uning institutsional asoslari bayon qilingan.

Kalit sozlar: turistik hududlar, rekreastiya, madaniy-tarixiy meros, viza, infratuzilma, ziyorat, turizm mahallasi va qishlog‘i, brend na’munalari.

Аннотация: в статье описывается туристический потенциал региона в джизакской узбекистана через его природный потенциал и направления его презентации привлекательных брендов, привлекающих туристов, а также его институциональная основа.

Ключевые слова: туристические зоны, отдых, культурное и историческое наследие, визы, инфраструктура, паломничество, туристические районы и деревни, примеры брендов.

Abstract: questions for knowledge control the article describes the tourism potential of the region in jizzakh uzbekistan through its natural potential and directions of its presentation of attractive brands that attract tourists, as well as its institutional basis.

Keywords: tourist areas, recreation, cultural and historical heritage, visas, infrastructure, pilgrimage, tourist areas and villages, examples of brands.

Mamlakatimizda turizm sohasini strategik tarmoqlardan biri sifatida rivojlantirish bo‘yicha kompleks chora-tadbirlar bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda. Shuningdek, hududlarni barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning eng muhim omillaridan biri sifatida ichki turizmni jadal rivojlantirish, sayyohlarni mamlakatimizning madaniy-tarixiy merosi hamda tabiiy boyliklari, sayyohlarni o‘z jozibasi bilan o‘ziga chorlovchi hududiy brendlar bilan tanishtirish, uning asosi sifatida viza rejimining liberallashtirilishi, chet el fuqarolarini ro‘yxatga olish tartibining soddalashtirilishi, turizm tarmog‘ini rivojlantirish uchun imtiyoz va preferensiyalar berilishi milliy turizm salohiyatini ichki va tashqi bozorlarda samarali targ‘ib qilish imkonini beradi.

Ammo, o‘tkazilgan dastlabki tahlillar turizm tarmog‘ini tartibga soluvchi normativ-huquqiy asosning nomukammalligi, alohida turizm xizmatlarini ko‘rsatish qoidalarining, shuningdek, rivojlangan dunyo ahlining mamlakatimiz tabiatining o‘ziga xosligi, ko‘plab hududlarda bahavo turistik ob’yektlar mavjudligi to‘g‘risida, qolaversa, o‘z jozibasi bilan o‘ziga chorlovchi hududiy brendlar to‘g‘risida ma’lumotlar mavjud emasligini ko‘rsatmoqda.

Shuning uchun ham turizm resursining asosi sanalgan dunyo xilma-xilligini namoyish qiluvchi turizm predmetlari faqatgina reklama, targ‘ibot orqaligina xalqaro turizm ixlosmandlarini o‘z domiga tortishi mumkin. O‘z navbatida ta’kidlash joizki, turizm sohasining kirib kelishi va uning rivojlanishi dunyoning har qanday mamlakatiga ham nasib qilavermaydi, chunki mazkur sohaga bo‘lgan turizm mahsulotlari bozoridagi unga bo‘lgan talab to‘g‘ridan-to‘g‘ri iqtisodiy

ehtiyojlar bilan emas, balki ijtimoiy ehtiyojlar bilan belgilanadi. Ijtimoiy ehtiyojlar ichida ziyoratga, rekreatsiyaga bo‘lgan ehtiyoj inson ruhiyatida uy-joyga bo‘lgan ehtiyojdan ham ko‘ra 3 marta ko‘proqdir. Mamlakatimizda mazkur sohani rivojlantirishning dolzarbligi ham shundadir. Turizm sohasining serdaromad, shuning bilan birgalikda mashaqqati kamroq faoliyat turi ekanligini e’tirof etib, mamlakatimizda mazkur sohani rivojlantirish, takomillashtirish yuzasidan tinimsiz izlanishlarni olib borish maqsadga muvofiq sanaladi.

Ana shunday yo‘llardan biri - aholi gavjum, shuningdek, iqlim sharoiti mo‘tadil bo‘lgan hududlarda aholining turistik xizmat ko‘rsatishini amalga oshirishi bilan birga aholining o‘zi ham mazkur turistik mahsulotdan bahramand bo‘ladigan faoliyat turlaridan biri bu turistik mehmon uylarini yaratish va shu orqali ekoturizmni, agroturizmni mahalliy brendlar sanalgan sayyohlarning kundalik ehtiyojlarini qondirishga xizmat qiluvchi mahalliy sut, go‘sht mahsulotlari, shuningdek, mazali milliy taomlari hisoblanadi.

Turistik mehmon uylarini tashkil qilishning institutsional asosi bo‘lib, birinchi navbatda, 2019 yil 16 aprelda qabul qilingan “O‘zbekiston Respublikasining turizm to‘g‘risida” gi Qonuni, shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 13 avgustdagi “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi PF-5781 son Farmoni xizmat qiladi. Mazkur institutsional asoslarga ko‘ra 2019 yil 1 noyabrdan boshlab eng yuqori turizm salohiyatiga ega bo‘lgan fuqarolar yig‘inlari (shaharcha, qishloq, ovullar hamda shahar, shaharcha, qishloq va ovullarning mahallalari) ro‘yxatini shakllantirish, ushbu fuqarolar yig‘inlari hududlarida 20 tadan kam bo‘lmagan oilaviy mehmon uylari tashkil etilganda va turistlar uchun kamida besh xil xizmat turlari (yashash va/yoki ovqatlanish bo‘yicha xizmatlardan tashqari) ko‘rsatilgan taqdirda ularga «Turizm mahallasi», «Turizm qishlog‘i» yoki «Turizm ovuli» maqomini berish, 2020 yildan boshlab «Turizm mahallasi», «Turizm qishlog‘i» yoki «Turizm ovuli» maqomi berilgan fuqarolar yig‘inlari «Obod qishloq» va «Obod mahalla» davlat dasturlariga birinchi navbatda kiritilishi qat’iy belgilab qo‘yilgan [2]. “O‘zbekiston Respublikasining turizm to‘g‘risida” gi Qonunining 5-moddasiga ko‘ra xalqaro va ichki turizm uning shakllari hisoblanadi. Turizm tashkil etilayotgan turning o‘ziga xosligi, mavzusi, davomiyligi, harakatlanish usullari va turining boshqa xususiyatlaridan kelib chiqqan holda madaniy-tarixiy, ziyorat, ekologik, ma’rifiy, etnografik, gastronomik, ishbilarmonlik, ijtimoiy, sport, tibbiy, yoshlar turizmi, agroturizm hamda turizmning boshqa turlariga bo‘linishi mumkin [1].

O‘zbekiston, shuningdek, Jizzax viloyati turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha keng ko‘lamli imkoniyatga, shuningdek, juda katta rekreatsiya salohiyatiga ega, unda jami 7,4 ming madaniy meros ob’ektlari mavjud, ulardan 209 tasi to‘rtta muzey shaharlar — «Xiva shahridagi Ichan-qal’a», «Buxoro shahrining tarixiy markazi», «Shahrisabz shahrining tarixiy markazi», «Samarqand shahri» hududida joylashgan bo‘lib, YUNESKO butunjahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan [3].

Mamlakatimizda so‘nggi yillar davomida turizm xizmatlari eksporti hajmi

ikki baravar oshdi, xususan so‘nggi ikki yilda 546,9 million AQSh dollaridan 1041 million AQSh dollariga, ya’ni 190,3 foizga oshdi. COVID -19 dan oldingi yilda xorijiy tashrif buyuruvchilar sonining o‘sish sur’ati o‘rtacha yillik 8 foizni tashkil etgan bo‘lsa, undan oldinggi yilda 7 foizni tashkil qilib, bu ko‘rsatkich 2,69 million nafardan oshganligini ko‘rsatib turibdi. O‘tgan yil yakunlari bo‘yicha respublikaga 5,3 million xorijiy turistlar tashrif buyurdi. Xususiy sektorni qo‘llab-quvvatlash va muhofaza qilishga qaratilgan choralar ko‘rilgani natijasida yil yakuni bo‘yicha 950 taga, mehmonxona xo‘jaliklari soni – 661 tadan 900 taga yetdi. Respublika hududiga olib kirilayotgan 8 va undan ko‘proq yo‘lovchi tashishga mo‘ljallangan turistik klassdagi avtotransport vositalarini sertifikatsiya qilishning yangi mexanizmi joriy etilgani hamda buning natijasida so‘nggi yilda turistik klass avtotransport vositalarining parki 128 donaga ko‘paytirilgani (47 avtobus va 81 mikroavtobus) mazkur sohaga berilayotgan e’tiborning yaqqol dalilidir. Eng asosiysi qishloq joylarda mehmon uylarini yaratishga ko‘maklashuvchi xorijiy fuqarolarni respublika hududida vaqtinchalik ro‘yxatga olish tartibi soddalashtirilgani, mazkur tartib «E-MENMON» tizimi orqali to‘liq elektron shaklga o‘tkazilganligi, shuningdek, mehmon uylarini sertifikatsiya qilish tartibi bekor qilinganligi bu borada ayni muddaodir. Bugungi kunda mamlakatimizda turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha bir qancha istiqbolli dasturlar belgilab olingan bo‘lib uning samarasi sifatida 2021 yilda turizmni rivojlantirish uchun mustahkam qonunchilik bazani yaratishga qaratilgan institutsional islohotlar, infratuzilmani modernizatsiyalash va mamlakat brendini targ‘ib qilish, hamda 2021- 2025 yillarda mamlakat iqtisodiyotida turizm industriyasi ulushini ko‘paytirish, ushbu yo‘nalishda zarur infratuzilmani rivojlantirish va dunyo bozorida respublikaning turizm salohiyatini targ‘ib qilish orqali mamlakatning yalpi ichki mahsulotida turizm ulushini 5 foizgacha (shu paytgacha 2,3%) yetkazish, shuningdek, 2025 yil yakuniga qadar 9 milliondan ortiq turistlarni, shu jumladan uzoq xorijdan 2 million turistni jalb qilish belgilab quyilgan [2]. Mamlakatimizda yaratilayotgan shunday institutsional imkoniyatlardan kelib chiqqan holda xulosa qiladigan bo‘lsak Jizzax viloyatida ham turizmni rivojlantirish uchun keng qamrovli imkoniyatlar mavjud.

Jizzax viloyati O‘zbekistonning markaziy mintaqasida joylashgan bo‘lib, shu tufayli har taraflama keng ko‘lamli xo‘jalik yuritish imkoniyatiga egadir. Uzunligi sharqdan g‘arbga, ya’ni Yangiobod tumanidan Forish tumanigacha 180 km, janubdan shimolga, ya’ni Baxmal tumanidan Mirzacho‘l tumanigacha 175 km. ni tashkil etadi. Maydoni 21,1 ming kv.km. Shundan 4,8 ming kv.km. (22,7 %) qishloq xo‘jaligida foydalanishda bo‘lgan yerlardir. O‘rmon va o‘rmonchilik bilan bog‘liq ekinlar ekiladigan maydon 1,8 ming (8,5 %) kv.km dan iboratdir. Maydonining katta qismini sharqdan g‘arbga va qisman shimoli-g‘arb tomonga cho‘zilgan Chimqortog‘ va Molguzar, g‘arbdan sharqqa, sharqi-janubga va janubga tomon cho‘zilgan Nurota tizma tog‘lari, shimol tomondan Qozog‘istondagi Chordora to‘g‘onidan viloyatning shimoli-g‘arbidan Navoiy viloyati hududiga qadar cho‘zilgan Aydarko‘l tashkil etadi. Bu qadimiy yurtda ajdodlarimiz zakovati, salohiyatidan darak beruvchi – qadimiy turkiylarning quyosh yili timsoli – “Quyosh

taqvimi”, (“Saklar taqvimi”), 19 fevraldan 21 martgacha quyosh nuri tushadigan Huttosh, shuningdek, Qantartosh, Hamaltoshlarning o‘zi sirli bir olam. Viloyatda ziyorat turizmini rivojlantirish uchun ham Sa’d ibn Vaqqos, Usmand ota, Novqa ota, Xo‘jamushkent ota, Parpi ota, Sayfin ota, Savruk ota, Qulfisar ota kabi ziyoratgohlarlar xizmat qiladi. E’tiborli jihati bu yerdagi tabiiy buloqlardan yiliga o‘rtacha 16-20 mln. kubometr suv olish imkoniyati mavjud. Eng asosiysi viloyatning Baxmal, Zomin, G‘allaorol tumanlari hamda Sh. Rashidov va Forish tumanlarining tog‘li hududlarida yog‘ingarchilik nisbatan mo‘l bo‘ladi. Shuningdek, haroratning mo‘tadilligi tufayli Baxmal, G‘allaorol va Forish botiqlarida, Zominsoy, Ettikechuv va Ko‘rpasoyda suvning parchalanishi nisbatan kam. Viloyatda turizm va uning zaminidagi rekreatsiya klasterlarini rivojlantirish uchun ham birmuncha sezilarli imkoniyatlar, ya’ni viloyat tabiatining o‘ziga xos xususiyatlaridan biri tog‘lar va tog‘ yon bag‘irlarida tarkibida temir, oltingugurt, vodorod, radiy, kremniy kislotasi, karbon gazi, ishqorli termo-minerallar bo‘lgan bir qator shifobaxsh suv manbalari mavjud.

Darhaqiqat, ayni paytda viloyatning G‘allaorol, Forish, Mirzacho‘l tumanlarida ana shunday balneologik suvlar bilan davolovchi “Marjonsuv”, “Birlashgan”, “Gagarin” nomli sanatoriylar va bir nechta profilaktoriylar ishlab turibdi. Shuning bilan birgalikda viloyatning Zomin, Jizzax, Baxmal tumanlarida ham ma’danga boy manbalari bor. Viloyatdagi barcha ma’danli suvlar kimyoviy va balneologik tarkibiga ko‘ra eng tabiiy o‘ziga xosligi bevosita hududning ancha qismini egallagan tog‘liq zona ekanligi bilan bog‘liqdir. Mazkur hududlarning tog‘ yon bag‘irlarida bir-biridan go‘zal tabiat go‘shalari, archazorlar bodomzorlar yong‘oqzorlar, shifobaxsh o‘tloqlar, soyliklar, zilol suvlar, hatto, musaffo toza havo qatlamining o‘zi bir olam. Ulkan daralarda qir-adirlar va soyliklarda kamyob o‘simliklar va hayvonlar, parrandalarning turfa xillari mavjud. Baxmal va Zomin tumanlaridagi qir-adirlar, ulkan bog‘-rog‘lar, shuningdek, Baxmaldagi dengiz sathidan 2600 metr balandlikdagi ma’danli suv, Xalq bog‘i va qo‘riqxonalar, ajoyib sharsharalar, qirlar bag‘ridagi o‘nlab chashmalar insoniyatni o‘ziga chorlovchi saxiy tabiatning o‘ziga xos ne’matidir.

Viloyatda turizm klasterlarining asosiy poydevori sanalgan Zomin tumanidagi 1976 yilda tashkil etilgan 48 ming gektarli Xalq bog‘ining tabiati o‘ta go‘zal. Balandligi dengiz sathidan 4 ming metrgacha cho‘zilgan tog‘ yon bag‘rida yoz va bahorda havo qatlami kamalak rangida tovlanadi. Qalin archazorlar va bahaybat daralar, soyliklardagi toshqin suvlar go‘yo tabiatning haqiqiy tabiiy ko‘rgazmasini namoyish etadi. Albatta bu kabi jarayonlarning xususiyati shundaki, inson hamisha ko‘pincha o‘zlashtirilmagan, inson qo‘li tegmagan tabiiy go‘shalarga ehtiyoj sezishidadir. Xalq bog‘i yonida Zomin qo‘riqxonasi tashkil etilgan, Xalq bog‘i va qo‘riqxonaning umumiy maydoni 78 ming gektarni tashkil etadi. Bu qo‘riqxonada 100 dan ortiq shifobaxsh va dorivor o‘simliklar, oq tirnoqli ayiq, yovvoyi cho‘chqa, bo‘rsiq, alqar, (tog‘ echkisi), jayra kabi hayvonlar, kemiruvchilar, kalxat, qora turna, bulduruq, tuvaloq, kaklik, tustovuq kabi parrandalarning 150 dan ortiq turlari uchraydi. Ushbu tabiat maskanida “Zomin” sanatoriysi, O‘riklisoy dam olish maskani, sayyohlar uchun ko‘plab mexmonxona

uylari faoliyat koʻrsatib turibdi. Shu sabab mazkur rekreatsion hududlarda yil mobaynida dam oluvchilarning, sayyohlarning, ya'ni rekrentlar oqimi uzilmaydi.

Viloyat rel'efi shimol, shimoli-gʻarb tomondagi pasttekisliklar, choʻl va dashtlardan qirlar, togʻlar sari balandlab borishi bilan bogʻliq ravishda hayvonlar turlari ham koʻpayib boradi. Viloyatda baliqchilik sanoatini rivojlantirish uchun ham keng koʻlamli imkoniyatlar mavjud, xususan, Aydarkoʻl-Tuzkon Arnasoy koʻllarida baliqlarning zogʻora, laqqa, suzak va ilonbaliq kabi turlari bor. Buning ajablanarli tomoni shundaki, aydarkoʻl-tuzkon Arnasoy koʻllari viloyatda baliqchiliq sanoatini rivojlantirish bilan bir paytda rekreatsiyani rivojlantirishga ham xizmat qiladi [5].

Viloyatning tabiiy iqlim sharoiti keskin moʻtadil.Yozi quruq va issiq, qishi nisbatan yumshoq. Baxmal, qisman Zomin, Forish tumanlarining togʻliq hududlarida yoz fasli biroz salqin oʻtadi. Yilning eng issiq oyi choʻl zonalarida iyun-iyul, togʻ zonasida iyul-avgust. Kunning uzunligi kunduz yozda 15 soat, qishda 9 soat davom etadi. Yanvar oyida harorat +1+4 daraja, iyul oyida esa +26+28 daraja. Bir yillik yogʻin miqdori 400-500 mm. Vegetatsiya davri 240-260 kun. Havoning namlik darajasi qishda 70-80 %. Bir yilda quyoshli kunlar 2800-3000 soat atrofida. Birinchi qorning yogʻishi asosan oktyabr oyiga toʻgʻri keladi.

Viloyat hududining nisbatan yaxlitligi va subtropik kengliklarga yaqinligi harorat rejimining birxilligini ta'minlaydi. Yil davomida oʻrtacha 250-270 kun havo ochiq, osmon begʻubor boʻladi. Fevraldan noyabrgacha quyosh energiyasi nisbatan koʻproq boʻladi. Havoning harorat yigʻindisi janubiy pasttekisliklarda 5,5 ming daraja, shimoliy pasttekisliklarda 4,3-4,5 ming darajaga yetadi.

Viloyat hududida yogʻingarchilik asosan qish va bahor fasllariga toʻgʻri keladi. Shimoldan janubga tomon yogʻingarchilik koʻpayib boradi. Yillik yogʻin miqdori balandligi 276 metr boʻlgan Mirzachoʻlda 295, balandligi 392 metr boʻlgan Sangzorda 400 mm.dan oshadi. Qor turib qoladigan kunlar bir yilda tekisliklarda 20-22 kun, togʻli hududlarda 60-70 kunni tashkil etadi. Hududning tekislik qismida yillik yogʻin miqdori 200 mm. atrofida. Bugʻlanish darajasi 100-120 mm.ga teng. Viloyat hududida shimoli-gʻarbda vaqti-vaqti bilan kuchli shamol boʻlib turadi. Aprel va may oylarida kuchli shamol, doʻl va jala yogʻish holatlari uchraydi.

Viloyat aholisi 2021 yil yanvar oyi holatiga 1403100 kishini tashkil etib, yil boshidan 29700 kishiga yoki 102,2 foizga koʻpaydi. Shundan 647900 kishi –shahar joylarida (46,2%) va 755200 kishi qishloq joylarida (53,8 foiz) istiqomat qiladi.

Tarkibiga koʻra 70 dan ortiq millat vakillari bor. Umumiy aholisining 83 foizini oʻzbeklar tashkil qiladi. Oʻrtacha zichligi bir kv.km. ga 65,5 kishi [4].

Yuqorida qayd etilgan ma'lumotlardan koʻrinib turibdiki, aholisi 163,6 ming kishi boʻlgan viloyatning Zomin tumanida (viloyat aholisining 11,8 %), aholisi 155,8 ming kishi boʻlgan Baxmal tumanida (viloyat aholisining 11,3 %), aholisi 171,4 ming kishi boʻlgan Gʻallaorol tumanlarida (viloyat aholisining 12,4 %) negizida rekreastiya mavjud boʻlgan turistikmehmon uylarini, shuningdek, ularning oʻzaro kooperastiyasi asosidagi turizm klasterlarini tashkil qilish uchun keng qamrovli imkoniyatlar mavjud.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. “O‘zbekiston Respublikasining turizm to‘g‘risida” gi Qonuni. 2019 yil 16 aprelda qabul qilingan.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 13 avgustdagi “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi PF-5781 son Farmoni.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 yanvardagi “O‘zbekiston respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” gi PF-5611 son Farmoni.

4. Rasmiy web sayt: www.jizzaxstat.uz

4.1 Elektron pochta manzili: jizzaxstat@uznet.net

4.2 Elektron ximoyalangan pochta manzili: jiz.stat@exat.uz

5. Aynaqulov M.A. Xudayberdiyev B.B. Jizzax viloyatida turistik qishloq ovullarini yaratish yo‘nalishlari va uning institutsional asoslari // Институциональное развитие взаимоотношений финансово-кредитной системы с реальном сектором экономики. Материалы XII международной научно-практической конференции 10-11 июня 2020 года. Самарканд -2020-185 с.

Н. Х.Рузибаева – СамИСИ катта ўқитувчиси

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ РИВОЖЛАНИШИ ШАРОИТИДА ТУРИСТИК КОРХОНАЛАР ИННОВАЦИОН ФАОЛЛИГИНИ ОШИРИШ

Аннотация. Ушбу мақолада туристик корхоналар фаолиятини ривожлантиришда рақамли технологиялардан фойдаланиш тартиби, афзалликлари, шунингдек, туристик корхоналарда инновацион хизмат турларини кенгайтириш жараёнларида блокчейинларни ўрни хақида фикр юритилган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, туризм, туристик корхона, блокчейин, инновацион хизматлар

Аннотация. В статье рассматриваются порядок и преимущества использования цифровых технологий в развитии туристических предприятий, а также роль блокчейнов в процессе расширения спектра инновационных услуг на туристических предприятиях.

Ключевые слова: цифровая экономика, туризм, туристическое предприятие, блокчейн, инновационные услуги.

Abstract. The article discusses the procedure and advantages of using digital technologies in the development of tourism enterprises, as well as the role of blockchains in the process of expanding the range of innovative services at tourism enterprises.

Key words: digital economy, tourism, tourism enterprise, blockchain, innovative services.

Рақамли иқтисодиёт – бу рақамли ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланишга асосланган иқтисодий, ижтимоий ва маданий муносабатлар тизимидир. Бизнес ва иш кўпчилик одамлар учун кундалик ҳаётнинг катта қисмини ташкил қилганлиги сабабли, бу ўзгариши мумкин

бўлган асосий нарса. Жараёнларни автоматлаштириш, бизнеснинг илгари ўлчовсиз бўлган ва ҳатто турли хил манбалардан ўзаро боғланган ва қўлланиладиган маълумотларини ўлчаш, қарор қабул қилиш жараёни ҳақида тушунча бериш қобилиятини қўшди [1] . Бугунги кунда ҳар бир соҳада рақамлаштириш жуда долзарб мавзу бўлишининг сабаби шундаки, у бизнес тарихидаги биринчи ҳақиқий инқилоблардан биридир. Агар 1760-1840 йиллардаги саноат инқилоби 80 йил давом этган бўлса, у ҳолда ҳозирги пайтда рақамли инқилобий ўзгаришлар тез суръатлар билан амалга оширилмоқда[2].

Ахборотлаштиришнинг замонавий ривожланиши унинг ютуқларидан нафақат кундалик ҳаётда, балки бизнеснинг турли соҳаларида ҳам фойдаланишни назарда тутади. Муаммо шундаки, замонавий инновацион воситалар шу қадар тез ўзгариб кетадики, ахборот технологиялари соҳасида махсус маълумотга эга бўлмаган одамлар уларни ўзларининг бизнес стратегиясига ўз вақтида киритолмайдилар ва баъзи рақамли воситалар бизнес самарадорлигини ошириш учун қандай имкониятлар яратаётганини тасаввур қила олмайдилар.

Ушбу тадқиқотнинг мақсади замонавий рақамли воситаларни, хусусан рақамли платформаларни ва уларнинг имкониятларини бизнес эгалари, шу жумладан туристик корхоналар нуқтаи-назаридан таҳлил қилишдир. Туризм ва меҳмонхонани танлаш бежиз эмас, чунки бу иккала тармоқ ҳам янги рақамли воситаларнинг пайдо бўлишига жуда сезгир бўлиб, уларсиз бугунги кунда уларнинг жадал ривожланиши имконсиз бўлиб қолмоқда.

Тадқиқот методологияси фаолиятимизнинг барча соҳаларида рақамли технологияларни жорий этишнинг замонавий тенденциялари, рақамлаштириш соҳасидаги замонавий ютуқлар, шунингдек, рақамлаштиришнинг бизнеси учун тақдим этаётган имкониятлари қиёсий таҳлилига асосланган.

Хусусан мамлакатимизда ҳам “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4699-сонли Президент қарорига асосан хорижий сайёҳлар орасида Марказий Осиё халқларининг урф-одатларини оммалаштириш, тарихий обидаларини, туристик салоҳиятини тарғиб қилиш бўйича маданият ва туризм объектларининг ягона рақамли харитасини ҳамда ахборот тизимини яратиш ишлари йўлга қўйилган.

Туризм кенг кўламли хизматлар ва маҳсулотлар ўртасидаги ҳамкорликка асосланганлигини ҳисобга олсак, соҳадаги рақамли инқилобнинг афзалликлари аниқ. Рақамли инқилоб натижасида халқаро саёҳат тенденциялари булутли брон сайтлари ёки рақамли платформалар орқали маълумот ва тажриба алмашиш каби янги ечимларга йўл очди.

Рақамли технологиялар бизнес инноваторларига анъанавий саноат соҳасидаги ишбилармонлик амалиётини бузиш ва бойликни бошқариш учун WealthFront, молиявий маҳсулотлар учун Lending Club, транспорт ва

[1] Digital dividends overview 2016. – World Bank Group, 2016. 58 p.
[2] Паньшин, Б. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития // Наука и инновации. – 2016. Т. 3, № 157. – С. 17–20.

меҳмонхона хизматлари учун Uber ва Air bnb каби инновацион воситаларни яратишга имкон беради ва натижада мижозлар билан ишлаш ва уларнинг эҳтиёжларини қондириш учун жуда яхши тажрибани тақдим этади[1].

Платформалаштиришнинг моҳияти ва даражаси ривожланаётган мамлакатлардаги туристик корхоналар, кичик ва ўрта корхоналарга ҳар хил таъсир кўрсатади. Рақамли технологияларнинг суст ривожланиши илм, мотивация, ресурслар ва тегишли тизимларнинг етишмаслигини акс эттириши мумкин. Масалан, айрим ривожланаётган мамлакатларда туризм соҳасида билимларнинг етишмаслиги, кичик меҳмонхоналарни глобал тизимларга, ҳатто яхши боғланган бўлса ҳам, улашнинг техник имкониятларини чеклайди. Қишлоқ хўжалигида онлайн платформалардан фойдаланиш фақатгина иқтисодий жиҳатдан фойдали бўлиши мумкин, агар корхоналар салоҳиятни ошириш, ўқитиш ёки бошқа техник ёрдам шаклида қўшимча ёрдам олсалар, улар орқали маблағ олишлари ёки сифат стандартларига жавоб беришлари мумкин.

Янги сайёҳлик тенденцияларига мувофиқ, оммавий туризмдан ташқари махсус таклифларга талаб динамик равишда ўсиб бормоқда, чунки онгли истеъмолчилар ўзларининг шахсий эҳтиёжларини қондириш учун махсус ечимларни кутмоқдалар. Бугунги кунда туризм бозоридаги манфаатдор томонларнинг аксарияти ўз истеъмолчилари тўғрисида батафсил маълумот олиш имкониятига эга ва истеъмолчиларнинг ҳатти-ҳаракатлари ва ўзгаришларини диққат билан кузатиши мумкин. Шахсийлаштирилган маҳсулотлар ва хизматларнинг ушбу янги тизимлари харидорлар билан муносабатларни бошқариш мижозлар маълумотлар базалари каби қайта ишлашдан кейинги турли хил мослашувчан усуллар орқали мавжуд. Булутга асосланган тизимлар бугунги кунда катта ҳажмдаги маълумотларни таҳлил қилиш ва миқёслаш техникаси ёрдамида иқтисодий ва номаълум тарзда муҳим воқеаларни қидириб топиши мумкин. Кўп маълумотларни ўрганиш катта намуналар билан ишлашга асосланган бўлса-да, бу шахсий имтиёзларни аниқлашнинг энг самарали усули ҳисобланади[2].

Блокчейндан туристик корхоналарда қандай фойдаланиш мумкинлигини кўриб чиқамиз. Туристик корхоналар хизматларидан фойдаланишдаги сўнгги технологик ўзгаришлар ва янгиликлар туризмда ишлатилиши мумкин бўлган муқобил тўлов имкониятлари билан боғлиқ. Биткоинлар ва бошқа крипто-валюталарнинг пайдо бўлиши янги тўлов тизимини яратишга олиб келди. Блокчейн тўлов тизими – маълумотлар блокларининг ҳар доим ўсиб борадиган рўйхатини қайд этадиган, ҳар қандай маълумотни бузиш ёки ўзгартиришни олдини оладиган умумий маълумотлар базаси[3]. Битта блок сақланган дастурлар томонидан тузилган битимлар ва ҳисоблаш натижалари рўйхатидан иборат. Масалан, агар харидор бирон бир

[1] Eisenmann, T. et al. Opening Platforms: How, When and Why? – Mode of access: http://www.hbs.edu/. – Date of access: 11.09.2018.
[2] Stadler, G. (2015). Big data – tömeges adatelemzés gyorsan. HTE Medianet 2015, Kecskemét. LLX. pp. 44-48.
[3] Pilkington, M. (2016). Blockchain technology: priciples and applications. Research Handbook on Digital Transformation. Edward Elgar Publishing, Northampton, MA. pp. 225-253.

крипто валютасини ёки бошқа бирон бир валютани сотиб олиб, кейин уни дунёнинг исталган нуқтасида уни дарҳол алмаштирадиган бошқа шерикга ўтказиб юборса, ҳар иккала шерик ҳам валюта курси ўзгариши натижасида келиб чиқадиган зарарлардан қочиши мумкин, бундан ташқари, барча операциялар одатдаги иш кунлари ўрнига бир неча дақиқа вақтни олади. Ушбу қарор туризм соҳасидаги ҳар бир кишига пул тўлашнинг инновацион усулини англатиши мумкин.

"Блокчейн" тушунчаси бизнинг ҳаётимизда нисбатан яқинда пайдо бўлди ва ундан фойдаланишнинг очилиш истиқболлари билан боғлиқ равишда кенг миқёсда эсга олинмоқда. Блокчейн – бу нафақат молиявий операцияларни, балки деярли барча қийматларни ҳисобга олиш учун дастурлаштирилиши мумкин бўлган иқтисодий операцияларнинг рақамли дафтаридир. Туристик корхоналарни рақамлаштириш жараёни яна бизга шуни берадики, электрон иловаларда туризм хизматларини ва махсулотларини энг сифатли, хамёнбоп ҳамда муқобил вариантларини қидириб топиш ва улар билан алоқа ўрнатиш жуда тезкорлиги ва қулайлиги билан ажралиб туради. Ижтимоий тармоқларда ва оммавий ахборот воситаларида туристик хизматлар ва махсулотлар тўғрисида реклама ёки тезкор ахборот бериш осонлиги ва уларни тадбиқ қилиш тезкорлиги хаммага маълум. Рақамли технологиялар нафақат маҳсулот ва хизматлар сифатини оширади, балки тадбиқ этиладиган соҳада ортиқча харажатларни ҳам камайтиради.

Ўзбекистон туризмни ривожлантиришда улкан салоҳиятга эга бўлиб, унда 7,4 мингдан зиёд маданий мерос ва тарихий обидалар мавжуддир. Улардан 209 таси ЮНЕСКОнинг бутунжаҳон меърослари рўйхатига киритилган. Юқоридагилардан ташқари республикада 11 та миллий боғ ва давлат қўриқхонаси, 12 та қўриқхона, 106 та музей ва сайёҳларни жалб қилиш мумкин[1].

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, рақамли платформалар трансчегаравий ўзаро таъсирлар ва битимлар нархини пасайтириш орқали халқаро бизнесни юритиш иқтисодиётини ўзгартирмоқда. Улар глобал миқёсда бозорлар ва фойдаланувчи жамоаларини яратадилар, бу туристик корхоналарга улкан потенциал мижозлар базасини ва улар билан боғланишнинг самарали усулларини тақдим этади. Рақамли платформаларнинг ишлаши ишлаб чиқариш ва айирбошлаш жараёнларини тезлаштиради, улардан кераксиз воситачиларни йўқ қилади ва бозорлар самарадорлиги ва меҳнат унумдорлигини кескин оширади.

Жаҳон иқтисодиётида рақамли платформаларни, шу жумладан туристик корхоналар фаолиятини ривожлантиришни рағбатлантириш воситаларига юқоридаги фикрлардан келиб чиққан ҳолда қуйидагиларни ўз ичига олиши лозим: маълумотларни ҳимоя қилиш стандартлари ва қоидаларини

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида”ги 2018 йил 3 февраль ПФ-5326- сонли фармони.

уйғунлаштириш; трансчегаравий маълумотлар алмашинувини соддалаштириш, янги тизимлар ва тўлов усулларининг пайдо бўлиши; халқаро электрон тижоратни ривожлантириш; рақамли инфратузилмага сармоя киритиш ва бошқалар. Шу сабабли мамлакатимиз туристик корхоналари олдида асосий вазифалардан бири ушбу соҳани замонавий ўзгаришлари ва тенденцияларини тўлиқ ҳисобга олиш учун туризм соҳасидаги инновацияларни тўлиқ жорий этиш ва мослаштириш, туристик корхоналарда инновацион фаолликни ошириш, рақамли платформага ўтиш вазифаси турибди. Ўзбекистоннинг туризм бизнеси инновация ва рақамлаштириш орқали мавжуд бизнес моделларини тубдан қайта кўриб чиқиши керак.

Э.С. Ходжаниязов– Урганч давлат университети таянч докторанти

ХОРАЗМ ВИЛОЯТИ ТУРИЗМ СОҲАСИ ТРАНСПОРТ ХИЗМАТЛАРИНИ ЯНАДА РИВОЖЛАНТИРИШДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация. Ушбу мақолада Хоразм вилоятида туризм соҳасида транспорт хизматлари билан боғлиқ муаммолар кўриб чиқилади ва туристик транспорт ҳизматлар сифатини оширишда мобил технологиялардан фойдаланиш имкониятлари таҳлил қилинади.

Калит сўзлар. Туризм, туризм инфратузилмаси, транспорт хизматлари, мобил технологиялар, электрон туризм.

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы, связанные с транспортными услугами в сфере туризма в Хорезмской области, и анализируются возможности использования мобильных технологий для повышения качества туристических транспортных услуг.

Ключевые слова. Туризм, туристическая инфраструктура, транспортные услуги, мобильные технологии, электронный туризм.

Abstract. This article discusses the problems associated with transport services in the field of tourism in Khorezm region and analyzes the possibilities of using mobile technologies to improve the quality of tourist transport services.

Keywords. Tourism, tourism infrastructure, transport services, mobile technologies, e-tourism.

Транспорт туристик инфратузилманинг асосий элементларидан бири ҳисобланади. Транспорт тизимининг ривожланиши туристик хизматлар бозорини кенгайтиришга имкон берганлиги сабабли, чет эллик меҳмонлар ва маҳаллий аҳоли эҳтиёжларини ҳисобга олган ҳолда транспорт инфратузилмасини ривожлантириш жуда муҳим ҳисобланади.

Туризм хизматлар бозорини жадал ривожлантириш учун ҳукумат олиб бораётган сиёсат ва бу соҳада амалга оширилган чора-тадбирлар ўз натижасини бериб, пандемия бошланишидан олдин мамлакатга ташриф буюрган сайёҳлар сони кескин равишда ортди. Хусусан, Хоразм вилоятига

ташриф буюрган хорижий сайёҳлар сони 2019 йилда 300 мингдан ошди. Ташриф буюрган хорижий сайёҳларнинг кўпчилиги яьни 60 фоизи (182 574) 2019 йилда вилоятга ҳаво транспорти орқали кириб келган.Хоразм вилоятининг туристик транспорт инфратузилмасини янада ривожлантириш учун 2019 йилда минтақада жами 107 та замонавий туристик синфга мансуб автотранспорт воситалари (жами 1 920 ўринли 18 та автобус, 83 та микроавтобус ва 6 та электромобил) олиб келиниб, фаолияти йўлга қўйилган эди. Шу билан бирга темир йўл транспортининг туризм соҳасидаги ролини ошириш мақсадида умумий қиймати 295,5 млрд. сўм(35,9 млн. долл) ўзлаштирилиши ҳисобига 30 км узунликдаги Урганч-Хива темир йўл тармоқи ва Хива шаҳрида бир вақтнинг ўзида 200 йўловчига хизмат кўрсатувчи вокзал ишга туширилди.[1]

Туризм ҳизматлари бозорини миллий иқтисодиётнинг локомотив тармоқларидан бирига айлантириш йўлидаги олиб борилаётган ислоҳотларга қарамасдан минтақадаги туризм транспорт инфратузилмасида камчиликлар ҳам кузатилмоқда. Хусусан, вилоятдаги мавжуд транспорт хизматлари асосан гуруҳ бўлиб ташриф буюрувчилар учун мўлжалланган ва вилоятимизга индивидуал турист сифатида ташриф буюрган сайёҳ ўзи мустақил равишда маршрутини режалаштириш, маршрутни амалга ошириш жараёнида турли хил транспорт воситаларидан фойдланишда қийинчиликларга дуч келмодқа.

Интернет технологиялари авж олган даврда ўзи мустақил равишда олдиндан ўз сайёҳатини режалаштирадиганлар сони тобора кўпайиб бормоқда. Баьзи туристларнинг бундай қилишига асосий сабаб пул маблағларини тежаш бўлса, баьзилар учун бу маҳаллий ҳаёт билан яқиндан танишиб, шаҳар ва мамлакатни яқиндан кузатиш имконияти саналади. Шундай экан, мустақил тарзда саёҳат қилаётган туристлар аеропортдан белгиланган манзилгача таксида ёки бошқа жамоат траспортидан фойдаланишга ҳаракат қиладилар. Саёҳатнинг шу нуқтасида вилоятга ташриф буюраётган меҳмонларда айрим қийинчиликлар туғилади. Биринчидан, аеропорт терминалида мавжуд транспорт хизматлари тўғрисида тўлиқ маьлумот олишда камчиликлар мавжуд. Олдиндан такси хизматларини буюртма бериш киосклари терминалда мавжуд эмас. Шунингдек, ривожланган мамлакатлардаги каби сайёҳга мавжуд транспорт хизматлари тўғрисида маьлумот берувчи мобил илова ҳам мавжуд эмас. Шу сабабли, индивидуал тарзда саёҳат қилаётган туристларда ишончли, юқори сифатли ва хавфсиз траснпорт хизматлари ҳақида маьлумот олиш имконияти йўқ ва бу ўз навбатида сайёҳда ташриф буюраётган туристик дестинация борасида дастлабки ижобий таасуротлар қолдирмайди. Бир қатор хорижлик олимларнинг ишларида, транспорт хизматларининг мавжудлиги ва уларнинг сифати сайёҳларнинг туристик дестинация тўғрисида фикрларига таьсир қилувчи омил сифатида кўрсатилиб, транспорт хизматларидан қониқиш сайёҳларнинг дестинацияга қайта ташриф буюриш эҳтимолини юқори ёки паст бўлишига тўғридан тўғри таьсир қилиши кўрсатилган.[2]

[1]Хоразм вилояти туризмни ривожлантириш департаменти

Шу сабабли туристик дестинациядаги такси ва бошқа жамоат транспорт воситаларининг туристларга дўстона тарзда хизматлар етказиб бериши, умуман шаҳарнинг транспорт инфратузилмасини ривожлантиришда шаҳар меҳмонлари ва сайёҳларнинг эҳтиёжлари инобатга олиниши муҳим саналади.[3]

Хоразм вилоятида чет эллик сайёҳлар орасида ўтказилган сўровнома натижалари вилоятдаги жамоат транспорт хизматлари тўғрисида тўлиқ маълумотлар мавжуд эмаслиги асосий муаммо сифатида кўрсатилган. Жаҳон тажрибасида, ташриф буюрувчиларга транспорт ҳизматлари тўғрисидаги маълумотларни уларга тушунарли тилда етказишнинг осон ва қулай йўлларидан бири бу мобил технологиялардан, хусусан мобил иловалардан фойдаланиш ҳисобланади.

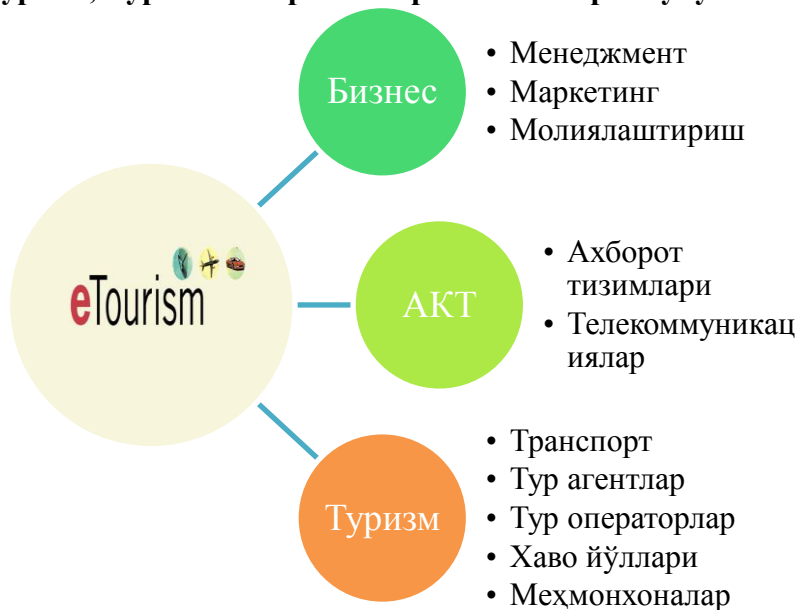
Мобил технологиялар саёҳатнинг барча босқичларида фойдаланувчига транспорт хизматлари, турар жой ва овқатланиш жойлари, кўнгил очар жойлар тўғрисида батафсил маълумотларни етказиб беради.[4]

Транспорт секторини яхшироқ бошқариш, тижорат ва йўловчи ташиш мақсадларида етказиб бериладиган транспорт ҳизматларини оптималлаштиришга ёрдам берувчи, замонавий ахборот тизимларига бўлган эҳтиёжни шакллантиради.[5]

Интернет ва мобил технологиялар туристик ташкилотларга мижозларнинг индивидуал эҳтиёжларини қондириш учун туристик маҳсулотларни қайта ишлаб чиқишда янги имкониятларни тақдим этади.[1]

Транспорт туристик маҳсулотларнинг асосий элементларидан бири сифатида қаралиши сабабли, сайёҳларга транспорт хизматларини кўрсатишда интернет ва мобил технологиялардан кенг фойдаланиш туристик манзилда электрон туризмнинг ривожланишига олиб келади.

1-Расм. Э-Туризм, Туризмни стратегик ривожлантириш учун АКТ



Манба: Бухалис, Д (2003)

Хоразм вилоятида туризмни муваффақиятли ривожлантириш транспорт инфратузилмасини модернизация қилишни талаб қилади. Транспорт

хизматлари тўғрисида етарли маълумотни тақдим этиш ташриф буюрувчиларнинг саёҳатларини янада қулай ва осон бўлишида хизмат қилади. Ушбу муаммони ҳал қилишда мобил технологиялардан, жумладан мобил иловалардан фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади.

Ҳозирги кунда коронавирус пандемиясини дунё бўйлаб тарқалиши ва туризм саноатига мисли кўрилмаган зарарларни олиб келган бир пайтда, туризм соҳасини рақамлаштиришни тезлаштириш ва технологик янгиликларни амалга ошириш давр талабига айланди.Туристик транспорт хизматларини етказиб беришда контактсиз технологиялардан кенг фойдаланиш, транспорт хизматлари учун тўловларни электрон тарзда амалга ошириш, Хоразм вилоятининг жамоат транспортни харитасини мобил иловасини яратиш ҳамда жамоат транспорти востиларида GPS технологияларини жорий қилган ҳолда ташриф буюрувчилар учун онлайн режимда маълумотлар етказиб бериш муҳим аҳамият касб этади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйҳати

1. Buhalis, D. and Costa, C. (2006). Tourism Management Dynamics, Elsevier Burlington publishers.
2. Corte, V., Sciarelli, M., Cascella, C, & Gaudio, G. (2015). Customer Satisfaction in Tourist Destination: The Case of Tourism Offer in The City Of Naples. Journal of Investment and Management. 4 (1-1), 39-50.
3. Elbek S. Khodjaniyazov., Analysis of Tourism Potential and Transport Infrastructure of Khorezm Region, Uzbekistan**,** Tourism Education Studies and Practice, 2018, 5(1), DOI: 10.13187/tesp.2018.1.3
4. V. Pasichnyk, V. Savchuk., Mobile Information Technologies for Tourism Domain, ECONTECHMOD. AN INTERNATIONAL QUARTERLY JOURNAL – 2015, Vol. 04, No. 2, 25–32
5. Zapata, J.A., Arango, M.D and Gomez R.A., Information Systems Applied To Transport Improvement, Dyna rev.fac.nac.minas vol. 80 no. 180 Medellin July/August 2013

Ш.У. Ташматов– преподаватель СамИЭС
Н.В. Лим– студентка группы МН-218, СамИЭС

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ И ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация: Мақолада туристик бизнеснинг янги шакллари ва уларнинг ривожланиши, шунингдек, туристик ташкилотларнинг рақобатбардошлиги манбаи бўлган рақамлаштириш туристик хизматларнинг ишлаб чиқарувчиси ва истеъмолчиси ўртасидаги муносабатларнинг янги шакли сифатида ўрганилган.

Калит сўзлар: туризм, рақамли иқтисодиёт, инновациялар, туризмни рақамлаштириш, туризмдаги рақамли технологиялар, ахборот.

Аннотация: В статье изучены современные формы туристического бизнеса и их развитие, а также цифровизация как новая форма коммуникационного взаимодействия между производителями и потребителями туристских услуг,

становясь источником конкурентных преимуществ туристических организаций.

Ключевые слова: туризм, цифровая экономика, инновации, цифровизация туризма, цифровые технологии в туризме, информация.

Abstract: The article discusses modern forms of tourism business and their development, and digitalization as a new form of communication between producers and consumers of tourist services, which becomes a source of competitive advantages of tourist organizations.

Key words: tourism, digital economy, innovations, tourism digitalization, digital technologies in tourism, information.

В современном обществе внедрение в бизнес-процессы новейших разработок и достижений в области цифровой экономики и инноваций является неотъемлемым процессом, который служит скачку в росте производительности труда, снижения издержек и более того возможности создания конкурентоспособной продукции. В связи с этим цифровизация в тандеме с инновациями создают новую форму коммуникационного взаимодействия между покупателями и продавцами услуг, в том числе и туристских.

Туризм является информационно насыщенной сферой деятельности, которая одной из первых ощутила на себе влияние цифровых технологий[1]. Еще начиная с 60-х гг. прошлого века информационные технологии, в частности глобальные системы бронирования, кардинально изменили бизнес-процессы в туризме, предоставив возможность быстро и удобно формировать туристские продукты в зависимости от запросов потребителей[2]. Это были первые шаги той цифровизации туризма, которая в настоящее время проникает во все бизнес-процессы на различных уровнях управления туризмом.

Сегодня в условиях развития инновационной и цифровой экономики, туризм обладает неограниченным потенциалом развития. Поскольку, он проявляется в различных направлениях - культурный, экологический, лечебно-оздоровительный и другие виды туризма. А также в силу того, что люди всегда будут стремиться упрощать свою жизнь.

Для Узбекистана туризм является одной из приоритетных и перспективных отраслей для развития. Поскольку Узбекистан – это свыше 7 тысяч объектов культурного наследия, более 200 из которых расположены в четырех городах-музеях - Хиве, Бухаре, Шахрисабзе и Самарканде. Все они включены в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО. Кроме того, на территории страны расположено 8 заповедников, 2 природных и 1 национальный парк, 6 памятников природы, 11 заказников, более 50 водоохранных зон, которые также являются привлекательными туристическими объектами.

[1] Морозов М.А. Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме: монография. М.: Российский новый университет, 2005. 172 с.

[2] Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник. 6-е изд., перераб. М.: Академия, 2008.

В Узбекистане для создания благоприятных условий, а также повышения эффективности развития сферы туризма, в рамках «Концепции развития сферы туризма в Узбекистане в 2019-2025 годах» были упрощены визовые и регистрационные процессы. В настоящее время для туристов из 65 стран введен безвизовый режим сроком на 30 дней, действует система выдачи электронных виз для граждан 77 стран. Кроме того, для отдельных групп иностранных граждан введены такие виды виз, как инвестиционная, студенческая, академическая, паломническая и медицинская.

На основе цифровых технологий был упрощен порядок временной регистрации иностранных граждан на территории республики, который полностью переведен в электронный формат E-mehmon. Данная система предоставляет право регистрации иностранных граждан средствам размещения и лечебным учреждениям, туристическим компаниям, владельцам частных квартир, гостевым домам, а также иностранным гражданам, самостоятельно путешествующим по стране через интернет и мобильные приложения.

Более того было налажено предоставление услуги «электронный билет» при динамическом пакетировании туров, а также электронные продажи в целом, дающие возможность получать необходимую информацию о гостиницах, учреждениях культуры, пакетах предоставляемых услуг. Стоит заметить, что технология динамического пакетирования туров использует все элементы цифровизации и действует на основе цифровых программ и платформ.

Для стимулирования предпринимательской деятельности в туристической отрасли учреждены налоговые и таможенные льготы для строительства и организации деятельности гостиничных хозяйств, тематических парков, при ввозе автотранспортных средств туристского класса и других. В данном направлении действует более 20 льгот и преференций.

Узбекистан имеет потенциал развития необычной, но актуальной формы туризма – виртуальной, создающейся посредством использования новейших компьютерных и коммуникационных технологий, которые позволяют создавать реалистичные модели тех или иных локаций и посещать их, без фактического перемещения. Особенно сейчас, в период нестабильной ситуации в связи пандемией короновируса виртуальный туризм может стать хорошим и познавательным занятием, для которого достаточно наличие смартфона и интернета, в то время как для традиционной необходимо непосредственное присутствие, которое могут позволить не все слои населения.

Ключевым механизмом повышения эффективности развития туризма в условиях инновационной и цифровой экономики может служить непосредственное взаимодействие потребителей с производителями туристских услуг. Для этого необходимо создать цифровую платформу, которая будет постоянно обновляться и дополняться актуальной информацией касательно туризма. Таким образом, данная сфера отчистится

от посредников между производителями и потребителями, что отразится на ценах туристских услуг в сторону понижения, качестве и ассортименте услуг. А также повысится ответственность производителей за свои продукты, их качество и уровень обслуживания, тем самым увеличится и спрос.

По нашему мнению, одной из проблем, тормозящих развитие туризма в Узбекистане является информационное обеспечение. Так как, туристы не редко сталкиваются с тем, что не могут найти информацию о том или ином объекте (чаще всего о гостиницах, пунктах питания, обмена валют и т.п.) либо она не актуальна. Для решения данной проблемы можно создать мобильное приложение или платформу, в которой турист сможет на любом языке найти, например, ближайшие гостиницы, ознакомиться с ценами, условиями проживания и забронировать номер. При этом важно уделить внимание приобретению высокотехнологичных систем для безопасного, надежного, долгосрочного хранения больших объемов информации, а также подсистем обеспечения их безопасности.

Итак, в условиях инновационной и цифровой экономики производители туристских услуг вынуждены внедрять новые формы цифровизации в свою хозяйственную деятельность с тем, чтобы приобрести дополнительные конкурентные преимущества и не оказаться вынужденными инициировать процесс ликвидации по причине неприбыльного бизнеса. Однако, возникающие тенденции не всегда очевидны: как правило, они встроены в практики повседневности, но затрагивают важные аспекты как личностного бытия, так и общественного развития и потому нуждаются в пристальном исследовательском внимании.

Список использованной литературы

1. Морозов М.А. Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме: монография. М.: Российский новый университет, 2005. 172 с.
2. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник. 6-е изд., перераб. М.: Академия, 2008.
3. Семячков К.А. Цифровая экономика и ее роль в управлении современными социально-экономическими отношениями // Современные технологии управления. – 2017. – № 8 (80) [Электронный ресурс]. – http://sovman.ru/article/8001/
4. Иванов В.В., Малинецкий Г.Г. Цифровая экономика: от теории к практике // Инновации. 2017. № 12(30). С. 3-12.
5. Черевичко Т. В., Темякова Т. В. Цифровизация туризма: формы проявления // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2019. Т. 19, вып. 1. С. 59–64. DOI: https://doi.org/10.18500/1994-2540-2019-19-1-59-64
6. https://uza.uz/ru/society/zachem-uzbekistanu-tsifrovizatsiya-14-05-2020
7. Цифровизация туризма: кто не успел, тот опоздал. URL: https://www.tourprom.ru/articles/42/
8. Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по широкому внедрению цифровой экономики и электронного правительства» №ПП-4699 28.04.2020. URL: https://lex.uz/docs/4800661
9. «Концепция развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019-2025 годах», приложение № 1 к Указу Президента Республики Узбекистан от 5 января 2019 года № УП-561. URL: https://lex.uz/ru/docs/4143186
10. Узбекистан – страна незабываемого туризма. URL: https://www.un.int/uzbekistan/fr/news/

Хабибулло Зиявитдинов – базовый докторант кафедра экономики сферы сервиса, Бухарский государственный университет

ФОРМЫ СМАРТ СЕРВИСА В УПРАВЛЕНИИ РЕСТОРАНОМ

Аннотация: Мақолада ресторан бизнесини бошқаришда ақлли хизматнинг шаклланиши муҳокама қилинади ва ресторан хизмати соҳасидаги енг қизиқарли рақамли маҳсулотларнинг хусусиятларига алоҳида эътибор қаратилади.

Калит сўзлар: ресторанни бошқариш, смарт сервис, онлайн шарҳ, онлайн брон, ақлли хизмат тизими.

Аннотация: В статье рассматривается формирование смарт сервиса в управлении ресторанным бизнесом и особое внимание уделяется характеристике наиболее интересные цифровые продукты в сфере ресторанного обслуживания

Ключевые слова: управление рестораном, смарт сервис, онлайн-обзор, онлайн-бронирование, интеллектуальная система обслуживания.

Abstract: The article discusses the formation of smart service in the management of the restaurant business and pays special attention to the characteristics of the most interesting digital products in the field of restaurant service.

Keywords: restaurant management, smart service, online review, online booking, intelligent service system.

Согласно Service Science, услуга рассматривается как взаимодействие нескольких участников на основе ценностного предложения, которое направляет применение компетенций для взаимной выгоды [1]. Последние разработки в области Service Science, в соответствии с центральной ролью технологий и ИКТ как на глобальном, так и на бизнес-уровне, имея виду смарт сервис или так называемые интеллектуальные сервисные системы. В числу, которых относятся следующие цифровые продукты в сфере ресторанногообслуживания:

1.Poster-Платформа автоматизации кафе, ресторана имагазина.Облачный сервис для автоматизации кафе, ресторана или маленького магазина на планшете. Poster позволяет создать виртуальную карту зала, принимать и контролировать заказы, вести кассу, печатать чеки, вести складской учет, базу клиентов и список сотрудников. Столы, за которыми есть открытые заказы, выделяются на карте ресторана.

2.R-Keeper-Платформа для автоматизации предприятий общественного питания [2] **.**Платформа разработана для небольших кафе, баров, многозальных ресторанов и крупных сетей. Автоматизация обеспечивается двумя программными уровнями: кассовым и менеджерским. Кассовый уровень обеспечивает автоматизацию процесса продаж и формирование соответствующей базы данных.

Менеджерский уровень отвечает за формирование справочников, распределение прав доступа, настройку кассового уровня, установку параметров

[1]Botti A., Grimaldi M., Tommasetti A., Troisi O., Vesci M. (2017a). Modeling and Measuring the Consumer Activities Associated with Value Cocreation: An Exploratory Test in the Context of Education. Service Science
[2]https://rkeeper.uz/

и настроек отчетов, разработку и внедрение маркетинговых программ, обеспечение взаимодействия с другими системами. В платформе используются переносные терминалы официанта на iPodTouch, электронное меню на планшетах iPad, динамические меню-борды, кассовые станции с дополнительным экраном для гостя, электронные очереди, киоски самообслуживания для фастфудов, электронные принтеры повара и официанта.

3.Plazius-Мобильное приложение для оплаты счета в кафе и ресторанах[1]**.** Приложение позволяет оплачивать счет и оставлять чаевые, не дожидаясь официанта с терминалом оплаты. Вместе с чеком посетитель получает от официанта код для ввода в приложении Plazius. После ввода кода в приложение клиент видит свой заказ и может его оплатить. Деньги списываются с карты, которая привязана к Plazius. Официанты получают чаевые мгновенно на Яндекс.Кошелек. Администраторы заведения могут отслеживать поступления чаевых в отчете.

4.Селф-Бар-Система самообслуживания для современного бара. Основу Self-Bar составляет решение для продажи напитков, состоящее из следующего оборудования: терминала оплаты, позволяющего выдавать и пополнять карты клиента путем наличных или безналичных оплат, терминалов розлива и сервера, объединяющего все оборудование в единую систему. Также в систему интегрируются снековые автоматы, терминалы заказа блюд по меню, терминалы для кухни, дисплеи готовности заказа. Используя различные комбинации оборудования, можно создать как небольшой бар, так и ресторан самообслуживания с несколькими зонами раздачи блюд и саморозливом напитков. Полный контроль над расчетами ведется с помощью бота в Telegram.

5. Штрих-М-Система управления рестораном. Система работает следующим образом: официант на кассовом терминале (рабочей станции официанта) формирует заказ для клиента, выбирая на сенсорном экране заказанные блюда. На кухонных принтерах (на кухне и в баре) автоматически печатаются чеки заказа с указанием номера стола заказчика, официанта и блюд данной кухни (бара), входящих в заказ. По этим чекам официант получает блюда из кухни и бара. Марочник на кухне и бармен в баре проверяют отпуск блюд. Таким образом ограничивается недокументированное получение блюд и одновременно увеличивается скорость обслуживания.Одновременно на одном терминале работают несколько официантов и обслуживается множество клиентов. Для расчета с клиентом официант печатает счет. Если у клиента имеется дисконтная карта, то официант регистрирует ее и клиент автоматически получает скидки. Кассир принимает деньги у официанта и выдает фискальный чек. Администратор ресторана имеет возможность на своей рабочей станции наблюдать все заказы. Обычно только менеджер подтверждает заказы, возвраты, обмен блюдами между столами, продажу по свободной цене, дает скидки.

6.MixCart-Сервис автоматизации закупок для ресторанов. Система

[1] https://static.tech-success.ru/downloads/Preza_TS_2017.pdf

представляет собой платформу, которая трансформирует закупки и управление документооборотом через автоматизацию этих процессов: рестораны и поставщики управляют закупками через облачное решение.
Система сокращает время на обработку заказов и уменьшает количество возвратов, благодаря автоматизации документооборота через интеграцию с R-keeper и 1C, наличию мобильного приложения, автоматической выгрузки прайсов, собственной торговой площадки. MixCart обеспечивает снижение затрат на 18%.

7.Shopster-Сервис трекинга посетителей с помощью Wi-Fi[1]**.** Shopster Analytics – сервис, анализирующий потоки посетителей. В изучаемые ключевые показатели входят маршруты передвижения, проведенное в магазине время, частота посещений. Полученные данные обрабатываются и наглядно визуализируются в виде схем и графиков.Сервис отслеживает потоки посетителей путем анализа Wi-Fi-сигналов мобильных устройств и предоставляет новую информацию о них: частоту посещений, проведенное время.

8.Робот-официант-Автоматизированный робототехнический комплекс[2]**.** Алгоритм использования робототехнического комплекса прост: при появлении новых гостей администратор (или иной сотрудник заведения) вызывает к себе робота-официанта через свой пульт вызова. Робот самостоятельно подъезжает к администратору, используя заранее составленную карту помещения.Администратор выдает роботу электронное меню и через пульт вызова задает номер столика, куда его следует доставить. Робот самостоятельно доставляет электронное меню к столику гостей и предлагает гостям сделать через него заказ. После выдачи электронных меню робот уезжает для обслуживания следующих гостей.

О.И. Ханназарова– магистрант группы МТФ-119, СамИЭС,
Ф.У. Шокиров– магистрант группы МТФ-119, СамИЭС

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭТНОТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация: В статье анализируются вопросы и перспективы развития этнографического туризма в Республике Узбекистан. В Узбекистане предлагается проводить различные национальные мероприятия не только для нашего народа, но и для наших зарубежных гостей.

Ключевые слова: экономика, этнография, этнографический туризм, национальные события.

Annotatsiya: Maqolada O'zbekiston Respublikasida etnografik turizmni rivojlantirish masalalari va istiqbollari tahlil qilingan. O'zbekistonda nafaqat xalqimiz, balki chet ellik mehmonlarimiz uchun ham turli xil milliy tadbirlarni o'tkazish taklif etilmoqda.

[1] https://www.getshopster.com/ru/
[2] http://robotrends.ru/robopedia/roboty-oficianty.-primery-vnedreniy

Kalit so‘zlar: iqtisodiyot, etnografiya, etnografik turizm, milliy tadbirlar

Abstract: The article analyzes the issues and prospects for the development of ethnographic tourism in the Republic of Uzbekistan. In Uzbekistan, it is proposed to hold various national events not only for our people, but also for our foreign guests.

Keywords: economics, ethnography, ethnographic tourism, national events.

На сегоднешний день индустрия туризма по праву считается одной из самых прибыльных и востребованных в мире, составляя 30 процентов мирового экспорта услуг. В XXI веке она уже успела стать динамично развивающейся формой международной торговли.

Туризм направлен на выполнение разных функций: служит источником финансовых поступлений, обеспечивает занятость населения, способствует диверсификации экономики, повышает престиж и статус государства на мировой арене.

В современном мире туризм из преимущественно экономического явления превращается в феномен социального и культурного порядка. Знакомство с обычаями и традициями других народов было и остается сильным побудительным мотивом многих путешествий и рассматривается как важнейшее конкурентное преимущество туристкой дестинации.

Этнотуризм — одно из направлений культурно-познавательного туризма, являющееся в настоящее время заманчивым для многих стран.

Становление и развитие этнического туризма в условиях открытой экономики Узбекистана в настоящее время является актуальной и исключительно важной задачей.

Узбекистан, обладая уникальными природными ресурсами и самобытной культурой кочевого народа, имеет огромный нереализованный потенциал для развития туризма на международном и региональном рынках.

На территории Узбекистана имеются различные историко-архитектурные и природные объекты этнического туризма, которые могут быть включены в этнические маршруты.

Этнический туризм включает в себя знакомство с музеями народного быта. Особый интерес вызывают этнографические музеи под открытым небом, в которых содержатся образцы традиционной архитектуры, предметы быта и проводятся национальные праздники. При этом человек может своими глазами увидеть предмет, принадлежащий к той или иной культуре и эпохе, узнать о его деловом и символическом назначении, иногда даже потрогать его и ощутить причастность к культуре своего и других народов.

В последнее время наблюдается значительное увеличение интереса иностранных туристов к туристским достопримечательностям Узбекистана.

Этнографический туризм основан на интересе туристов к подлинной жизни народов, к ознакомлению с народными традициями, обрядами, творчеством и культурой. В современном унифицированном мире человек стремится к самоидентификации, ищет и изучает свои этнические корни для того, чтобы почувствовать себя особенным, обладающим глубинной историей и собственными культурными традициями. А познание других культур и

этнических особенностей позволяет ему составить целостную картину многообразного мира народов и народностей, уникальных в своей индивидуальности. Этнотуризм содействует более тесным связям между представителями этих народов, а также включению их культуры в мировое культурное наследие.

На основании приведенных выше данных и анализа мы считаем, что этнотуризм дает возможность не просто окунуться в традиционный быт и уклад, праздники данного региона, нарядиться в национальные костюмы, испробовать блюда национальной кухни, приобрести национальные сувениры, но и попробовать самому создать что-либо рукотворное. Интерес к особенностям какой-либо культуры создает мотивацию посещения данной страны. Часто не только памятники природы или историко-культурное наследие региона привлекают поток туристов, но и сакральные места рождают интерес к объектам этнотуристического пространства.

В нашей стране есть условия, при которых мы можем проводить ярмарки, фестивали и марафоны каждый год, в зависимости от наших условий. Только тогда мы сможем передать нашему народу нашу культуру, наши народные танцы, о которых наш народ забывает.

Мы предлагаем ежегодно проводить фестивали и ярмарки в разных регионах страны, чтобы продемонстрировать свою культуру и заинтересовать всех.

Мы можем почувствовать это, увидев, как он готовится, давая иностранцу или себе возможность освоить техники узбекского танца, ковра, шарфов из натурального шелка, гончарного дела, качества. Мы связываем это как с индивидуальной культурой, так и с глобальным культурным наследием, тем самым воспитывая и создавая человека, который понимает и принимает всю палитру глобальных культурных достижений.

Благодаря вашему фестивалями, ярмарками человек получает возможность увидеть традиционные жилищные и хозяйственные постройки, местных жителей в национальной одежде, а также принять участие в традиционных праздниках, попробовать блюда национальной кухни и купить в качестве сувениров предметы традиционного быта.

Вернувшись из поездки, туристы показывают своим родственникам и знакомым приобретенные изделия, делятся впечатлениями об особенностях культуры этносов посещенного региона.

Список использованной литературы:

1.М. Р. Болтабаев, И. С. Тухлиев, Б.Сафаров, С. А. Абдухамидов Туризм: теория и практика. — Т.: Fan va texnologiya, 2018, 400 с.
2. Дурович А.П. «Маркетинг в туризме» 2004 г.
3. www.uzbektourism.uz
4. www.gov.uz
5. www.travel.ru

Н.А. Хасанова – ТДИУ магистратура бўлими 1-босқич талабаси

ТУРИЗМ ФАОЛИЯТИНИ ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ТАРТИБГА СОЛИШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: Мақолада туризм фаолиятини давлат томонидан тартибга солишнинг ташкилий-иқтисодий жиҳатлари ёритилган. Давлат томонидан тартибга солиш дастаклари аниқлаштирилган. Шунингдек, туризм фаолиятини давлат томонидан тартибга солишни такомиллаштириш юзасидан амалий тавсиялар келтириб ўтилган.

Калит сўзлар: тартибга солиш, давлат механизми, туризм фаолияти.

Аннотация: В статье рассмотрены организационно-экономические аспекты государственного регулирования туризма. Определена нормативная поддержка со стороны государства. Также даны практические рекомендации по совершенствованию государственного регулирования туризма.

Ключевые слова: регулирование, государственный механизм, туристская деятельность.

Abstract: The article describes the organizational and economic aspects of state regulation of tourism. Regulatory support from the state has been identified. It also provides practical recommendations for improving the state regulation of tourism.

Key words: regulation, state mechanism, tourist activity.

Туризм фаолияти – ижтимоий ҳодиса сифатида кўп қиррали, мураккаб ва зиддиятлидир. Демографик нуқтаи назардан у аҳолининг бир ҳудуддан бошқа ҳудудга кўчиб юришини англатса, иқтисодий нуқтаи назардан аҳоли муайян қисмининг кўчиб юриши натижасида иқтисодий эҳтиёжларнинг юзага келиши, уларнинг қондирилиши муаммоларини ҳал этиш ва бошқа кенг қамровли иқтисодий жарёнларнинг юз беришини назарда тутади. Бошқача қилиб айтганда, туризм – бу саёҳат қилиш жараёнида юз берувчи воқеа ва ҳодисаларнинг ўзаро таъсиридан иборат муносабатдир[1].

Ҳозирги кунда Ўзбекистон Республикасида туризмнинг замонавий моделини шакллантириш жараёни амалга оширилмоқда. Ушбу моделда таъкидланишича мамлакатда ривожлантирилаётган туристик бозор бошқа ҳар қандай бозорлар каби мамлакатнинг ижтимоий - сиёсий ва иқтисодий вазиятига таъсир кўрсатади. У мамлакатлар ўртасидаги ҳамкорликни ривожлантириш ҳамда инвестиция ва капитал оқимини таъминлаш даражаларини аниқлашда муҳим восита бўлиб, ҳисобланади. Маълумки, бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда, асосан, хусусий ва тижорат компаниялари туристларга хизмат кўрсатади. Бироқ, ҳар қандай шароитда ҳам давлат оптимал иқтисодий ва ҳуқуқий заминни яратган тақдирдагина туризм ривожланиши мумкин.

[1] Kotler P., Bowen J. &Makens J. “Marketing For Hospitality & Tourism” Pearson International Edition. 2014, USA

Агарда давлат касбий тайёгарлик масалалари, табиий ва маданий муҳитни муҳофаза этиш, ахборот-реклама ишлари ва расмиятчиликни соддалаштириш кабилар билан шуғулланмаса, у ҳолда туризм кутилганидек ривожланиш даражасига эриша олмайди. Бунда давлат томонидан туризмни ривожлантириш, туристик хизматлар бозорини шакллантириш, иқтисодий тартибга солиш усуллари ва ричагларини қайта ислоҳ этиш, туризмни ташкилий бошқарув структураларини такомиллаштириш, унинг экспорт салоҳиятини ошириш ва энг асосийси, хорижий инвестицияларни жалб қилиш кабиларга тегишли услубий ва амалий ёндашувларни ишлаб чиқиш муҳим аҳамият касб этади.

Ҳар қандай мамлакатда туризмнинг ривожланиши, энг аввало, ушбу соҳага нисбатан давлат томонидан олиб борилаётган сиёсатнинг самарадорлик даражасига боғлиқ. Давлат туристик инфратузилманинг шаклланиши ва фаолият кўрсатиши учун зарурий шарт-шароитларни яратиш, яъни меъёрий-ҳуқуқий асосларни барпо этиш, умуман туризм ва унинг алоҳида турларини рағбатлантириш бўйича тегишли ташкилий-иқтисодий чора-тадбирларни амалга ошириш, туризм фаолияти билан шуғулланувчи корхоналар ўртасида ҳалол рақобат муҳитини яратиш, туризмга хизмат кўрсатувчи бозор инфратузилмасини тартибга олиш, туристлар ҳуқуқлари ва манфаатларини ҳимоя қилиш ва кафолатлаш орқали ушбу соҳанинг ривожланишига ёрдам кўрсатади.

Мамлакатимизда туризм фаолиятига мустақилликнинг дастлабки кунлариданоқ асосий давлат сиёсати даражасида қаралди. Соҳа ривожи учун барча зарур ташкилий - ҳуқуқий механизм вужудга келтирилиб, муҳим меъёрий ҳужжатлар қабул қилинди ва бу иш ҳозирда ҳам давом этмокда. Мамлакатимизда туризмнинг равнақи, уни янги поғоналарга кўтариш, юртимизни жаҳон туризм марказларидан бирига айлантириш учун аввалоҳуқуқий замин яратиш лозим эди. Шу туфайли Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг мазкур йўналишга тааълуқли қонун ва кодекслари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг туризмга оид қатор Фармонлари, Республика Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, Адлия вазирлигининг ва бошқа мутасадди давлат идораларининг йўриқнома, кўрсатма ва тартиблари ишлаб чиқилиб,ҳаётга тадбиқ этилмоқда. Давлатнинг туризм соҳасидаги сиёсати давлат ижтимоий-иқтисодий сиёсат кўринишларидан бири ҳисобланади.

Давлатнинг туризм соҳасидаги сиёсати – бу туризм индустриясини ва туризм бозори субъектларини (туроператорлар ва турагентлар) ривожлантириш, фуқароларга туризм хизмат кўрсатиш шаклларини такомиллаштириш ҳамда шу асосда сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий салоҳиятини мустаҳкамлаш бўйича давлат фаолиятидир.

Туризм сиёсати Ўзбекистон Республикасининг барча ҳудудида амалга оширилади, аввалombор минтақа алоҳида субъектлар даражасида, ундаги мавжуд бўлган туризм билан минтақа иқтисодиёти ўртасидаги зиддиятларни бартараф этиш мақсадида амалга оширилади.

Давлатнинг туризм сиёсати халқ хўжалик комплексини ривожлантириш ва конкрет мақсадларга эришиш учун туризм соҳаси фаолиятига давлат таъсирининг шакллари, усуллари ва таъсир қилиш йўналишлари йиғиндисидан иборат.

Туризмни ривожлантиришда бошқариш стратегик тизими самарадорлигини оширишга муаян чораларнинг комплекс ишлатилишини қўллаш орқали эришиш мумкин. Ҳозирги пайтда республикада 20 дан ортиқ маҳаллий ва республика даражасида туризм ривожлантириш дастурлари амалга оширилмоқда ва йирик лойиҳалар қабул қилинмоқда.

Давлатнинг туризм сиёсатини амалга ошириш механизми қуйидагиларни ўз ичига олади:

туризм сохасининг ривожланиш концепциясини ишлаб чиқиш;

минтақа даражасида ва Республика даражасида туризмни ривожлантириш бўйича мақсадли дастурларни ишлаб чиқиш;

қўйилган мақсадларга эришиш учун аниқ чора-тадбирларни ишлаб чиқиш;

туризм фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш;

Туризм сиёсатининг асосий йўналишлари саёҳатчилар хукуқларини ҳимоя қилиш, маҳаллий туризм маҳсулоти ишлаб чиқарувчиларни ҳамда ички ва кирувчи туризмни ҳар тамонлама қўллаб-қувватлаш бўлиб ҳисобланади.

Бундай қўллаб-қувватлаш шакллари туризм инфратузилмасини шакллантириш, йўналтириладиган бевосита инвестициялар, кадрларни тайёрлашга сарфланадиган ҳаражатлар, инвестициялар оқимини рағбатлантирувчи, жаҳон бозорида миллий туризм маҳсулотини силжитувчи, илмий ва реклама-ахборот таъминоти кўринишидан то солиқ ва божхона имтиёзларигача, ички ва кирувчи туризмни ривожлантиришга кетган ҳаражатларга боғлиқ равишда ўзгариб туради.

Давлатнинг туризм сиёсати стратегия ва тактикага асосланади. Стратегия деганда қўйилган мақсадга эришиш учун воситалардан фойдаланиш усули ва умумий йўналишлар тушунилади. У қабул қилинган стратегияни инкор қилмайдиган, қолган барча вариантларни четга суриб, олдинга қўйилган вазифани ечиш йўлидаги хатти-ҳаракатларни бир жойга тўплашга имкон беради.

Туризм стратегияси туризмни ривожлантириш ва қайта ташкиллаштириш соҳасидаги давлат фаолиятини белгилайди. Бу фаолият аввало амалга ошириш учун вақт ва каттагина молиявий ресурсларни талаб этувчи мақсадли дастурлар ва ривожланишнинг умумий концепциясини ишлаб чиқишга қаратилган.

Тактика деганда, маълум мақсадга эришиш усули бўлиб, танланган хатти-ҳаракатлар йўли тушунилади. Туризм тактикаси – бу аниқ шароитларда қўйилган мақсадга эришиш усуллари ва аниқ чора тадбирлардир (масалан, халқаро туризм фаолиятини лицензиялаш тартиби, туризмда нархни шакллантириш, солиққа тортиш ва ҳ.к.). Туризм тактикасининг мақсади мазкур хўжалик вазиятида янада мақбул ечимни танлашдан иборатдир.

Концепциянинг бош мақсади – бир томондан Ўзбекистон ва чет Эл фуқароларини туризм хизматларига бўлган эҳтиёжни қондириш учун кенг имкониятларни таъминловчи замонавий, юқори самарали ва рақобатбардош туризм комплексини яратиш бўлса, бошқа томондан мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришда каттагина ҳисса қўшади, жумладан ишчи ўринлари сонини кўпайиши ҳисобидан, республика бюджетига солиқ тушумларини тушириш билан, маданий ва табиий меросимизни сақлаб қолиш ҳамда оқилона фойдаланиш билан амлга оширилади.

Бу мақсадларга эришиш учун қўйидагилар назарда тутилган:

туризм сохасини Ўзбекистон иқтисодиётининг таркибий қайта қуришдаги асосий йўналишлар рўйхатига киритиш;

«Ўзбекистон Республикасида туризмни ривожлантириш» республика мақсадли дастурини бажариш;

халқаро ҳуқуқий амалиётга мос келувчи туризмни ривожлантиришни меъёрий-ҳуқуқий базасини яратиш;

ташқи ва ички туризмни ривожлантиришни рағбатлантирувчи иқтисодий механизмларни шакллантириш, бу соҳага инвестицияларни жалб қилиш ва давлат кафолатларини солиқ ва божхона имтиёзларини ва давлат томонидан қўллаб-қувватлашни бошқа усулларини тақдим этиш йўли билан ички туризм бозорини ҳимоя қилиш;

туризм фаолиятини лицензиялаш (рухсатнома бериш) ва сертификатлашни қатъий тизимини юритиш;

тармоқни моддий техника базасини ривожлантириш ва туризм хизматининг юқори технологияли комплексларини шакллантириш мақсадида туризм, банк тузилмалари, транспорт, меҳмонхона ва суғурта компаниялари кооперацияси учун қулай шароитларни яратиш.

Шу муносабат билан, туризм соҳасида хусусий тармоқнинг жадал ривожланишини таъминлаш учун қуйидаги чора-тадбирларни амалга ошириш лозим:

- давлат тузилмаларининг хусусий туристик тадбиркорлик фаолиятига аралашувини чеклаш ва уни минимал даражага келтириш;

- хусусий тадбиркорларнинг, шу жумладан, туризм соҳасида фаолият юритаётган тадбиркорларнинг иқтисодий фаолият эркинлигини кенгайтириш;

- туризм соҳасига молиявий кўмак, қўшимча солиқ имтиёзлари ва преференциялар тақдим этиш;

- туризм бизнесига кириш ва туристик фирмаларни рўйхатдан ўтказиш жараёнини енгиллаштириш;

- туристик бозорнинг монополлашувига йўл қўймаслик ва тармоқда ҳалол рақобат муҳитини шакллантириш.

IV ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГНИ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

A.N. Xoliqulov – SamISI, “Iqtisodiy tahlil va statistika” kafedrasi mudiri, i.f.n., dotsent,
A.A.Yodgorov – SamISI, MMR-120-guruh magistranti

KICHIK BIZNES FAOLIYATIDA MARKETING VA UNING ASOSIY YO‘NALISHLARI

Annotatsiya: Maqolada kichik biznes faoliyatida marketing va uning asosiy yo‘nalishlari yoritib berilgan. Bundan tashqari kichik biznes faoliyatini rivojlantirishda marketingni o‘rni va ahamiyati to‘liq ko‘rsatib berilgan.

Kalit so‘zlar: Kichik biznes, tadbirkorlik, marketing, kapital, mehnat, unumdorlik, rentabellik, foyda

Аннотация: В статье рассматривается маркетинг и его основные направления в малом бизнесе. Кроме того, полностью продемонстрирована роль и значение маркетинга в развитии малого бизнеса.

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательство, маркетинг, капитал, труд, производительность, рентабельность, прибыль.

Abstract: The article describes marketing and its main directions in small business. In addition, the role and importance of marketing in the development of small business is fully demonstrated.

Keywords: Small business, entrepreneurship, marketing, capital, labor, productivity, profitability, profit

Kichik biznesdagi xo‘jalik yurituvchi sub`ektlar har doim xaridorni mo‘ljal qilib quyidagi savollarga javob topishlari kerak: qancha qay darajada sifatli? Nimadan? qachon mahsulot ishlab chiharilishi kerak? Bundan ma`lumki kichik tadbirkorlik tarkiblari soni, sifati, fazoviyligi va vaqt o‘lchamlari bo‘yicha cheklangan.

Ular bozorni egallash uchun amalga oshirayotgan xo‘jalik operatsiyalarining xarajatlarini xaridorlar uchun olib boriladigan raqobat kurashida yutib chiqish uchun kamaytirib borishlari zarur. Natijada potentsial xaridor uning taklif etgan tovarini xarid qiladi. Bu muammoni yechishda marketing muhim dastak hisoblanadi.

Biznes muammosini keng qulayliligi va ko‘p ro‘yxatligi shu jumladan uning kichik shakllarini, bir qator maqsad muammolarini ishlab chiqarish jarayonida, sotishda, reklama ishlarida ko‘yishi va yechilishini ko‘zda tutadi.

Klassik iqtisodiy nazariyotchilar jamiyat boyliklari (yer, kapital va mexnat)

ichidan eng muximi - tadbirkorlik faoliyatiga aloxida e`tibor berganlar. Chunki tadbirkorlik va marketing bir biri bilan chambarchas bog‘lik xamda uyg‘unlashgan tushunchalardir.

Tadbirkorlik (biznes)- iqtisodiy faoliyat bo‘lib, ma`lum bir ishni yoki xunarni foyda olish maqsadida tashkil qila bilish va uddalay olish demakdir.

Ko‘pchilik Yevropa mamlakatlari va Yaponiyada kichik va o‘rta korxonalarning davlat byudjetiga qo‘shayotgan xissalari 70 foizgacha, iste`mol tovarlari va xizmatlar bozorini to‘lgazishda esa undan xam ko‘proq. Buning asosiy sababi, kichik va o‘rta korxonalarning o‘ta tashabbuskorlik bilan, bozordagi har qanday o‘zgarishlarga tezda moslashish xususiyatlaridir.

Respublikamizda xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish bo‘yicha birmuncha ishlar amalga oshirilmoqda.

Marketing tashkil etish deganda uning vazifalarini bajaruvchi tarkibiy bo‘linmalarining tuzilishi va ularning o‘zaro ma`suliyatlarini xamda bog`liqliklarini ifodalovchi tizimni yaratish tushuniladi. Bunday tizim oddiy firmadan tortib bozorda ishtirok etayotgan barcha sub`ektlar, davlat yoki nodavlat, tijorat yoki notijorat, tuman, shaxar, viloyat va respublika mikesida faoliyat ko‘rsatayotgan muassasa va tashkilotlarda tuzilgan marketing xizmatlarini o‘z ichiga oladi.

Marketing xizmati vazifalari uning o‘ziga xos tamoyillari asosida kelib chiqadi. Bundan quyidagilar kiradi: korxonalarda ishlab chiqarilgan maxsulotlar va bozor xaqidagi axborotlarni to‘plash va taxlil qilish, korxonaning maxsulot ishlab chiqarish savdo va xo‘jalik faoliyatini reklama qilish, moliyaviy va boshqa jixatlari bo‘yicha manfaatlarga mos qaror qabul qilish uchun zarur xisob- kitob ko‘rsatkich-larini tayorlash; talab shakllanishini faollashtirish va sotishni tezlashtirish

Marketing xizmati korxonalarda iqtisodiy axvol o‘zgarib borayotgan bozordagi iste`molchilarning talabi bilan korxona ishlab chiqarishi savdo va xo‘jalik faoliyati munosabatlarini muvofiqlashtirish uchun tashkil qilinadi.

Marketing xizmati bu bozor iqtisodiyotiga o‘tish sharoitida korxona boshqa-ruvi uchun yetishmay turgan shunday bir faoliyati turiki, u ishlab chiqarish moliya, savdo, xo‘jalik , texnologik kadrlar masalasi va boshqa soxalarda bozor zaxiralarini ko‘ndirish va foyda olishga asoslangan va yo‘nalishlar jarayonini yaratadi.

Bozor sharoitida xaridorga bo‘lgan e`tibor katta axamiyatga ega bo‘lib, mar-ketingning ustunlaridan biri xisoblanadi. Marketing faoliyati murakkab jarayondir.

Korxona (firma, birlashma, va x.k.lar) bozorda o‘z o‘rnini egallab, uni mustaxkamlashga, maxsulotining raqobatbardosh va xaridorgir bo‘lishini xamda olayotgan daromadining xajmi oshishini maqsad qilib qo‘ygan bo‘lsa, marketing faoliyati doim to‘g‘ri va sifatli olib borilishi lozim.

Korxonada marketingning asosiy maqsadi Berilgan vaqt chegarasida va faoliyati mablag`lar bilan ta`minlanishi doirasida rentabellikni ta`minlash va belgilangan xo‘jalik xisobidagi foydani olishdan iborat.

Marketingni tashkil etishda ikki jixat muxim: maqsadlar va marketing xizmati maqomi e`tiborga olinadi.

Maqsadni tanlash. Ko‘pgina raxbarlar xozirgi paytda o‘z korxonalarining asosiy maqsadi sifatida eng yuqori foyda olishni ko‘rsatadilar. Lekin bu tanlov

unchalik maqbul emas. Aytaylik, agar korxona oʻzok kelajakni koʻzlab ish yuritayotgan boʻlsa (asosiy sarmoyaga, ishlab chiqarish tayyorligiga va kadrlar malakasini oshirishga sarflashi kerak. Bu tadbirlarning xammasi ishlab chiqarish xarajatlarini koʻpaytiradi va foydaning kamayishiga olib keladi. Katta foyda olish xaqida xam, yakin kelajakda foydani koʻpaytirish xaqida xam xamisha gapiravermaslik kerak. Masalan, agar korxona yangi bozorga kirib bormoqchi boʻlsa, avval boshda xech qanday foyda olmasligi, aksincha, koʻpincha xatto zarariga ishlashi mumkin. bundan tashqari, koʻpgina mamlakatlarda qabul qilingan foydaga qarab soliqning ortib borishi korxonaga rejalab qoʻyilganidan ortiqcha foyda olish maqbul emasligini isbotlaydi. Yaponiyadagi mashxur "Matsusita Denki" firmasining asoschisi Konosuke Matsusitaning fikricha, faqat unchalik yuqori emas, unchalik kam xam emas, balki oqilona miqdorda foyda olgandagina korxona oʻz faoliyatini kengaytirishi mumkin.

Marketing tashkil etishga kirishgan korxonaning maqsadlari qanday boʻlishi kerak? Marketingning` tan olingan peshqadamlari boʻlmish yaponlar tajribasidan kelib chiqadigan boʻlsak, asosiy maqsadlar (afzalligi tartibiga qarab) quyidagilardan iborat:

-sotish xajmi

-oʻsish sar`atlari (sotuv yoki foyda xajmi);

-bozordagi xissasi;

-rejadangan foyda, bu foydaning xajmi, foydaning sotuv xajmiga nisbati, barcha sarmoyaga foyda me`yori, foydaning xissadorlik sarmoyasiga nisbati va boshqalarda aks etishi mumkin; -sarmoyaning tarkibi, ya`ni faollarning umumiy summasiga yordam shaklidagi sarmoyaning nisbati (bu Yaponiyada taxminan 20% ga teng).

Bu roʻyxatni boshqa turlicha maqsadlar bilan xam toʻldirish mumkin. Masalan, maxsulot sifatini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va shu kabilar.

Maqsadlarni ishlab chiqishda ular korxona xodimlarining niyyatlarini aks ettirishi zarurligiga aloxida e`tibor berish kerak. Aks xolda ishlovchilarning ishlab chiqarish jarayonidan "ichki uzilish" roʻy beradi. Xar bir yapon ishchisi oʻzi ishlayotgan firmaning vazifalarini osongina aytib bera oladi, chunki bu vazifalarning bajarilishidan u nixoyatda manfaatdor.

Shuni anglash mumkinki. Korxonada marketingning chinakamiga joriy qilinishi uchun unda tegishli xizmatni toʻzishning oʻzi etarli emas.

Marketing boʻlimi diqqat markaziga maxsulotning pirovard iste`molchilari bilan bog`lik barcha muammolar tushadi. Bu paytda boshqa boʻlinmalar oʻz e`tiborini turli joʻz`iy vazifalarga karatgan boʻladi. shuning uchun xam marketing boʻlimi bilan faoliyatni muvofiqlashtirib turishini tan olish mutlaqo tabiiydir. U ishlab chiqarish jarayonida etakchi boʻlishi uchun uning maqomini boshqa boʻlinmalar ichida eng yuqori qilib belgilash lozim.

Korxona (firma, birlashma va xokazolar) bozorda oʻz OʻRNIni egallab, uni mustaxkamlashga, maxsulotning raqobatbardosh va xaridorgir boʻlishini xamda olayotgan daromadining xajmi oshishini maqsad qilib qoʻygan boʻlsa, marketing faoliyati doim toʻgʻri va sifatli olib borilishi lozim.

N.B.Yahyoxonov – SamISI tayanch doktoranti

RAQAMLI MARKETINGDA INTERNET-REKLAMADAN FOYDALANISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Annotatsiya: Ushbu maqolada internet-reklamaning paydo bo‘lishi, uning rivojlanishining asosiy sabablariva vazifalari aks ettirilgan. Shuningdek internet-reklamaning hozirgi kundagi turlari va uning o‘ziga xos xususiyatlari yoritilgan.

Kalit so‘zlar: raqamli marketing**,** internet-reklama, brend, SEO, kontekstli reklama, ijtimoiy tarmoqlardagi reklama, media reklama, product placement, virusli reklama.

Аннотация: в этой статье описывается этапы формирования интернет-рекламы, а также ее цели и задачи. Вместе с этим, определена специфика и современная необходимость интернет-рекламы.

Ключевые слова: цифровой маркетинг; интернет-реклама; бренд; SEO; контекстная реклама; реклама в социальных сетях; медийная реклама; вирусная реклама.

Abstract: This article explains the emergence of internet advertising, the main causes and objectives of its development. It also describes the current types of Internet advertising and its features.

Keywords: digital marketing, internet advertising, branding, SEO, contextual advertising, social networking, media advertising, product placement, viral advertising.

Butun jahon o‘rgimchak to‘rining rivojlanib borishi ayniqsa, raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing faoliyatida innovatsion marketing texnologiyalari: raqamli marketing, internet marketing, internet-reklama, 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 internet-reklama uslublaridan foydalanish reklama sohasining takomillashuviga olib keldi. Shuningdek, xizmat ko‘rsatuvchi subyektlar faoliyatida internet-reklamaning nazariy hamda amaliy tomonlarini o‘rganish bilan bir qatorda bozor sharoitida korxonalarning sotish bilan bog‘liq muammolar tahlilini o‘tkazish o‘zaro xulosalarni shakllantirishda va ularning yechimini topishga e’tiborini qaratadi. Shu boisdan tovarlarni siljitishda raqamli marketing texnologiyalaridan biri bo‘lgan internet-reklamadan foydalanish muhim mezon sifatida qaralmoqda.

Internet-reklama bozori 1990 yillarning o‘rtalarida shakllana boshlagan. 2000 yillarga kelib internet iste’molchilar uchun ma’lumot almashishning asosiy eng asosiy vositasiga aylandi. Internet-reklama yoki internetda reklama internetga joylashtirilgan turli xil grafik va matnli reklama materiallarini o‘z ichiga oladi.[1]

Internet-reklamaning vazifalari – xaridorni o‘ziga jalb qilish, mahsulot sotuv hajmini oshirish, doimiy imidjni saqlash va boshqalardan iborat. Xaridorni jalb qilishda reklama mahsulot, xizmatlar. sotiladigan joy bilan auditoriyani tanishtiradi. Bundan tashqari raqobatchilardan o‘zib ketishini taminlashi va brend mavqeini

[1] https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0

ko‘tarishi mumkin.

Hozirgi kunda internet-reklama dunyo miqyosida eng ommabob reklama hisoblanadi va kompaniyalar internet reklamasi orqali o`z mijozlarini ega bo‘lmoqda. Bu esa barcha ishlab chiqaruvchi kompaniyalarga muhim ahamiyatga egadir.

Hozirgi kunda internet-reklamaning quydagi turlari mavjud:

1. SEO reklama (Search Engine Optimization)
2. Kontekstli reklama
3. Ijtimoiy tarmoqlardagi reklama
4. Media reklama
5. Product placement
6. Virusli reklama

SEO internet reklama

Ingliz tilida Search Engine Optimization – qidiruv algoritmini optimallashtirish.

Vazifasi saytda berilgan qidiruvlarga yuqori darajada natijalarni taqdim etish. Xozirgi kundagi eng ko‘p foydalaniladigan qidiruv saytlar Google va Yandex lardir.

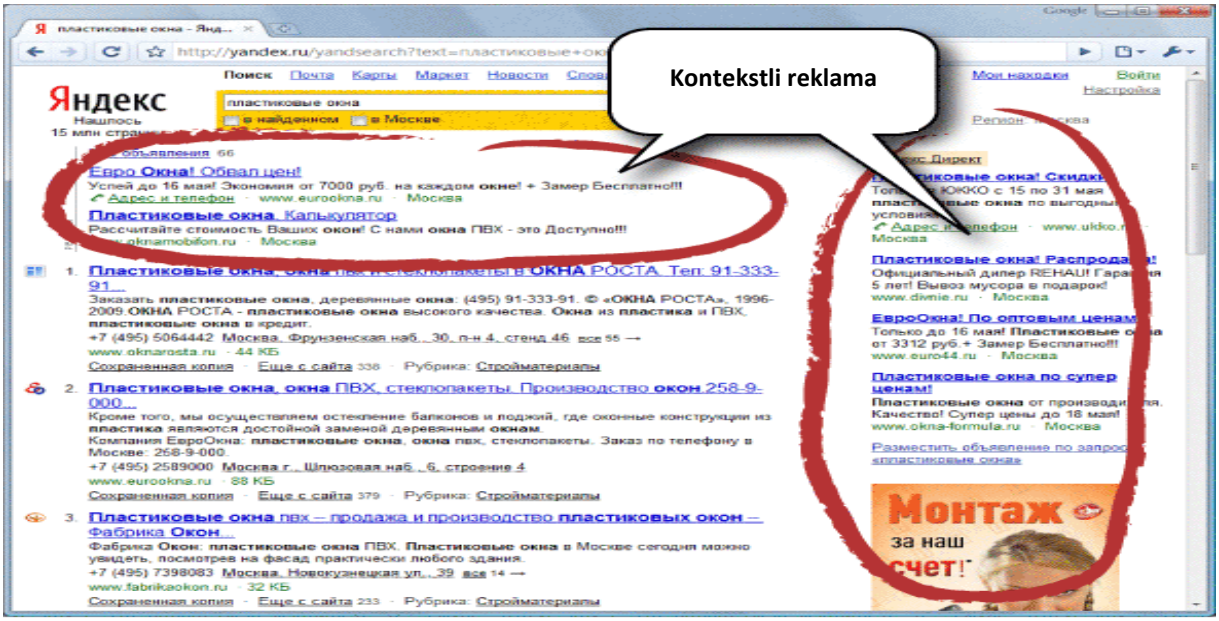
Qidiruv tizimlarini amalga oshirish uchun maxsus “Yandeks metrika” va “Google analytics” statistikalardan foydalaniladi. Vazifasi qidiruv tizimiga kelib tushgan so‘rovlarni sonini xisoblaydi.

Kontekstli reklama

Kontekst reklama bu - e’lonlar matn ko‘rinishida tegishli sahifaning o‘zida namoyish etiladi.[1] Uning 2 ta turi mavjud:

1. Qidiruvli kontest reklama
2. Bir mavzuga oid reklama

Bu reklama turida xam maxsus metrikalar mavjud bo‘lib, ular kliklar orqali hisoblanadi.



[1] https://www.life-style.uz/uz/services/internet_and_advertising/kontekstnaya_reklama/index.htm

Ijtimoiy tarmoqlarda reklama

Hozirgi kunda ko‘plab ijtimoiy tarmoqlar mavjud bo‘lib, ularning imkoniyatlaridan foydalanmaslikning iloji yo‘q. SMM — Social Media Marketing «ijtimoiy tarmoqlar marketingi» Ijtimoiy tarmoqlar marketingi reklamasi - ijtimoiy tarmoqlarda turli brend yoki qandaydir mahsulotlar haqida doimiy ma’lumot berib borilishi. Bu maqsadni amalga oshirish uchun ijtimoiy tarmoqlarda guruhlar tashkil etiladi va e’lonlar davriy ravishda berib boriladi. Asosiy xususiyati auditoriyada brendning uzluksiz faoliyati hisoblanadi.

Bannerli reklama

Bannerli (mediali) reklamaning maqsadi turli saytlarga bannerlarni joylashtirib, yuqori ko‘rsatkichli tashrif buyuruvchilarga ega bo‘lish. Bu turdagi reklamaga maxsus grafik e’lonlar yaratiladi. Asosiy maqsad:

- qamrab olish;
- korxonaning xabardorlik darajasi oshirish;
- ko‘ngilochar e’lonlar yaratish imkoniyatini taqdim etish.

Banner so‘zi inglizcha “banner” iborasidan olingan bo‘lib, “bayroq, shior yozilgan lavha” kabi ma’nolarni beradi. Bu reklama turining xarakterli jihati shundaki, grafikli rasm va animatsiyalar keng tarzda qo‘llaniladi. Chiroyli tarzda ishlangan bannerlar odamlarni o‘ziga tez jalb qiladi va mahsulot imidjini yaratishga yordam beradi. Shuning uchun bo‘lsa kerak, onlayn reklamalarning katta qismi bannerlarga joylashtiriladi. Bannerlarni nafaqat internetda, balki ko‘chalarda, stadionlarda ham uchratish mumkin.

Product placement

Product placement- yashirin reklama joylashtirish usuli, bu san'at asarlarida qahramonlar tomonidan ishlatiladigan rekvizitlar haqiqiy tijorat hamkasbiga ega bo‘lishidir. Qoidaga ko‘ra, ish logotip yoki tovarlarning qadoqlarini ko‘rsatadi. Bunday reklama uchun badiiy "platformalar" xizmat qilishi mumkin: gazetalar, filmlar, konsertlar, video o‘yinlar va boshqalar.[1]

Virusli reklama

Reklamaning bunday turi minimal mablag‘ xisobiga hayratlanarli natijalarga olib kelishi mumkin. Uning mohiyatida qandaydir bepul, shu bilan bir vaqtda talabga ega bo‘lgan axborot (tovarlar yoki xizmatlar)ni tarqatish yotadi. Misol uchun: Siz shaxsiy blogni xostingga qanday joylashtirishni o‘zida aks ettiruvchi o‘rgatuvchi videorolik suratga olayapsiz. Videorolik yakunida (yoki videorolik davomida) siz dizayn har qanday blogning muvaffaqiyatini ta’minlaydigan eng muxim qism ekanligini aytib o‘tasiz va o‘zingizning dizayn xizmatlaringizni taklif qilasiz.

Yuqoridagi internet-reklama turlarining o‘ziga xos jihatlaridan kelib chiqib, boshqa turdagi reklamalardan quyidagi jihatlari bilan ajralib turadi:

- veb-muhitdagi reklama manzilli bo‘lib, reklamaning auditoriyasi sonini aniq bilish mumkin;
- narx jihatdan arzon;

[1] http://promoatlas.ru/product-placement-opredelenie-i-ponyatiya/

• auditoriyaning tarkibi moddiy imkoniyatlarga ega bo‘lgan aholi qatlamidan iborat;
• internetning o‘zida barcha savollarga javob olib, mijozlar bilan bevosita aloqaga chiqish usullari mujassam;
• internetda TVdan farqli ravishda reklama vaqti chegaralanmagan;
• internetda reklama qilinayotgan mahsulot yoki xizmatlar haqidagi barcha ma’lumotlarni o‘qish uchun qulay uslubda bera olish imkoniyati mavjud;
• matn, rasm, ovoz, video va boshqalar bir vaqtning o‘zida beriladi;
• internet-reklamaning mobil xususiyatga ega ekanligi.

Xulosa qilib aytganda internet-reklamaning rivojlanishi reklama xarajatlarini tejashga mijozlarni jalb etish, ular sonini oshirishga, brend mashhurligini ta’minlashga va savdo hajmini oshirishga xizmat qiladi.

Д.И.Усмонова – СамИСИ, Маркетинг кафедраси доц в.б., PhD,
М.М.Рахмонов – СамИСИ магистранти,
М.Б.Абдуразоков – СамИСИ магистранти

ТАШҚИ БОЗОРЛАРДА МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИНИ АМАЛГА ОШИРИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ЖИҲАТЛАР

Аннотация: Ушбу мақолада ташқи бозорларда маркетинг тадқиқотларини амалга оширишнинг ўзига хос жиҳатлари ёритилган. Шу жиҳатдан олганда, компания маркетинг тадқиқотини самарали ташкил этиши, ҳар бир бўлинманинг фаолиятини энг юқори натижаларга йўналтириши лозим. Халқаро савдодаги кучли рақобат эса компаниялардан халқаро маркетинг тамойилларига асосланган ҳолда қарорлар қабул қилиш, ташқи бозор эҳтиёжларини инобатга олган ҳолда юқори молиявий натижаларга эришишни таъминлайдиган замонавий халқаро маркетинг тадқиқотини шакллантиришни талаб этади.

Калит сўзлар: бозор, ташқи бозор, маркетинг тадқиқотлари, истеъмолчи.

Аннотация: В статье рассказывается об особенностях проведения маркетинговых исследований на зарубежных рынках. В связи с этим компания должна эффективно организовывать маркетинговые исследования, ориентируя деятельность каждого подразделения на достижение максимального результата. Сильная конкуренция в международной торговле требует от компаний принимать решения на основе принципов международного маркетинга, формировать современные международные маркетинговые исследования, которые позволят достичь высоких финансовых результатов с учетом потребностей зарубежных рынков.

Ключевые слова:рынок, внешний рынок, маркетинговые исследования, потребитель.

Abstract: This article describes the specifics of conducting marketing research in foreign markets. In this regard, the company must effectively organize marketing research, focusing the activities of each division on the highest results. Strong competition in international trade requires companies to make decisions based on the principles of international marketing, to form a modern international marketing research that will achieve high financial results, taking into account the needs of foreign markets.

Keywords: market, foreign market, marketing research, consumer.

Халқаро иқтисодий алоқаларнинг самарадорлиги жаҳон хўжалигининг байналминаллашуви, миллий иқтисодиётнинг очиқлиги, халқаро меҳнат тақсимотининг чуқурлашуви, янги мультмедиа ва ахборот – коммуникация технологияларининг жорий қилиниши ва халқаро алоқалар соҳасида қарорларни қабул қилиш билан баҳоланган.

2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида энг муҳим йўналишлардан бири сифатида экспорт фаолиятини либераллаштириш ва енгиллаштириш, экспорт таркиби ва географиясини диверсификациялаш, иқтисодиёт тармоқлари ва ҳудудларнинг экспорт имкониятларини кенгайтириш ҳамда мобиллигини таъминлаш республикамиз компаниялари олдида ташқи бозорда мустаҳкам ўрнашиб олиш каби ўта муҳим вазифани юклайди. Ҳаракат дастурида қўйилган ушбу вазифани ҳал этишда иқтисодиёт ривожини жадаллаштирувчи омиллардан бири бўлган ташқи иқтисодий фаолиятни ривожлантириш эканлиги исбот талаб қилмайдиган ҳақиқатдир. Илғор ускуналар билан жиҳозланган замонавий корхоналарнинг барпо этилиши саноатнинг янги тармоқларини ўзлаштириш, ташқи бозорларда рақобатдош маҳсулотларни тайёрлашни кўпайтириш, пировардида экспорт ҳажмини оширишга хизмат қилади. Бу ўринда гап фақат экспорт ҳажмининг ўсиш кўрсаткичлари ҳақида бораётгани йўқ

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий якунлари ва 2017 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маърузасида “Кун тартибида ўта жиддий масалалар турибди. Булар – мамлакатимизда яратилган технологияларнинг рақобатдошлигини таъминлаш, “ноу-хау” намуналарини яратиш, замонавий ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш, яъни юқори сифатли маҳсулот ишлаб чиқаришни таъминлаш бўйича тизимли чора-тадбирларни амалга оширишдир”- деб такидлаган эди. Шу маънода, иқтисодий ривожланишнинг ҳозирги босқичида корхоналарни бошқаришнинг муҳим концепцияларидан бири бўлиб, маркетинг фаолияти майдонга чиқмоқда. Мақсадга мувофиқ ишлаб чиқариш дастурини шакллантириш, маҳсулотларни сотиш бозорларидаги вижудга келувчи вазиятларга тезкорлик билан жавоб беришда ва охир-оқибат рақобат

курашида ғолиб чиқишда маркетинг тадқиқотлари муҳим аҳамиятга эга бўлиб бормоқда.

Шу жиҳатдан олганда, компания маркетинг тадқиқотини самарали ташкил этиши, ҳар бир бўлинманинг фаолиятини энг юқори натижаларга йўналтириши лозим. Халқаро савдодаги кучли рақобат эса компаниялардан халқаро маркетинг тамойилларига асосланган ҳолда қарорлар қабул қилиш, ташқи бозор эҳтиёжларини инобатга олган ҳолда юқори молиявий натижаларга эришишни таъминлайдиган замонавий халқаро маркетинг тадқиқотини шакллантиришни талаб этади. Ўз навбатида, халқаро маркетинг

тамойиллари ва тадқиқотлари жиддий билим ва кўникмалар талаб этадиган усулларга таянади. Замонавий бозорда маркетинг, нафақат аниқ мақсадга йўналтирилган фаолиятни (ҳаракат) амалга ошириш учун қўлланма, балки “замонавий бизнес фалсафаси”дир. Бу нуқтаи назарга кўра, маркетинг ҳозирда хўжалик фаолиятининг яхлит механизмида, шу жумладан, ички ва ташқи иқтисодий режалаштиришда марказий ўринда туради.

Компания ишлаб чиқарилган маҳсулотни истеъмолчиларга етказиб бериш жараёнида халқаро маркетинг воситаларидан тўла-тўкис фойдаланади. Компаниялар халқаро маркетинг усулларидан фойдаланган ҳолда хорижий мамлакатлар бозорида ташқи иқтисодий фаолиятини амалга ошириш доирасида рақобат позицияларини мустаҳкамлайдилар. Халқаро маркетинг ташқи иқтисодий фаолиятнинг муҳим таркибий қисми сифатида ташқи иқтисодий фаолиятнинг хусусиятларини, кўламини ва эҳтиёжларини ўзида ифода этади ва истеъмолчилар эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда компаниянинг ишлаб чиқариш ва савдо тизимини қайта ташкил қилади ҳамда тартибга солади.

Халқаро маркетингнинг сўнгги натижага асосланган ушбу тамойили бир қатор ўзига хос жиҳатларни ўз ичига олади:

- ташқи иқтисодий фаолиятда компания маҳсулотларига бўлган (хизмат) хорижий истеъмолчиларнинг реал талаб ва эҳтиёжларига мувофиқ ишлаб чиқаришни сўнгги натижага йўналтириш;
- ташқи бозор ва истеъмолчилар эҳтиёжлари асосида маркетинг фаолиятида узоқ муддатли натижаларга интилиш;
- компания маркетинг тадқиқотларини маҳсулот сифатини ошириш ва такомиллаштиришга қаратилиши ва мунтазам тарзда тизимли асосда ташкил қилиш;
- маҳсулотларни хорижий истеъмолчига етказиб беришнинг самарали логистикасини ишлаб чиқиш;
- потенциал истеъмолчилар талабларини инобатга олган ҳолда уларга таъсир этишнинг стратегик ва тактик усулларини яхлит тарзда қўллаш;
- маҳсулотнинг ҳаётлик даври билан боғлиқ барча жараёнларни илмий- ишланмалар, ишлаб чиқариш, савдо-сотиқ жараёнларни мақсадли тартибга солиш;
- компания ташқи муҳитида, истеъмолчилар, мол етказиб берувчилар, рақобатчилар билан боғлиқ ўзгаришларга тезкор ва аниқ ҳозиржавоб бўлиш;
- ташқи бозорга чиқарилаётган маҳсулотлар турини узлуксиз, ўз вақтида янгилаб бориш;

- ташқи бозорда мустаҳкам ўрнашиб олиш мақсадида компания ва рақобатачиларнинг устувор ва заиф жиҳатларини аниқлаш ҳамда қиёсий таҳлил қилиш
- компания маҳсулотининг ютуқли томонларини ривожлантириш, ташқи бозордаги реклама ва тарғибот ишларини ҳамда ишлаб чиқаришни шу йўналишда ташкил қилиш;

- ташқи бозорга фақат юқори сифатли маҳсулотлар етказиб берилишини муттасил назорат қилиш;

- компания маҳсулотларининг ўзига хос жиҳатларини тўла намоён қилувчи техник кўрсакичларини яхшилаш, истеъмолчига янги турдаги маҳсулот таклиф қилиш билан бирга қўшимча хизмат имкониятларни етказиб бериш;

- дилерлик шаҳобчалари фаолиятини ташкил қилиш ва ҳамкорликни самаралилигини таъминлаш учун улар билан доимий алоқада бўлиш;

- компания маркетинг хизмати олдига маҳсулотларни бозорда силжитиш, ташқи бозорда кучли позицияни эгаллашга, юқори савдо ҳажмини ошириш, салоҳияти катта бозорларни излаб топиш масаласини қўйиш.

Компаниянинг ташқи бозорда, хусусан, бевосита хорижий истеъмолчига таъсир ўтказиш тадқиқотида турли мақсадларни режалаштирган мулкдорлари ва уларнинг бошқа субъектлари иштирок этади. Маркетинг тадқиқотларининг типологияси қуйидагича шакллантирилганлигини қайд этиш мумкин:

- ташқи бозор тадқиқоти;
- истеъмолчиларни тадқиқ қилиш;
- компания реклама ахборотларининг самарадорлигини баҳолаш тадқиқоти;
- бренд тадқиқоти;
- корпоратив ишбилармонлик репутацияси тадқиқоти;
- ички корпоратив тадқиқоти.

Одатда, компанияда маркетинг тадқиқотини амалга ошириш вазифалари транспорт, молия, бухгалтерия каби бошқа турли бўлимларга тақсимланади.

Шуни таъкидлаш керак-ки, халқаро савдога тобора кичик-кичик компаниялар кириб боришлари йирик компанияларни ташқи бозордаги позициясига жиддий таъсир кўрсатиб келяпти. Йирик ва кичик компанияларнинг бозордаги тактик ва стратегик вазифалари турлича бўлиши мумкин: талабни кучайтириш ва шу асосда ишлаб чиқариш ҳажмини оптималлаштириш, маҳсулотларни истеъмолчиларнинг эҳтиёжларига қараб техник имкониятларини ўзгартириш ва бошқалар.

Шу билан бирга, компаниялар ташқи бозорга чиқиш билан боғлиқ бўлган турли рискларга барҳам беришлари ёки уларни пасайтиришлари керак. Бунда турли сегментлардаги харидорларнинг ҳолати, маҳсулотларнинг ҳаётлик босқичини ташқи бозордаги талабни ошириш ҳисобига узайтириш, бозордаги позицияларни рақобатчилардан ҳимоя воситаси сифатида диверсификациялаш, сарф-харажатларни камайтириш, мамлакатнинг қиёсий устунлик имкониятларини татбиқ қилиш асосий мезон ҳисобланди.

Юқоридагиларда келиб чиққан ҳолда, республикамиз компанияларининг ташқи бозордаги фаолияти муваффақиятли бўлиши замирида халқаро маркетинг тамойилларига тўлиқ риоя қилиш билан бирга оқилона маркетинг тадқиқотини ташкил этиш муҳим аҳамиятга эга эканлиги кўринади.

Sh.Sh.Narkulova – SamIES, assistant of the department of Marketing

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF INTERNET MARKETING IN THE FIELD OF RETAIL TRADE IN THE CONDITIONS OF INNOVATIVE AND DIGITAL ECONOMY

Abstract: The article considers the main directions of the development of Internet marketing in the conditions of innovative and digital economy in the field of retail trade, defines a set of e-commerce tools that have a significant impact on the implementation of marketing functions. The elements of 4P marketing in relation to e-commerce are analyzed in detail.

Keywords: marketing; e-commerce; online store; retail trade; product; price; place of sale; promotion; advertising; competition

Аннотация: Мақолада инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида, чакана савдо соҳасида Internet-маркетингни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари кўриб чиқилиб, маркетинг функцияларини амалга оширишга сезиларли таъсир кўрсатувчи электрон тижорат воситалари мажмуи белгиланган. Електрон тижоратга нисбатан 4П маркетингнинг елементлари батафсил таҳлил қилинади.

Калит сўзлар: маркетинг, электрон маркетинг, интернет дўкон, чакана савдо, товар, нарх, сотув жойи, силжитиш, рақобат, истеъмолчи

Аннотация: В статье рассмотрены основные направления развития интернет-маркетинга в условиях инновационый и цифровой экономике в сфере розничной торговли, определяется набор инструментов электронной торговли, оказывающих существенное влияние на реализацию функций маркетинга. Подробно анализируются элементы 4Р маркетинга применительно к Интернет-торговле.

Ключевые слова: маркетинг; электронная торговля; интернет-магазины; розничная торговля; товар; цена; место продаж; продвижение; реклама; конкуренция; потребители

In modern economic realities, there is a tendency of rapid growth of online commerce. The Uzbek Internet market is relatively young, but today we can already note its significant growth. More recently, Russian consumers could not make purchases online, and today it is becoming a common action. Extensive networking opportunities facilitate the changes in marketing. The development of services provided through the electronic network makes significant changes in sales technology, in the promotion of goods to end users. Today, retail trade is one of the fastest growing sectors of the Russian economy. It is open to innovation, and therefore many companies working in this field have a special interest in innovative solutions.

At the heart of the market economy, including in retail trade, the main driving force of the evolution and interaction of market participants is competition. It is the company that is considered the most successful, which is able to resist competition not only by maintaining, but also by expanding its position in the market. The most promising direction of innovation in such a competitive environment is the creation of Internet services, since today the global network offers many innovative tools that are applicable in the retail sector. Today, many large and medium-sized real

stores have their own websites, which are for them one of the main channels for distributing information about the product, price and other characteristics. At the same time, businesses can use Internet technologies for various purposes

- to distribute commercial advertising;
- as a means of communicating with customers;
- to create your own information network
- as a means of communication with its branches and divisions and also with suppliers and customers

The number of regular customers who prefer online shopping is growing daily. By making purchases through electronic channels, the consumer thereby significantly reduces the useless efforts that he faces when making purchases in real stores. The 21st century is the age of information technology, and today the creation of an online store is available to almost everyone. Every year, the number of online stores is growing. Storeowners should understand that the creation of a website does not portend high profits and successful business on the Internet. Any created online store should be promoted using various tools to attract and then retain the customer audience.

In this regard, an important role for the successful conduct of business and promotion of goods on the Internet is played by conducting competent Internet marketing, which will allow you to convey all the necessary information about the goods to the consumer. Creating additional channels to inform consumers will not only affect their choice, but also allow the company to increase sales and increase profits. First of all, you need to pay attention to the traditional elements of the 4P marketing complex in relation to online purchases:

- product (product);
- price (price);
- place of sale (place);
- Promotion and advertising (promotion).

The product must have the necessary quality characteristics for consumers and be accompanied by proper service, which will ensure greater competitiveness between similar products provided not only by other online stores, but also by traditional stores. Nevertheless, do not forget that the Internet contributes to the fact that the consumer needs to sit down at the computer, to refuse direct contact with sellers, with other customers and, accordingly, with the product itself. Consequently, the segmentation of the market between online stores and physical forms of trade is determined by the characteristics of the products themselves, as well as the profile of consumers and types of purchases. Moreover, in this respect, all types of retail goods can be divided into goods that can be sold through electronic stores and all other goods. Currently, it can be noted that the most successfully sold goods via the Internet are tourist services, programs, information materials, such as books, CDs. They are outpacing sales of clothing, food, and home appliances. What is the reason for this difference? First of all, the potential for selling goods through online stores depends on its characteristics. First, it is the mobility and transportability of goods. The sale of transportable goods, such as

clothing, shoes, books and their delivery to the buyer, is less problematic than the sale of furniture and household appliances. Secondly, it is much easier to sell a product that is easier to evaluate over the Internet. Products such as books, CDs, and magazines are easy to identify, and their implementation is less problematic. In addition, of course, e-commerce is significantly inferior to traditional forms of trade in such expensive goods as real estate, vehicles, jewelry because of their high prices, as well as the symbolic component. When buying "rare" products, buyers often face difficulties, because highly specialized products often lack a sufficient clientele. This contributes to the fact that the sale of such goods becomes possible only through online stores. Thus, sellers of such products can provide a concentration of individual demand scattered in the space, regardless of the limited retail space. To date, such items as clothing, shoes and accessories acquire a significant increase in sales through the electronic network. According to the Russian e-commerce market, the share of clothing sales through an online store is 62% of the total volume of clothing sold in 2016, shoes-25 %, and accessories-13%. A smaller share of online shoe sales is due to the complexity of the sizes, as well as the characteristics of the individual comfort of the shoes. As a result, the percentage of returns for shoes is traditionally higher than for clothing.

The price in online stores is usually lower than in traditional stores. This is due to minimizing the costs of maintaining the building, working staff, monitoring the safety of products and other costs that traditional stores face. Often, online storeowners are looking for competitive advantages by setting the lowest price in their product category.

The place of sale in this case is the site itself, which acts as a point of sale and at the same time a place for advertising. Here, the graphic design of the site, convenience, and ease of use play an important role. At the same time, the site should not only be convenient and understandable, but also should transmit all the necessary information to users. Download speed, payment and delivery terms, the quality of customer service, the quality of images and product descriptions, and the speed of application processing-all this will allow the online store to attract customers. The "place" element includes not only the place of sale, but also the place where sellers place advertisements about their company and product. At the same time, the advertising itself and the site where the ad is placed are important.

Currently, the design and visualization of the site are the most relevant and are of decisive importance. Infographics and the regular modernization of electronic platforms are part of the visual revolution that we are currently experiencing. Facebook Instagram, Twitter, and Telegram are the most popular sites, because they allow you to attract more users through visualization, and provide great opportunities for communication. The placement of online stores and their advertising on social networks have been an amazing success.

The use of such a business format of e-commerce as multi-channel firms is relevant at this stage of retail trade development. A feature of multi-channel sellers is the combination of online and offline sales channels, which is typical for traditional retail companies with a long-term and well-built retail business. For such

companies, electronic sales channels are complementary to traditional Promotion and advertising - a combination of methods for promoting a product, a website, and an online store in general on the Internet. This set of measures includes search marketing, contextual advertising, banner advertising, e-mail marketing, viral and hidden marketing, as well as working with blogs and social networks.

In conclusion, it is worth noting: opening an online store is not difficult, it is much more difficult to choose a competent marketing strategy in order to attract and retain customers, as well as to conduct effective work in order to further promote the online store. Knowing the needs of the audience, its characteristics and size, studying the market and the main competitors-all this allows you to effectively promote the product to end users via the Internet. The key to successful business in the conditions of full informatization of society and the rapid development of e-commerce is the knowledge of its consumer.

Д.Р. Махмудова – СамИСИ докторанти

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА КИЧИК БИЗНЕС БОШҚАРУВИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: Мақолада “Рақамли иқтисодиётни ривожолантириш шароитида кичик бизнес бошқарувини такомиллаштириш”, соҳани янги босқичга ўтказишда мамлакатимизда қандай ислоҳотлар амалга оширилаётганлиги тўғрисида ва истиқболдаги вазифалари келтирилган бўлиб, кичик бизнес бошқарувини такомиллаштиришда таклифлар киритилган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, кичик бизнес, индустрия 4.0, ақлли бошқарув, инвестиция, инновация, дастурий маҳсулот, интернет буюмлар, сунъий интеллект, “булутли” ҳисоблаш технологиялари.

Аннотация: В статье представлено "Совершенствование управления малым бизнесом в условиях развития цифровой экономики", какие реформы проводятся в нашей стране при переводе отрасли на новый уровень и ее будущие задачи, а также предложения по совершенствованию управления малым бизнесом.

Ключевые слова: цифровая экономика, малый бизнес, индустрия 4.0, интеллектуальное управление, инвестиции, инновации, программный продукт, интернет вещей, искусственный интеллект, "облачные" вычислительные технологии.

Abstract: The article presents" improving small business management in the context of the development of the digital economy", what reforms are being carried out in our country when transferring the industry to a new level and its future tasks, as well as proposals for improving small business management.

Keywords: digital economy, small business, industry 4.0, intelligent management, investment, innovation, software product, internet of things, artificial intelligence, "cloud" computing technologies.

Мамлакатимизда иқтисодий ислоҳотларни ривожлантириш жараёнида кичик бизнес бошқарувини такомиллаштириш давлатимиз олдига қўйган

муҳим стратегик вазифалардан бири ҳисобланади. Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантиришнинг 2017-2021 йилларга мўлжалланган бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси доирасида қабул қилинган “Илм-маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш” давлат дастури, “Аҳолини тадбиркорликка жалб қилиш тизимини такомиллаштириш ва тадбиркорликни ривожлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарор ҳамда, “Рақамли Ўзбекистон-2030” стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш тўғрисидаги президент фармонларида шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасида кичик бизнес бошқарувини такомиллаштириш бўйича ҳам муҳим вазифалар белгиланди. Булар жумласига қуйидагиларни келтириш мумкин:

- иқтисодиётнинг реал сектори тармоқларидаги корхоналарда бошқарув, ишлаб чиқариш ва логистика жараёнларини автоматлаштириш бўйича 280 дан ортиқ ахборот тизимлари ва дастурий маҳсулотлар жорий этилади;

- иқтисодиёт тармоқларида виртуал ва тўлдирилган реаллик, сунъий интеллект, криптография, машина ўрганиши, катта маълумотларни таҳлил қилиш ва «булутли» ҳисоблаш технологияларидан фойдаланиш имкониятларини ўрганиш ва уларни амалиётга татбиқ этиш;

- истиқболли инновацион ишланмалар ва стартап-лойиҳаларини амалга ошириш ҳамда уларни тижоратлаштириш ва технологиялар трансферини қўллаб-қувватлаш.

- бошқарув маълумотларини қабул қилишни қўллаб-қувватлаш тизимини, жумладан, реал вақт режимида бизнес-таҳлил тизимини жорий қилиш орқали такомиллаштириш;

- 2025 йилда корхона ресурсларини бошқариш тизимини (ERP) жорий қилган йирик хўжалик юритувчи субъектларнинг улушини 90 фоизга етказиш;

- саноат корхоналарида жорий этилаётган ишлаб чиқариш ва бошқарув жараёнларини автоматлаштириш (ERP, MES, SCADA ва бошқалар), роботлаштириш, «Интернет буюмлар», «сунъий интеллект» каби технологияларнинг дастурий маҳсулот қисмини 2027 йилга келиб, аппарат қисмини эса 2030 йилга келиб давлат-хусусий шериклик асосида маҳаллийлаштириш[1] каби устувор вазифалар белгиланди.

Жорий йилда “Илм, маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш” Давлат дастурига мувофиқ янги Ўзбекистонни барпо этиш бўйича барча соҳаларда ислоҳотларни амалга ошириш жараёнида республикамизда 197 та йирик, минглаб кичик ва ўрта корхоналар ҳамда инфратузилма объектлари барпо этилди. Тадбиркорликни кенг қўллаб-қувватлаш бўйича кўплаб имтиёз ва енгилликлар берилиб, тадбиркорлик субъектларига 100 триллион сўм ёки 2016 йилга нисбатан қарийб 4 баробар

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Рақамли Ўзбекистон - 2030” стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисидаги Фармони 5.10.2020 йил.

кўп кредитлар ажратилди. Мамлакатимиз иқтисодиётида 2020 йил аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш борасида туб бурилиш йили бўлди.

Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш шароитида кичик бизнес бошқарувини такомиллаштиришга эътибор қаратар эканмиз, бу ўринда 2021 йилнинг "Ёшларни қўллаб-қувватлаш ва аҳоли саломатлигини мустаҳкамлаш йили" деб эълон қилиниши, янги рақамли Ўзбекистонни билимли, бунёдкор, ҳозирги замон талабларига жавоб бера оладиган ўз касбининг етук мутахассислари, шижоатли ёшларимиз билан биргаликда барпо этишимизни англатади.

Ислоҳотларнинг босқичма-босқич амалга оширилиши жараёнида пандемия талофати мамлакатимиз ҳаётида колаверса, бутун жаҳон мамлакатлари иқтисодиётида катта ёқотиш бўлди. Жаҳон иқтисодиётига ҳар ойда қарийб 400 миллиард доллар миқдорида зарар келтирмоқда. Бугунги кунга қадар дунё бўйича 500 миллионта иш ўрни йўқотилган. Шундай таҳликали даврда халқимиз айниқса тадбиркорларимиз давлатимиз кўмагига муҳтож бўлиши билан бирга, улар олдига улкан вазифаларни кўйди. Ана шундай вазиятда Шавкат Мизиёев томонидан "Короновирус пандемияси даврида аҳоли, иқтисодиёт тармоқлари ва тадбиркорлик субъектларини қўллаб-қувватлашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги Фармони таҳликали пандемия даврида ҳам кичик бизнеснинг тараққиёти давлат раҳбарининг диққат марказида турганлигидан далолат беради. Бу эса ўз навбатида Халқаро валюта жамғармаси ва халқаро рейтинг агентликлари таҳлилларига кўра, бу йилги синовларга қарамасдан, Ўзбекистон дунёнинг саноқли давлатлари қаторида ижобий ўсиш суръатларини сақлаб қолиши билан изоҳланди.

Пандемия оқибатларини юмшатиш ва бартараф этиш учун давлат томонидан жами 82 триллион сўмлик комплекс чора-тадбирлар амалга оширилди. Жумладан, Инқирозга қарши жамғарма ташкил этилиб, коронавирусга қарши курашиш, аҳоли ва корхоналарни қўллаб-қувватлаш билан боғлиқ тадбирларга бюджетдан 16 триллион сўмдан ортиқ маблағ йўналтирилди. Шунингдек, давлат корхоналарига ва 500 мингдан зиёд тадбиркорлик субъекти ҳамда қарийб 8 миллион фуқарога жами 66 триллион сўмлик солиқ имтиёзлари, кредит муддатларини узайтириш ва молиявий қўллаб-қувватлаш бўйича амалий ёрдамлар берилди[1]. Иқтисодиётни стратегик ривожлантириш шароитида, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқариш ва улар фаолиятини ривожлантириш учун ушбу тадбирлар асос бўлиб қолади. Чунки бугунги эҳтиёж ва талабдан келиб чиқиб, белгиланган тадбирлар, ушбу соҳани бошқариш учун муҳим аҳамиятга эга. Бундай амалий чоралар ўз натижасини бермоқда.

Тараққиётга эришиш учун рақамли билимлар ва замонавий ахборот техналогияларини эгаллашимиз зарур ва шарт. Бу бизга юксалишнинг энг қисқа йўлидан бориш имкониятини беради. Зеро, бутун жаҳонда барча

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 29.12.2020 йил.

соҳаларга ахборот техналогиялари ҳамда инновациялар чуқур кириб бормоқда.

Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш шароитида кичик бизнес бошқарувини янада такомиллаштиришда истиқболдаги вазифалардан келиб чиқиб қуйидаги таклифларни киритиш мақсадга мувофиқдир:

- иқтисодиётмизнинг реал секторида рақамли техналогияларни киритиш асосида инновацион автоматлаштирилган бошқарув тизимлари, дастурий маҳсулотларни жорий қилиш;

- дунёдаги иқтисодиёти энг ривожланган мамлакатлар тажрибасидан фойдаланиб, чет эл экспертлари билан ҳамкорликда ишлаб чиқариш корхоналарида инновацион технологияларни киритиш чора-тадбирларини амалга ошириш;

- рақамли иқтисодиётни ривожлантириш шароитида кичик бизнес бошқарувини такомиллаштириш орқали ишлаб чиқариш жараёнини роботлаштиришда бошқарувни амалга оширувчи етук мутахассис кадрларни таёрлаш;

- рақамли иқтисодиётни ривожлантириш шароитида кичик бизнес бошқарувини такомиллаштиришда бошқарувчиларда инқилобий фикрлаш доирасини кенгайтирган ҳолда ривожланиш стратегиясини амалга ошириш;

- кичик бизнесни ривожлантиришда самарали бошқарув айниқса “ақлли бошқарув” асосида ташкил этиш чора-тадбирларини кўриш.

Барқарор иқтисодий ўсишнинг энг муҳим гарови – инновацион ғоялар асосида янги рақобатбардош маҳсулотлар ҳамда уларнинг ноананавий ассортиментларини ишлаб чиқариш, улар учун янги халқаро бозорлар топиш ва экспортни кўпайтириб, мамлакатимизнинг транзит салоҳиятидан тўлиқ фойдаланиш энг самарали йўлдир. Бунда эса халқаро бозор маҳсулот сифатини ошириш, таннархни пасайтириш, янги технологиялар олиб келишга мажбур қилади, бозор ислоҳотларини жадал ривожлантиради. Содда қилиб айтсак, жаҳон ишлаб чиқариш тизимига, дунё бозори талабларига ва иқтисодий интеграция жараёнларига бизнес бошқаруви соҳасида қилинадиган инновациялар билан кириб бориш талаб қилинади.

Фойдаланилган адибиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 3 апрелда қабул қилган “Короновирус пандемияси даврида аҳоли, иқтисодиёт тармоқлари ва тадбиркорлик субъектларини қўллаб-қувватлашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5978-сонли Фармони.
2. Ўзбекистон республикаси Президентининг “Рақамли Ўзбекистон - 2030” стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисидаги Фармони 5.10.2020 йил.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Аҳолини тадбиркорликка жалб қилиш тизимини такомиллаштириш ва тадбиркорликни ривожлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида”ги № ПҚ-4862 Қарори. 13.10.2020 йил
4. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 29.12.2020 йил.
5. www.lex.uz

S.K. Boyjigitov– SamISI, “Marketing” kafedrasi assistenti
U.A.Xo‘jaxmedov – SamISI, MR-320 guruh talabasi

ISHLAB CHIQARISH KORXONALARIDA MARKETING FAOLIYATINI SAMARADORLIGINI BAHOLASH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Annotatsiya: Ushbu maqolada ishlab chiqarish korxonalarida marketing faoliyatini samaradorligini baholash hamda baholashning mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qarashlar keltirilgan. Bundan tashqari korxonalarda marketing faoliyati samaradorligini baholash doimo birmuncha qiyinchiliklarni olib kelganligini hisobga olib, samaradorlikni baholash mexanizmlarini yangicha ko‘rinishga olib chiqish asosiy maqsad qilib belgilangan.

Kalit so‘zlar: Raqamli iqtisodiyot, ishlab chiqarish korxonalari, marketing faoliyati, baholash mexanizmlari.

Аннотация: В статье представлены взгляды на повышение эффективности маркетинговой деятельности и механизмы оценки на производственных предприятиях. Кроме того, учитывая, что оценка эффективности маркетинговой деятельности на предприятиях всегда была сложной задачей, основной целью является пересмотр механизмов оценки эффективности.

Ключевые слова: Цифровая экономика, производство, маркетинговая деятельность, механизмы оценки.

Abstract: This article presents views on improving the effectiveness of marketing activities and evaluation mechanisms in manufacturing enterprises. In addition, given that the assessment of the effectiveness of marketing activities in enterprises has always posed some challenges, the main goal is to revise the mechanisms for evaluating the effectiveness.

Keywords: Digital economy, manufacturing, marketing activities, evaluation mechanisms.

Mamlakatimiz raqamli iqtisodiyot bosqichga ko‘tarilishi oqibatida ishlab chiqarish, xizmat ko‘rsatish va boshqa sohalarda keng ko‘lamli ishlar amalga oshirilmoqda. Shu qatorda ishlab chiqarish korxonalarining ham faoliyatiga tubdan o‘zgartirishlar kiritilmoqda. Asosan ishlab chiqarish korxonalarining umumiy faoliyati va marketing faoliyati samaradorligini to‘g‘ri baholash hamda baholash mexanizmlarini takomillashtirishga alohida e’tibor berilmoqda.

Zero, har bir xo‘jalik yurituvchi sub’yektlar oxirgi natijalarini sarhisob qilishi, faoliyatining samaradorligini to‘g‘ri baholash hamda maqbul baholash mexanizm-larini takomillashtish bugungi korxonalar oldidagi asosiy vazifalardan biridir.

Mamlakatimiz Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2020 yil 1 maydagi “Hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishni reyting baholash tizimini joriy etish to‘g‘risida”gi PQ-4702-sonli Qarorida “...hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning hozirgi holatini chuqur tahlil qilishda istiqbolga yo‘naltirilgan maqsadli dasturlarni ishlab chiqish uchun uni kompleks baholashning hamda yuzaga kelayotgan muammolarni hal qilish bo‘yicha kompleks chora-tadbirlar ishlab chiqqan holda ularga tezkorlik bilan va lozim darajada javob qaytarishning

yagona muvofiqlashtirilgan mexanizmi yo‘qligi to‘sqinlik qilmoqda...” deya ta’kidlab o‘tilgan. Ushbu qarorda ham hududlardagi ishlab chiqarish korxonalari faoliyatini baholash tizimini joriy qilish va takomillashtirish vazifalari belgilab berilgan. Bunda korxonalarning marketing faoliyatini samaradorligini ham baholash mexanizmlarini takomillashtirish vazifasi ham belgilangan.

Marketing bu nafaqat falsafa, fikrlash tarzi va iqtisodiy tafakkur yo‘nalishi, ammo ayrim firma, kompaniya, tarmoq va butun iqtisodiyot bo‘yicha amaliyot faoliyati hamdir. AQSH va boshqa xorijiy davlatlar iqtisodiy adabiyotlarida marketing ta’rifini ko‘p turlari mavjuddir.

Marketing faoliyati[1] – mijozlarni jalb qilish, sotishni ko‘paytirish va ijobiy tovar imidjini yaratishga qaratilgan loyihalardir.

Taniqli olimlardan M. Tugan-Baranovskiy, L.V. Balabanova marketing samaradorligini quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha baholashni taklif qiladi:[2] xaridorlar, marketing integratsiyasi, ma’lumotlarning yetarliligi, strategik yo‘nalish, operatsion samaradorlik. Biroq, ular ushbu sohalarni baholash ko‘rsatkichlari tizimini va samaradorlikni hisoblash algoritmini aniqlamaydilar.

Marketing yangi amaliyot emas (aslida u asrlar davomida mavjud bo‘lgan), ammo ishlab chiqarish makonidagi ba’zi kompaniyalar uchun uning samaradorligini oshirish imkoniyati hali ham mavjud - ayniqsa, onlayn.

Ishlab chiqarish sanoati uchun marketing narxlar, mahsulotlar va sotishlarga ta’sir qiluvchi biznesning hal qiluvchi qismidir. Shunday qilib, marketingni o‘zingizning biznesingiz muvaffaqiyati uchun qanday ishlatish keragligini tushunish muhimdir.

Ko‘pgina ishlab chiqaruvchi kompaniyalar ishlab chiqarish korxonalari marketing strategiyasini belgilashda mahsulot ishlab chiqarishni oldinga va markazga qo‘yadilar. Bu albatta muhim bosqich; axir malakali potentsialni yaratish raqamli marketingning umumiy maqsadi. Biroq, o‘z maqsadlaringizga erishishga e’tibor qaratish o‘rniga , xaridorlarning maqsadlarini o‘rganishga ham e’tibor qaratish lozim .

Masalan, bugungi kunda aksariyat ishlab chiqaruvchilar va sanoat kompaniyalari muhandislar, ta’minot menejerlari va MRO bilan bog‘lanishadi. Ushbu B2B xaridorlarini tushunish - ularning muammolari, qiziqishlari va jarayonlari - ularning ehtiyojlarini qondirish va yangi biznesni boshlash uchun siz ishlab chiqayotgan barcha ajoyib tarkibni yaxshiroq moslashtirishga yordam beradi. Korxonaning barcha bo‘linmalari bozorning yo‘nalishiga ta’sir ko‘rsatadigan qarorlarni marketing bo‘limining tavsiyalari asosida qabul qilishlari kerak.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, marketing faoliyati samaradorligini baholash mexanizmlari quyidagi takliflarni keltirishimiz mumkin:

- bozor holatini baholash, korxonaning tijorat faoliyati natijalari va ularga ta’sir etuvchi omillarni doimiy ravishda tahlil qilish; vaziyatni tahlil qilish orqali korxonaning sotish ulushi va bozor ulushini prognozlarini ishlab chiqish;

[1] http://styleproject.ru/blog/marketingovie-meropriyatiya

[2] https://nt-csm.ru/uz/sistema-pokazatelei-dlya-opredeleniya-effektivnosti-marketingovoi-deyatelnosti-marketingovye-pokazate.html

- korxonaning boshqa bo‘linmalari va korxona rahbariyati bilan birgalikda ichki va tashqi bozorlarda korxonaning bozor faoliyati uchun maqsad va strategiyalarni ishlab chiqish;
- umumiy va individual mahsulot guruhlari uchun korxona uchun uzoq muddatli va joriy marketing rejalarini ishlab chiqish va ushbu sohada korxona bo‘linmalarining faoliyatini muvofiqlashtirish;
- ishlab chiqarish korxonalari va uning bo‘linmalarining marketing faoliyatini tezkor axborot bilan ta’minlash;
- ishlab chiqarish korxonalarining samaradorligini oshirish uchun uning ishlab chiqarish va marketing faoliyatini takomillashtirish, mahsulot turlarini o‘zgartirish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqish;
- tashqi tashkilotlar bilan, ba’zi hollarda korxonani boshqa tashkilotlar, korxonalar, shaxslar bilan munosabatlarda vakillik qilish uchun tavsiyalar ishlab chiqish. Bunday aloqalarning tartibi va darajasi korxona rahbariyati tomonidan belgilanadi;
- muvaffaqiyatli va ishonchli kompaniya imidjini yaratish.

Xulosa qilib shularni aytish mumkinki, ishlab chiqarish korxonalarida marketing faoliyati samaradorligini to‘g‘ri baholash hamda baholashning mexanizmlarini joriy etish orqali korxonaning intensivligini oshirish mumkin bo‘ladi. Korxona marketologlari tomonidan ishlab chiqarish jarayonlariga ta’sir etishi mumkin bo‘lgan omillarni to‘g‘ri baholay olish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. U.Sharifxodjayev, Z.Xakimov. Interaktiv va raqamli marketing. O‘quv qo‘llanma. – T.: Iqtisodiyot. 2019.-271 b
2. Ergashxodjaeva Sh. J., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing. Darslik.- T.: Iqtisodiyot, 2018.-315 b.
3. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Samadov A.N., Alimxodjayeva N.E., Sharipov I.B. Marketing kommunikatsiyasi. O‘quv qo‘llanma.-T.:Iqtisodiyot, 2019.-418 b.

Н.Б.Яхёхонов – базовый докторант СамИЭС
Ш.Ш.Наркулова– ассистент каферды “Маркетинг”, СамИЭС

РОЛЬ ИНСТРУМЕНТОВ ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

Аннотация: в статье проанализирован механизм взаимодействия интернет-магазина с покупателями средствами цифровой маркетинга. Выявлены общие особенности инструментов цифровой маркетинга по сравнению с традиционными медиа. Показано, что все используемые интернет-магазинами инструменты дают возможность работать избирательно с достаточно узкими сегментами аудитории.

Ключевые слова: интернет-магазин, поисковая реклама, веб-сайт, SMM, email маркетинг.

Аннотация: мақолада рақамли маркетинг орқали мижозлар билан онлайн-дўконнинг ўзаро таъсир механизми таҳлил қилинган. Рақамли маркетинг воситаларининг анъанавий ахборот воситаларига нисбатан умумий хусусиятлари

очиб берилган. Онлайн дўконлар томонидан ишлатиладиган барча воситалар жуда тор аудитория сегментлари билан танлаб ишлашга имкон беради.

Калит сўзлар: online дўкон, қидирув тизими, реклама, сайт, SMM, e-mail marketing.

Abctract: The article analyzes the mechanism of interaction of an online store with customers by means of digital marketing. The general features of digital marketing tools in comparison with traditional media are revealed. It is shown that all the tools used by online stores make it possible to work selectively with narrow audience segments.

Keywords: online shopping, search advertising, website, SMM, e-mail marketing.

Маркетинговое продвижение товаров в Интернет-магазинах выполняется, преимущественно, средствами цифровой-маркетинга. Цифровой маркетинговые коммуникации представляют собой персонализированное и таргетированное он-лайн взаимодействие компании с покупателями, интегрированное в общую систему маркетинговых коммуникаций, осуществляемое посредством использования цифровых каналов коммуникаций (Интернет, e-mail, мобильный телефон, цифровое ТВ) и информационных технологий с целью непрерывного диалога с покупателем и управления его лояльностью. Рассмотрим основные инструменты цифровой маркетинга, актуальные для Интернет-магазинов.

1) Поисковая реклама. В ответ на поисковые запросы пользователей происходят показы рекламных объявлений. Часть пользователей нажимают на них (происходят клики) и переходят на страницы рекламируемых сайтов. Важным показателем объявлений является «кликабельность» (отклик, CTR), определяемая как процентное отношение количества кликов к количеству показов. Интернет-магазины оплачивают системам контекстной рекламы каждый клик, причём цена клика варьируется в широких пределах в зависимости от уровня конкуренции между рекламодателями. Чем большую цену Интернет-магазин готов платить за один клик, тем выше поднимается его объявление на странице поисковика. Кроме того, системы контекстной рекламы стимулируют рекламодателей улучшать «кликабельность», она влияет на позицию объявления не меньше, чем цена клика. Например, если «кликабельность» снижается в 2 раза, то Интернет-магазину для сохранения позиции объявления приходится платить за каждый клик в 2 раза большую сумму. Необходимым условием эффективности поисковой рекламы является непрерывная тщательная работа с поисковыми запросами. Следует повышать позиции объявлений по тем запросам, которые приводят в Интернет-магазин покупателей и дают прибыль. И, наоборот, нет смысла нести большие затраты на показы рекламы по малоприбыльным или убыточным запросам. Однако, во втором случае, помимо низкого качества привлекаемой поисковым запросом аудитории, надо обратить внимание на следующие возможные причины отсутствия прибыльности:

— содержание рекламного объявления не соответствует поисковым запросам, по которым его видят пользователи;

— посадочная страница Интернет-магазина (landing page), на которую

попадают посетители после рекламы, не соответствует поисковым запросам и объявлениям, которые этих посетителей привлекают;

— есть другие проблемы, не имеющие прямого отношения к настройкам поисковой рекламы, но больше связанные с ассортиментом, сайтом, сервисом или репутацией Интернетмагазина.

2) Медийная реклама обычно даётся в имиджевых целях, для повышения узнаваемости бренда, для формирования спроса на новые продукты. Таргетинг на целевую аудиторию осуществляется по тематике рекламных площадок, по социально-демографическим характеристикам пользователей и по их ранее наблюдавшимся предпочтениям в Интернете. Рекламные объявления выполняются в графическом или видео-форматах, таким образом, чтобы оказать имиджевый эффект на пользователя даже в том случае, если он не перейдёт по объявлению на сайт Интернет-магазина. Основная коммуникация происходит на баннерах, которые обычно размещаются на площадках с высокой посещаемостью. Для повышения запоминаемости, объявление показывается по несколько раз одному и тому же пользователю. Имиджевая реклама обычно доступна только крупным рекламодателям с большими бюджетами[1].

3) Поисковая оптимизация (SEO) — это процесс работы над сайтом с целью увеличения релевантности ресурса определенным, заранее известным ключевым словам, повышения популярности сайта для поисковых машин и, соответственно, роста позиций в поисковых результатах для привлечения большего количества посетителей. Важнейшим этапом поисковой оптимизации Интернет-магазина является составление семантического ядра — списка запросов, по которым сайт будет продвигаться в поисковиках.

Запросы, входящие в семантическое ядро, существенно различаются по частоте их использования посетителями поисковых систем. Каждый высокочастотный (ВЧ) запрос будет приводить в Интернет-магазин много посетителей. Однако, количество разных ВЧ запросов невелико и пришедшие по ним посетители редко совершают покупки. Это связано с тем, что ВЧ запросы обычно являются обобщёнными названиями категорий, и их используют пользователи, которые ещё, не определились с выбором конкретной модели товара. Продвижение по ВЧ запросам могут позволить себе только крупные Интернет-магазины с большими бюджетами. По ВЧ запросам целесообразно приводить посетителей на главную страницу сайта, либо на страницы крупных разделов. По НЧ запросам, наоборот, целесообразно приводить посетителей на страницы карточек товаров. Обычно НЧ запросы содержат названия конкретных моделей товаров, их применяют пользователи, которые уже определились с выбором и точно знают, что им нужно. Поэтому, приходящие по НЧ запросам посетители, совершают покупки чаще. Кроме того, такие запросы обычно дают Интернет-

[1] Никулин Д.Н., Каточков В.М. Роль инструментов диджитал маркетинга в деятельности Интернет-магазинов // ПСЭ. 2015. №2 (54). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-instrumentov-didzhital-marketinga-v-deyatelnosti-internet-magazinov (дата обращения: 01.02.2021).

магазину большую посещаемость, поскольку количество разных НЧ запросов велико.

4) Веб-сайт. Улучшение сайта Интернет-магазина косвенно сказывается на продвижении этого сайта в поисковых системах. Однако, главной целью работы по улучшению сайта является повышение конверсии посетителей в покупатели. Для пользователей необходимо максимально упростить достижение основных целей (поиск информации, взаимодействие с оффлайн службами Интернет-магазина, оформления заказа). Кроме того, все элементы сайта должны способствовать повышению доверия к компании в целом. Большое значение для повышения конверсии имеют следующие страницы и элементы сайта Интернет-магазина:

— карточки с подробными данными о каждом товаре (название модели, фотографии, цена, описание, характеристики, отзывы, рекомендации), содержащие также информацию об условиях доставки и возврата, о наличии товара в офлайн магазинах с возможностью просмотра их расположения на интерактивных картах;

— страницы оформления заказа, позволяющие отредактировать количество товара в корзине, выбрать способ оплаты и доставки, ввести адрес доставки и контактные данные;

— инструменты, позволяющие быстро найти необходимый товар (поиск по сайту и фильтрация по наиболее важным параметрам);

— функционал для табличного сравнения товаров по всем характеристикам;

— разнообразные способы связи посетителя с отделом продаж, в том числе обратный звонок и онлайн-чат;

— системы веб-аналитики, позволяющие собирать и анализировать данные о поведении посетителей сайта в целях оценки эффективности рекламных кампаний и изменений на сайте.

5) Маркетинг в социальных медиа (SMM). Социальными площадками являются социальные сети, сайты-отзовики, форумы и любые другие площадки, где могут общаться пользователи. Одной из наиболее актуальных для Интернет магазинов SMM задач является управление репутацией. Компания должна тщательно мониторить появление в сети негатива в свой адрес. При обнаружении очередного негативного комментария, независимо от степени его конструктивности, в первую очередь, необходимо просить автора негатива указать конкретные факты. Если они действительно имели место, необходимо оперативно возмещать потери покупателя, решать его проблему, и отражать это решение на социальной площадке. Если же факты не подтверждаются, необходимо указывать на это автору, что само по себе обычно ставит точку в конфликте. Конструктивный негатив может быть полезен, как источник информации для улучшения сервиса магазина. Деструктивный негатив обычно создаётся обиженными посетителями, конкурентами или троллями (людьми, провоцирующими конфликт исключительно ради собственного удовольствия и самоутверждения).

Правила работы с негативом существенно зависят от его типа. Однако в любом случае надо помнить, что реакция на негатив даётся не только для его автора. В дальнейшем она влияет на отношение к компании других пользователей, ознакомившихся с перепиской.

Интернет-магазины нуждаются в положительных отзывах покупателей, поскольку это существенно влияет на принятие решения о покупке новыми посетителями. Довольные покупатели редко пишут отзывы по собственной инициативе, обычно Интернет-магазинам приходится стимулировать их к этому путём предоставления скидок на следующие покупки. Более того, положительные отзывы обычно пишут сами сотрудники Интернет-магазина, либо нанятые специалисты за деньги.

6) Email маркетинг предназначен в большей степени для удержания привлечённых ранее клиентов. Подписчики регулярно получают на электронную почту информационные и продающие рассылки, которые, помимо дополнительных продаж, повышают узнаваемость компании[1]. В отличие от многих других видов цифровой маркетинга, при создании email рассылок не возникают затраты на оплату рекламных объявлений, и это обуславливает высокую экономическую эффективность этого инструмента. Не случайно, многие Интернет-магазины готовы предлагать посетителям сайта существенные скидки в обмен на оставленный email. Следует избегать навязчивой рекламы в email маркетинге, поскольку это раздражает подписчиков. Рассылки должны состоять преимущественно из полезной информации, интересной для пользователей. Главная цель — вызывать положительные эмоции, формировать доверие к компании, повышать лояльность клиентов. Email является прекрасным инструментом для получения обратной связи. Например, можно предлагать клиентам после покупки заполнять анкету для оценки качества работы службы доставки. Таким образом, Интернет-магазин может получать ценную информацию для улучшения сервиса.

Исходя из ввышеуказанного, инструменты цифровой маркетинг отличаются от традиционных медиа (телевидения, радио, наружной рекламы и прессы) тем, что дают пользователям возможность активного выбора. Вводя запросы в поисковых системах и кликая по ссылкам на сайтах, пользователи выбирают то, что им в данный момент интересно. Причем, в момент выбора происходит взаимодействие, в котором можно выделить действия пользователя и действия Интернет-магазина. Действия пользователя — это его поисковые запросы и клики по ссылкам. Действия Интернет магазина — это заранее запрограммированные штатными или нанятыми специалистами реакции рекламных систем и сайтов на действия пользователя. В результате этого взаимодействия посетителю предоставляется интересующий его товар. В то же время, Интернет-магазины, выполнившие программирование этого взаимодействия некорректно, не будут найдены пользователями и потеряют клиентов.

[1] https://ru.wikipedia.org/wiki/Email-%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3

V ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЎРНИ ВА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

О.Д.Хамракулова – к.э.н., доцент кафедры «Банковское дело»
Самаркандского института экономики и сервиса

ИНВЕСТИЦИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ УЗБЕКИСТАНА

Аннотация: в работе показана роль, необходимость и перспективы инвестирования в подготовку высококвалифицированных кадров Узбекистана.

Ключевые слова: инвестиции, сфера услуг, кадры.

Annotatsiya: asar O‘zbekistonda yuqori malakali kadrlar tayyorlashda sarmoyaning o‘rni, zaruriyati va istiqbollarini ko‘rsatadi.

Kalit so‘zlar: investitsiyalar, xizmatlar, xodimlar.

Abstracts: the work shows the role, necessity and prospects of investing in the training of highly qualified personnel in Uzbekistan.

Keywords : investments, services, personnel.

Ускорение и расширение масштабов модернизации, технического и технологического обновления нашей экономики предъявляет новые требования к развитию всех его отраслей. В этой связи, заслуживает внимание использование инвестиций в сфере услуг. Стимулирование научно – исследовательской и инновационной деятельности, создание эффективных механизмов внедрения научных и инновационных достижений в практику определены в качестве важнейших направлений развития сферы образования и науки в стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017 – 2021 годах.

В Узбекистане принята «Стратегия инвестиционной политики Республики Узбекистан до 2025 года», в которой дан анализ международного опыта, тенденций и проблем развития инвестиционных процессов, экономики республики, ее отраслей и регионов. [1]

Целью стратегии инвестиционной политики до 2025 г. является повышение конкурентоспособности и сбалансированности экономики, развитие производства и экспортного потенциала, развитие регионов и улучшение условий жизни населения. В соответствии с Инвестиционной программой РУ на 2021-2023 годы предусматривается освоение централизованных и нецентрализованных инвестиций в размере 928,7 трлн сумов, в том числе $37,5 млрд иностранных инвестиций. [2].

Рынок услуг, развивающийся по законам рыночной экономики, является разновидностью товарного рынка и вместе с этим, имеет ряд специфических черт, что обуславливает особый подход к предпринимательской и маркетинговой деятельности, призванной обеспечить удовлетворение спроса на услуги. Сфера услуг может обеспечивать работой большое число людей, в связи с чем восстановление и расширение деятельности предприятий и самозанятых в сфере услуг может в значительной степени содействовать решению проблемы занятости населения. В Узбекистане на сферу услуг приходятся 35% ВВП, и в данной сфере работают 40% занятого населения. Для сравнения: доля сектора услуг в ВВП в России составляет 68%, Казахстане – 64%, Беларусии – 59%, Южной Кореи – 60%. Кроме этого, 75% создаваемых новых рабочих мест в Южной Кореи приходятся на сферу услуг [3].

Развитие рыночной экономики в нашей стране требует активного использования инвестиций, инноваций в сферу услуг. В качестве инновации (новшества, нововведения) в сфере услуг выступает результат инновационной деятельности (сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация сервисной деятельности и др.), который способен более эффективно удовлетворять общественные потребности.

Особенно, хотим, обратить внимание на развитие инноваций в сфере образовательных услуг. В целях определения приоритетных направлений системного реформирования высшего образования в Республике Узбекистан, поднятия на качественно новый уровень процесса подготовки самостоятельно мыслящих высококвалифицированных кадров с современными знаниями и высокими духовно-нравственными качествами, модернизации высшего образования, развития социальной сферы и отраслей экономики на основе передовых образовательных технологий был принят указ Президентом Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёевым «Об утверждении Концепции развития системы высшего образования Республики Узбекистан на период до 2030 года» от 8 октября 2019 года No УП-5847 предусмотрен поэтапный переход к внедрению передовых стандартов высшего образования. [4].

Перед высшими образовательными учреждениями поставлена задача постепенного перевода учебного процесса на кредитно-модульную систему. Кредитно-модульная система должна быть внедрена в 16% высших образовательных учреждений в 2023 году, в 57% –в 2025 году и 85 % –в 2030 году.

Особое внимание будет уделено повышению охватом и качества высшего образования**.** Начиная с 2021 года число государственных грантов на получение высшего образования будет увеличено не менее чем на 25%. В настоящее время молодёжь стремится поступать в самые престижные университеты, но среди вузов нет конкуренции за привлечение образованной и талантливой молодёжи. В связи с этим **будет введена система предоставления частным вузам государственного заказа на подготовку востребованных специалистов.** В целях усиления преемственности между университетами и нижними звеньями системы образования 65 академических лицеев будет передано в ведение высших учебных заведений, а 187

техникумов — закреплено за профильными университетами и отраслевыми предприятиями. **В 2021 году 30 ведущих университетов страны получат право самостоятельно разрабатывать учебные планы, определять квоты приема и решать финансовые вопросы.** Число докторантов в вузах и научно-исследовательских организациях достигнет 4500(в 2021 году), что в 3 раза больше, чем в 2017 году. На эти цели из бюджета будет выделено дополнительно 240 млрд сумов.

Согласно международному опыту научным советам ведущих вузов республики будут переданы полномочия по присвоению научных званий доцента и профессора, научных степеней доктора философии и доктора наук. В 2020 году впервые были приняты меры по комплексному развитию математики, химии, биологии и геологии как приоритетных направлений образования и науки. В частности, создано 98 специализированных школ и Университет геологических наук. Кардинально пересмотрены учебные программы, увеличен размер заработной платы преподавателей.

Таким образом, подводя итог вышеизложенному, необходимо отметить, что настало время кардинальных и глубоких изменений в сфере в подготовке высококвалифицированных кадров: обеспечение конкурентоспособности отечественной, особенно, академической, науки и соответствия её высокому мировому уровню, поднятия престижа научной деятельности, приток одаренной молодежи в другие сферы, сохранения тенденции повышения среднего уровня научных кадров, организации при вузах научно-экспериментальных лабораторий, центров высоких технологий и технопарков. Реализация этих мер позволит усилить роль инвестиций в социально-экономическом развитии страны.

Список использованной литературы:

1.www uza uz
2.www sputnik uz
3. Review uz
4. Газета uz

З.Ш.Хайдаров – СамИСИ, «Банк иши» кафедра в.б.доценти, и.ф.н.

ТИЖОРАТ БАНКЛАРИ АКТИВ ВА ПАССИВЛАРИНИ БОШҚАРИШ: ҲОЛАТИ, МУАММОЛАРИ ВА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: Ушбу илмий маколада тижорат банклари актив ва пассивларини бошқаришдаги ҳолат, муаммолар, ечимлари ва бошқаришни такомиллаштириш йўналишлари ёритиб берган.

Калит сўзлар: пул оқимлари, валюта курси, регулятив капитал, пассив фоиз ставкалари жозибадорлиги, тўғри РЕПО, тескари РЕПО, қимматли қоғозлар проспекти, нобарқарор молиялаштириш манбалари.

Аннотация: В данной научной статье описывается состояние, проблемы, решения и направления совершенствования управления активами и пассивами

коммерческих банков.

Ключевые слова: денежные потоки, обменный курс, регулятивный капитал, привлекательность пассивных процентных ставок, прямое РЕПО, обратное РЕПО, проспект ценных бумаг, нестабильные источники фондирования.

Abstract: This scientific article describes the state, problems, solutions and directions for improving the management of assets and liabilities of commercial banks.

Key words: cash flows, exchange rate, regulatory capital, attractiveness of passive interest rates, direct repo, reverse repo, prospectus, unstable sources of funding.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли фармони билан тасдиқланган “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси”да илғор халқаро тажрибада қўлланиладиган инструментлардан фойдаланган ҳолда пул-кредит сиёсатини такомиллаштириш, шунингдек валютани тартибга солишда замонавий бозор механизмларини босқичма-босқич жорий этиш ва миллий валютанинг барқарорлигини таъминлаш, банк тизимини ислоҳ қилишни чуқурлаштириш ва барқарорлигини таъминлаш,банкларнинг капиталлашув даражаси ва депозит базасини ошириш, уларнинг молиявий барқарорлиги ва ишончлилигини мустаҳкамлаш макроиқтисодий барқарорликни янада мустаҳкамлаш ва юқори иқтисодий ўсиш суръатларини сақлаб қолишнинг зарурий шартларидан бири сифатида белгилаб берилганлиги тижорат банклари активлари ва пассивларини бошқаришни сифат жиҳатдан янги босқичга олиб чиқиш заруриятини юзага келтиради[1].

Республикамиз тижорат банклари активларини бошқаришни такомиллаштириш билан боғлиқ бўлган муаммоларнинг мавжудлиги кузатилмоқда. Хусусан:

1. Тижорат банклари активларининг умумий ҳажмида даромад келтирмайдиган активларнинг (кассадаги нақд пуллар, тижорат банкларининг миллий валютадаги ва хорижий валютадаги “Ностро” вакиллик ҳисобрақамидаги пул маблағлари) салмоғини нисбатан юқори эканлиги.

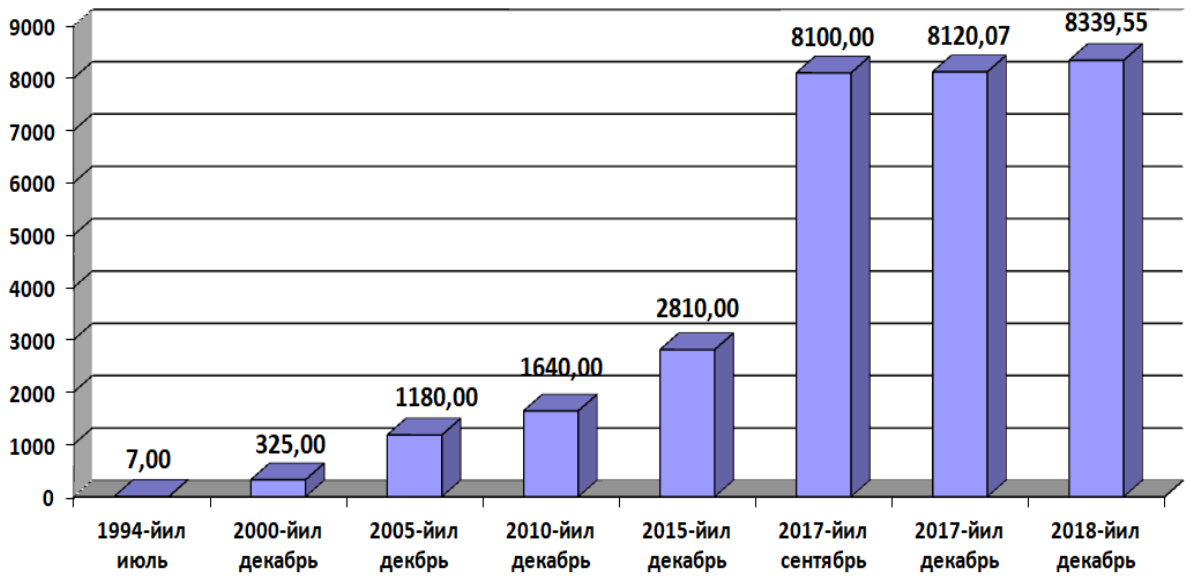
Тараққий этган мамлакатлар тижорат банкларининг активлари таркибида салмоғига кўра иккинчи ўринни (биринчи ўринни кредитлар эгаллайди) банкнинг қимматли қоғозларига қилинган инвестициялари эгаллайди. Ўзбекистон Республикаси тижорат банклари активларининг таркибида эса, салмоғига кўра иккинчи ўринни кассали активлар эгаллайди. Бу эса, активларнинг даромадлилик даражасини паст эканлигидан далолат беради.

2. Муддати ўтган кредитлар миқдорининг катта эканлиги.

Айниқса, давлат дастурлари доирасида берилган кредитлар бўйича муддати ўтган қарздорлик миқдори катта.

3. Миллий валютанинг қадрсизланиш суръатининг юқори эканлиги.

[1]Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли фармони. Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида//Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами. – Тошкент, 2017. – № 6 (766). – 32-б.



1-расм. Миллий валюта-сўмнинг 1 АҚШ долларига нисбатан номинал алмашув курси, сўм (2017 йил декабрь 8120.07 сўм, 2018 йил декабрь 8339.55 сўм)[1]

1-расм маълумотларидан кўринадики, сўм муомала киритилган 1994 йилнинг июл ойидан 2017 йилнинг сентябр ойига қадар бўлган даврда сўмнинг АҚШ долларига нисбатан жуда юқори даражадаги қадрсизланиш суръати (1157 марта!) кузатилган.

Тижорат банклари активларини бошқаришни такомиллаштиришни асосий йўналишлари бўлиб қуйидагиларни ҳисоблаш мумкин:

1. Активларнинг оптимал таркибини шакллантириш;
2. Активларнинг даромадлилиги ва риск даражалари ўртасидаги мутаносибликни таъминлаш;
3. Пул оқимларига бўлган барча эҳтиёжларни қондириш имконини берадиган даражада ликвидлиликни сақлаш;
4. Активларнинг фоиз ставкалари ва валюта курсларининг тебранишларига нисбатан мослашувчанлигини таъминлаш.

Тараққий этган мамлакатларда тижорат банклари пассивларининг умумий ҳажмида салмоғига кўра иккинчи ўринни (биринчи ўринда депозитлар) банкнинг қимматли қоғозларини сотишдан олинган пул маблағлари эгаллайди. Ўзбекистон Республикасида эса, тижорат банклари пассивларининг умумий ҳажмида салмоғига кўра иккинчи ўринни регулятив капитал эгаллайди. Бу эса, банкларнинг қимматли қоғозлар билан амалга ошириладиган эмиссион операцияларининг ривожланмаганлиги билан изоҳланади.

Депозитлар тижорат банкларининг пассивлари таркибида энг юқори салмоққа эга бўлганлиги сабабли, унинг етарлилигини таъминлаш тижорат

[1] ЎР МБ расмий сайти маълумотлари асосида (www.cbu.uz).

банкларининг кредитлаш салоҳияти ошириш ва инвестицион операцияларини ривожлантиришда муҳим ўрин тутади.

Тижорат банклари капиталининг етарлилигини таъминлаш уларнинг тўловга қобиллигини таъминлашнинг бирламчи зарурий шарти ҳисобланади.

Тижорат банклари Марказий банк билан тўғри РЕПО ва тескари РЕПО операцияларини амалга оширадилар ва тижорат банкларининг ликвидлилигини таъминлашда муҳим ўрин тутади.

Тижорат банки томонидан муомалага чиқарилган қимматли қоғозларнинг инвестицион жозибадорлигини таъминлаш уларни бозор баҳоларида сотиш имконини беради. Бу эса, банкнинг ресурс базасини мустаҳкамлаш нуқтаи-назаридан муҳим аҳамият касб этади.

Республикамиз тижорат банкларининг пассивларини бошқаришни такомиллаштириш билан боғлиқ бўлган муаммолар қуйидагилар бўлиши мумкин:

1. Тижорат банкларининг ресурс базасининг етарли эмаслиги.

2018 йилнинг 1 январ ҳолатига кўра, Ўзбекистон Республикаси тижорат банкларининг жами депозитлари ҳажмида талаб қилиб олинадиган депозитларнинг салмоғи 59,5 фоизни ташкил этди. Бу эса, банкларнинг депозит базасини етарли эмаслигини кўрсатади. Чунки, тижорат банкининг депозит базаси етарли бўлиши учун талаб қилиб олинадиган депозитларнинг жами депозитлардаги салмоғи 30 фоиздан ошмаслиги керак.[1]

2. Тижорат банкларининг қимматли қоғозлар билан амалга ошириладиган эмиссион операцияларининг ривожланмаганлиги.

2018 йилнинг 1 январ ҳолатига кўра, Ўзбекистон Республикаси тижорат банкларининг пассивлари миқдори 84 075 трлн. сўмни ташкил этди. Шунинг атиги 1,3 фоизини тижорат банкларининг қимматли қоғозларини сотишдан олинган пул маблағлари ташкил етди[2].

3. Тижорат банклари капиталининг таркибида девалвация захираси ва имтиёзли кредитлаш фондининг маблағлари каби нобарқарор молиялаштириш манбаларининг мавжудлиги.

Базел стандартининг талабларига кўра, девалвация захирасини тижорат банкларининг капитали таркибига киритиш мумкин эмас. Республикамиз тижорат банкларида эса, девалвация захираси биринчи даражали капитал таркибига киритилган. Ҳолбуки, биринчи даражали капитал фақат барқарор молиялаштириш манбаларидан ташкил топган бўлиши керак. Тижорат банки оғир молиявий аҳволга тушиб қолганида, биринчи даражали капиталдан фойдаланиш йўли билан ана шу оғир аҳволдан чиқиб кетиши лозим.

4. Тижорат банкларида узоқ муддатли ресурсларнинг етишмаслиги.

Тижорат банклари ресурсларининг асосий қисмини (70 фоиздан ортиқ қисмини) қисқа муддатли ресурслар ташкил этади. Бу эса, тижорат банкларининг узоқ муддатли актив операциялари ҳажмини оширишга тўсқинлик қилади.

---

[1] https://cbu.uz/oz/ Марказий банк маълумотлари.

[2] www.cbu.uz сайти маълумотлари асосида муаллифлар томонидан ҳисобланган.

Тижорат банклари пассивларини бошқаришни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари бўлиб қуйидагиларни ҳисоблаш мумкин:

1. Пассивларнинг оптимал таркибини шакллантириш.
2. Депозитларнинг етарлилигини таъминлаш.
3. Регулятив капиталнинг етарлилигини таъминлаш.
4. Пассивларнинг фоиз ставкалари ва валюта курсларининг тебранишларига нисбатан мослашувчанлигини таъминлаш.
5. Банк томонидан муомалага чиқарилган қимматли қоғозларнинг инвестицион жозибадорлигини таъминлаш.

Хулоса, тижорат банкларни актив ва пассивларни бошқаришни такомиллаштиришни асосий йўналишларини аниқлаб олиш банкни фойдасини оптималлаштиради, ликвидлигини таъминлайди, рискини минималлаштиради ва молиявий барқарорлигини таъминлайди.

D.R. Abdikarimova– Toshkent moliya instituti dotsenti, PhD

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA BANK KREDITLARI GAROV TA'MINOTINI BAHOLASH FAOLIYATINI TARTIBGA SOLISH MASALALARI

Annotatsiya: Quyida bank kreditlari garov ta'minotini baholashda raqamli texnologiyalarning o'rni va ushbu faoliyatni tartibga solish mexanizmlari yoritilgan. Shuningdek, garov ta'minotini baholash faoliyatini tartibga solishning xalqaro tajribasi tahlil qilingan hamda tegishli ilmiy xulosalar va tavsiyalar shakllantirilgan.

Kalit so'zlar: garov ta'minoti, bank krediti, baholash, garov ta'minotini tartibga solish.

Аннотация: Ниже описывается роль цифровых технологий в оценке обеспечения банковского кредита и механизмы регулирования этой деятельности. Также анализируется международный опыт регулирования деятельности по оценке залогового имущества и формируются соответствующие научные выводы и рекомендации.

Ключевые слова: залог, банковский кредит, оценка, регулирование залога.

Abstract: There are described the role of digital technologies in the collateral assessment of bank loan and the mechanisms for regulating this activity. It also analyzes the international experience in regulating collateral assessment activities and forms relevant scientific conclusions and recommendations.

Keywords: collateral, bank loan, assessment, collateral regulation.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida garov ta'minotini boshqarish kreditlarni boshqarishda eng muhim jihatlardan hisoblanadi. Bugungi kunda kredit berishda garov ta'minotining eng muhim jihatlariga e'tibor qaratilmoqda, chunki bozorda garov ta'minotining qiymatlari tez-tez o'zgarib turishi jarayonni murakkablash-tirishi mumkin. Garov ta'minotini baholashda axborotning uzluksizligi, garovga qo'yiladigan talablarning shaffof emasligi va zaxiralar to'g'risidagi ma'lumotlar

ushbu jarayonni tadqiq qilishning dolzarbligini yanada oshiradi.

Turli banklar tomonidan garov ta’minotini boshqarish va baholash bir-biridan farq qiladi, har bir bankning hajmi, shakli, mahsuloti, geografiyasi va ishbilarmonlik modelini hisobga olgan holda bir xil yondashish to‘g‘ri kelmaydi.

Ushbu masalalarni hal qilishda raqamli texnologiyalardan ham maqsadli foydalanish zarur. Bugungi kunda raqamli texnologiyalar orqali qarz olish imkoniyatlari mavjud, ammo bu garov ta’minotini baholash bilan bog‘liq barcha moliyaviy muammolarni hal qilolmaydi. Masalan, hozirda mobil kredit mavjud bo‘lgan taqdirda ham kredit olish juda qimmat bo‘lib qolmoqda. Agar katta miqdordagi garov ta’minoti bilan ta'minlash talab qilinsa, ko‘char yoki ko‘chmas mol-mulkni garovga qo‘yishda ko‘pgina mamlakatlarda qonunlar va garov ta’minotini boshqarish bilan bog‘liq jiddiy muammolar yuzaga kelmoqda. Bu xarajatlarni, shu jumladan, yuridik to‘lovlarni oshirishi mumkin va vaqt bilan bogliq muammolarni keltirib chiqaradi [1] . Shu sababli hali ushbu sohadagi muammolarni hal qilish uchun ko‘plab izlanishlar olib borilishi zarur.

Baholovchi kompaniyalarning raqamli texnologiyalardan foydalanishi bozorning tub o‘zgarishlariga baholovchi kompaniyalarning moslashayotganligini aks ettiradi, chunki bugungi kunda tez o‘zgaruvchan sharoitda kompaniyalar yanada samarali rivojlanish uchun turli yo‘nalishdagi o‘zgarishlarni amalga oshirishga harakat qiladi. Xususan, bugungi kunda Rossiyada turli banklarning turar-joy ko‘chmas mulkini baholash bo‘yicha hisobotlar shakllari va turlariga bo‘lgan talablari ko‘pligi sababli DomKlik, Bank-Appraiser va Mobile Appraiser kabi onlayn tizimlar joriy etilgan[2].

Raqamli iqtisodiyot sharoitida banklar tomonidan garov ta’minotini baholash faoliyatini tartibga solish masalalari muhim hisoblanadi. Banklar tomonidan garov ta’minotidan foydalanish amaliyoti bugungi kunda kichik va o‘rta biznes vakillari uchun keng qo‘llaniladi. Kichik va o‘rta biznes vakillari o‘zlarining firmalarini moliyalashtirish uchun o‘z uylarini garovga qo‘yishlari odatiy holdir. 2019-yilda Financial Stability Board tomonidan o‘tkazilgan so‘rovnomaga ko‘ra AQShdagi kichik va o‘rta biznes vakillariga berilgan kreditlarning 90%ida garov ta’minoti mavjud, ushbu ko‘rsatkich Shveytsariyada 82%, Kanadada 65%, Xitoyda esa 53%ni tashkil etadi[3].

Markaziy, Sharqiy va Janubiy-Sharqiy Yevropa mintaqalarida garov ta’minotini baholash bo‘yicha tartibga soluvchi regulyatorlar keltirilgan (3-rasm).

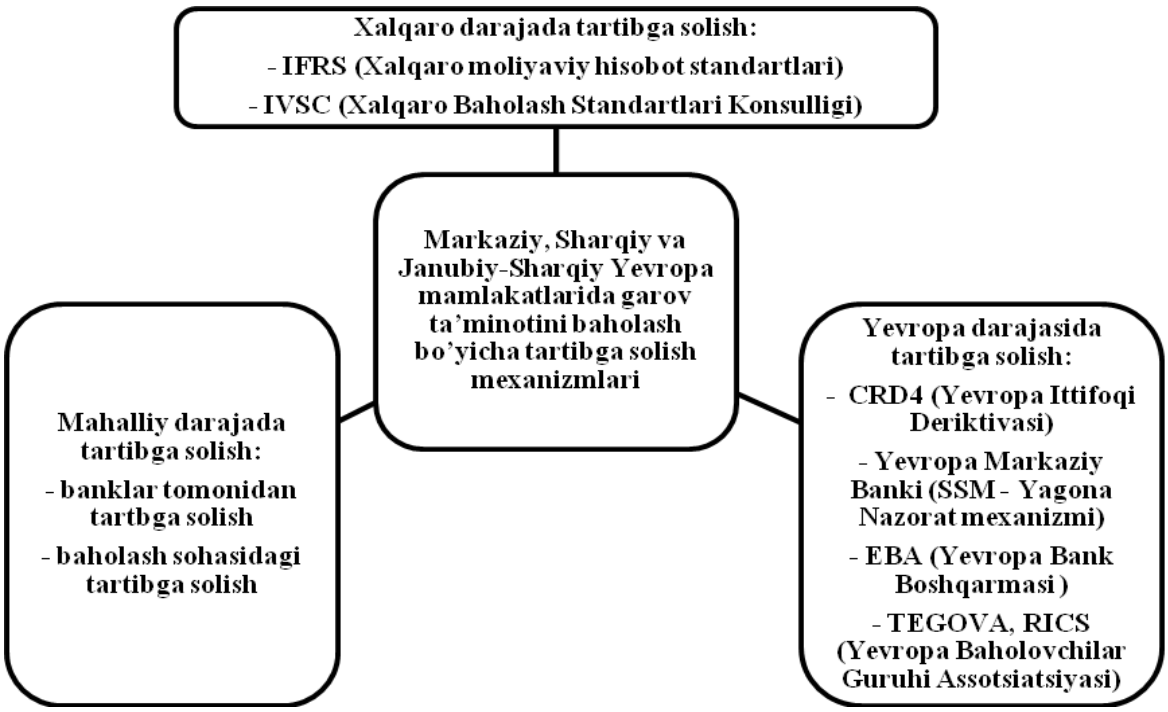
Ushbu regulyatorlar o‘z darajasi va qamrovi jihatdan ushbu hududlarda banklarning garov ta’minoti va uni baholash bilan bog‘liq munosabatlarni tartibga solishda qo‘l keladi.

Shuningdek, bugungi kunda xalqaro amaliyotda yana bir qancha garov

[1] Digital financial services: Regulating for financial inclusion - An ICT perspective. // Regulatory & Market Environment, The International Telecommunication Union (ITU). – P. 76;
https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/pref/D-PREF-BB.REG_OUT02-2016-PDF-E.pdf

[2] Social Science and Humanity. 16th International Conference «Social Science and Humanity» by SCIEURO in London, 23-29 March 2020.

[3] Leonardo Gambacorta, Yiping Huang, Zhenhua Li, Han Qiu. Data, Collateral and Implications for the Credit Cycle. // December 9, 2020;
http://www.voxchina.org/show-3-208.html



3-rasm. Markaziy, Sharqiy va Janubiy-Sharqiy Yevropa mamlakatlarida garov ta'minotini baholash bo'yicha tartibga solish mexanizmlari[1]

ta'minotini baholash amaliyotini tartibga soluvchi regulyatorlar mavjud bo'lib, ular quyidagilar:

1. Dodd-Frank Akti (DFA) bo'yicha garovga qo'yiladigan talablar;
2. Kasbiy nafaqani ta'minlash bo'yicha institutlar to'g'risidagi Yevropa yo'riqnomasi (IORP II);
3. Yevropa birjadan tashqari hosilaviy qimmatli qog'ozlar va qarshi tomonlar to'g'risidagi qoidalari (OTC);
4. Jahon miqyosida muhim ahamiyatga ega bo'lgan banklarning Yevropaga va moliyaviy vositalar bozorlariga ta'siri to'g'risidagi nizom (G-SIB);
5. UCITS V Bazel III bo'yicha Yevropa deriktivasi (likvidlilikni qoplash koeffitsienti (LCR) / Sof barqaror moliyalashtirish nisbati (NSFR) kabi ko'rsatkichlarni o'z ichiga oladi);
6. Yevropa sug'urta deriktivasi (To'lov qobiliyati II);
7. Bank nazorati bo'yicha Bazel qo'mitasi tomonidan taqdim etilgan garovta'minoti bo'yicha tavsiyalar (BCBS);
8. Xalqaro qimmatli qog'ozlar komissiyalari tashkiloti (IOSCO);
9. Muqobil investitsiya jamg'armasi menejerlari bo'yicha Yevropa deriktivasi (AIFMD);
10. Vikers hisoboti;
11. Moliyaviy Barqarorlik Kengashi (FSB)[2].

[1] Karlis Bauze. Collateral valuation in the CESEE region. // Financial Sector Advisory Center (FinSAC), The World Bank Group. – P.20;
http://pubdocs.worldbank.org/en/170621527522945918/Collateral-valuation-in-the-CESEE-region.pdf
[2] Raji Daniel. Real time Collateral Valuation. L&T Infotech Proprietary. - P.12;
https://www.lntinfotech.com/wp-content/uploads/2018/07/Real-time-Collateral-Valuation.pdf

Yuqoridagi jihatlarni o‘rganish orqali quyidagi xulosa va tavsiyalarni keltirishimiz mumkin:

Banklarda garov ta’minotini baholash faoliyatida raqamli texnologiyalarning yutuqlaridan foydalanish lozim. Bunda turli dasturlar va mobil ilovalarni yaratish ushbu sohani rivojlantirishda qo‘l keladi.

Banklarda garov ta’minotini baholash faoliyatini tartibga solishda xalqaro standardlarni inobatga olgan holda milliy standardlarimizni optimallashtirishimiz zarur.

Banklarda garov ta’minotini baholash faoliyatini tartibga solishning xalqaro amaliyotini o‘rganish asosida ularni milliy amaliyotimizga moslashtirish va faoliyat samaradorligini oshirishda qo‘llash zarur.

Б.Ш.Хусанов – СамИСИ, “Молия” кафедраси доценти, и.ф.н.
А.А.Ходжимамедов– СамИСИ, “Молия” кафедраси ўқитувчиси
И.Н.Турсунов – СамИСИ, “Давлат молиясини бошқариш” мутахассислиги магистранти
Б.Э.Турсунов – СамИСИ, “Давлат молиясини бошқариш” мутахассислиги магистранти

МАҲАЛЛИЙ БЮДЖЕТ ХАРАЖАТЛАРИНИ ОШИРИШ ВА УЛАРДАН САМАРАЛИ ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация: Мақолада мамлакатимизда маҳаллий бюджет харажатларини оширишнинг муҳим жиҳатлари, шунингдек улардан самарали фойдаланиш имкониятлари ўрганилган.

Калит сўзлар: бюджет, бюджет харажатлари, бюджет даромадлари, бюджет ижроси, солиқ базаси.

Аннотация. В статье исследуются важные аспекты увеличения расходов местного бюджета в нашей стране, а также возможности их эффективного использования.

Ключевые слова: бюджет, расходы бюджета, доходы бюджета, исполнение бюджета, налоговая база.

Abstract: The article examines important aspects of increasing local budget expenditures in our country, as well as the possibility of their effective use.

Keywords: budget, budget expenditures, budget revenues, budget execution, tax base.

Бугунги кунда республикамизда маҳаллий бюджетларнинг мустақиллигини ошириш орқали ижтимоий-иқтисодий масалаларнинг самарали ижросини таъминлашга эришилмоқда. Шунга қарамай у ёки бу кўринишдаги илмий изланишларда маҳаллий бюджет даромадларини ташкил этишни ижобий ва салбий томонлари, ижтимоий-иқтисодий оқибатларини ўрганишга катта эътибор бериб келинсада ҳам, аммо маҳаллий бюджетларнинг даромад манбалар ва ҳажмини кенгайтириш орқали улар

мустақиллигини ошириш, маҳаллий хокимият органларининг бюджет ижросини таъминлашдаги манфаатдорлигини кенгайтириш, маҳаллий бюджетлар ижроси жараёнида кенг жамоатчилик иштирокини таъминлаш илмий жиҳатдан етарлича очиб берилмаган. Бу эса амалга оширилаётган ислоҳотларнинг самарадорлиги ва натижавийлиги уларни ўз вақтида ва зарур миқдорда молиявий маблағ билан таъминланишига бевосита таъсир этмоқда Шунингдек ушбу холат маҳаллий бошқарув органлари зиммасига юклатилган вазифа ва функцияларни амалга оширишда ўз маблаларининг етишмаслик муаммоси ханузгача сақланиб келинмоқда.

Айтиш жоижки Ўзбекистон Республикаси Призиденти Ш.М.Мирзиёев ўз маърузасида «…худудларни барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришни молиялаштириш учун махаллий бюджетларнинг маблағлари етарли эмас»[1]. Шу муносабат билан «...Ҳар бир туман ва шахарда, республика аҳамиятига молик йирик корхоналар ҳиссасини эътиборга олмаган холда, солиққа тортиш базасини кенгайтириш борасида Қорақалпоғистон Республикаси ва Тошкент вилоятининг барча туманларини субвенциядан чиқаришни сўзсиз таъминлаш керак» [2] лиги, шенингдек, «маҳаллий хокимият идоралари учун молиявий ва бошқа имкониятларни кенгайтириш зарур»[3]лиги муҳим вазифалардан бири эканлигини таъкидлаб ўтганликлари бежиз эмас. Шу боис, ҳозирги коронавиру пандемияси кенг тарқалаётган шароитда мазкур вазифаларни ижобий амалга оширишда маҳаллий бюджетларнинг мустақиллигини ошириш талаб этилади.

Маҳаллий бюджетларнинг республика бюджетига қарамлигини кескин камайтириш маҳаллий бюджет маблағларини самарали бошқаришда жойлардаги давлат хокимияти органларининг мустақил иш олиб боршини таъминлаш муҳим масала бўлиб келмоқда. Шунинг учун ҳам маҳаллий бюджет ўз даромадлар базасини кенгайтириш ва мустақилллигини таъминлаш борасида ханузгача очилмаган масалаларни ўрганиш ва тадқиқ этиш алоҳида долзарблик касб этмоқда.

Юқорида келтириб ўтилган масалаларни таъминлашда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 2 мартдаги ПҚ-5953-сонли «2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устивор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Илм, маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили»да амалга оширишга оид Давлат дастури тўғрисида» ги, 2017 йил 7июндаги ПФ-5075 сонли «Махаллий бюджетларни шакллантиришда махаллий давлат хокимияти органларининг бюджет ваколатларини кенгайтириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармонлари, 2019 йил 31 декабрдаги ПҚ-4555-сон “Ўзбекистон Республикасининг «2020 йил учун Ўзбекистон Республикасининг давлат

[1]Мирзиёев Ш.М.танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир рахбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак, -Т.: “Ўзбекистон”, 2017, -Б,33.

[2] Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак. – Т.: “Ўзбекистон”, 2017. – Б.9.

[3] Ўзбекистон Республикаси призиденти Ш.Мирзиёевнинг Олий мажлисга мурожотномаси http//uza.uz/oz/politics/Uzbekistan-respublikasi-prizidenti-shavkat-mirziyoevning-oliasy-28-12-2018

бюджети тўғрисида»ги Қонуни ижросини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида», 2017 йил 7 июндаги ПҚ-3042-сон «Маҳаллий давлат хокимияти органларининг бюджет ваколатларини кенгайтириш ва маҳаллий бюджет даромадларини шакллантиришдаги масъулиятини ошириш тўғрисида»ги Қарорлари, шунингдек мазкур соҳага тегишли бошқа меъёрий хужжатларда белгиланган вазифаларни самарали амалга ошириш катта аҳамиятга эга. Маҳаллий бюджетлар, улар даромадлари ва харажатлари таркиби ва тузилмаси, бюджетлараро муносабатлар, маҳаллий бюджетларни самарали бошқаришнинг концептуал асослари ва амалий жиҳатлари ва маҳаллий бюджетлар даромадларини барқарорлигини таъминлашнинг амалий жиҳатлари Ж.Р.Зайналов, С.С.Алиева А.Маманазаров, Қ.Тожибоева, Х.Қурбонов, А.Хайриддиновлар томонидан татқиқ қилинган[1].

Юқорида номлари зикр этилган олимларнинг тадқиқотларида маҳаллий бюджетларнинг айрим жиҳатлари тадқиқ этилган бўлса-да, айнан маҳаллий бюджетлар мустақиллигини оширишни такомиллаштириш масалалари алоҳида тадқиқот объекти сифатида саёз ўрганилганлиги боис маҳаллий бюджетларнинг моҳияти ва уларнинг худудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришдаги аҳамиятини назарий асосланишини ҳам талаб этмоқда.

Маҳаллий бюджетлар мустақиллигининг иқтисодий моҳияти ва уни аниқловчи кўрсаткичларини маҳаллий бюджетлар даромадлари ва харажатлари ҳамда унга оид тенденцияларини маҳаллий бюджетларнинг қўшимча даромадларини шакллантириш ва улардан фойдаланишни оптималлаштириш масалалари билан боғлиқ муаммоларни аниқлаш ва уларни бартараф этиш долзарб масала бўлиб келмоқда.

Ушбу муаммоли масалаларни ҳал қилишда:

- республика бюджетига ажратма қилинадиган солиқлар бўйича прогноздан ортиқча тушган қисмини маҳаллий бюджет ихтиёрида қолдириш, алкогол маҳсулотлари ва мобил алоқа хизматини кўрсатганлик учун акциз солиғи тушимларини аҳоли сонидан келиб чиқиб, маҳаллий бюджетларга тақсимлаш орқали маҳаллий бюджетлар молиявий мустақиллигини ошириш ва даромадларини барқарорлаштириш, маҳаллий бюджетлардан молиялаштириладиган умумтаълим мактаблари ҳамда мактабгача таълим муассасаларининг биринчи ва иккинчи гуруҳ харажатларини республика бюджетига ўтказиш;

- маҳаллий бюджетларнинг захира жамғармалари миқдорини тегишли

[1] Абибуллаев Б. Бюджет даромадларини шакллантиришда маҳаллий солиқлар ролини ошириш масалалари: и.ф.н. илм.ол.уч.ёз. дисс.автор. – Т.: 2009. – 137 б.; Есмурзаев Ж. Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида маҳаллий солиқлар ва йиғимларни ундириш механизмини такомиллаштириш (Қорақалпоғистон Республикаси мисолида): И.ф.н. илм. дар. ол. уч. ёз.дисс. автор. – Т.: 2007. – 20 б.; Жубаев С. Проблемы формирования местных бюджетов: Автор.дисс.акнд.экон.наук. – Т.: 2004. – 20 с.; Маманазаров А. Маҳаллий бюджетларни барқарорлаштиришда солиқларни ролини ошириш масалалари: И.ф.н. илм.дар.ол.уч.ёз.дисс.автор. – Т.: 2002. – 131 б.; Суванов А. Маҳаллий бюджетлар ижроси самарадорлигини ошириш йўналишлари: И.ф.н. илм.дар.ол.уч.ёз.дисс.автор. – Т.: 2005. – 18 б. Тожибоева Қ. Пути формирования и совершенствования доходной и расходной частей местных бюджетов Республики Каракалпагистан. Автор.дисс. канд.экон.наук. – Т.: 2004. – 22с.; Қобулов Х. Худудий иқтисодиёт ва маҳаллий бюджетлар имкониятларини ошириш йўналишлари. И.ф.н. илм.дар.ол.уч.ёз.дисс.автор. – Т.: 2006. – 129 - б.

бюджетлар умумий харажатларининг 1,5 фоизидан кам бўлмаган миқдорда белгилаш зарур бўлмоқда.

Натижада, маҳаллий бюджетлардан молиялаштириладиган умумтаълим мактаблари хамда мактабгача таълим муассасаларининг биринчи ва иккинчи гуруҳ харажатлари республика бюджетига ўтказилишини таъминланшга, маҳаллий бюджетларнинг захира жамғармалари миқдорини тегишли бюджетлар умумий харажатларининг 1,5 фоизидан кам бўлмаган миқдорда белгилаш маҳаллий бюджетлардан кечиктириб бўлмайдиган ҳамда олдиндан назарда тутиб бўлмайдиган харажатларни, шунингдек ижтимоий-иқтисодий барқарорлик юзага келган вазиятларда амалга оширилиши зарур бўлган тадбирларни молиялаштириш имкониятини беради.

С.С.Алиева – к.э.н., доцент СамИЭС

ПРЕДПОСЫЛКИ СОЗДАНИЯ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

Аннотация. В статье рассматриваются важнейшие приоритетные задачи развития сельского хозяйства в условиях пандемии коронавируса, приводятся основные направления производства сельхозпродуктов и необходимость их финансирования.

Ключевые слова: экологически чистый продукт, интерес, экономическая территория, интеграция, управление инновациями.

Аннотация. Ушбу мақолада коронавирус пандемияси шароитида қишлоқ хўжалиги корхоналарини ривожланишнинг устувор йўналишлари вазифалари эътироф этилган, унда қишлоқ хўжалиги маҳсулотларни ишлаб чиқаришни молиялаштириш зарурияти кўрсатиб ўтилган.

Калит сўзлари: экологик соф маҳсулот, манфаат, иқтисодий ҳудуд, интеграция, инновацияларни бошқариш.

Abstract. The article discusses the most important priority tasks for the development of agriculture in the context of the coronavirus pandemic, provides the main directions of agricultural production and the need for their financing.

Keywords: environmentally friendly product, interest, economic territory, integration, innovation management.

Эффективное функционирование финансового механизма возможно в условиях полной свободы хозяйственной деятельности фермерских хозяйств. Фермерское хозяйство должно самостоятельно определять производственную программу, выбирать потребителей сельхозпродукции, назначать цены, распоряжаться прибылью после уплаты налогов и решать другие вопросы своей деятельности и инновационного развития сельхозпроизводства.

Однако в условиях пандемии коронавируса регулирование фермерских хозяйств и их производство может осуществляться не только под воздействием финансового механизма, государство также активно участвует

в этом процессе. Свободно регулируемого рынка нет ни в одной стране.

Система финансового регулирования включает отношения, регулируемые рынком и государством. Они взаимосвязаны и дополняют друг друга. При рассмотрении государственного финансового регулирования предварительно следует представлять себе финансовый механизм саморегулирования и самоокупаемости.

В нынешних условиях фермерское хозяйство на основе спроса организует производство сельхозпродукции. Оно приобретает материально-технические ресурсы, рабочую силу и продает сельхозпродукцию на рынке по ценам, формируемым с учетом спроса и предложения. То есть, регулирование осуществляется посредством закона спроса и предложения и конкуренции.

На основе спроса на тот или иной вид сельхозпродукции проводится сельхоз-политика, выпускается продукция, организуется подготовка кадров, привлекается инвестиционный капитал. Участвующие в этом процессе работники получают зарплату за свой труд.

Функции рыночного механизма сводятся к следующему:

– регулированию соотношения спроса и предложения;

– формированию параметров производства с учетом интересов населения, т.е. потребителя;

– развитию деятельности фермерских хозяйств, определению их эффективности;

– организации деловых контактов между фермерскими хозяйствами и потребителями; впоследствии превращающихся в стабильные взаимовыгодные связи;

– выработке достоверной экономической информации для принятия оптимальных решений.

Однако рынок сельхозпродукции по природе противоречив. Конкуренция как важнейший регулятор рынка является стихийной силой и обладает разрушительными свойствами, приводящими к нарушению финансовой стабильности фермерского хозяйства, что выражается в перепроизводстве отдельных видов сельхозпродукции или их недостатке.

Стремление фермерского хозяйства выжить в конкурентной борьбе ведет к образованию крупных монополий фермерских хозяйств, которые воздействуют на формирование цен на их продукцию, впоследствии сказывающееся на развитии здоровой конкуренции и ведущее к спаду сельхозпроизводства.

Последнее порождает негативные социальные последствия: безработицу, резкое дифференцирование доходов населения.

Финансовое регулирование неэффективно в сферах, где продукция (услуги) в широком смысле слова в силу физических свойств потребляются только совместно коллективом, населением, территориальными образованиями или обществом в целом. Это такие виды деятельности, как фундаментальная наука, здравоохранение, культура, экология. В силу этого

рынок в широком смысле слова не может быть полностью предоставлен спонтанному стихийному развитию. Стремление компенсировать функциональные слабости и недостатки рыночного механизма привело к необходимости его регулирования государством. Таким образом, рыночная экономика, с одной стороны, механизм, основанный на действии объективных законов рынка, с другой – механизм, регулируемый государством. Действие объективных и субъективных факторов осуществляется при поддержке государства. Государственное регулирование направлено на смягчение нежелательных последствий.

Современная экономика предполагает, прежде всего, «рынок-регулятор», а затем – «регулируемый рынок», а не наоборот. В соответствии - «регулируемый рынок» значительно отдает предпочтение административному методу. При этом сохраняется высокая доля госзаказа в виде обязательных заданий по твердым ценам. Рынок соответствует только номинально.

В этой связи государственное регулирование направлено на создание максимально благоприятных условий для раскрытия возможностей развития производства. Поэтому, несмотря на субъективный характер государственного воздействия на экономику, оно носит закономерный характер.

В условиях новой экономики деятельность государства, прежде всего, должна быть направлена на создание условий для развития инновационной экономики:

– сужение вмешательства государства в хозяйственную деятельность;

– расширение предпринимательства, создание инфраструктуры рынка и его правовых атрибутов;

– отказ от дотации нерентабельных производителей и розничных цен;

– модернизация внешнеэкономических связей;

– организация социальной защиты населения, в частности, уязвимых групп населения.

Большое значение приобретают такие функции государственного регулирования, как:

– поддержание валютного курса;

– регулирование бюджетных расходов государства и регулирование уровня жизни сельского населения;

– социальная защита населения, особенно групп, которые по различным причинам не могут в полной мере заниматься полезной деятельностью или их деятельность не приносит доходов, достаточных для прожиточного минимума;

– регулирование развития социальной инфраструктуры (здравоохранение, культура и др.);

– регулирование внешнеэкономических отношений;

– развитие науки, образования и их связи с производством;

– разработка мер по защите экологии и др.

Успешное развитие сельского хозяйства невозможно без решения

социальных проблем. Поэтому Министерство сельского и водного хозяйства должно содействовать созданию современной социальной структуры в сельской местности; разработать программу социального развития села с учетом конкретных природных, экономических, демографических, исторических и других условий каждой экономической территории.

В условиях пандемии коронавируса, характеризующихся преобладанием ресурсозатратных направлений развития экономики, сложились перебои производства и поставок сельхозпродукции перерабатывающим предприятиям, пренебрегающих природно-биологическими факторами. Это крайне обострило экологическую обстановку. В связи с этим необходима аграрно-экологическая программа управления природной средой, которая законодательным путем устанавливала бы жесткие экономические санкции в отношении землепользователей, не соблюдающих почво- и природоохранные меры.

Важное место в системе охраны среды обитания занимают ликвидация последствий «Сардоба», организация производства сельскохозяйственной продукции в активно загрязненной зоне.

В условиях пандемии коронавируса обостряется интерес производителей к научно-техническому прогрессу. Организация работ и консультаций по разработке безотходных и малоотходных технологий, био- и энергосберегающих технологий, электронизация, производство новых видов экологически чистой продукции – это далеко не полный перечень деятельности министерства в этой области. Развитие аграрной науки и образования должно брать на себя министерство, так как реализация крупных научно-технических проектов требует огромных финансовых, материальных и трудовых ресурсов, что не под силу отдельным товаропроизводителям. Оно разрабатывает мероприятия прямого и косвенного управления инновационным процессом и научно-техническую политику развития производства сельхозпродукции; стимулирует научно-технический прогресс и побуждает экономику к новациям с помощью финансирования, налоговой и амортизационной политики, внедрения контрактной системы; организует конференции, симпозиумы, создает банк научной информации.

Большая роль в этих условиях должна отводиться подготовке кадров. С одной стороны, квалифицированная рабочая сила становится одним из основных ресурсов экономики, с другой – рынок приводит к сокращению числа работающих в отрасли. Возникает необходимость подготовки и переподготовки кадров, разработки программ экстренного обучения.

В условиях инновационного развития сельхозпредприятий, устранение последствий пандемии коронавируса немыслимы без с другими государствами Содружества. Интеграция в мировое сообщество должно являться объективной необходимостью любой страны. Сегодня имеются все предпосылки для качественно новой политики сотрудничества Республики Узбекистан с ведущими странами мира.

В соответствии с основными положениями Государственной программы стратегии развития страны на 2017-2021 гг. и основными направлениями развития сельского хозяйства необходимо исходить из следующих положений:

- на ближайшую и среднесрочную перспективу сохраняется задача поддерживать в финансовом плане сельскохозяйственный потенциал в таком состоянии и на таком уровне, которые не позволили бы им оказаться на грани банкротства и потери самостоятельности в рамках производства сельхозпродукции и их реализации, как на внутреннем, так и на внешнем рынках:

- предприятия сельского хозяйства должны переходить на инновационный путь развития;

- в плане материально-технических, кадровых и информационных ресурсов должна быть оказана поддержка в централизованном порядке, за счет средств бюджета всех уровней и внебюджетных фондов, включая венчурные фонды и эти средства должны быть активно использованы в интересах стабилизации экономики предприятий сельского хозяйства и для развития инновационных видов сельхозпродуктов.

В этих условиях, в ближайшей перспективе внимание должно быть сосредоточено на решении следующих первостепенных задач:

- обеспечение процесса производства инновационных видов сельхозпродукции с последующим расширением их экспортного потенциала;

- обеспечение безопасности сельхозпродуктов;

- сохранение временно невостребованных и наиболее ценных видов сельхозпродуктов и квалифицированных кадров;

- стабильность финансирования инновационно развивающихся фермерских домашних хозяйств;

- снабжение населения всеми социально значимыми сельхозпродуктами на уровне, не подрывающем их жизненную безопасность.

Решение указанных задач в период влияния пандемии коронавируса позволит по мере возобновления экономического роста реализовать на новейшем инновационном уровне производство сельхозпродуктов, разработать такие мобилизационные планы, стратегии развития, которые будут опираться на реальные возможности экономики предприятий сельского хозяйства и отвечать современным требованиям реформирования сельского хозяйства.

Ш.Ш. Рахмонов– старший преподаватель Фискального исниститута при Государтсвенном налоговым комитете Республики Узбекистан

ХЕДЖИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ КАК ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ НА ДОХОДОВ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

Аннотация. Мақолада хеджирлаш воситаларини махсус ҳисобга олишда фойдаланиладиган "хеджирлаш" ва "хеджирлаш воситалари" таърифларининг асосий молиявий талқинлари очиб берилган. Бу турдаги ҳисобнинг бухгалтерия ҳисобининг умумий тизимидаги роли ва ўрни белгилаб берилган.

Калит сўзлар: хеджирлаш, бозор хавфи, форвард ва фьючерс шартномалари, опционлар ва своплар, хеджирлаш воситаларини махсус ҳисобга олиш.

Аннотоция. В статье раскрываются основные финансовые трактовки определений «хеджирование» и «инструменты хеджирования», используемых в специальном учете инструментов хеджирования. Определены роль и место данного вида учета в общей системе бухгалтерского учета.

Ключевые слова: хеджирование, рыночный риск, форвардные и фьючерсные контракты, опционы и свопы, специальный учет инструментов хеджирования.

Abstract. The article reveals the main financial interpretations of the definitions of “hedging” and “hedging instruments” used in special accounting for hedging instruments.

Key words: hedging, forward and futures contracts, options and swaps, special accounting for hedging instruments.

В условиях цифровизации национальной экономики особое значение уделено на предотвращения различных рисков в финансовой сфере Республики Узбекистан. Так как существует постоянное изменение и колебание цен на товаров, есть необходимость на препятствие и страхование от непредвиденных убытков в будущем. И этот фактор способствует на создание различных методов противостояния от неблагоприятных экономических последствий.

Для снижения риска потерь от финансовых операций и существуют производные финансовые инструменты (деривативы), такие как: форварды, опционы, фьючерсы, свопы и так далее, а финансовые операции, производимые с помощью этих производных финансовых инструментов, получили название «хеджирование».

Существует множество учетно-экономических трактовок понятия «хеджирование», наиболее характерные определения приведены ниже:

1. Хеджирование — это страхование риска изменения цены актива, процентной ставки или валютного курса с помощью производных инструментов.

2. Хеджирование — это использование одного инструмента для снижения риска, связанного с неблагоприятным влиянием рыночных факторов на цену другого, связанного с ним инструмента, или на генери-

руемые им денежные потоки.

3. Хеджирование — использование производных и непроизводных финансовы инструментов (последних только в ограниченном числе случаев) для частичной или полной компенсации изменения справедливой стоимости хеджированных статей, то есть защищаемых финансовых инструментов. Отдельное направление по финансовому инструменту, которое снижает подверженность совокупной кассовой позиции какому-либо из факторов риска, также называется хеджированием.

4. Хеджирование — финансирование актива с помощью обязательств со сроком оплаты, равным сроку полезной службы актива, т. е. использование иммунизации активов и обязательств по размерам, срокам и процентным ставкам притока и оттока платежей.

5. В официальных документах Комиссии по фьючерсной торговле США (CFTC — Commodity Futures Trading Commission) подчеркивается, что настоящий хедж должен включать позиции по производным контрактам, которые экономически связаны с кассовой (хеджируемой) позицией и предназначены для снижения рисков, возникающих в ходе обычных коммерческих операций данной компании.

В действующим налоговом кодексе Республики Узбекистан дано следующее определение на понятия «хеджирование»:

«Под операциями хеджирования понимаются операции (совокупность операций) с финансовыми инструментами срочных сделок (в том числе разных видов), совершаемые в целях уменьшения (компенсации) неблагоприятных для налогоплательщика последствий (полностью или частично).

К таким неблагоприятным последствиям могут быть отнесены, в частности, получение убытка, уменьшен ие выручки или прибыли, уменьшение рыночной стоимости имущества, увеличение обязательств налогоплательщика вследствие изменения цены, процентной ставки, курса иностранной валюты к национальной валюте или иного показателя (совокупности показателей) объекта (объектов) хеджирования».

В соответствии с требованиями МСФО подобные процессы проходят в рамках специальной процедуры учета хеджирования, позволяющей связать взаимное воздействие инструмента хеджирования и хеджируемой статьи на счета капитала и счета прибылей и убытков. Таким образом, учет хеджирования позволяет ускорить или отложить признание взаимных убытков или доходов по инструментам хеджирования и хеджируемым статьям — финансовым производным инструментам, использующимся непосредственно при хеджировании этих статей.

В системе этих стандартов сам учет хеджирования дефиниционно связан с тремя так называемыми отношениями хеджирования:

- хеджирование денежных потоков;
- хеджирование справедливой стоимости;
- хеджирование чистых инвестиций в зарубежную организацию.

Международные стандарты финансовой отчетности (далее – МСФО) дают следующее определение этого понятия:

«(b) хеджирование потоков денежных средств: хеджирование подверженности риску изменений движения денежных средств, которые

(i) связаны с отдельным риском, имеющим отношение к признанному активу или обязательству (например, всем или некоторым будущим процентным выплатам по долгу по переменной ставке процента), или вероятной будущей операцией и

(ii) могут оказать влияние на финансовый результат».

Хеджирование потоков денежных средств — это операция хеджирования подверженности будущих потоков денежных средств изменениям, вызванным конкретным риском, ассоциируемым либо с признанным активом или обязательством, либо с прогнозируемой сделкой с высокой вероятностью осуществления. И тот, и другой может повлиять на величину прибыли или убытка за период.

Можно привести следующие примеры операций хеджирования потоков денежных средств:

— хеджирование процентных инструментов с плавающей ставкой процента при помощи процентного свопа;

— хеджирование процентных инструментов с плавающей ставкой процента при помощи «кэпа» (фиксирующего максимальный уровень ставки процента) или «коллара» (фиксирующего как минимальный, так и максимальный уровень ставки процента);

— хеджирование против валютного риска будущих платежей в иностранной валюте по договорам операционной аренды;

— хеджирование прогнозируемых сделок с высокой вероятностью осуществления.

Если инструмент хеджирования является производным инструментом, то он оценивается по справедливой стоимости, причем изменения справедливой стоимости в той части, где инструмент хеджирования является эффективным, отражаются непосредственно в составе собственного капитала как отдельный компонент, называемый, как правило, резервом хеджирования. В случае, когда этот инструмент был неэффективным, соответствующие изменения сразу признаются в составе прибыли или убытка за отчетный период.

Если инструмент хеджирования является непроизводным монетарным объектом, что разрешено только для операций хеджирования против валютного риска, то прибыли и убытки от изменения обменных курсов в отношении указанного инструмента хеджирования также признаются непосредственно в составе собственного капитала.

S.O‘. Omonov– Toshkent moliya instituti o‘qituvchisi

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA INSTITUTSIONAL INVESTORLARNING XALQARO IPO AMALIYOTLARIDAGI ISHTIROKI

Annotatsiya: Xalqaro moliya bozoridagi IPO amaliyotlarida institutsional investorlar ishtiroki muhim hisoblanadi. Tarixdagi eng yirik IPO operatsiyasi hisoblangan Saudi Aramco kompaniyasining aksiyalarni ommaviy joylashtirish amaliyotining muhim xususiyatlari va ushbu IPO operatsiyasida institutsional investorlar ishtiroki tahlil qilingan. Shuningdek, xalqaro IPO amaliyotlarida institutsional investorlar ishtiroki bo‘yicha ilmiy xulosalar shakllantirilgan.

Kalit so‘zlar: IPO, institutsional investor, aksiya, anderrayter, moliyaviy maslahatchi, xalqaro moliya bozori.

Аннотация:Участие институциональных инвесторов в операциях IPO на международных финансовых рынках является актуальном вопросом. Анализировано особенности публичного размещения акций Saudi Aramco, которая является крупнейшим IPO в истории, а также участие институциональных инвесторов в этом IPO. Также, сформировано основные выводы по совершенствованию участия институциональных инвесторов в международных IPO операции.

Ключевые слова: IPO, институциональный инвестор, акция, андеррайтер, финансовый консультант, международный финансовый рынок.

Abstract: The participation of institutional investors in IPO operations in the global financial markets is important. Crucial features of Saudi Aramco‘s public offering practice which is the largest IPO in history, and the participation of institutional investors in this IPO are analyzed. There are also scientific findings on the participation of institutional investors in global IPO operations.

Keywords: IPO, institutional investor, stock, underwriter, financial advisor, international financial market.

Mamlakatimizda milliy moliya bozorimizni rivojlantirish maqsadida bir qator islohotlar amalga oshirilmoqda. Bunda aksiyalarni dastlabki ommaviy joylashtirish (IPO) amaliyotlari moliya bozori, xususan, qimmatli qog‘ozlar bozorini rivojlantirishda muhim hisoblanadi. Prezidentimiz Sh.Mirziyoyev ham “...moliya bozorlari, jumladan, fond bozorini rivojlantirish ham yangi iqtisodiy sharoitda asosiy maqsadlarimizdan biri bo‘lishi kerak[1]” deya ta’kidlab o‘tgan. Raqamli iqtisodiyot sharoitida aksiyadorlik jamiyatlarida IPO operatsiyalarini tashkil qilish va uni muvaffaqiyatli o‘tkazish kompaniya uchun ko‘plab imkoniyatlarni taqdim etadi. Xususan, aksiyalarni dastlabki ommaviy joylashtirish orqali aksiyadorlik jamiyati katta miqdorda kapital qilish, aksiyalar kursining oshishiga erishish, investitsion jozibadorlikni oshirish, o‘zining xalqaro imijini shakllantirish kabilarga erishishi mumkin. Albatta, ushbu maqsadlarga erishishda moliyaviy maslahatchi va anderrayter sifatida tanlangan institutsional

[1] O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi, 28.12.2018; https://president.uz/oz/lists/view/2228

investorlarning ham ahamiyati katta hisoblanadi. Ushbu jihatlar xalqaro amaliyotda IPO amaliyotlarini tashkil etish bosqichlari, ularda institutsional investorlar ishtiroki, IPO operatsiyalarini amalga oshirish usullari, shuningdek, yirik xalqaro IPO operatsiyalarini o‘rganish va tahlil qilish dolzarb ekanligini ko‘rsatadi.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida xalqaro moliya bozorida kompaniyalar tomonidan aksiyalarni ommaviy joylashtirish kapital jalb qilishning keng tarqalgan usuli hisoblanadi. Shuningdek, aksiyalarni ommaviy joylashtirish kompaniyalarga imijini shakllantirish, investitsion jozibadorligini oshirish va biznesni kengaytirish imkoniyatlarini taqdim etadi.

1-jadval

2019-yilning eng yirik IPO amaliyotlari[1]

№	Kompaniya	Shartnoma hajmi (mlrd. AQSh dollari)	Hudud
1.	Saudi Aramco	25.6	Saudiya Arabistoni
2.	Alibaba	12.9	Gong Kong
3.	Uber	8.1	AQSh
4.	Budweiser	5.7	Gong Kong
5.	Postal Savings Bank of China	4	Shanxay
6.	Shenzhen Transsion Holdings	4	Shanxay
7.	Avantor	3.3	AQSh
8.	Lyft	2.6	AQSh
9.	XP	2.3	AQSh
10.	TeamViewer	2.2	Frankfurt

1-jadvalda 2019-yilda yirik moliya bozorlarida bir qator yirik IPO operatsiyalari tashkil etildi. 2019-yilgi IPO amaliyotlarining eng muhim jihati shundan iboratki, ushbu yilda tarixdagi eng yirik IPO amaliyoti (Saudi Aramco – 25.6 mlrd. AQSh dollari) muvaffaqiyatli o‘tkazildi. Shuningdek, ushbu yilda Saudi Aramco kompaniyasigacha eng yirik IPO amaliyotini muvaffaqiyatli tashkil etgan Alibaba kompaniyasi ham o‘z aksiyalarini ommaviy joylashtirdi va bozor qiymatini oshirishga muvaffaq bo‘ldi.

2-jadval

Saudi Aramco kompaniyasi tomonidan o‘tkazilgan IPO amaliyotining ishtirokchilari haqida ma’lumot[2]

№	Ishtirokchilarning vazifasi	Ishtirokchi kompaniyalar nomi
1.	Moliyaviy maslahatchilar & xalqaro kordinatorlar	1. Citigroup Saudi Arabia 2. Credit Suisse Saudi Arabia 3. Goldman Sachs Saudi Arabia 4. HSBC Saudi Arabia 5. J.P. Morgan Saudi Arabia Company 6. Merrill Lynch Kingdom of Saudi Arabia 7. Morgan Stanley Saudi Arabia 8. NCB Capital Company 9. Samba Capital & Investment Management Company

[1] Lizzy Gurdus. Saudi Aramco and Alibaba made for a great 2019 in IPO market despite Uber, Lyft busts. // December 29, 2019;
https://www.cnbc.com/2019/12/29/saudi-aramco-alibaba-among-biggest-ipos-of-2019.html

[2] www.aramco.com - Saudi Aramco neft kompaniyasining rasmiy veb-sayti ma’lumotlari;
https://www.aramco.com/-/media/images/investors/saudi-aramco-prospectus-en.pdf

2.	Anderrayterlar	1. Citigroup Saudi Arabia 2. Credit Suisse Securities (Europe) Limited 3. Goldman Sachs International 4. HSBC Saudi Arabia 5. J.P. Morgan Securities plc 6. Merrill Lynch Kingdom of Saudi Arabia 7. Morgan Stanley & Co. International plc 8. NCB Capital Company 9. Samba Capital & Investment Management Company 10. Al Rajhi Capital Banco Santander, S.A. 11. BNP PARIBAS BOCI Asia Limited 12. Crédit Agricole Corporate and Investment Bank 13. Deutsche Securities Saudi Arabia 14. EFG Hermes KSA 15. First Abu Dhabi Bank PJSC 16. GIB Capital Mizuho International plc 17. RBC Europe Limited 18. Riyad Capital 19. Saudi Fransi Capital 20. SMBC Nikko Capital Markets Limited 21. Société Générale 22. UBS AG, London Branch
3.	Yetakchi boshqaruvchi	Samba Capital & Investment Management Company

Shuni alohida ta’kidlashimiz lozimki, Saudi Aramco kompaniyasi ham anderrayterlar sifatida boshqa kompaniyalar singari yirik institutsional investorlarni (banklar, investitsion banklar, investitsion kompaniyalar, kredit tashkilotlari va boshqalar) jalb qilgan (2-jadval). Shuningdek, dunyoning eng yirik IPO operatsiyasida institutsional investorlar yetakchi boshqaruvchi, moliyaviy maslahatchi va xalqaro kordinator kabi vazifalarni bajarayotganligiga guvoh bo‘lamiz. Bu esa, o‘z navbatida, institutsional investorlarning IPO amaliyotlarida muhim o‘rin tutishini ko‘rsatib beradi.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida xalqaro darajada IPO amaliyotlarini tashkil etishni o‘rganish va ushbu operatsiyalarda institutsional investorlar ishtirokini tadqiq qilish orqali quyidagilarni xulosa o‘rnida keltirishimiz mumkin.

Birinchidan, xalqaro darajadagi IPO operatsiyalarida institutsional investorlar son jihatdan kam miqdorda ishtirok etishsa-da, lekin joylashtirilayotgan aksiyalarning katta qismini sotib olishini aytib o‘tish lozim. Bu esa IPO operatsiyalarida institutsional investorlarning investor sifatidagi faoliyati muhim ekanligini ko‘rsatadi.

Ikkinchidan, IPO davomida institutsional investorlar tomonidan aksiyalar ma’lum bir qismining sotib olinishi IPO operatsiyasiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi, ya’ni xalqaro darajadagi institutsional investorlar aksiyalarni sotib olishda chuqur tahlillarga asoslanadi. Ushbu tahlillar IPO operatsiyalarida kichik investorlar uchun ham ishonchli tahlil sifatida xizmat qiladi va ularning ishtirokini ham oshiradi.

Uchinchidan, IPO amaliyotida institutsional investorlarning anderrayterlik faoliyatini ham alohida ta’kidlab o‘tish lozim. Anderrayterni tanlash, uning tajribasi va reputatsiyasi bilan kompaniya tanishib chiqishi zarur, chunki anderrayter tanlash IPO natijasiga bevosita ta’sir ko‘rsatuvchi jihatlar biri hisoblanadi. Shu sababli yirik IPO operatsiyalarini amalga oshirgan kompaniyalar anderrayterlik faoliyatiga bir guruh yirik banklar, investitsion banklar, xalqaro sug‘urta kompaniyalari yoki kredit tashkilotlarini jalb qilganligiga guvoh bo‘lishimiz mumkin.

Ш.С.Шарипов – СамДУ, Тармоқлар иқтисодиёти кафедраси ассистенти
А.А. Парсаев– СамДУ 1-курс магистранти

ИНВЕСТИЦИОН МУҲИТНИ ЯХШИЛАШ ВА ҲУДУДЛАРНИНГ ИНВЕСТИЦИОН ЖОЗИБАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ

Аннотация: Рақобат муҳити юқори бўлган шароитда ҳудудларнинг инвестицион муҳитини жозибадорлигини ошириш инвестицияларни жалб қилишнинг муҳим жиҳати ҳисобланади. Мақолада инвестицияларни жалб этиш бўйича илмий тадқиқот ишлари олиб борилиб, «инвестицион муҳит» ва «инвестицион жозибадорлик» категорияларини мазмун моҳияти очиб берилган ҳамда ҳудудларда инвестицион муҳитни яхшилаш бўйича илмий асосланган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Аннотация: В условиях высокой конкуренции повышение привлекательности инвестиционного климата в регионах является важным аспектом привлечения инвестиций. В статье проводится исследование по вопросам привлечения инвестиций, разъясняется содержание категорий «инвестиционный климат» и «инвестиционная привлекательность», разрабатываются научно обоснованные предложения и рекомендации по улучшению инвестиционного климата в регионах.

Abstract: In a highly competitive environment, increasing the attractiveness of the investment climate in the regions is an important aspect of attracting investment. The article conducts research on attracting investment, explains the content of the categories "investment climate" and "investment attractiveness", develops scientifically based proposals and recommendations for improving the investment climate in the regions.

Калит сўзлар: инвестиция, инвестицион муҳит, инвестицион жозибадорлик, инновация, инвестицион фаоллик, инвестицион жараёнларни бошқариш, инвестор.

Ключевые слова: инвестиция, инвестиционный климат, инвестиционная привлекательность, инновация, инвестиционная активность, управление инвестиционным процессом, инвестор.

Keywords: investment, investment climate, investment attractiveness, innovation, investment activity, managing investment process, investor.

Иқтисодий ўсишга, аввало, рақобатдош саноат занжирларини яратиш ҳамда бундай лойиҳаларга инвестицияларни кўпайтириш орқали эришилади [1].

Мамлакатимизда иқтисодий ўсиш динамикаси ҳудудлар кесимида таҳлил қилинганда бир-биридан тубдан фарқланиши яққол кўриниб туради. Албатта бунга ўзига яраша сабаблари бор деб айтишимиз мумкин. Ҳудулар жойлашуви, табиий ресурларга бойлиги, тупроқ унумдорлиги ва ҳоказо. Шу сабабли, ҳар бир ҳудудда инвестицион муҳитнинг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқиб макроиқтисодий кўрсаткичларнинг номутаносиблиги вужудга келади.

Шу ўринда савол туғилади. Хўш, инвестицион муҳит ўзи нима? «Инвестицион муҳит» тушунчаси ҳақида турли хил фиклар шаклланганлигига қарамасдан, кўп ҳолларда тушунчалар маъно жиҳатидан бир-бирига мослигини кўришимиз мумкин [2].

«Инвестицион муҳит» - бу ижтимоий, иқтисодий, ташкилий, ҳуқуқий, сиёсий, ижтимоий-маданий шароитларнинг умумлаштирилган тавсифи бўлиб, иқтисодиётга инвестиция оқимининг кириб келишига таъсир қилувчи муҳил омиллар мажмуидир. Яъни, юқоридаги таърифдан англаш мумкинки, инвестицион муҳит бу, маълум бир объектга инвестиция киритишни белгилаб берадиган шарт-шароитларнинг интеграциялашган таснифидир. Бундан ташқари, «инвестицион муҳит» ва «инвестицион жозибадорлик» тушунчаси айрим мутахассислар томонидан бир хил маънога эга деган фикрни илгари суришади [3].

Инвестицион жозибадорлик – бу капитал оқими баҳоланишини аниқлайдиган кўрсаткичлар жамланмасидир. Шу билан бирга, инвестицион муҳитнинг ажралмас қисми сифатида яъни, инвестицион фаоллик тушунчаси билан бир қаторда турадиган тушунча сифатида қаралади.

Инвестицион муҳитни баҳолаш жараёнида омилли ёндашув орқали ҳудуд инвестицион муҳитини ўсиш даражасининг асосий йўналишлар бўйича умумий жамланмаси аниқланади.

Демак, инвестицион муҳитнинг кўп омилли тушунчаларидан келиб чиқиб, инвестицион муҳит ривожланишининг таркибий моделини Самарқанд вилояти мисолида кўриб чиқамиз.

Бизнинг фикримизча, мазкур модел учта асосий омилни қамраб олган. Булар: инвестицион жозибадорлик, инвестицион жараёнларни бошқариш ва инвестицион фаоллик. Ҳар бир келтирилган унсурлар ҳудуд инвестицион муҳитини яхшилашда ўз алгоритми эга.

1. Инвестицион жозибадорлик:

а) Ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичларни баҳолаш;
б) Муҳим йўналишларни белгилаш;
в) Ҳудуд ривожланишини прогнозлаш ва тузиш;
г) Инвестицион жозибадорликни ошириш бўйича дастурлар;
д) Дастурларни ресурслар билан таъминлаш;
е) Дастурлар бошқаруви ва мониторинги бўйича ташкилот

2. Инвестицион жараёнларни бошқариш:

Худудий ва маҳаллий бошқарув;

3. Бошқариладиган омиллари:

а) институционал;
б) иқтисодий;
в) ижтимоий ва ҳоказо.

4. Бошқарилмайдиган омиллар:

а) табиий бойликлар;
б) инвесторнинг қарор қабул килиши.

Кўрсаткичлар:

а) мутлақ; б) нисбий; в) ва бошқа статистик тавсифлар

Самарқанд вилояти бўйича асосий омиллар сифатида биз давлат бошқарув органлари, маҳаллий ҳокимият, хўжалик юритувчи субъектлар (ёки уларнинг жамоалари) томонидан ҳудуд инвестицион муҳитига ҳар қандай

ҳолатда ҳам, жараённи шакллантиришига таъсир эта олмаслигини тушунамиз. Буларга биринчи навбатда, ҳудуднинг табиий бойликлар потенциалини ёки туризмни ривожлантириш имкониятларини келтиришимиз мумкин.

Яна бир асосий омил сифатида, ҳудуд инвестицион жозибадорлиги ҳам таъсир эта олмайдиган омил бу инвесторнинг қарор қабул қилиш жараёни ҳисобланади. Биринчи ҳал қилувчи омилдан фарқли ўлароқ бунда, **биринчидан**, инвестицион қарор қабул қилишда тўлиқ (ва ҳатто етарли) даражадаги маълумотларни аниқлашда жараённи методик баҳолаш ва унинг алгоритмнинг мавжуд эмаслиги, **иккинчидан**, оммавий ахборот воситалари томонидан шаклланиб қолган ҳудуд ҳақида мавжуд мезонлар тўғрисидаги қарашлар таъсирини келтириб ўтиш мумкин.

Самарқанд вилояти бўйича ҳудуд инвестицион муҳитини таркибий қисми сифатида таркибий модел ишлаб чиқиш зарур. Таркибий моделни таҳлил қилиш натижасида биз инвестицион муҳитни яхшилаш бўйича асосий чора тадбирлар дастурини ишлаб чиқишимиз мумкин.

Таклиф этилаётган дастурий модел ҳудуд инвестицион жараёни ва унинг субъектларни мақбуллаштириш бўйича асосий мақсадларни бирлаштиради.



Инвестиция жалб қилиш бўйича халқаро ва ҳудудий тажрибанинг муваффақиятларидан келиб чиқган ҳолда Ўзбекистон республикасида энг яхши ва энг ёмон ҳудудларни аниқлаш мумкин. Бунда, Самарқанд вилояти бўйича асосий чора-тадбирларнинг дастурий моделини шакллантириш ва бирлаштириш қуйидагича амалга оширилади:

- қулай маъмурий-бошқарув муҳитини яратиш;
- инвестициялаш бўйича солиқ имтиёзлари;
- жозибадор тариф шартларини шакллантириш;
- кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш бўйича ҳудудий тизимни яратиш.

1. Инвестиция учун қулай маъмурий-бошқарув муҳитини яратиш учун энг аввало, вилоят ҳокимидан инвестицион муҳитни яхшилаш учун ўз ваколат доираси бўйича фаол ҳаракат қилишни талаб қилади. Ҳоким – ҳудуд инвестицион жозибадорлигини ошириш бўйича энг муҳим шахслардан бири ҳисобланади. Айнан у, ҳудуд бўйича ваколатли давлат органларини ва мақсадли йўналтирилган сиёсатни белгилаб беради, тадбиркорлар ва инвесторлар билан мулоқот қилишни шакллантиради.

Қулай маъмури-бошқарув муҳитини яратишнинг асосий шартлари қуйидагилар:

- Инвестицион фаолият давомида вужудга келадиган муаммо ва саволлар билан ҳудудий раҳбарларга етказадиган, муаммо ва саволларни самарали ҳал қиладиган «on-line» режимида ишловчи тезкор алоқа тизимни яратиш;

- Инвесторлар билан ишлаш бўйича оммавий қоидалар қабул қилиш. Махсус агентлик ташкил этиш орқали, инвесторлар талабига кўра, зарур бўлган барча ташкилий ва рухсат берувчи шаклдаги ҳужжатларни «ягона-дарча» тизими орқали ҳал қилиш;

- Инвесторлар учун тайёрланган инфратузилмалар (инвесторларга ҳақиқий, зарур бўлган талаб ва эҳтиёжларини қондириш бўйича ҳокимият вакилликлари ваколатларини йўналтириш);

- Инвестицияларни жалб қилиш ва қўллаб қувватлашда молиявий механизмларни шакллантириш;

Чора-тадбирларни амалда тадбиқ этиш учун ҳукумат вакилларидан «бюджет харажатлари» мантиқидан «ҳудуд солиқ солиш базасини кенгайтириш бўйича бюджет инвестицияси» мантиқига ўтиш талаб этилади.

Бундай мантиқий ёндашув, ҳар бир инвестицион лойиҳанинг бюджетга нисбатан самарадорлиги баҳоланади. Ҳар бир инвестицион лойиҳанинг иқтисодий асосланганлиги белгиланган ҳолда, лойиҳанинг ҳудуд томонидан молиявий қўллаб-қувватлаш ҳажми белгилаб олинади.

Бундан ташқари, маъмурий-ҳудудий бошқарув тизимида ваколатли молия мутахассислардан иборат жамоани шакллантириш ҳам муҳим ҳисобланадаи. Жамоа, халқаро ва Ўзбекистон бўйича ривожлантириш институтлари, инвестиция ва банк тизими бўйича профессионал жиҳатидан ўзаро ҳамкорликни доимий равишда олиб бориши керак. Шунингдек, ҳудудда инвестиция ва банк тизими ваколатхоналари, махсус жамғармалар бўлимларини очиш керак. Мазкур ташкилотлар инвесторлар томонидан яратиладиган маҳсулот бўйича талабларини рағбатлантириш орқали, ҳудудга биринчи навбатда ишлаб чиқариш қувватини давлат харидлари ва давлат корхоналари томонидан амалга оширилган харидлар, экспортни ривожлантириш ҳамда кластер тизимини ривожлантиришга ўз эътиборини қаратиши керак. Талабни рағбатлантириш қуйидаги асосий шартлар орқали амалга оширилади:

- асосланган баҳоларда сифатли маҳсулотлар харид қилиш орқали давлат ва давлат корхоналари харидларининг узоқ муддатли режасини ишлаб

чиқиш;

- рақобатбардош, импорт ўрнини босувчи маҳсулот ишлаб чиқариш бўйича ҳудудий режани ишлаб чиқиш;

- ташкилотларни ўз маҳсулотни тарғиб қилиш учун субсидиялаш;

- ҳудудларда кластер марказларини ривожлантириш.

2. Солиқ имтиёзлари инвестицияларни жалб қилиш жараёнининг ажралмас қисми ҳисобланади. Ҳар бир алоҳида инвестицион лойиҳанинг иқтисодий самарадорлигини ҳудуд иқтисодиётида ажралмас таъсирини ошириш учун солиқ имтиёзлари рўйхатини кенгатириш яхши самара бериши мумкин.

3. Инвестиция учун жозибадор тарифларни шакллантириш биринчи навбатда, корхона зиммасидаги шаффоф бўлмаган ва олдиндан айтиб бўлмайдиган тариф хизматларини яъни табиий монопиляни (темир йўллари, электр энергия ва ҳоказо) бартараф этиш лозим. Бундай ҳолатда фақатгина, инвестиция киритаёган субъектларга табиий монополиялар бўйича батафсил маълумот тақдим этиш орқалигина инвестицион муҳитни ўзгартириш мумкин. Тегишли маълумотларни олиш осон бўлиши керак, шу жумладан, ҳудуд инвестицион фаолятига бағишлаган интернет-порталларида тегишли маълумотлар тақдим этилиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади**.** Шунингдек биз Самарқанд вилояти инвестициялар ва ташқи савдо бошқармаси веб-саҳифасини (Saminvest.uz) кўздан кечирганимизда табиий монополиялар бўйича тарифлари ҳақида маълумотларни топа олмадик. Маълумотлар бошқа интеренет саҳифаларида мавжуд, аммо бизнинг фикримизча, мазкур маълумотлар айнан инвестицион муҳитни яхшилаш бўйича масъул бўлган давлат ваколатли органининг веб сайтида мавжуд бўлиши мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз [4].

4. Кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш бўуича ҳудудий тизимни яратиш ҳамда уларни яратишни таъминлаш натижасида инвестицияни ишлаб чиқиш қуйидаги шартларни ўз ичига олади:

- ҳудудларда кадрларни техник ўқув қўлланмаларини шакллантириш ва ривожлантириш бўйича марказларни ташкил этиш;

- ҳудудларга тўғридан-тўғри инвестицияларни жалб қилиш бўйича инвесторлар билан ишлайдиган, масъул давлат ташкилотлари ходимларини мамлакатнинг етакчи унивеситителарида, бизнес мактабларда, керак бўлса хорижий давлатларда мунтазам тарзда малакасини ошириш :

- ҳудуд таълим даргоҳлари йўналишини инвесторларнинг реал муаммолари ва эҳтиёжларини ўрганишга йўналтириш;

- ишчи мутахассисларни тайёрлаш учун замонавий марказларни ташкил этиш.

Шу билан бирга, мазкур чора тадбирларни амалда қўллаш инвестицион муҳитни ҳисобга олган ҳолда бўлиши лозим. Бунда, комплекс чора-тадбирларнинг самарадорлигига эришиш учун ишларни аниқ режалаштрилган тарзда бажарилишига эътибор қаратиш лозим.

Шу тариқа, инвестицион муҳитнинг энг самарали тажрибасидан келиб чиқиб, шуни таъкидлаш мумкинки, давлат ва ҳукумат томонидан инвесторга

бўлган янги муносабат маданиятини шакллантириш таклиф этилади. Муносабат маданиятининг асосий ғояси инвесторга турли хил юкламаларни юклаш эмас, аксинча унинг оғирини енгил қилиш йўлларини излаб топиш орқали, узоқ муддатли самарадор фаолият юритишига эришишдир. Бунинг натижасида, ҳудуднинг рақобатбардошлиги ошган ҳолда, ҳукумат ўз олдига қўйган ижтимоий-иқтисодий муаммоларни ечишни муваффақиятли тарзда амалга ошира олади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 29.12.2020 йил
2. Кузенкова А.Г. Инвестиционный климат в региональном измерении (на примере г. Санкт-Петербурга) // А.Г. Кузенкова.– Власть. 2012. № 1. – С. 25.
3. Яковлева Л. Инвестиционная привлекательность производственного потенциала региона // Л. Яковлева. Государственная служба. 2008. № 4. – С. 157.
4. Самаранд вилояти Инвестициялар ва ташқи савдо Бошқармаси веб саҳифаси www.saminvest.uz

А.К.Назаров – Давлат солиқ қўмитаси ҳузуридаги Фискал институти мустақил изланувчиси

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА КЎЧМАС МУЛКНИ СОЛИҚ БАЗАСИ ВА МУЛКНИ БАҲОЛАШ МЕТОДЛАРИ

Аннатация: Мақолада рақамли иқтисодиёт шароитида кўчмас мулкни солиқ базасини аниқлаш ва мулкни баҳолаш методлари ёритилган. Рақамли иқтисодиёт шароитида кўчмас мулкни баҳолаш механизмини такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: Рақамли иқтисодиёт, кўчмас мулк, мулкни баҳолаш, электрон ҳукумат, кадастр агентлиги, ҳаққоний қиймат, бухгалтерия ҳисоби.

Аннатация: В статье описаны методика определения налоговой базы недвижимости и оценки имущества в условиях цифровой. Намечены основные направления совершенствования методических механизмов и оценки недвижимости в цифровой экономике.

Ключевые слова: Цифровая экономика, недвижимость, оценка собственности, электронное правительство, кадастровое агентство, справедливая стоимость, бухгалтерский учет.

Abstract: The article describes the methodology for determining the tax base of real estate and property valuation in the digital economy. The main directions of improving the real estate appraisal mechanism in the digital economy are outlined.

Keywords: Digital economy, real estate, property appraisal, e-government, cadastral agency, fair value, accounting.

Мамлакатимизда рақамли иқтисодиётга ўтиш борасида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28 апрелда “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида” ПҚ-4699

сонли қарори қабул қилинди. Ушбу қарорга асосан 2020 — 2022 йилларда иқтисодиётнинг реал сектори тармоқларида замонавий ахборот-коммуникация ҳукуматни янада ривожлантириш ва кенг жорий қилиш бўйича устувор лойиҳалар рўйхати ишлаб чиқилиши кўзда тутилган. Бунда кўчмас мулкни рўйхатдан ўтказиш, кадастр тизимларини модернизация қилиш, кўчмас мулкни рўйхатдан ўтказиш ва кадастр бўйича интеграциялаштирилган ахборот тизимни ишлаб чиқилиши кўрсатиб берилган.

Бундан ташқари Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 7 сентябрдаги «Ер ҳисоби ва давлат кадастрларини юритиш тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПФ-6061-сонли ва ушбу фармон ижросини таъминлаш мақсадида 2020 йил 7 сентябрда, "Ўзбекистон Республикаси Давлат солиқ қўмитаси ҳузуридаги кадастр агентлиги фаолиятини ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида"ги ПҚ-4819-сонли қарори бўйича кўчмас мулк кадастри ҳисобини тўлиқ шакллантириш зарурлиги, бу солиқ солиш базасини кенгайтиришда муҳимлиги, кадастр агентлиги билан солиқ идораларининг маълумотлар базасини бирлаштириб, фойдаланишдаги ер ва объектларни ҳисобга олиш ҳамда солиқ базасини шакллантириш таъкидланган.

Ўзбекистон Республикаси Солиқ қодексининг 412-моддасига асосан қуйидагилар солиқ базаси ҳисобланади;

1) ушбу Кодекс 411-моддаси иккинчи қисмининг 1 ва 3-бандларида назарда тутилган объектлар бўйича — ўртача йиллик қолдиқ қиймати.

Кўчмас мулкнинг қолдиқ қиймати ушбу мол-мулкнинг бошланғич (тикланиш) қиймати билан солиқ тўловчининг ҳисоб сиёсатида белгиланган усуллардан фойдаланилган ҳолда ҳисоблаб чиқилган амортизация миқдори ўртасидаги фарқ сифатида аниқланади.

Бунда тўлиқ амортизация қилинган бино бўйича унинг уч йилда камида бир марта аниқланадиган қайта баҳоланган (бозор) қиймати солиқ базасидир;

2) ушбу Кодекс 411-моддаси иккинчи қисмининг 2-бандида назарда тутилган объектлар бўйича — тугалланмаган қурилишнинг ўртача йиллик қиймати;

3) ушбу Кодекс 411-моддаси иккинчи қисмининг 4-бандида белгиланган объектлар бўйича — мазкур объектларнинг ўртача йиллик қиймати (реализация қилинмаган қисми бўйича).

Ўзбекистон Республикаси норезидентларининг кўчмас мулк объектларига нисбатан солиқ базаси ушбу мол-мулкнинг ўртача йиллик қийматидир[1].

Солиқ кодексининг 413-моддасида эса солиқ базасини аниқлаш тартиби келтирилган.

Солиқ солиш объектларининг ўртача йиллик қолдиқ қиймати (ўртача йиллик қиймат) солиқ давридаги ҳар бир ойнинг охирги кунидаги ҳолатга кўра солиқ солиш объектларининг қолдиқ қийматларини (ўртача йиллик қийматларини) қўшишдан олинган сумманинг ўн иккидан бир қисми сифатида ортиб борувчи якун билан аниқланади.

[1] Ўзбекистон Республикаси Солиқ кодексининг 412-моддаси.

Ўзбекистон Республикаси норезидентларининг кўчмас мулк объектлари бўйича солиқ базаси мазкур объектларга бўлган мулк ҳуқуқини тасдиқловчи ҳужжатларда кўрсатилган қиймат асосида аниқланади.

Солиқ базаси ҳар бир солиқ солиш объекти бўйича алоҳида аниқланади.

Солиқ тўловчи томонидан солиқни тўлаш назарда тутилмаган фаолият турлари амалга оширилган тақдирда, солиқ базаси солиқ солинадиган ва солиқ солинмайдиган мол-мулк ҳисобини алоҳида-алоҳида юритиш асосида аниқланади. Алоҳида-алоҳида ҳисоб юритишнинг имкони бўлмаса, солиқ базаси солиқ тўланиши назарда тутилган фаолиятдан олинадиган соф тушумнинг жами соф тушум ҳажмидаги улушига қараб аниқланади.[1]

Биринчи навбатда, юридик ва жисмоний шахсларга тегишли бўлган кўчмас мулкни ҳисобга олиш бўйича меъёрий хужжатини такомиллаштириш зарур. Давлат солиқ қўмитаси ҳузуридаги Кадастр агентлиги томонидан ишлаб чиқилган янги шаклдаги кадастр ҳужжати NFC - смарт чипи ўрнатилган пластик картасида кадастр паспортидаги барча маълумотларни ўз ичига олиши билан аҳамиятли ҳисобланади ва онлайн хизматлар кўрсатилиши учун ягона порталга уланиш, уларни баҳолашда харажатсиз ҳаққоний қийматини аниқлаш имконияти яратилади, солиқ, натариус хизматлари ва коммунал хизматларнинг иш самарадорлигини ошириш имкониятини беради.

Ушбу намунадаги NFC - смарт чипи ўрнатилган пластик картасида кадастр паспорти қўллаш орқали қуйидаги масалалар ўз ечимини топади:

- ✓ сақлаш учун қулай, қоғозбозлик камаяди ва ҳужжатни қалбакилаштириш эҳтимолини пасайтиради;
- ✓ мулк эгаларининг маълумотларини тўлиқ ҳисобини олган ягона базани шакллантириш ва тизимлаштириш имконияти яратади;
- ✓ тизимни ЯИДХПга улаш имконияти пайдо бўлади, бу юридик ва жисмоний шахслар учун ортиқча бюрократик (коррупцион) тўсиқларни камайтиради;
- ✓ тижорат банклардан кредит олиш жараёнини тезлашади, мулкни гаров эвазига киритишни тартиби соддалашади, ортиқча вақт ва маблағни тежайди;
- ✓ юридик ва жисмоний шахсларнинг мулкий ижараси билан боғлиқ жараёнлар такомиллашади, мулкий даромадларни солиққа тортиш ва тўловни амалга ошириш учун тизимни давлат солиқ хизмати органларининг маълумотлар базасига интеграция қилиш имконияти мавжуд бўлади ва солиқ тушумларнини ўз вақтида амалга ошириш имконияти яратилади;
- ✓ коммунал хизматлар, солиқлар, давлат божлари учун тўловларни қулай ва тўлиқ амалга ошириш учун тизимни ягона биллинг тизимига бирлаштиради;
- ✓ мулк ва мулк эгаси тўғрисидаги барча зарур маълумотларни ўз ичига олади ва давлат органлари билан боғланган бўлиб, нотариус томонидан

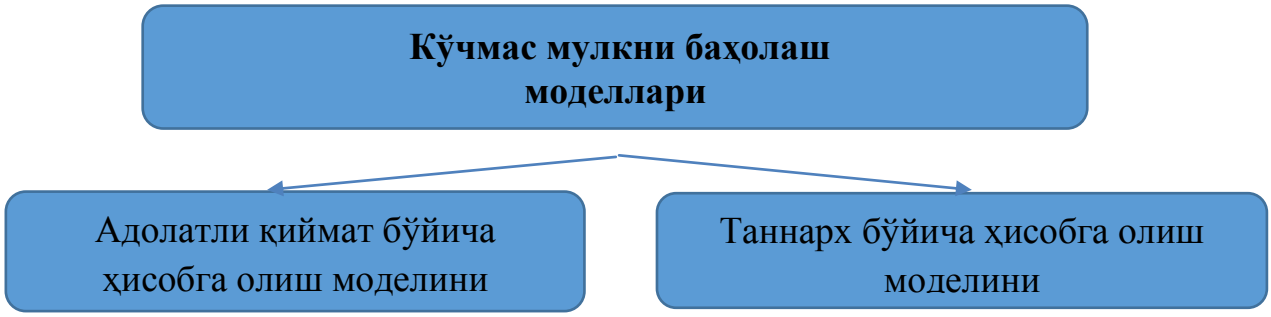
[1] Ўзбекистон Республикаси Солиқ кодексининг 413-моддаси.

амалга ошириладиган эски намунадаги ҳужжатни талаб қиладиган нотариал операцияларни бажаришда қулайлик яратади;

✓ кўчмас мулкни баҳолаш электрон тизимга ўтилади, адолатли бозор нархи шаклланади, баҳолашдаги тушунмовчиликлар ва баҳолаш учун кетадиган харажатларни қисқартиради, мулкни қийматларини бўйича аниқ, ишончли маълумот олиш осонлашади;

✓ мулкни баҳолашда рақобат принципи вужудга келади, кўчмас мулк бозори механизмлари бошқариш тизими келиб чиқади.

Компания кўчмас мулкнинг дастлабки таннархини баҳолашда адолатли қиймат бўйича ҳисобга олиш моделини ёки таннарх бўйича ҳисобга олиш моделини танлаши мумкин. (1 расм)



1 расм. Кўчмас мулкни баҳолаш моделлари.

8-сон БҲХС “Ҳисоб сиёсатлари, ҳисоблаб чиқилган баҳолардаги ўзгаришлар ва хатолар”га асосан тадбиркорлик субъекти ўзининг ҳисоб сиёсати сифатида адолатли қиймат бўйича ҳисобга олиш моделини ёки таннарх бўйича ҳисобга олиш моделини танлаши лозим ва ушбу сиёсатни ўзининг барча инвестициявий кўчмас мулкларига нисбатан қўллаши лозим.[1]

13-сонли МҲХС (IFRS) “Адолатли қийматни баҳолаш” стандартда адолатли қийматга қуйидагича таъриф берилган: Адолатли қиймат - бу баҳолаш санасида бозор иштирокчилари ўртасидаги одатдаги операцияда активни сотишда олиниши мумкин бўлган ёки мажбуриятни ўтказишда тўланиши мумкин бўлган нархдир.[2] Адолатли қийматни баҳолаш ҳар доим бозор омилларига асосланади.

Юқоридагиларга асосланган ҳолда мол-мулк солиғини ҳисоблашда кўчмас мулкни бошланғич қийматини тўғри баҳолаш ва уларнинг амортизация ажратмасини ҳисоблашда хориж амалиётидан фойдаланишни таклиф қиламиз. Шунингдек, меъёрий ҳужжатларга асосан кўчмас муклнинг таркибини тўғри аниқлаш зарур. Кўчмас мулкни баҳолашда қўлланиладиган баҳолаш ёндашувлари ва усулларини қўллаш 8-сон мулкни баҳолаш стандарти (МБС) талаблари асосида қиёсий, даромад ва харажат ёндашувлари амалга ошириш зарур деб ҳисоблаймиз. Булар мамлакатимизда юридик шахслар томонидан тўланадиган мол-мулк солиғини тўғри ва аниқ ҳисоблашни таъминлайди.

[1] 8-сон БҲХС “Ҳисоб сиёсатлари, ҳисоблаб чиқилган баҳолардаги ўзгаришлар ва хатолар” стандарт.
[2] 13-сонли МҲХС (IFRS) “Адолатли қийматни баҳолаш” стандарт.

З.М. Жабборова– ассистент кафедры «Экономика и менеджмент»
Джизакский политехнический институт

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ ПУТЁМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

Аннотация: Мақолада мамлакатимизда рақамли иқтисодиётни инветициялар ёрдамида ривожлантириш, ИКТ соҳасига инветицияларни жалб этиш, рақамли технологияларни мамлакат аҳолиси хаёти тарзига кенг жорий этиш чора-тадбирлари ёритиб берилган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, инветицияларни жалб этиш, электрон пуллар, ИКТ соҳаси, рақамли технологиялар.

Аннотация: В статье описаны меры, принимаемые для развития цифровой экономики в стране с помощью инвестиций, привлечения инвестиций в сферу ИКТ, широкого внедрения цифровых технологий в жизнь населения.

Ключевые слова: цифровая экономика, привлечение инвестиций, электронные деньги, ИКТ, цифровые технологии.

Abstract: The article describes the measures taken to develop the digital economy in the country with the help of investments, attracting investments in the ICT sector, and the broad introduction of digital technologies into the life of the population.

Keywords: digital economy, attraction of investments, electronic money, ICT, digital technologies.

На сегодняшний день развитие экономики стран нельзя представлять без развития цифровой экономики в этом регионе с помощью привлечения инвестиций в отрасли.

Цифровая экономика - экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях, связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, и производимых и сбываемых ими цифровыми товарами и услугами. Расчёты за услуги и товары цифровой экономики производятся зачастую цифровой валютой (электронными деньгами).

Так в соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 8 января 2019 года «О дополнительных мерах по обеспечению дальнейшего развития экономики и повышения эффективности экономической политики» предусмотрена в частности, подготовка до 1 декабря 2019 года Стратегии развития национальной цифровой экономики «Цифровой Узбекистан-2030», в которой будут сформированы основные задачи по ускорению развития цифровой экономики и широкому внедрению цифровых технологий в сферы жизнедеятельности населения страны.

Развитие цифровой экономики напрямую связано с уровнем развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) , который принято оценивать следующими показателями:

-доля цифровой экономики от ВВП;

-размеры инвестиций в отрасль ИКТ;

-скорость интернета, степень покрытия им территории страны и

доступность для использования населением;

-развитие электронной торговли;

-обеспеченность организаций специалистами в области ИКТ.

Весьма важное значение для развития экономического потенциала страны имеют инвестиции в отрасль ИКТ, которые стимулируют инновационное развитие, приводят к повышению производительности труда, сокращению издержек и появлению новых видов экономической деятельности, а также, что не менее важно, повышают качество жизни населения.

Инвестиции-это драйвер экономики, образно говоря, её сердце. Во все отрасли и сферы, во все регионы с инвестициями приходят новые технологии, передовой опыт, высококвалифицированные специалисты, ускоренно развивается предпринимательство.

-Наша высшая цель-чтобы каждый человек в Узбекистане, независимо от его национальности, языка и религии, жил свободно, в мире и благополучии, был доволен своей жизнью» -отметил Шавкат Мирзиёев.

В 2020-2022 годах в сфере ИКТ будет реализован ряд крупных проектов

Как отметил в своём Послании парламенту Президент Шавкат Мирзиёев, развитие цифровой экономики является одним из актуальных и приоритетных направлений для Узбекистана в ближайшие годы.

Символично и то, что 2020 год в нашей стране был объявлен Годом развития науки, просвещения и цифровой экономики. Государственная программа, принятая в рамках Года развития науки, просвещения и цифровой экономики, предусматривает под собой осуществление в текущем году масштабных задач, обозначенных главой республики.

В связи с этим принятое 9 января 2020 года Постановление Президента ПП-4563 «О мерах по реализации Инвестиционной программы Республики Узбекистан на 2020-2022 годы» предусматривает под собой реализацию ряда крупных инвестиционных проектов. **В частности, в течение 2020-2022 годов в сферу информационных технологий и коммуникаций запланировано привлечь 676,8 миллиона долларов инвестиций.** Таким образом:

В **2020 году** общий размер инвестиций — 178,7 миллиона долларов, из них прямые иностранные инвестиции — 139,2 миллиона долларов, иностранные кредиты под государственную гарантию — 37,5 миллиона долларов;

В **2021 году** общий размер инвестиций — 241,7 миллиона долларов, из них прямые иностранные инвестиции — 171,9 миллиона долларов, иностранные кредиты под государственную гарантию — 67,7 миллиона долларов;

В **2022 году** общий размер инвестиций — 256,4 миллиона долларов, из них прямые иностранные инвестиции — 180,1 миллиона долларов, иностранные кредиты под государственную гарантию — 73,1 миллиона долларов.

Следует отметить, что в соответствии с постановлением Президента от 28 апреля 2020 года за №4699 «О мерах по широкому внедрению цифровой экономики и электронного правительства» предусматривается реализация **35 приоритетных проектов в сфере развития информационных технологий и коммуникаций на сумму 17,6 триллиона сумов.**

Из них запланированный объём привлекаемых прямых иностранных инвестиций и негарантированных кредитов составляет 44,8 процента, кредитов под государственные гарантии — 33 процента. Постановление Президента Республики Узбекистан от 9 января 2020 года **"О мерах по реализации Инвестиционной программы Республики Узбекистан на 2020-2022 годы"**

По нашему мнению повышение привлечения инвестиций, в том числе зарубежных инвестиций в сферу ИКТ даст эффект в ближайшие годы.

Список использованной литературы:

1. Постановление Президента Республики Узбекистан от 9 января 2020 года "О мерах по реализации Инвестиционной программы Республики Узбекистан на 2020-2022 годы"
2. Постановление Президента Республики Узбекистан от 28 апреля 2020 года "О мерах по широкому внедрению цифровой экономики и электронного правительства".

Б.Ш.Хусанов– к.э.н., доцент кафедры «Финансы», СамИЭС
А.М. Каримова– ст. преподаватель кафедры «Банковское дело»
Э.Н. Халилов– студент магистратуры, специальность «Управление государственными финансами», СамИЭС

КРЕДИТНАЯ ПОДДЕРЖКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ И ИННОВАЦИОННО РАЗВИВАЮЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Важным условием устойчивого развития кредитной поддержки инвестиционной деятельности туристических предприятий является стабильность организационно-экономического механизма взаимодействия первичных интересов с инвестиционными институтами, в том числе туристическими предприятиями базирующаяся на отработанных правилах и процедурах, прежде всего, связанных с обеспечением гарантий сохранности денежных средств различных форм инвестирования.

Ключевые слова: кредит, глобализация экономики, туристский бизнес, инвестиционный потребность, инновационно-инвестиционный проект, коммерческий банк.

Аннотация. Туристик корхоналарнинг инвестицион фаолиятини кредитлаш орқали қўллаб-қувватлашни барқарор ривожланишининг муҳим шарти инвестиция институтлари, шу жумладан, туристик корхоналар билан бирламчи манфаатларнинг ўзаро таъсирини ташкилий-иқтисодий механизмининг барқарорлиги бевосита

боғликдир. Бундай боғлиқлик инвестициялашнинг пул маблағларини кўринишидаги барча шаклларини тўлиқлигини таъминлашни кафолатлаш ҳуқуқи ва жараёнларга асосланади.

Калит сўзлар: кредит, иқтисодиётни глобализациялашуви, туристик бизнес, инвестицион эҳтиёж, инновацион-инвестицион лойиҳа, тижорат банки.

Abstract. An important condition for the sustainable development of credit support for investment activities of tourism enterprises is the stability of the organizational and economic mechanism of interaction of primary interests with investment institutions, including tourism enterprises, based on well-established rules and procedures, primarily related to ensuring the safety of funds of various forms of investment.

Key words: credit, economic globalization, tourist business, investment need, innovation and investment project, commercial bank.

В условиях глобализации экономики, крайней ограниченности ресурсов для капиталовложений в экономику Республики Узбекистан проблема приоритетного выбора инвестиций приобретает чрезвычайное значение. Учитывая данное обстоятельство, надо включать в систему таких приоритетов и предприятия сферы туризма и туристского бизнеса. Это вытекает не из конъюнктурных установок, а из объективного хода социально-экономических процессов, из того, каковы место и перспективы данной сферы в решении ряда остроактуальных для нашей страны задач (создания конкурентной среды, повышения уровня и эффективности занятости населения, обработки и распространения новых технических решений и др.)[1].

Между тем, пока нет оснований говорить о том, что туристский бизнес (ТБ) реально пользуется какими-то предпочтениями в распределении инвестиционных ресурсов; скорее имеет место противоположная ситуация, когда эта сфера оттесняется на второй план. Финансирование было и остается наиболее уязвимой проблемой отечественного ТБ. По данным социологического опроса руководителей турпредприятий (ТП), половине респондентов при их организации пришлось ограничиться собственными сбережениями; немногим более четверти сумели получить кредит, а менее 20% - привлечь средства вкладчиков[2]. Самая серьезная проблема на начальной стадии, как отмечают предприниматели или менеджеры турпредприятий – финансы и помещения, затем отношения с местными органами управления. При этом проблема инвестирования турпредприятий остается основной на всем протяжении их деятельности.

В западных странах действуют многочисленные коммерческие банки, страховые компании, отраслевые фонды, региональные коммерческие

[1]Этот тезис развернуто аргументировался в ряде публикаций «Российского экономического журнала»: Афанасьев В. «Анатомия» отечественного малого бизнеса (№2, 1994); Блинов А., Никитов А. Немалые трудности малого бизнеса (№2, 1995); Семенцева Г. Формы финансирования малого инновационного бизнеса в США и Западной Европе (№5-6, 1997); Шулус А. Субъекты малого предпринимательства и система его государственной поддержки (№5-6, 1996); Шулус А. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России (№5-6, 7, 1997).

[2]Здесь и далее используются результаты опросов, проведенных Самаркандским институтом экономики и сервиса.

отделения институциональных структур содействия малому бизнесу, в частности, – туристским предприятиям (фирмам), огромное количество территориальных и региональных гарантов, благотворительных фондов и ассоциаций, активно и весьма разнообразно его поддерживающие. Мы такого рода институтами не располагаем, что, разумеется, существенно тормозит развитие туристского бизнеса, тем более, что и ощутимой государственной материально-финансовой помощью последний не пользуется. Поэтому вполне естественно, что в настоящее время развитие туристского предприятия не оказывает еще решающего влияния на формирование туристского рынка, а поддержание предпринимательской активности в сфере ТБ не имеет необходимой почвы. Положение с обеспеченностью турпредприятий материальными, энергетическими и финансовыми ресурсами не только не улучшается, но и в последние годы, напротив, ухудшается. Согласно результатам выборочных обследований деловой активности турпредприятий, коэффициент использования гостиниц составляет не более 0,62. Сложившийся уровень заказов и обеспеченности услугами большинство турпредприятий оценивали как находящиеся на уровне «ниже нормального», хотя, в отличие от крупных предприятий, в сфере ТБ наблюдаются некоторые тенденции стабилизации финансово-экономического положения. Так, в течение 2015-2019 гг. на турпредприятиях достаточно стабильными оставались численность занятых и уровень использования мощностей субъектов, призванных обслуживать туристов (см. табл. 1).

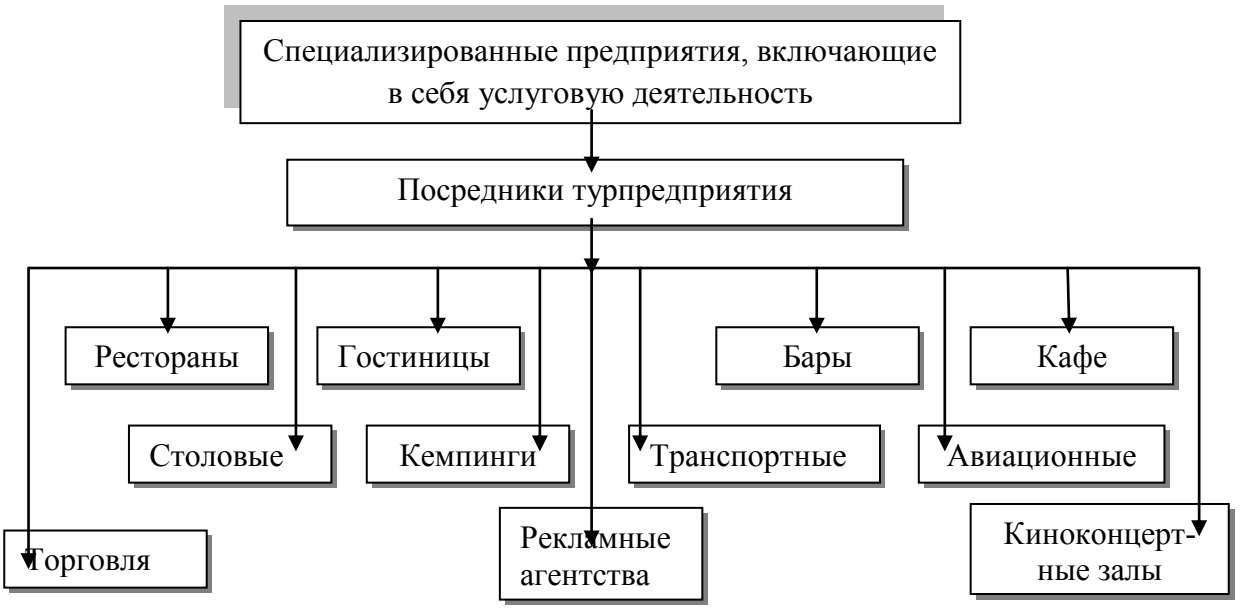


Рис. 1. Специализированные предприятия по г. Ташкенту, включенные в список субъектов, призванных оказывать услуги по заказу турпредприятий

Несмотря на то, что капитальные вложения ТБ составляют достаточно внушительную сумму, или 11% от капиталовложений в экономику Таблица 1

Динамика показателей специализированных предприятий, призванных оказать услуги через посреднические туристские предприятия по обслуживанию туристов на договорной основе

№	Специализи-рованные предприятия	ед. изм	Годы					2019 г в % к:			
			2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018
1	Рестораны	млрд. сум	40,0	44,7	49,1	56,8	62,3	1,56	1,40	1,27	1,1
2	Гостиницы	-«-	87,3	94,7	103,6	109,2	114,5	1,31	1,21	1,11	1,05
3	Общественное питание	-«-	67,4	76,5	84,7	93,2	99,1	1,47	1,30	1,17	1,06
4	Транспорт частных владельцев	-«-	4,1	4,7	5,2	5,9	6,3	1,54	1,34	1,21	1,07
5	Транспорт предприятий	-«-	15,7	20,2	23,5	27,1	32,4	2,06	1,61	1,38	1,20
6	Торговли и т.п.	-«-	161,6	179,3	186,4	201,7	212,5	1,32	1,19	1,14	1,05

Республики Узбекистан за счет всех источников финансирования (см. рис. 2), активность турпредприятий в области инвестиций весьма низка (см. табл. 2).



Рис. 2. Доля капитальных вложений турпредприятий в общей сумме капвложений в экономику Ташкентской и Самаркандской областей за 2015-2019 годы

Как следует из рис. 2, капитальные вложения, направляемые из различных источников по Ташкентской и Самаркандской областям, имеют тенденцию к росту. Но это не означает, что туристские предприятия не

Таблица 2

Динамика удовлетворения инвестиционной потребности туристских предприятий и предприятий, призванных обслуживать туристов, за 2015-2019 годы

№	Наименование предприятий	Кол. во опрошенных предприятий	ед. изм., в %	2015 г.		2016 г.		2017 г.		2018 г.		2019 г.	
				общая потребность в инвестициях	фактический приток инвестиций	общая потребность в инвестициях	фактический приток инвестиций	общая потребность в инвестициях	фактический приток инвестиций	общая потребность в инвестициях	фактический приток инвестиций	общая потребность в инвестициях	фактический приток инвестиций
1	Туристские предприятия	6	%	100	7,2	100	11,6	100	14,3	100	17,8	100	22,8
2	Рестораны	8	%	100	46,7	100	41,4	100	43,8	100	45,6	100	51,7
3	Гостиницы	9	%	100	54,9	100	57,3	100	61,2	100	64,4	100	67,0
4	Общественное питание	11	%	100	68,3	100	58,2	100	51,6	100	48,3	100	44,2
5	Транспортные предприятия	3	%	100	26,8	100	33,6	100	38,1	100	43,4	100	47,2
6	Торговля	16	%	100	69,3	100	63,1	100	66,0	100	68,6	100	71,2
		53	%	100		100		100		100		100	

Примечание: Рассчитано автором путем опроса действующих предприятий.

нуждаются в дополнительных инвестиционных ресурсах для укрепления и расширения материально-технической базы, способной производить инновационные турпродукты. Поэтому дополнительные инвестиционные притоки для развития инновационной деятельности турпредприятий имеют архиважное значение.

Как показывают данные табл. 2, все опрошенные субъекты, обслуживающие туристов, нуждаются в 100%-ном притоке инвестиционного капитала. Но, к великому сожалению, прогрессирующий рост услуг связан с притоком инвестиций. То, что получили предприятия различных сфер услуг, не в состоянии развернуть инновационную деятельность. Это, прежде всего, зависит от полного притока инвестиционного капитала.

Опросы показали, что среди причин, влияющих на ограничение инвестиционного притока в деятельность турпредприятий, около 60% респондентов выделяют высокий уровень налогообложения, 30% – высокие темпы инфляции, более 30% - нестабильность притока туристов.

Лица, возглавляющие ТП, критически характеризуют конкурентоспособность своей турпродукции: «средней» применительно к внутреннему рынку ее полагают лишь несколько из более 50% руководителей. Низкая конкурентоспособность турпродукции,

соответственно, сдерживает спрос приток инвестиционного капитала.

Руководители обследованных турпредприятий и другие хозяйственные субъекты основными факторами, сдерживающими их инновационную деятельность, считают недостаток собственных средств (около 75% опрошенных), высокие налоговые ставки (более 60%), неприемлемые условия инвестирования и кредитования (25%).

Анализ источников финансирования этих предприятий показывает, что наиболее доступными для этой сферы являются внутренние источники развития – их используют более трех четвертей предприятий, тогда как из внешних источников черпает какие-то ресурсы лишь один из четырех субъектов бизнеса.

Данные опроса показывают, что первое место среди источников финансирования занимают доходы от собственной деятельности, на это указали два из трех его участников. Второе место занимает другой внутренний источник – личные средства учредителей (21,7%). На третьем месте – частный кредит, к нему прибегают 17,9%. Прочие источники используют около 10-15% таких предприятий. При этом свыше 20% опрошенных лиц считают, что их предприятия вообще не имеют возможности развиваться.

Более полное представление о характере инвестирования сферы ТБ дают результаты опросов о направлении вложений средств ТБ. Согласно этим сведениям, лидируют турпредприятия, направляющие инвестиции в оборудование и транспорт (57,5%); на втором месте – те, чьи вложения идут на пополнение оборотных средств (44,3%). Многие предприятия вкладывают значительные средства в ремонт помещений и рекламу (около 38%); приблизительно 20% направляют ресурсы на обучение своего персонала. Сравнение данных по группам предприятий свидетельствует о ряде различий, связанных со спецификой сфер деятельности. Напр., предприятия торговли значительно чаще пополняют свои оборотные средства (76%), но отстают во вложениях в человеческий капитал – всего 8% их количества занимаются обучением своих сотрудников, тогда как по всей выборке – 20,8%.

Одной из главных проблем развития инновационно развивающих предприятий является их слабое инвестирование в связи с повышенными в данной области рисками при кредитовании. Последние вызваны следующими факторами: малые инновационно развивающие предприятия обычно не имеют возможности самостоятельно предоставить стопроцентную гарантию по своим обязательствам, не существует отлаженной системы гарантий и страхования их инвестиционной деятельности; их кадровый состав обычно не имеет достаточной экономической подготовки и поэтому зачастую представляет слабо проработанные инвестиционные проекты; что же касается консалтинговых услуг по ведению бизнеса и подготовке инвестиционных проектов, то они, как правило, для малых предприятий в целом и в частности слишком дороги.

По данным опроса руководителей малых предприятий, в доступе к кредитным ресурсам они испытывают на себе как общую жесткость кредитно-денежной политики, так и проявление дискриминационной политики банков по отношению к ним. При этом среди трудностей в доступе к кредитам лидируют ценовые ограничения (очень высокие проценты отметили 47,6% опрошенных руководителей), затем следует комплекс неценовых ограничений – нереальный залог и гарантии (21,9%), ограниченность сроков кредитования (14,3%), недоступность инвестиционных кредитов (10,5%), далее – субъективные оценки дискриминирующих условий (17,1%), при этом роль организационных факторов невелика.

Коммерческие банки не заинтересованы в кредитовании малых предприятий из-за отсутствия отработанных технологий по инновационному инвестированию их, необходимости рассмотрения большого количества инновационно-инвестиционных проектов при высокой себестоимости операций по их проработке. Банки не хотят рисковать, поскольку уже имеют негативный опыт исчезновения кредитуемых малых предприятий, невозврата кредитов, сокрытия залога, в том числе в сфере малых предприятий. Поэтому для обеспечения страховки и возможности контроля круг кредитуемых организаций ограничивается теми, которые держат расчетный счет в банке, являющемся предполагаемым кредитором. Банки избегают кредитовать вновь организованные малые туристские предприятия, при этом обязательно требуют залог при гарантии от третьей стороны, которая может поручиться за них своим имуществом. Уровень процента учитывает степень риска, который для них достаточно высок; стандартные сроки, на которые предоставляется кредит, колеблются от трех месяцев до полугода.

Отсюда вывод: отечественным коммерческим банкам необходимо развивать финансовые услуги для инновационно развивающих туристских предприятий, соответствующие тем, что существуют на Западе. Прежде всего, это относится к необходимости детальной проработки и экспертизы каждого инновационно-инвестиционного проекта, независимо от суммы кредитования, и к совершенствованию способностей коммерческих банков оценивать ссуды, основываясь более на знании рынка и потенциальных финансовых ресурсов предприятий, чем на стоимости их основных фондов и размера залога.

А.Ф.Шеркулов – СамИСИ, ММР-119 гуруҳ магистранти

БАНК ХИЗМАТЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШГА ҚАРАТИЛГАН “СТРАТЕГИК МАҚСАДЛАР ШАЖАРАСИ”

Аннотация: ушбу мақолада банк хизматлари рақобатбардошлигини оширишда маркетинг хизматини ташкил этиш билан боғлиқ бўлган муаммоларни аниқлаш ва маркетинг хизмати томонидан хизматлар рақобатбардошлигини оширишга қаратилган стратегик мақсадлар шажарасини шакллантириш масалалари ёритилган.

Калит сўзлар: банк маркетинги, банк маҳсулоти, стратегик мақсад, стратегик мақсадлар шажараси, со-менежер, лид-менежер

Аннотация: в данной статье раскрываются проблемы организации маркетинга в банке, направленное на повышение конкурентоспособности банковских услуг и вопросы формирования «дерево стратегических целей» в целях повышения конкурентоспособности банковских услуг.

Ключевые слова: банковский маркетинг, банковский продукт, стратегические цели, дерево стратегических целей, со-менеджер, лид-менеджер

Abstract: In this article on increasing the competitiveness of banking service problems related to the organization of marketing sevices competitiveness of services by identification and marketing services forming a tree of strategic goals aimed at enhancing issues are covered.

Keywords: bank marketing, bank product, strategic goals, tree of strategic goals, co-manager, lead manager

Халқаро капитал бозорида банк хизматларини ривожлантириш учун Республикамиз банклари кредит тарихини ташкил этиш муҳим аҳамиятга эга. Шу ўринда уларнинг устивор вазифалари бўлиб акциядорлик капиталига чет эл инвесторларини маълум даражада жалб этиш ҳисобланади. Бу арзон кредитларни олишга, халқаро тажрибадан фойдаланиш асосида банк хизматлари ва технологияларини ривожлантиришга, мижозларни кўпайтиришга ва хизмат кўрсатиш сифатини яхшилашга ёрдам беради.

Мамлакатимиз банклари томонидан банк хизматларининг ривожланишида жаҳон тажрибасидан фойдаланиш муҳим омил бўлиб ҳисобланади.

Хизмат кўрсатишни дифференциялаш ва бозор сегментацияси орқали мижозларни жалб қилиш яхши натижалар бериб, янги хизматларнинг сотувидан фойдани таъминласада, улар кўпинча қисқа даврда самаралидир. Чунки рақобатчи банклар ўзлари учун фойдали бўлган дифференциялаш ва сегментлашни ҳар қандай банк амалиётида бажариши мумкин ва бу ҳолатда рақобат юзага келади ҳамда банкнинг хизмат кўрсатиш билан боғлиқ янги ғоя излаши зарур бўлади

Республикамиз тижорат банклари маркетинг фаолият бўйича ўтказилган таҳлил шуни кўрсатадики, амалдаги банк маркетинги модели

ҳозирча жуда оддий бўлиб, пул маблағларини банкка жалб қилиш бўйича бозорни жиддий ва чуқур ўрганиш билан боғланмаган.

Кейинги йилларда банк маркетингининг асосий элементи фаолиятнинг универсаллашувига йўналтирилган ва мижозларга стандартлаштирилган хизматлар тўпламини тақдим этувчи ихтисослашган банклар филиаллари тармоғи кенгаймоқда. Шу боисдан ҳам мамлакатимиз банклари томонидан жаҳон амалиётида кенг йўлга қўйилган мулкни баҳолаш, корхоналар фаолиятининг иқтисодий таҳлили[1], тўловга лаёқатлилик, чиқарилаётган маҳсулотлар сифати, директ-маркетинг, интернет маркетинг, реклама ПР каби маркетинг амаллари етарли даражада қўлланилмаяпти[2].

Фикримизча, республикамиз банкларида маркетинг хизматини ташкил этиш билан боғлиқ бўлган қуйидаги муаммолар мавжуд:

Банк маҳсулоти бўйича (хусусиятлари, самарали фойдаланиш, ишончлилик, расмийлаштириш) банк актив амалиётлар ҳажмини орттиришга банк раҳбарлари томонидан тижоратга оид ёндошув етарли даражада эмас. Банклар томонидан тақдим этилаётган банк маҳсулотининг хусусияти, уларни расмийлаштириш ҳамда соддалигига етарли аҳамият бермаяптилар. Банк маҳсулотидан фойдаланиш бўйича консалтинг хизмати ташкил этилмаган, шунингдек, банк маҳсулотларининг ҳаётий даври бўйича балансланмаган.

Тариф сиёсати бўйича банклар томонидан маркетинг ҳаражатлари ҳақида аниқ маълумотларни шаклантириш тизими мавжуд эмас.

Хизмат кўрсатиш сифати бўйича мижозларга хизмат кўрсатиш жараёни ҳақида аниқ ахборот мавжуд эмас. Энг муҳими, қайси ходимга мижозларга хизмат кўрсатиш ишониб топширилганлиги ва хизмат кўрсатиш бўйича талаблар регламенти ишлаб чиқилмаган ҳамда ва мижозлар банкдан нималарни истаётганликларига етарли аҳамият берилмаяпти[4].

Реклама бўйича банклар қайси ОАВ, қайси турдаги реклама мижозларни кўпайтиришга, хизмат кўрсатиш ҳажмига, имиджни яхшиланишига имкон яратиши ҳақида аниқ ахборотларга эга эмаслар. Реклама кампанияси ва олинаётган фойда ўртасида боғлиқлик элементи мавжуд эмас, шунга мувофиқ банк хизматлари кўрсатиш ҳаражатларига реклама чиқимларини киритиш кўзда тутилмаган. Банк имижи учун зарур реклама ахборотлари мавжуд эмас.

Сотиш каналлари бўйича айрим банкларнинг филиал, мини-банк ва касса тармоқлари кенгайиши ёки қисқариши ҳар доим банк хизматларини сотиш билан боғлиқ эмас. Банк хизматлари тўплами билан аниқ ишлаб чиқилган дастур, географик, таркибий ва тузилмавий сотиш каналларини ташкил этиш лозим.

Тадқиқот жараёнида рақобатбардошлиги баҳоланаётган хизмат турларига таъсир этувчи омилларни аниқлашнинг айрим жиҳатлари кўриб чиқилди. Фикримизча банклар ўз хизматлари рақобатбардошлигини

баҳолаш жараёнида қуйидаги саволларга жавоб топишлари лозим бўлади:

1. Молиявий салоҳиятни ошириш учун зарур ресурсларни қандай кўпайтириш мумкин (молиявий ёндашув)?

2. Юқори малакали ходимлар ва потенциал ҳаридорлар сонини қандай қилиб кўпайтириш мумкин. (ижтимоий ёндашув)?

3. Мижозларнинг банк хизматларига бўлган талабини қондириш учун банк томонидан қайси жараёнларни такомиллаштириш ва яхшилаш лозим (хизмат кўрсатиш жараёни нуқтаи-назаридан ёндашув)?

4. Банк хизматлари сифатига қўйилаётган талабнинг ўсиб бораётганлиги бугунги кунда банкнинг ривожланишини қандай таъминлаш мумкин?

5. Банк персоналини ўқитиш, малакасини ошириш ва қайта тайёрлаш, уларнинг хизмат мартабасининг оширилиши қандай бўлиши керак (персонални ривожлантириш нуқтаи-назаридан ёндашув)?

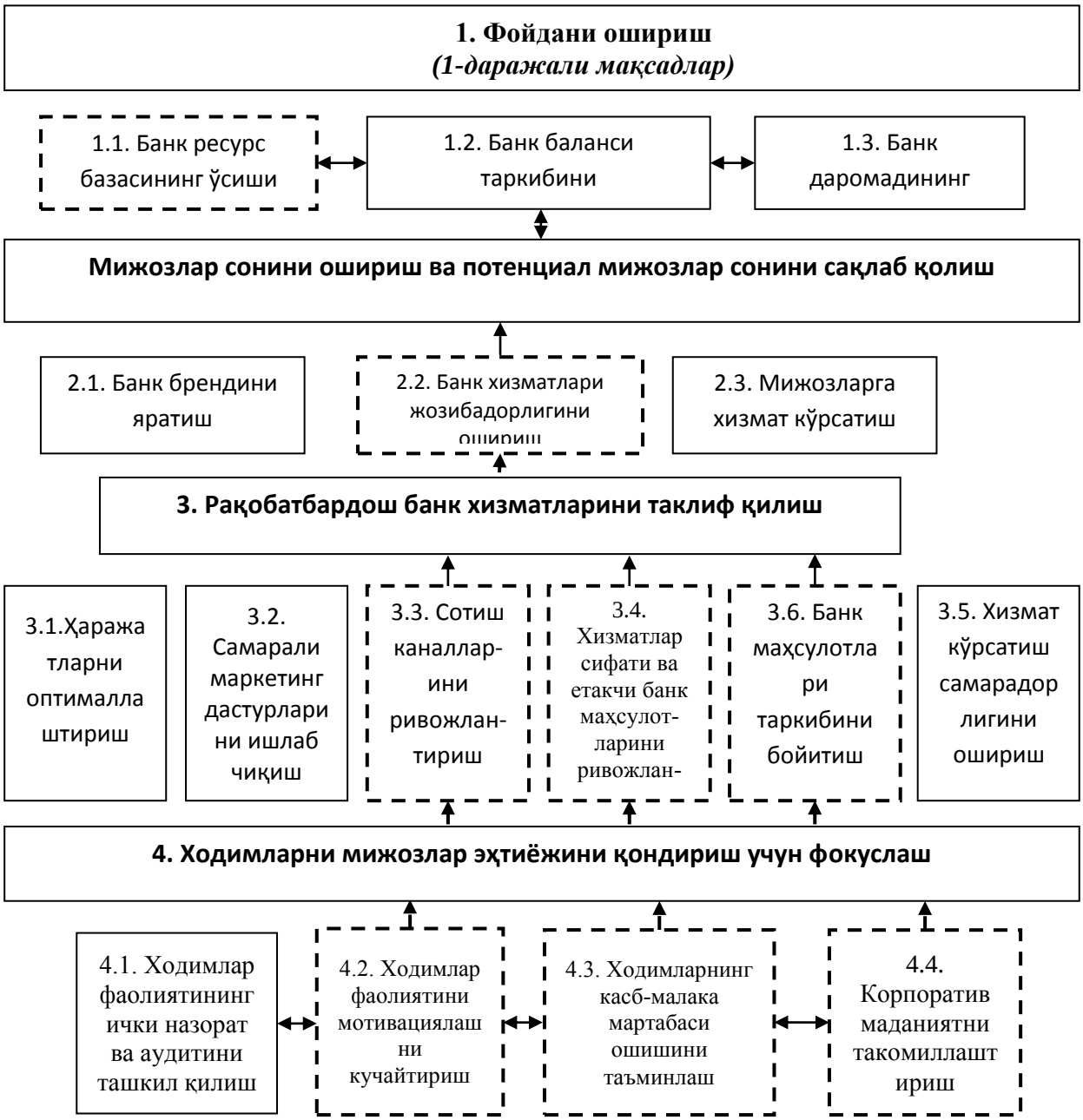
Амалиётда бир вақтнинг ўзида юқоридаги барча кўрсаткичларни такомиллаштириш ёки яхшилашнинг имкони йўқ. Чунки банк хизматлари кўрсатиш жараёни яхлит тизим сифатида бир-бири билан узвий боғлиқдир[7].Фикримизча, банк хизматлари рақобатбардошлигини оширишга қаратилган стратегик мақсадлар шажарасини шакллантиришда аҳамиятли бўлган асосий жараёнларни муҳимлигига кўра 4 та даражага бўлиш ва муайян ишлар кетма-кетлигида тасвирлаш мақсадга мувофиқдир[1]. (1-расм).

Шунинг учун банкнинг ўз олдига қўйган стратегик мақсадига эришиш қуйидаги йўналишлар бўйича вазифаларни амалга ошириши талаб қилинади:

1. Ижтимоий жараёнлар бўйича стратегик мақсадлар – банк ходимларини мижозлар талабини қондиришга йўналтириш: биринчидан ходимлар иш жараёнининг ички аудитини ташкил қилиш; иккинчидан ходимлар мотивациясини ошириш; учинчидан, уларнинг касбий-малакавий мартабасини ошириш; тўртинчидан банкнинг корпоратив маданиятини такомиллаштириш ва мустаҳкамлашдан иборат бўлади. мазкур стратегик мақсад банк персонали орқали амалга оширилиб, банклар томонидан кадрлар сиёсатини самарали олиб бориш, ушбу сиёсатни инновацион фаолият даражасига қадар етказиш орқали амалга ошадиган узлуксиз жараёндир.

2. Банк ходимларининг ташкилий хулқини шакллантириш бўйича стратегик мақсадлар – энг аввало мижозларнинг хизматлардан қониқишини оширишга қаратилган бўлиб, энг аввало самарали фаолият кўрсатиш учун қулай иш жойларини ташкил қилиш, ходимлар малакасини узлуксиз ошириш, мотивация, корпоратив маданиятни такомиллаштириш ва мустаҳкамлаш, юқори малакали мутахассисларни ўзида жамлаган мукаммал жамоани шакллантиришга қаратилган бўлиши зарурдир.

[1] Амалга оширилиши таклиф этилаётган стратегик ишлар расмда пунктир чегара билан ажратиб кўрсатилган.



1-расм. Банк хизматлари рақобатбардошлигини оширишга қаратилган стратегик мақсадлар шажараси[1]

3. Хизмат кўрсатиш бўйича стратегик мақсадлар – банк хизматлари ва маҳсулотларини кўрсатиш ва тарқатиш каналларини кўпайтириш (яъни хизмат кўрсатишни такомиллаштириш), банк хизматлари рақобатбардошлигини ошириш ва янги банк хизматлари ва маҳсулотларини яратиш (хизматлар ассортименти), самарали маркетинг дастурларини ишлаб чиқиш, хизмат кўрсатиш тармоқлари ва тизимларини такомиллаштириш, сотиш каналларини кенгайтириш, хизмат кўрсатиш самардорлигини ошириш, банк маҳсулотларини ишлаб чиқиш ва ривожлантиришни ўз ичига олади[6].

Тижорат банклари томонидан маркетинг хизматини

[1] Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

такомиллаштириш мақсадида янги мижозларни жалб этиш ва сақлаб қолиш билан шуғулланувчи алоҳида менежерлар жалб этилиши ва уларнинг махсус дастури ишлаб чиқилиши мақсадга мувофиқдир. Хорижий мамлакатлар банк амалиётида бугунги кунда со-менежер ва лид-менежер фаолияти йўлга қўйилган бўлиб, улар доимий равишда банкнинг мижозлар базаси билан шуғулланадилар ва уни мунтазам кенгайтиришга ҳаракат қиладилар[7]. Янги мижозни жалб этиш доимий мижозни қайта жалб этишдан 6 марта қимматга тушади, агар мижоз кўрсатилган хизматдан қониқмасдан кетса уни жалб этиш 25 марта қимматга тушади. Банк фаолиятида янги мижозни жалб этишга сарфланган ҳаражат доимий мижозни қайта жалб этишга сарфланган ҳаражатдан 10 марта ортиқ бўлади[7]. Чунки янги мижознинг қанчалик даромад келтириши, молиявий маблағга эга эканлигини аниқ эмаслиги боис, доимий мижозни сақлаб қолиш афзалроқдир. Шу сабабли банклар учун потенциал мижозлар базасига эга бўлиш ва уларга хизмат кўрсатиш маълум афзалликка эга.

4. Мижозлар бўйича стратегик мақсадлар – истеъмолчилар учун банк хизматларининг жозибадорлигини ошириш.

5. Молиявий йўналиш бўйича стратегик мақсадлар – банкнинг ресурс базаси ва жамғармаларини кўпайтириш. Банкнинг ресурс базасини кенгайтириш учун энг аввало жисмоний шахсларнинг бўш турган пул маблағларини жалб қилиш, потенциал мижозларни узоқ муддат сақлаб қолиш ва янги мижозларни жалб этиш зарур. Бунинг учун хизмат кўрсатиш жараёни ва хизмат кўрсатиш сервисини янада такомиллаштириш керак[5].

Шундай қилиб стратегик мақсадлар шажараси – бу банкнинг стратегик мақсадлари ва уларга эришиш воситалари ўртасидаги алоқалар занжири бўлиб, уларнинг амалга ошириш кетма-кетлигини манзарали тасаввур қилиш, аниқ вазифаларни белгилаб олиш ва уларнинг нисбатан муҳимлиги тўғрисидаги ахборотга эга бўлиш имконини беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Erik Mooi Marko Sarstedt. A Concise Guide to Market Research: The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics. Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2011.– 307 pages

2. Ибодов К.М., Банк хизматлари рақобатбардошлигининг маркетинг тадқиқотлари: Монография.; - Тошкент “Наврўз” нашриёти, 2016 йил.-156 бет

3. Philip Hans Franses and Richard Paap. Quantitative Models in Marketing Research. 2004.–206 pages

4. Хаксевер, К. Управление и организация в сфере услуг / К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. С. Рассел, Р. Г. Мердик. − 2-е изд., – СПб.: Питер, 2002. − 75 с.

5. П.Роуз. «Банковский менеджмент, предоставление финансовых услуг» Под ред. И.В. Башниш, И.Е. Новикова. - М.: Дело, 1997. - 744 с.

6. Keegan, Sheila. Qualitative research: good decision making through understanding people, cultures and markets. Kogan Page Ltd 2009. 260 pages.

A.T Raxmonova – SamISI, “Marketing” kafedrasi magistranti

O‘ZBEKISTON MOLIYA BOZORIDA ZAMONAVIY MOLIYA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH MASALALARI.

Annotatsiya: Maqolada O‘zbekiston moliya bozorining hozirgi holati, bozorning rivojlanganlik darajasini belgilovchi muhim ma’lumotlar asosida tahlil qilingan, mazkur ko‘rsatkichlar bo‘yicha xorijiy mamlakatlar moliya bozorlari bilan taqqoslangan va shu asosda hulosalar qilinib, bozorning rivojlanishi bilan bog‘liq muammolar va ularni yechimlari to‘g‘risida fikr yuritilgan.

Kalit so‘zalr: Infratuzilma, sarmoya, kapital, investor, valyuta, modernizatsiya, loyiha, spekulyativ, moliyaviy aktivlar, inqiroz, obligatsiya, deposit, sirtifikat, emissiya, garov.

Аннотация: В статье анализируется текущее состояние финансового рынка Узбекистана на основе важных данных, определяющих уровень развития рынка, сравниваются эти показатели с финансовыми рынками зарубежных стран и делаются выводы на основе проблем, связанных с развитием рынка и думали о своих решениях.

Ключевые слова: инфраструктура, капитал, капитал, инвестор, валюта, модернизация, проект, спекулятивный, финансовые активы, кризис, облигация, депозит, сертификат, выпуск, залог.

Abstract: The article analyzes the current state of the financial market of Uzbekistan on the basis of important data determining the level of market development, compares these indicators with the financial markets of foreign countries and draws conclusions on the basis of problems related to market development and thought about their solutions.

Keywords: Infrastructure, capital, capital, investor, currency, modernization, project, speculative, financial assets, crisis, bond, deposit, certificate, issue, collateral.

Mamlakatimizda olib borilayotgan iqtisodiy islohotlarni yanada chuqurlashtirish uchun katta hajmdagi investitsiyalar zarur bo‘ladi. Investitsiyalarni esa moliya bozori va qimmatli qog‘ozlar bozori orqali olib kelish mumkin. Shuning uchun ham mamlakatning iqtisodiy o‘sishida moliya bozori va qimmatli qog‘ozlarning roli nihoyatda kattadir. Moliya bozori hamda zamonaviy moliyaviy infratuzilmaning rivojlanishi innovatsion rivojlanish yo‘liga o‘tishning asosiy shartlaridan biri hisoblanadi. Faqat shunday sharoitdagina investitsiya faoliyatini faollashtirish va investitsiya oqimlarini ishlab chiqarish, so‘ngra esa yuqori texnologiyalar sohasiga qayta yo‘naltirish mumkin bo‘ladi. Zamonaviy moliya bozorlarining asosiy unsurlarini yaratmasdan turib, iqtisodiy o‘sish asosiy omillaridan biri hisoblangan to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalarning kirishiga erishib bo‘lmaydi.

Moliya bozori yordamida iqtisodiyotda pul mablag‘lari harakati ta’minlanadi, shuningdek, moliya resurslarini beto‘xtov shakllantirish, ulardan samarali foydalanish va sarmoyalash amalga oshiriladi. U investitsiyaga aylanayotgan pulning xo‘jalikning turli sohalari o‘rtasida erkin ko‘chib yurishi, moliya resurslaridan erkin va oqilona foydalanishni ta’minlaydi.

O‘z navbatida, pulning kapital sifatida ishlab chiqarishga safarbar etilishi iqtisodiy salohiyatni kuchaytiradi, innovatsiyalar, fan-texnika taraqqiyotini jadallashtiradi va shu asosda xalq farovonligini yanada oshirishga xizmat qiladi.

Ma’lumki, jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi davrida mamlakatimiz moliya bozori o‘zining barqaror va ishonchli ekanini isbotladi. Shu bilan birga, O‘zbekiston moliya bozorini yanada rivojlantirish va barqarorligini oshirish uchun quyidagi ishlarni olib borish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz:

- jahon amaliyoti talablariga muvofiq O‘zbekiston moliya bozori faoliyatini tartibga solish, nazorat qilish va barqaror rivojlanishini ta’minlash, shuningdek, moliyaviy xizmatlar bozori ishtirokchilari va investorlarining huquqlarini himoya qilishning qonunchilik asoslarini yanada takomillashtirish;
- jahon standartlari talablariga muvofiq moliya bozorini yanada erkinlashtirish, uning barqarorligi va kapitallashuv darajasini oshirish;
- mamlakatimiz moliya bozori raqobatbardoshligini mustahkamlash va uning yangi segmentlarini shakllantirish;
- moliya bozoriga xorijiy investitsiyalarni keng jalb etish, milliy iqtisodiyotga xorijiy valyuta tushumlarini ko‘paytirish maqsadida mamlakatning xalqaro moliya bozorlari bilan integratsiyasini ta’minlovchi samarali vositalarni rivojlantirish;
-O‘zbekistonda iqtisodiy o‘sishni ta’minlash, shuningdek, ustuvor ijtimoiy-iqtisodiy dasturlarni amalga oshirish uchun resurslarni shakllantirish, investitsiyalarni jalb qilish hamda sohalar va korxonalar o‘rtasida samarali kapital oqimini tashkil etishda moliya bozori salohiyatidan yanada keng foydalanish;
- tijorat banklari va nobank moliya institutlarining investitsion faolligini yanada kuchaytirish hamda iqtisodiyotni modernizatsiya qilish va investitsion loyihalarni moliyalashtirishdagi ishtirokini yanada kengaytirish;
- moliya bozorini yanada rivojlantirish hamda mablag‘lardan samarali foydalanish maqsadida moliya bozorida hisob-kitob, kliring tizimi barqarorligini oshirish va unga zamonaviy xalqaro tajribalarni joriy etish;
- mamlakatimiz moliya bozorida real iqtisodiyot yoki moliya bozoridagi bazis aktivlar muomalasi doirasida hosila moliyaviy vositalar bilan operatsiyalarni amalga oshirish. Bunda hosila moliyaviy vositalar bilan spekulyativ amaliyotlarni cheklash mexanizmlarini joriy etish;
- moliyaviy aktivlar likvidliligini oshirish, moliya bozorida innovatsiyalarni yaratish maqsadida moliyaviy aktivlar sek’yuritizatsiyasi uchun zaruriy shart-sharoitlarni yaratish;
- moliya bozoridagi likvidlilikni tartibga solish maqsadida REPO, SVOP operatsiyalarini yanada rivojlantirish;
- moliya bozorida faoliyat yurituvchi moliya institutlari tomonidan xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish hamda zamonaviy moliyaviy xizmatlar ko‘lamini yanada kengaytirish;
- global moliyaviy-iqtisodiy inqiroz sharoitida jahon moliya bozori rivojlanishining ilg‘or xorij tajribasini tahlil qilish va undan O‘zbekiston amaliyotida foydalanish imkoniyatlarini baholash.

Milliy iqtisodiyotimizni modernizatsiya qilishda mamlaktimizda shakillanib borayotgan qimmatli qog‘ozlar bozori salohiyatidan ichki va tashqi investitsiyalarni jalb etishning ishonchli vositasiga aylantirish muhim ahmaiyatga ega. Bu borada, quyidagilarni taklif etamiz:

– tijorat banklari tomonidan obligatsiyalar va depozit sertifikatlarni muomalaga chiqarish bilan bog‘liq bo‘lgan jarayonlarni yanada soddalashtirish va ularning emitentlar hamda investorlar uchun jozibadorligini oshirish;

– chaqirib olinmaydigan depozit sertifikatlari muomalasini yo‘lga qo‘yishni tashkillashtirish, uning huquqiy asoslarini mustahkamlash;

– Bazel’ qo‘mitasining yangi tavsiyalariga muvofiq bank kapitali tarkibida barqaror elementlar, ya’ni oddiy aktsiyalar salmog‘ini ortirish;

– qimmatli qog‘ozlar ikkilamchi bozorini faollashtirish, subordinar qarzning hajmlarini kengaytirish;

– progressiv fond dastaklarini, shu jumladan kommulyativ aktsiyalar, konvertatsiyalanadigan obligatsiyalar, ipoteka sertifikatlari, hosilaviy va garov qimmatli qog‘ozlarni emissiya qilish va muomalaga chiqarish ko‘lamini kengaytirish;

– banklarning uzoq muddatli resurslarini ko‘paytirish borasida bank depozitlari, depozit sertifikatlari va korporativ obligatsiyalarining yangi turlarini joriy etish va amaldagi turlarini ularning muddatlari, summasi, valyuta turlari va to‘lash usullari bo‘yicha yanada takomillashtirish;

– garov ob’ekti hisoblangan qimmatli qog‘ozlar ro‘yxatini kengaytirish va bu ro‘yxatni muntazam e’lon qilib borish;

– aktivlar sek’yuritizatsiyasini tartibga soluvchi huquqiy bazani takomillashtirish. Bunda “moliyaviy pufaklar” paydo bo‘lishini oldini olish maqsadida ushbu faoliyat ustidan prudentsial nazoratni kuchaytirish, sek’yuritizatsiyalanayotgan aktivlar shaffofligini oshirish hamda ularning ta’minlanganlik darajasiga e’tibor berish.

Yuqoridagi tavsiyalar mamlakatimiz bank-moliya sohasida modernizatsiya jarayonlarini yanada jadallashtirish, mamlakatimiz moliya bozorini yanada mustahkamlash va jahon talablariga mos keladigan zamonaviy bozor infratuzilmasini shakllantirish, moliya bozorida raqobatni yanada kuchaytirish, moliya-kredit institutlari tomonidan ko‘rsatilayotgan xizmatlarning sifatini oshirish va ko‘lamini yanada kengaytirishga imkon yaratadi.

М.А. Ахмедов – СамИСИ, МА-120 гуруҳ магистранти

ХАЛҚАРО СТАНДАРТЛАР АСОСИДА МОЛИЯВИЙ ҲИСОБОТ ТУЗИШ ЗАРУРЛИГИ

Аннотация: Мазкур мақолада Ўзбекистон иқтисодиётида молиявий ҳисоботни ҳалқаро стандартлар асосида такомиллаштириш зарурияти ва уларнинг мазмуни баён этилган. Бу борадаги халқаро тажриба ўрганилиб, зарур таклиф ва тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: Молиявий ҳисобот, ҳалқаро стандарт, инвестор, фойда ва зарар, инвиститсия.

Аннотация: В данной статье рассматривается необходимость и содержание совершенствования финансовой отчетности в экономике Узбекистана на основе международных стандартов. Изучен международный опыт в этой области, даны необходимые предложения и рекомендации

Ключевые слова: Финансовая отчетность, Международный стандарт, инвестор, прибыль и убыток, инвестиции

Abstract: This article describes the necessity and content of improving financial reporting in the economy of Uzbekistan on the basis of international standards. The international experience in this area has been studied and the necessary proposals and recommendations have been given.

Key words: Financial Reporting, International Standard, investor, profit and loss, investment

Мамлакатимиз иқтисодиётини жаҳоннинг ривожланган давлатлари амалиётида кенг қўлланилаётган молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига (МҲХС) ўтишни жадаллаштириш орқали хорижий инвесторларни зарур ахборот муҳити билан таъминлаш, инвестицион жозибадорликни ошириш ва халқаро молия бозорларига кириш имкониятларини кенгайтириш, шунингдек, ҳисоб ва аудит соҳалари мутахассисларини халқаро стандартлар бўйича тайёрлаш тизимини такомиллаштириш Президентимиз Ш.М.Мирзиёев таъкидлаганидек бугунги кунда асосий вазифаларимиздан бири ҳисобланади.[1]

Давлатимиз мустақилликка эришгач, ананавий иқтисодиётдан бозор иқтисодиёти томон босқичма босқич ўтиш йўлини танлади. Бу жараёнда эски бухгалтерия услубларидан воз кечилди ва жаҳонда қабул қилинган молиявий ҳисобот тамойилларига ўта бошланди. Жумладан, ўша тамойиллар асосида бухгалтерия ҳисоби миллий стандартлари(БҲМС) ишлаб чиқилди. 2016 йилга қадар давлатимизнинг жаҳон иқтисодиётидан ёпиқ ҳолда қолишга мойиллиги бўлганлиги учун биз ишлаб чиққан миллий стандартлар МҲХС билан тўла уйғунлашувга эришилмади. Корхоналар томонидан ишлаб чиқилган молиявий хисобот фойдаланувчилари ҳукумат ташкилотлари, айниқса солиқ органлари бўлиб қолди. Натижада молиявий

[1]Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига ўтиш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида. ПҚ-4611-сон 24.02.2020. www.lex. uz/docs/4746047 96 97

ҳисобот фақатгина солиқ ҳисоботини шакллантиришга қаратилди ва ташқи инвесторлар ва ички мулкдорларнинг ахборотга манфаатлари кейинги даражага тушиб кетди.

Солиқ органи билан инвесторни молиявий ҳисоботда қизиқтирадиган нарсалар турлича ҳисобланади. Масалан, солиқ органини ҳисоботда ташкилотларнинг даромади кўпроқ акс эттирилиши ва ундан солиқ йуки кўп чиқиши қизиқтиради. Шу сабабдан ҳам солиқчилик йўриқномаларига кўра корхоналарнинг баьзи харажатлари ҳисобига соф даромадни камайтиришга рухсат бермайди ёки асосий воситалар ескириши нормалари қатьий чегараларда белгилаб берилади, яьни ескириш харажатларини ошириб кўрсатишга йўл қўйилмайди. Ҳар бир ташкилот эса имкон қадар солиқдан қочиш ҳолатларини қўллашга уринади.

Инвесторларни қизиқтирадиган асосий нарса эса ташкилотнинг реал соф даромади ва активларнинг ҳаққоний қийматидир. Чунки инвестор бюджетга кўпроқ солиқ ундириш эмас, балки ташкилот қанчалик самарали фаолият юритаётгани қизиқтиради. Хар бир инвестор бирор бир фаолиятга инвистиция киритишдан мақсад кўпроқ фойда олишдир. Шунинг учун инвесторга ҳисоботда активларни ҳаққоний қийматда, мажбуриятлар ва харажатларни тўлалигича, шунингдек даромадларнинг ҳақийий қиймати акс эттирилиши қизиқ ҳисобланади.

Шу сабабдан Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев томонидан 24.02.2020 йилдаги ПҚ-4611-сонли “Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига ўтиш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги муҳим қарори юзасидан бугунги кунда Ўзбекистонни халқаро инвиститсия бозорларига чиқишини таьминлаш, шунингдек жаҳондан сармоялар жалб қилишни тезлатиш ва жадаллаштириш йўлига ўтган.

Мазкур қарорга биноан акциядорлик жамиятлари, тижорат банклари, суғурта ташкилотлари ва йирик солиқ тўловчилар тоифасига киритилган юридик шахслар 2021 йил 1 январдан бошлаб, МҲХС асосида бухгалтерия ҳисоби юритилишини ташкил этишлари белгилаб қўйилган. Бунинг учун 2021 йил якунига қадар бухгалтерларни халқаро сертификатлаш доирасида «МҲХС бўйича молиявий ҳисобот» фанини муваффақиятли топширганлиги тўғрисида ҳужжатга ёхуд «Сертификатланган халқаро профессионал бухгалтер (CIPA)», «Сертификатланган дипломли бухгалтер (ACCA)», «Сертификатланган жамоатчи бухгалтер (CPA)» ва «Халқаро молиявий ҳисобот бўйича диплом (DipIFR)» сертификатларидан бирига эга камида уч нафар мутахассис мавжуд бўлган бухгалтерия хизмати ходимлари билан таъминлашлари талаб қилинади. [1]

Шу сабабдан ҳам МҲХСга ўтиш учун бир-икки йиллик чора тадбирлар мутасаддиларга юклатилди. Мазкур жараён қисқа муддат ичида осон кечмайди. МҲХСга ўтиш ва МҲХСни белгиланган ташкилотлар

[1] www.mf.uz

томонидан муваффақиятли татбиқ этиш нафақат компания истиқболини таьминлайди, балки бутун иқтисодиёт тармоқлари ривожланишига ижобий таьсир кўрсатади. Буни амалга ошириш учун олдимизда турган вазифалар ва қийинчиликларни самарали ва белгиланган муддатларда ҳал етилиши лозим. Бунинг учун авваломбор ёқори билим, халқаро тажриба ва халқаро сертификатларга эга бўлган этук кадрлар керак бўлади. Шу сабабдан МҲХС бўйича ўқитиш ва имтиҳон харажатини қоплаш тўғрисида Вазирлар Маҳкамасининг 26.01.2021 йилдаги 38- сонли қарори қабул қилинди. Қарор қабул қилинишидан мақсад халқаро сертификатлар(ACCA, CIPA, CPA, DipIFR)га эга кадрлар сонини ошириш, уларни молиявий жиҳатдан қўллаб қувватлаш, Ўзбекистон иқтисодиётига МҲХСни имкон қадар эртароқ жорий этиш ҳисобланади.

МҲХС асосида тузилган молиявий ҳисобот (фойда ва зарарлар тўғрисидаги ҳисобот)нинг мақсади даромад ва харажатларни ташкилотнинг асосий (одатдаги) фаолияти ва асосий бўлмаган (одатдаги бўлмаган) фаолияти натижасида юзага келиши асосида таснифлаб, асосий фаолиятнинг фойдаси (зарари), солиқ тўлагунга қадар фойдаси ҳамда соф фойдаси тўғрисидаги ахборотларни уларнинг даромад ва харажатлари омиллари билан биргаликда тақдим этишдан иборатдир. Соф фойда тўғрисидаги ахборотни тақдим этиш ҳисоботнинг бош мақсадидир. Халқаро стандартлар асосида тузилган молиявий ҳисобот (фойда ва зарарлар тўғрисидаги ҳисобот) бир қанча хусусиятларга эга. Биринчидан, ҳисобот номланиши билан фарқ қилади. Бу ҳисобот фойда ва зарарлар тўғрисидаги ҳисобот деб номланса, бизнинг амалиётимизда молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисобот деб номланади. Бундан ташқари, ҳисобот харажатлар таркиби жиҳатидан бизнинг амалдаги ҳисобот шаклларидан фарқ қилади. Иккинчидан, тадқиқот ва ишланмалар харажатлари операцион харажатлар таркибига киритилмасдан, алоҳида модда сифатида қайд қилинмоқда. Учинчидан, операцион бўлмаган фаолият натижалари алоҳида кўрсатилган, қайсики фойдаланувчиларда операцион фаолият ва операцион бўлмаган фаолияти натижаларини бир-биридан аниқ фарқлаган ҳолда кўриш имкониятига эга бўлади. Тўртинчидан, акцияга фойда кўрсаткичи ахборот тариқасида келтирилган, бу эса ҳисоботнинг фойдалигини оширади. Бешинчидан, бухгалтерия атамаларида фарқлар мавжуд.[1]

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. IAS 1 "Представление финансовой отчетности".
2. https://nrm.uz/contentf?doc=467907_(ias)_1_predstavlenie_finansovoy_otchetnosti
3. 1-сон БҲМС “Ҳисоб сиёсати ва молиявий ҳисобот”.
4. http://lex.uz/nsbu
5. В.Ф.Палий. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: учебник.-М.:ИНФРА, 2008. 231-232-б.

[1] С. Ташназаров, Д.Ташназарова. Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари: Олий ўқув юртлари магистратура мутахассисликлари учун – СамИСИ, 2018.107-132-б.

VI ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ, АУДИТ ВА СТАТИСТИКА ФАНЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

К.Б. Уразов – СамИСИ, “Бухгалтерия ҳисоби ва аудит” кафедраси профессори, и.ф.д.,
М.Ш.Мардонов – ТДИУСФ, “Рақамли иқтисодиёт, бухгалтерия ҳисоби ва ахборот технологиялари” ассистенти

КОРХОНАЛАРДА ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТ КЎРСАТКИЧЛАРИНИ МОЛИЯВИЙ ҲИСОБОТНИНГ ХАЛҚАРО СТАНДАРТЛАРИГА МУВОФИҚ ҲИСОБОТЛАРДА ОЧИБ БЕРИШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: мақолада корхоналарнинг инновацион фаолияти ҳисоби молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига мувофиқлаштириш бўйича таклифлар келтирилган. Молиявий ҳисоботда маълумотни ошкор қилиш учун инновацион фаолиятни ҳисоботларга киритиш, инновацион фаолият ва унинг учун мщлжалланган захирани акс эттирувчи янги синтетик счётларни очиш, пул оқимлари ҳаракати тўғрисидаги ҳисоботда инновацион фаолиятнинг пул оқимлари кўрсаткичлари билан тўлдириш таклиф этилган. Ушбу таклифлар ташқи инвесторлар учун ҳисоботнинг ахборот мазмунини ва молиявий маълумотларнинг шаффофлигини оширишга хизмат қилиши асосланган.

Калит сўзлар: инновацион фаолият; бухгалтерия ҳисоби; пул оқими; халқаро стандарт; уйғунлаштириш.

Аннотация: В статье даны предложения по приведению учета инновационной деятельности предприятий в соответствие с международными стандартами финансовой отчетности. Для раскрытия информации в финансовой отчетности предлагается включать в отчеты инновационную деятельность, открывать новые синтетические счета, отражающие инновационную деятельность и предназначенные для нее резервы, дополнять отчет о движении денежных средств показателями движения денежных средств по инновационной деятельности. Обосновано, что эти предложения послужит повышению информативности и прозрачности финансовой информации для внешних инвесторов.

Ключевые слова: инновационная деятельность; бухгалтерский учет; поток наличных денег; Международный стандарт; гармонизация

Abstract. The article presents proposals for bringing the accounting of innovative activities of enterprises in line with international financial reporting standards. In order to disclose information in the financial statements, it is proposed to include innovative activities in the reports, to open new synthetic accounts reflecting

the innovative activities and its reserves, to supplement the cash flow statement with the cash flow indicators of innovative activities. These proposals are based on the fact that for foreign investors the report will serve to increase the information content and transparency of financial information.

Keywords: innovative activity; accounting; cash flow; international standard; harmonization

Кириш. Республикамиз Президентининг “Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига ўтиш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Қарори[1] асосида 2021 йил 1 январдан йирик солиқ тўловчи корхоналар бухгалтерия ҳисобини Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари асосида юритишга киришди. Молиявий ҳисоботни шаклланти-ришнинг замонавий концепцияларида инновацион фаолият билан боғлиқ тушунчалар киритилмаган. Инновациялар хўжалик юритувчи субъектларнинг иқтисодий хусусиятларига мувофиқ инновацион фаолият объектларини акс эттиришнинг ягона ёндашувларидир. Шу муносабат билан, молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари (МҲХС) доирасида ҳам, миллий бухгалтерия ҳисоби стандартларида ҳам инновацион фаолият тўғрисидаги маълумотларни ошкор қилишни тартибга солувчи қоидаларни аниқлаштириш ва ишлаб чиқиш долзарб ҳисобланади.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили. Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари манфаатдор фойдаланувчиларга (инвесторларга) тушунарли, долзарб, ишончли ва таққосланадиган маълумотларни тақдим этадиган даромадлар, харажатлар, активлар ва мажбуриятларни ҳисобга олиш ва ҳисоботни тартибга солади. Хусусан 1-сонли МҲХС "Молиявий ҳисоботни тақдим этиш", 7-сонли МҲХС "Пул оқимлари ҳаракати тўғрисида ҳисобот", 11-сонли МҲХС "Шартномалар", 14-сонли МҲХС "Сегмент бўйича ҳисобот бериш", 18-сонли МҲХС "Даромадлар" , 36-сонли МҲХС "Активларнинг қадрсизланиши", 38-сонли МҲХС "Номоддий активлар" ва бошқалар стандартлар инновацион фаолиятнинг ҳисоботда акс этиши билан бевосита боғлиқ.

Ушбу гуруҳнинг 1-МҲХС, 7-МҲХС, 14-МҲХС ва бошқа стандартлари ҳисобот беришнинг умумий тамойилларини тартибга солса, корхоналарда инновацион фаолият натижалари билан боғлиқ бўлиши мумкин бўлган операцион фаолиятдан олинадиган даромадлар 18-сонли "Даромадлар" МҲХСга мувофиқ, 38-сонли МҲХС "Номоддий активлар" интеллектуал фаолият, илмий тадқиқотлар ва тажриба конструкторлик ишланмалар натижаларини ҳисобга олишда тан олинишнинг умумий масалаларини тартибга солади.

Тадқиқот методологияси. Корхоналарнинг инновацион фаолияти ва унинг кўрсаткичларини Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари асосида ҳисоботларда очиб бериш ва Бухгалтерия ҳисобининг миллий

1 Ўзбекистон Республикаси Президенти Қарори “Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига ўтиш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ПҚ-4611. 24.02.2020й.

стандартларига уйғунлигини таъминлаган ҳолда ёндашувни ишлаб чиқишда давомида қиёсий таҳлил, назарий моделлаштириш, индукция ва умумлаштириш усуллари қўлланилди.

Таҳлил ва натижалар. Инновацион фаолиятнинг турли жиҳатлари ва ҳаёт циклининг босқичлари деярли барча ҳисобот стандартлари доирасига кирсада, инновацион фаолиятнинг мураккаб хусусиятлари, уларни бирон бир стандарт асосида бошқаришга, кўрсаткичларини очиб беришга имкон бермайди. Инновацион фаолият кўламини белгилашда, истиқболли ишланмалар ва илмий тадқиқотларни олиб боришда корхоналарнинг молиявий-хўжалик фаолиятининг барча турлари ва соҳаларидаги янгиликларни кенг қамраб олган ҳолда тижоратлаштириш сақлаш маълум қийинчиликларга дуч келади.

Корхона ишлаб чиқариш жараёнининг деярли ҳар бир йўналиши инновацион ёки олдинги янгиликлардан фойдаланиш натижасида тақдим этилиши мумкин, шунинг учун инновацион фаолият тўғрисидаги маълумотларни ошкор қилиш вазифаси сегментлар бўйича маълумотларни ошкор қилиш йўли билан қисман ҳал этилади.

14-сонли МҲХС "Сегмент ҳисоботи" нинг қўлланилиши ҳисобот бериладиган сегмент таърифига кирадиган инновацион фаолиятнинг энг катта йўналишлари тўғрисидаги маълумотларни ошкор қилишга олиб келади. Маҳсулот билан боғлиқ инновациялар кўпинча янги саноат (операцион) сегментларини шакллантиради, бозор янгиликлари фаолиятнинг янги географик сегментларини шакллантиришда ифодаланиши мумкин. Бироқ, кўпинча инновациялар сегментлар хусусиятларини, шу жумладан даромадлар, харажатлар ёки активларни сезиларли даражада ўзгартиришга олиб келади. Бундай ҳолда, компания раҳбарияти тегишли сабабларни баёнотларга тушунтиришларда ошкор қилиши зарур.

Ахборотнинг муҳимлиги тўғрисидаги 1-сонли "Молиявий ҳисоботни тақдим этиш" МҲХС талабларига мувофиқ, уларнинг улуши аҳамиятсиз бўлса ҳам, инновацион фаолиятнинг кўплаб даромадлари ва харажатлари моддаларини ўз ичига олган муҳим моддалар алоҳида кўрсатилиши керак.

МҲХС бўйича сегмент маълумотлари баланс моддалари ва фойда ва зарарлар тўғрисидаги ҳисобот учун ошкор қилинади. Пул оқимлари тўғрисидаги маълумотларни сегментлар бўйича ошкор қилиш тавсия этилади, аммо талаб қилинмайди[1]. Шунинг учун, қоида тариқасида, нисбатан катта лойиҳалар учун ҳам инновацион фаолиятнинг пул оқимларини таҳлил қилиш имкониятлари сезиларли даражада торайиб кетган.

Миллий бухгалтерия тизимини молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларга мувофиқлаштириш жараёнлари кўп жиҳатдан ҳисоботнинг ахборот мазмунини ва ташқи инвесторлар учун молиявий маълумотларнинг очиқлигини оширишга қаратилган.

[1] Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари- Бухгалтерия ҳисобининг халқаро стандартлари. 1998. М.: АСКЕРИ-АССА, 1999.С. 1135.

Инновацион фаолият объектлари учун Бухгалтерия ҳисобининг миллий стандарт (БҲМС) нормалари Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлар қоидаларидан тубдан фарқ қилмайди. Шунга қарамай, шуни таъкидлаш керакки, миллий бухгалтерия тизимида илмий-тадқиқот ва тажриба конструкторлик ишларининг харажатлари 11-сон БҲМСларида мустақил бухгалтерия объекти сифатида ажратиб кўрсатилган бўлсада уларга қилинган харажатлар учун 21-сонли БҲМС да алоҳида счёт очилмаган.

Инновацион фаолиятга сарфланадиган шундай харажатлар ҳам мавжудки улар неча йиллар давомида корхонанинг самарали фаолият кўсатишини таъминлайди. Шунинг учун ҳам бундай харажатларни улар самара берадиган йилларда ишлаб чиқарилган маҳсулотлар ва кўрсатилган хизматлар таннархига мунтазам киритилиши лозим. Бундай вазиятда инновацион фаолият учун сарфланган харажатлар бухгалтерия ҳисобида "Келгуси давр харажатлари" сифатида алоҳида ҳисобга олиниши лозим. Фикримизча, ушбу харажатларнинг самара бериш муддатини аниқ белгилаш мумкин бўлса уларни шу даврлар ичида мунтазам ҳисобдан ўчириш мақсадга мувофиқдир. Шу билан биргаликда инновацион фаолиятга доир харажатларни бухгалтерия ҳисобида иккига бўлиб, "Инновацион фаолият – узоқ муддатли" ҳамда "Инновацион фаолият харажатлари – қисқа муддатли" сифатида ҳисобга олиш мақсадга мувофиқдир.

Бизнинг фикримизча, инновацион фаолият учун тахминий захирани яратишда ушбу тахминий қийматнинг миқдори баланснинг ўша қисмида кўрсатилиши керак, аммо манфий қиймати билан "Инновацион фаолият учун захира" контрактив ҳисобварағида инновацион фаолият захирасини ҳисобга олишни таклиф қиламиз.

Ахборотни ошкор қилиш йўналишларини белгилашдан олдин унинг мумкин бўлган шаклларини таққослаш ва чекловларни аниқлаш керак. Инновацион фаолият ва инновацион сегментлар тўғрисида қўшимча маълумотларни тақдим этишнинг иккита варианти мавжуд: 1) молиявий ҳисоботларда қўшимча кўрсаткичларни ажратиб кўрсатиш; 2) Молиявий ҳисоботга изоҳлар ва тушунтиришлар очиб бериш.

Амалдаги Молиявий ҳисобот шакллари[1] да инновацион фаолият тўғрисидаги маълумотларни ошкор қилишнинг иккинчи вариантини назарда тутади. Биринчи вариант ташқи фойдаланувчиларга энг тўлиқ маълумотни тақдим этсада, инновацион фаолият кўрсаткичлари мавжуд эмас. Аммо иккинчи вариант ҳисобот маълумотларини тақдим этишда батафсиллик ва равшанлик ўртасидаги зарурий мувозанатни таъминлайди, аммо бу ташқи фойдаланувчиларнинг ўзбошимчалик шакли ва молиявий ҳисоботларга тушунтиришлар тайёрлашнинг маълум бир субъективлиги

[1] Ўзбекистон Республикаси Адлия Вазирлиги томонидан 2003 й. 24 январда рўйхатга олинган №1209

билан боғлиқ бўлган ахборот имкониятларининг чекланишига олиб келиши мумкин.

"Пул оқимлари тўғрисидаги ҳисобот"га эътибор корхона фаолиятининг устувор мақсади - бозор қийматини максимал даражага кўтариш ва корхоналарни ривожлантиришнинг инновацион векторини ҳисобга олган ҳолда, пул оқимлари тўғрисидаги ҳисоботни тузиш концепциясига айланиши керак. Ушбу ҳисоботда инновацион фаолиятни молиялаштириш учун жалб қилинган маблағлар, лойиҳа доирасида олинган пул тушумлари ва трансферт оқимлари (инновацион фаолиятни молиялаштиришга йўналтирилган жорий фаолиятнинг пул оқимлари) акс эттирилмаган.

Бухгалтерия ҳисобининг миллий стандартлари операцион, инвестиция ва молиявий фаолиятларнинг пул оқимлари тўғрисидаги маълумотларни алоҳида-алоҳида ошкор қилиш талабларини ўз ичига олади, аммо улар инновацион фаолиятнинг пул оқимлари тўғрисидаги маълумотларни алоҳида олиш имконияти йўқ. Бизнинг фикримизча, Пул оқимлари тўғрисидаги ҳисоботнинг инвестиция фаолияти бўлимининг 080-сатридаги “Инвестиция фаолиятининг бошқа пул тушумлари ва тўловлари” бандини 090-сатрига тушириб, 080-сатрга “Инновацион фаолиятнинг пул тушумлари ва тўловлари” киритиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

7-сонли МҲХС талабларидан келиб чиқиб, пул оқимлари ҳаракати тўғрисидаги ҳисоботга қўшимча маълумотларни, хусусан: пул эквивалентлари тўғрисида, фойдаланиш учун мавжуд бўлмаган пул маблағлари ва уларнинг эквиваленти миқдори тўғрисида, пул маблағлари ва уларнинг эквивалентлари миқдори тўғрисида маълумот берилиши талаб қилинади. Ҳисобот давридан бошлаб, овердрафт шартлари бўйича мумкин бўлган пул оқимлари миқдори ва бошқалар бўйича биз ҳисоботга капитализация қилинмаган инновацион фаолиятнинг харажатларни тўғрисидаги маълумотларни киритишни зарур деб ҳисоблаймиз. Бу маркетинг тадқиқотлари, кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш, илмий тадқиқотлар ва бошқалар билан боғлиқ пул маблағлари чиқими бўлиши мумкин. Бундай маълумотлар ҳисобот берувчиларга пул оқимлари чиқими доирасини баҳолашга имкон беради.

Хулоса ва таклифлар. Инновацион фаолиятни молиявий ҳисоботда очиб бериш, ушбу фаолият тури бўйича пул оқимининг шаффолигини таъминлайди, корхоналарни ривожлантиришнинг инновацион векторини акс эттиради, молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари талаблари асосида фаолият устунидан назоратни оширади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. “Инновацион фаолият тўғрисида” Ўзбекистон Республикасининг Қонуни ЎРҚ-630 24.07.2020й.
2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Қарори “Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига ўтиш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”

ПҚ-4611. 24.02.2020й.
3. Перекрестова Л. В. Раскрытие информации об инновационной деятельности организации в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности //Terra Economicus. – 2012. – Т. 10. – №. 1-2.
4. Муқумов З.А. Инновацион фаолият харажатлари ҳисоби ва аудитини такомиллаштириш масалалари («Ўзнефтегазмаш» АК корхоналари мисолида). Монография.-Т.:Fan va texnologiya, 2013. - 154 бет.
5. Mardonov M., Kyrmizoglou P., Sanaev G. Organizational and methodological aspects of the audit of innovative products //Central European Review of Economics & Finance. – 2014. – Т. 4. – №. 1. – С. 79-87.
6. Shavkatovich M. M. Issues in Accounting Systems Design to Report Innovation in Organizations //International Journal of Progressive Sciences and Technologies. – 2021. – Т. 24. – №. 2. – С. 68-72.
7. Мардонов М. Корхоналар инновацион фаолияти ва унинг натижаларини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими ва баҳолаш масалалари. СамИСИ “Сервис” илмий-амалий журнали. Самарқанд 2-махсус сон 2020й. 23-27бетлар.
8. Уразов К.Б., Мардонов М. Корхоналар инновацион фаолиятининг ҳисоб обекти сифатидаги таснифий асослари. “Рақамли иқтисодиёт шароитида иқтисодий фаолиятни ташкил этиш, бошқариш ҳамда бухгалтерия ҳисоби ва аудитнинг долзарб муаммолари ва ечимлари мавзусида” Республика илмий-амалий онлайн конференцияси. Андижон 21.11.2020 й.

E.P. Xayitov– O‘zbekiston Respublikasi Bank-moliya akademiyasi tinglovchisi.
M.I. Yo‘ldashev– ilmiy rahbari, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

INNOVATSION VA RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA BYUDJET TASHKILOTLARIDA MOLIYAVIY AKTIVLAR HISOBI VA HISOBOTINI TAKOMILLASHTIRISH

Annotatsiya. Ushbu maqolada byudjet tashkilotlarida moliyaviy aktivlar hisobini yuritish va moliyaviy hisobotni tuzishning asoslari nazariy jihatdan tadqiq etilgan. Moliyaviy aktivlar hisobini yuritish va ular bilan bog‘liq moliyaviy hisobot axborotlariga oid uslubiy muammollar keltirilgan. Moliyaviy aktivlar hisobi va hisobotini takomillashtirish yuzasidan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: byudjet tashkiloti, moliviy aktiv, moliyalashtirish, pul mablag‘i, hisob, hisobot.

Аннотация. В данной статье исследованы теоретические основы ведения учета финансовых активов и составления финансовой отчетности в бюджетных организациях. Приведены методологические проблемы по ведению учета финансовых активов и информации финансовой отчетности, связанной с ними. Разработаны научные предложения и практические рекомендации по совершенствованию учета и отчетности финансовых активов.

Ключевые слова: бюджетная организация, финансовый актив, финансирование, денежные средства, учет, отчетность.

Abstract. This article scientifically examines the basics of financial asset accounting and preparation of financial reporting in budget organizations.

Methodological problems related to the accounting of financial assets and financial reporting data are presented. Scientific proposals and practical recommendations for improving the accounting and reporting of financial assets have been developed.

Keywords: budget organization, financial asset, financing, cash, account, report.

Hozirgi bozor iqtisodiyoti talablaridan kelib chiqib byudjet tashkilotlarini moliyalashtirishning byudjet mablag‘lari bilan birga byudjetdan tashqari mablag‘larni shakllantirish imkoniyati qonuniy jihatdan mustaxkamlab qo‘yilgan hamda byudjet tashkilotlarining nafaqat byudjet mablag‘lari balki byudjetdan tashqari mablag‘lari bo‘yicha shaxsiy hisobvaraqlari g‘aznachilik va uning xududiy bo‘linmalarida yuritiladi.

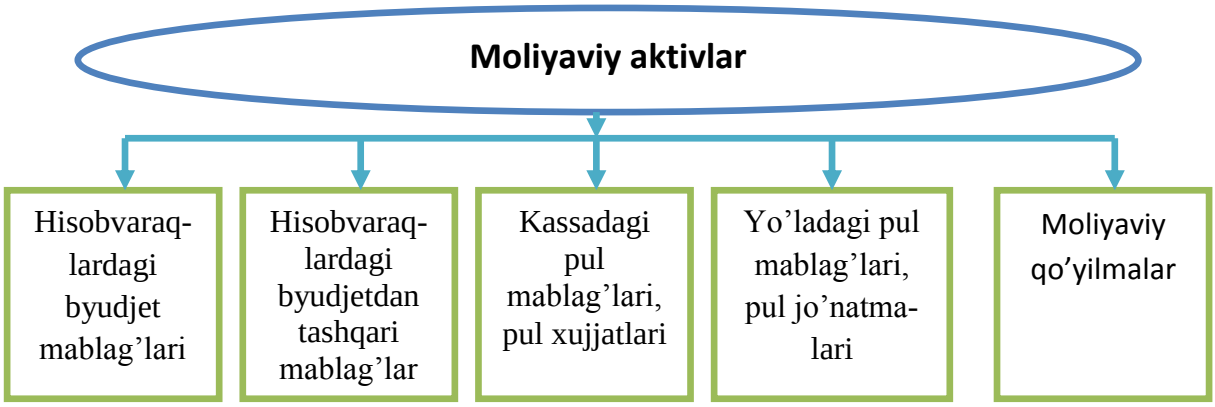
Jahon iqtisodiyotining tobora globallashuvi va integratsiya jarayonining chuqurlashuvi sharoitida mamlakatimizda xalqaro talablardan kelib chiqib davlat sektoridagi tashkilotlarni moliyalashtirishning o‘ziga xos yo‘nalishlari paydo bo‘lmoqda. Byudjet tashkilotlarining byudjet va byudjetdan tashqari manbalar hisobidan shakllangan pul mablag‘lari tashkilotlarning likvidlilik jihatdan eng yuqori o‘rinda turuvchi aktivi hisoblanib majburiyatlarni to‘lash vositasi hisoblanganligi sababli ular to‘g‘risida batafsil ma’lumotga bo‘lgan talabdan kelib chiqib ular hisobini yuritish zarurati tug‘iladi. Ushbu jarayonda axborotga bo‘lgan extiyoj qonunchilik bilan tartibga solingan moliyaviy aktivlar hisobini yuritish va ular bilan bog‘liq moliyaviy hisobotni tuzish orqali qondiriladi.

Byudjet ijrosi jarayonida davlat byudjeti mablag‘lari va byudjet tashkilotlarining byudjetdan tashqari mablag‘lari shakllanishi hamda sarflanishini uzluksiz hisobga olish, ularni hujjatlashtirish va axborotlarni tizimli shakllantirish uchun buxgalteriya hisobi tashkil etiladi. Byudjet tashkiloti - davlat funktsiyalarini amalga oshirish uchun belgilangan tartibda davlat hokimiyati organlarining qaroriga ko‘ra tashkil etilgan, davlat byudjeti mablag‘lari hisobidan saqlab turiladigan notijorat tashkilotidir. Byudjet tashkilotlarini moliyalashtirish shartlari va ularning byudjet hisobini yuritish tartibi byudjet to‘g‘risidagi qonun hujjatlari bilan belgilanadi.[1]

Byudjet tashkilotlarini moliyalashtirish byudjet mablag‘lari bo‘yicha xarajatlar smetasi va byudjetdan tashqari mablag‘lar bo‘yicha esa, daromadlar va xarajatlar smetalari asosida amalga oshiriladi.[2] Bunda, smetalar ijrosi bilan bog‘liq pul mablag‘lari, ya’ni moliyaviy aktivlar harakati kuzatiladi.

Byudjet tashkilotlari moliyaviy aktivlariga hisobvaraqlardagi pul mablag‘lari, kassadagi pul mablag‘lari, pul hujjatlari, yo‘ldagi pul jo‘natmalari, moliyaviy qo‘yilmalar (1-rasm). Byudjet tashkilotlari pul mablag‘lari harakati moliya organlari tomonidan ochilgan shahsiy hisobvaraqlarda yuritiladi.

Byudjet tashkilotlarida pul mablag‘lari hisobi byudjet (byudjet tomonidan muassasa xarajatlarini va boshqa tadbirlarni moliyalashtirish uchun ajratilgan) va byudjetdan tashqari (ta’lim muassasalarida o‘qitishning



1-rasm. Byudjet tashkilotlari moliyaviy aktivlari tarkibi[1].

to‘lov kontrakt shakli, rivojlantirish jamg‘armasi, boshqa mahsus mablag‘lar, byudjetdan tashqari Pensiya jamg‘armasi mablag‘lari hisobidan byudjet tashkilotlari xodimlarining ijtimoiy to‘lovlarini qoplash uchun kelib tushgan, chet el valyutasidagi) bo‘yicha yuritiladi. Byudjet tashkilotlarining byudjet, byudjetdan tashqari mablag‘lari bo‘yicha hisob schyotlari G‘aznachilik va uning hududiy bo‘limlaridagi ochilgan shahsiy hisobvaraqlar orqali yuritiladi.

Byudjet tashkilotlariga g‘aznachilik bo‘linmalari tomonidan pul mablag‘lari bo‘yicha shahsiy hisobvaraqda muomala amalga oshrilgan kun uchun ko‘chirmalar taqdim etiladi. Ushbu ko‘chirmalarga asosan byudjet tashkilotlari buxgalteriyasida tegishli buxgalteriya yozuvlari berilib byudjet mablag‘lari bo‘yicha 2-memorial order va byudjetdan tashqari mablag‘lar bo‘yicha 3-MO hamda pul mablag‘larining xarakatiga doir jamlanma qaydnomalar har qaysi manbaalar bo‘yicha 381-son shakl rasmiylashtiriladi.[3] 2 va 3-memorial orderga asosan yozuvlar 308–son shakldagi Bosh jurnal kitobiga tushiriladi. 308-son shakldagi bosh jurnal kitobidan tegishli hisobot shakllari rasmiylashtiriladi.

Byudjet mablag‘lari bo‘yicha shahsiy hisobvaraqlarda kun oxiriga qoldiq bo‘lmaydi. Yani byudjetdan moliyalashtirish amalga oshirilganda tegishli yozuvlar bilan 232 “Byudjetdan moliyalashtirish” subschyoti bilan bog‘langan holda aks ettiriladi. G‘azna ijrosiga o‘tmagan byudjet tashkilotlari byudjet pul mablag‘lari bo‘yicha muomalalar banklarda ochilgan hisobvaraqlarda amalga oshiriladi. Bu hisobvaraqlarda ham hisoblashuvlar to‘lov topshirig‘i orqali amalga oshiriladi. Byudjet pul mablag‘lari hisobvarag‘ida muomalalar amalga oshirilgan kun oxiriga hizmat ko‘rsatuvchi bank tomonidan hisob schyotidan ko‘chirma taqdim etiladi.

Buxgalteriya hisobida hisobvaraqlardagi byudjetdan tashqari mablag‘lar hisobi 11 “Hisobvaraqlardagi byudjetdan tashqari mablag‘lar” schyotida quyidagi subschyotlarda yuritiladi:

110 “To‘lovlarning maxsus turlariga doir hisob-kitoblardan tushgan mablag‘lar”;

[1] Mualliflar tomonidan tuzilgan.

111 “Ta’lim muassasalarida o‘qitishning to‘lov-kontrakt shaklidan tushgan tushumlar”;

112 “Byudjet tashkilotini rivojlantirish jamg‘armasi mablag‘lari”;

113 “Boshqa byudjetdan tashqari mablag‘lar”;

114 “Byudjet tashkilotining vaqtincha ixtiyorida bo‘ladigan mablag‘lar”;

115 “Valyuta hisobvarag‘i”;

119 “Boshqa hisobvaraqlardagi pul mablag‘lari”.

Buxgalteriya hisobida kassa operatsiyalari hisobi 120 “Milliy valyutadagi naqd pul mablag‘lari” subschyotida yuritilib ushbu subschyotlarda tashkilot kassasidagi naqd pul mablag‘larining mavjudligi va ularning harakati hisobga olinadi. Bu subschyotlarning debet tomonida kassaga pul mablag‘larni kirimi, kredit tomonida pul mablag‘larni chiqimi aks ettiriladi.

Byudjet tashkilotlarda byudjet va byudjetdan tashqari mablag‘lar ijrosi bo‘yicha choraklik va yillik moliyaviy hisobotlarni tuzish va taqdim qilish O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi tomonidan o‘rnatiladi. Yillik pul mablag‘lari harakati to‘g‘risidagi hisobotlar hisobot yilidan keyingi yilning 1 yanvar holatiga va choraklik hisobotlar esa hisobot yilining 1 aprel, 1 iyul va 1 oktyabr holatiga tuziladi.[4]

Byudjet tashkilotlari tomonidan topshiriladigan yillik va choraklik pul mablag‘lari harakati to‘g‘risidagi hisobotlar tarkibiga quyidagilar kiradi:

Xarajatlar smetasining ijrosi haqida hisobot (2-shakl);

Byudjet tashkilotini rivojlantirish jamg‘armasi bo‘yicha pul mablag‘lari harakati to‘g‘risida hisobot;

Tibbiyot muassasalarini moddiy rag‘batlantirish va rivojlantirish jamg‘armasi bo‘yicha pul mablag‘lari harakati to‘g‘risida hisobot;

Ta’lim muassasalarida o‘qitishning to‘lov-kontrakt shaklidan tushgan mablag‘lar harakati to‘g‘risida hisobot;

Boshqa byudjetdan tashqari mablag‘lar harakati bo‘yicha hisobot.

Yillik va choraklik pul mablag‘lari harakati to‘g‘risidagi hisobotlarga tushuntirish xati ilova qilinadi. Ushbu tushuntirish xatida byudjet va byudjetdan tashqari mablag‘lar ijrosi jarayonida vujudga kelgan asosiy omillar, jumladan, byudjetdan ajratilgan mablag‘larni iqtisod qilinishining sabablari (tahlillari) (agarda iqtisod qilingan bo‘lsa), qonunchilikka muvofiq tashkilotlarga soliq va boshqa majburiy to‘lovlar bo‘yicha berilgan imtiyozlar natijasida bo‘shab qolgan mablag‘lar va ularning sarflanishi va boshqa tushuntirishlar keltiriladi.

Pul mablag‘lari harakati to‘g‘risidagi hisobot shakllaridagi barcha rekvizitlar va nazarda tutilgan ko‘rsatkichlar to‘ldirilishi kerak. Tashkilotlarda tegishli mablag‘lar va operatsiyalarning mavjud emasligi sababli biror-bir modda (satrlar, ustunlar) to‘ldirilmagan taqdirda, ushbu modda (satr, ustun) ustidan chizib qo‘yiladi. Pul mablag‘lari harakati to‘g‘risidagi hisobot shakllari (jamlanma hisobotlardan tashqari) “Bosh-jurnal kitobi” (308-shakl) va boshqa tegishli hisob registrlari ma’lumotlari asosida tuziladi.

Byudjet tashkilotilarning byudjet va byudjetdan tashqari mablag‘lari bo‘yicha smetalari doirasida xarajatlarni amalga oshirib ushbu xarajatlarni

moliyalashtirish bevosita moliyaviy aktivlarga bog‘liq ekan. Ushbu aktivlar hisobini yuritish va ular harakati to‘g‘risidagi hisobotlarni tuzish moliyaviy aktivlar bo‘yicha tizimli axborotlarni shakllantirish, ularni boshqarish va nazorat qilishga xizmat qilar ekan.

Byudjet tashkilotlarida hisobi va hisobotining uslubiy talablarini to`liq bajarish uchun quyidagilarga qat’iy amal qilish zarur, deb hisoblaymiz:

hisob ishlarini tashkil etishda ob’ektlarni to‘g‘ri aniqlab olish;

mablag‘lar tushumini turlar bo‘yicha buxgalteriya hisobi hisobvaraqlarida to‘g‘ri aks ettirish;

hisobvaraqlardagi mablag‘lar harakatini faqat boshlang‘ich hujjatlar asosida hisobga olish;

hisobvaraqlardagi mablag‘lar harakati bo‘yicha hisobotlarni tuzishda hisobot ma’lumotlarining hisob registrlari va hisob shakllari ko‘rsatkichlariga muvofiqligini nazorat qilib borish.

Yuqorida sanab o‘tilgan jihatlarga amal qilish moliyaviy aktivlarni samarali sarflash, ulardan o‘rinli foydalanish uchun ishonchli va muxim axborotlarni o‘zida jamlagan hisobotlarni shakllantirishga xizmat qiladi. Byudjet tashkilotlari pul mablag‘lari va hisob-kitoblar bilan bog‘liq iqtisodiy jarayonlarni kuzatib borish, ular to‘g‘risida tizimlashtirilgan axborotlarni shakllantirishni buxgalteriya hisobi ta’minlab bersa, ularni me’yoriy hujjatlar asosida sarflanganligini o‘rganish, taxlil qilish hamda yo‘l qo‘yilgan xato va kamchiliklarni bartaraf qilishni nazorat va taftish amalga oshiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O`zbekiston Respublikasi Byudjet kodeksi. O`zbekiston Respublikasi qonuni. O`RQ-360-son. 26.12.2013. O`zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to`plami, 2013 y. №52-I-son.//www.lex.uz
2. O`zbekiston Respublikasi Moliya vazirining “Budjet tashkilotlari va budjet mablag`lari oluvchilarning xarajatlar smetasi va shtat jadvallarini tuzish, tasdiqlash va ro`yxatdan o`tkazish tartibi to`g`risidagi nizomni tasdiqlash haqida”gi buyrug`i (O`zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi tomonidan 2014 yil 15 dekabrda ro`yxatdan o`tkazildi, ro`yxat raqami 2634).//www.lex.uz
3. O`zbekiston Respublikasi Moliya vazirligining “Budjet tashkilotlarida buxgalteriya hisobi to`g`risida”gi Yo`riqnoma 2169-son. 21.12.2016yil. //www.lex.uz
4. O`zbekiston Respublikasi Moliya vazirining “O`zbekiston Respublikasi Davlat budjetidan mablag` bilan ta`minlanadigan tashkilotlarning davriy moliyaviy hisobotlarini tuzish, tasdiqlash hamda taqdim qilish bo`yicha qoidalar” to`g`risidagi buyrug`i. O`z.R AV tomonidan 2018 yil 15 fevralda № 2971-son bilan ro`yxatdan o`tgan.//www.lex.uz
5. Ostonoqulov A.A. “Byudjet tashkilotlarining byudjetdan tashqari jamg`armalarini shakllantirish va hisobga olish hususiyatlari” “Xalqaro moliya va hisob” ilmiy elektron jurnali № 6, dekabr, 2018 yil.

Internet saytlari

www.mf.uz (O`zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi rasmiy veb sayti)
www.lex.uz (O`zbekiston Respublikasi milliy qonunchiligi bazasi)
www.tfi.uz (Toshkent moliya institute sayti)

К.Б.Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
Ж. Хайруллаев – СамИСИ, МА-119 гуруҳ магистранти

ҚУРИЛИШ МАТЕРИАЛЛАРИ ИШЛАБ ЧИҚАРУВЧИ КОРХОНАЛАРНИНГ ИҚТИСОДИЁТДА ТУТГАН ЎРНИ ВА АУДИТ СУБЪЕКТЛАРИ СИФАТИДАГИ ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: мақолада қурилиш материаллари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг иқтисодиётда тутган ўрни, шунингдек аудит субъектлари сифатидаги хусусиятлари очиб берилган.

Калит сўзлар: қурилиш материалларини ишлаб чиқарувчилар, аудит субъектлари, мажбурий аудит, ташаббусли аудит, махсус савол тарзидаги аудит, тайёр маҳсулот, ишлаб чиқариш харажатлари, таннарх.

Аннотация: В статье раскрыты роль производителей строительных материаловы, а также их особенности как субъектов аудити.

Ключевые слова: производители строительных материалов, субъекты аудита, обязательный аудит, инициативный аудит, аудит по специальному вопросу, готовая продукция, производственные расходы, себестоимость.

Abstract: The article reveals the role of enterprises producing construction materials in the economy, as well as their characteristics as audit subjects.

Key words: enterprises producing construction materials, audit subjects, mandatory audit, initiative audit, special question audit, ready product, expenditure of production, prime cost

Республикамиз иқтисодиётида қурилиш материаллари саноати муҳим ўрин тутади. Ушбу саноат кимё, тўқимачилик, чарм-пойабзал, электротехника каби саноат турлари қаторида иқтисодиёт равнақининг «драйвер»ларидан бири ҳисобланади. Қурилиш материаллари ҳар бир корхонада унинг жорий фаолиятида турли мақсадларда кенг қўлланиладиган ишлаб чиқариш заҳираларидан бири бўлиб ҳисобланади. Ушбу заҳираларсиз бирорта қурилиш, қурилиш-монтаж ва таъмирлаш ишларини бажариб бўлмайди. Қурилиш материаллари қурилиш соҳаси моддий базасини ташкил этади, ушбу моддий базасиз қурилиш соҳасини, қурилиш соҳасиз эса иқтисодиётнинг бошқа тармоқ ва соҳаларини ривожлантириб бўлмайди. Айнан шулар қурилиш материаллари ишлаб чиқариш соҳасини доимий ривожлантиришни ҳар қандай давлат олдига устувор вазифа қилиб қўяди.

Республикамизда иқтисодиётнинг барча тармоқ ва соҳаларида янги объектларни қуриш, мавжуд ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш объектларини реконструкция қилиш ва кенгайтириш, шунингдек ободонлаштириш ва капитал таъмирлаш ишлари ҳажми ва кўлами йилдан-йилга ошиб бормоқда. Чунончи, республикамизда қабул қилинган Ҳаракатлар стратегиясида 2017-2021 йилларда корхоналарни модернизациялаш учун турли молиялаштириш манбалари ҳисобидан умумий қиймати 40 миллиард АҚШ доллари миқдоридаги 649 та аниқ манзилли инвестицион лойиҳаларни [1] рўёбга чиқариш режалаштирилган. 2019 йилда асосий

[1]Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида» 4947-сон фармони билан тасдиқланган

воситаларга киритилган капитал инвестициялар 189,9 триллион сўмни ташкил қилган[1], “Обод қишлоқ” ва “Обод маҳалла” дастурлари доирасида 479 та қишлоқ ва овулда, шаҳарлардаги 116 та маҳаллада кенг кўламли қурилиш ва ободонлаштириш ишлари бажарилган, бунга 6,1 триллион сўм ёки 2018 йилга нисбатан 1,5 триллион сўм кўп маблағ сарфланган, қишлоқ жойларда – 17 минг 100 та, шаҳарларда – 17 минг 600 та, жами 34 минг 700 та ёки 2016 йилга нисбатан салкам 3 баробар кўп арзон ва шинам уйлар қурилган; 2020 йил режасида 23 миллиард долларлик инвестициялар ўзлаштириш ҳамда 206 та янги йирик қувватлар ишга тушириш, бюджетдан ажратиладиган 1,7 триллион сўм маблағ ҳисобидан 36 та янги мактаб қурилиб, 211 таси капитал таъмирланиши назарда тутилган[2].

Республикамизда қурилиш материаллари ишлаб чиқариш соҳасини нафақат импорт материалларга бўлган талабни қондирувчи ва қурилиш материаллари импортига бўлган қарамлик даражасини камайтирувчи, ушбу мақсадларга қилинаётган катта миқдордаги валюта сарфлар олдини олувчи, балки катта валюта келтирувчи экспортер соҳага айлантириш имкони мавжуд. Республикамизнинг табиий ресурсларга бойлиги, ер ости қазилмаларини қозиб олишни йилдан йилга ошиб бораётганлиги, соҳага энг замонавий хорижий техника ва технологияларни жалб қилинаётганлиги натижасида ишлаб чиқарилаётган қурилиш материалларининг турлари, миқдори ва сифати йилдан йилга юксалмоқда.

Республикамизда қурилиш материаллари саноатини яқин келажакда ривожлантиришнинг асосий параметрлари Президентимизнинг 2019 йил 23 майда “Қурилиш материаллари саноатини жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ПҚ-4335-сонли қарорида ўз аксини топган. Ушбу қарорга асосан, чунончи, қуйидаги давлат дастурлари ва чора-тадбирлари тасдиқланди:

а) 2019-2025 йилларда маҳаллий хом ашё геология-қидирув ишларини олиб бориш, қазиб олиш ва қайта ишлаш асосида қурилиш индустриясининг хом ашё базасини кенгайтириш прогноз кўрсаткичлари ҳамда 2019 - 2025 йилларда диверсификация қилиш ва маҳсулот турларини кенгайтириш ҳисобига қурилиш материаллари ишлаб чиқаришнинг мақсадли кўрсаткичлари;

геология-қидирув ишларини олиб бориш, қазиб олиш ва қайта ишлаш асосида қурилиш индустриясининг хом ашё базаси ҳажмларини оҳактош бўйича — 13,1 млн тоннага, гипс тоши бўйича — 1,8 млн тоннага, лойсимон компонентлар, ғишт хом ашёси, кварц қуми бўйича — 1 млн тоннага, кўчган тоғ жинслари (базальт) бўйича — 0,1 млн тоннага, тош-шағал материаллар бўйича — 5,6 млн метр кубга;

ишлаб чиқариш ҳажмларини обойлар бўйича — 47 баробардан ортиқ ҳажмга, йиғилган паркет панеллари ва плиталари бўйича — 19

[1] Ўзбекистон Республикаси Статистика қўмитаси маълумотлари

[2] Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий МАжлис ва Сенат аъзоларига мурожаатномаси. https://uza.uz/uz/posts/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyeevning-oliy-25-01-2020

баробарга, ёғоч қириндили плиталар ҳамда ёғоч ва бошқа ёғочбоп материаллардан тайёрланган плиталар бўйича — 15 баробарга,газбетон блоклари бўйича — 7 баробарга, лак-бўёқ материаллари ҳамда энергия ва иссиқликни тежовчи флоат-технология асосида ишлаб чиқарилган архитектура-қурилиш ойнаси бўйича — 4 баробарга, базальтдан тайёрланадиган композит арматура бўйича — 3 баробарга ва цемент бўйича — 2 баробарга ошириш;

б) халқаро молиявий институтлар ва хорижий банкларнинг кредитларини жалб қилиш орқали молиялаштириладиган, 2019 — 2021 йилларда қурилиш материаллари саноати соҳасида амалга ошириладиган истиқболли лойиҳаларнинг йиғма кўрсаткичлари ҳамда 2019 — 2021 йилларда қурилиш материаллари саноати соҳасида амалга ошириладиган истиқболли лойиҳалар рўйхати

в) 2019 — 2020 йилларда қурилиш материаллари саноатини жадал ривожлантиришга доир комплекс чора-тадбирлар.

2020 йилда маҳсулот ишлаб чиқариш жараёнларига илм-фан ютуқлари ва инновацион технологияларни кенг жорий қилинаётганлиги туфайли 22 трлн. сўмлик (мисол учун, 2016 йилда 6,8 трлн сўмлик) маҳсулотлар ишлаб чиқариш кутилмоқда ёки 2016 йилга нисбатан ўсиш динамикаси 3,2 бараварни ташкил этади. Хусусан: цемент – 14,5 млн тонна ёки 168 фоиз, қурилиш ойнаси – 23 млн кв м ёки 181 фоиз, керамик плитка – 41,5 млн кв м ёки 4,3 баравар, гипсокартон – 61 млн кв м ёки 2,1 баравар, обой (гулқоғоз) – 2 млн ўрам ёки 89 бараварга ошган[1].

Сифатли ва хавфсиз янги турдаги қурилиш материалларини ишлаб чиқаришга жорий қилиш мақсадида қурилиш материалларини ишлаб чиқариш бўйича 340 та халқаро стандартлар 2019 йилда қабул қилинди, 2020 йилда 542 та ва 2021 йилга 505 та халқаро стандартлар режага мувофиқ қабул қилинмоқда ҳамда бу билан бирга халқаро стандартлар билан уйғунлашув даражаси оширилмоқда.[2]

Бугунги кунда “Ўзсаноатқурилишматериаллари” уюшмаси Инвестиция дастури доирасида умумий қиймати 469,0 млн долларлик 31 та инвестиция лойиҳасини амалга оширмоқда. 2021 йилнинг ўзида жами 327,6 млн доллар инвестицияни ўзлаштириш режалаштирилган, шундан 215,0 млн доллар тўғридан тўғри хорижий инвестициялар ва кредитлардир. Йирик лойиҳалар асосан Қорақалпоғистон Республикаси, Навоий, Фарғона, Сурхондарё, Жиззах, Самарқанд, Бухоро ва Тошкент вилоятлари ҳамда Тошкент шаҳрида кенг кўламда амалга оширилмоқда. 2021 йилда "Қизилқумцемент" АЖда клинкер ишлаб чиқариш бўйича умумий қиймати 126 млн доллар бўлган 4-линия ишга туширилади. Натижада корхона йиллик цемент ишлаб чиқариш қуввати 2,2 млн тоннага ортиб,

[1] https://kun.uz/news/2020/11/25/2020-yilda-ozbekistonda-22-trln-somlik-qurilish-mahsulotlari-ishlab-chiqarish-kutilmoqda

[2] https://kun.uz/news/2020/11/25/2020-yilda-ozbekistonda-22-trln-somlik-qurilish-mahsulotlari-ishlab-chiqarish-kutilmoqda

жами 5.5 млн тоннага етказилади[1].

Навоий вилоятида, шунингдек, "PETRAWOOL" МЧЖ томонидан базальт тошидан иссиқлик сақловчи плиталар ишлаб чиқариш (умумий қиймати 18,2 млн доллар), Томди туманида "Мега кварц" МЧЖда кварц қумини қазиб олиш ва қайта ишлаш (умумий қиймати 3,9 млн доллар) каби лойиҳалар ишга тушади. Фарғона вилоятида қурилиш материаллари ишлаб чиқариш бўйича 5 лойиҳага 50 млн доллар инвестиция жалб қилиниши кутилмоқда. Натижада, "Кнауф Гипс Фарғона" хорижий корхонасида гипсокартон листлари, "Азамат савдо Зиё" ва "Ulugbek export trade" жамиятида мих ва бурама михлар, "Flat Tile" жамиятида керамогранит ва металлогранит, "Agro Impex Valley" жамиятида металл конструкциялар ишлаб чиқариш йўлга қўйилади.[2]

Тошкент вилоятида 2021 йилда жорий йилда қуввати 30 минг тонна бўлган кварц қумидан минерал плиталар ишлаб чиқариш имкониятига эга янги корхона ишга туширилади. Шунингдек, линолеум, автоклав газобетон блоклари, оловбардош ғиштлар, бурама михлар, асфальт ва темир-бетон буюмлари ишлаб чиқаришга ихтисослашган корхоналар фойдаланишга топширилади. “Ориент керамикс” жамияти томонидан Тошкент шаҳрининг Сергели туманида йилига 9,0 млн кв.м. керамик плиталар ишлаб чиқариш имкониятига эга янги корхона барпо этилмоқда. Шунингдек, пойтахтдаги "АЛМУС" жамиятида ҳам 6,0 млн доллар инвестиция ҳисобига ёғоч қиринди плиталарни ламинация қилиш, "GRAND ROAD TASHKENT" жамияти томонидан табиий пардозбоп тошларни қайта ишлаш орқали йилига 80 минг кв.м. плитал ишлаб чиқариш лойиҳалари амалга ошириляпти[3].

Табиий равишда, юқоридагиларнинг барчаси қурилиш материаллари саноат ишлаб чиқаришининг миллий иқтисодиётимиз равнақида ва белгиланган устувор вазифаларни бажаришда муҳим ўрин тутишидан дарак беради.

Қурилиш материаллари ишлаб чиқариш соҳаси ўз ичига кўплаб турли ташкилий-ҳуқуқий ва мулкий шаклдаги корхоналарни ўз ичига олади. “Ўзсаноатқурилишматериаллари” уюшмаси маълумотларига кўра, 2016 йилда соҳада 8400 га яқин корхона фаолият кўрсатган бўлса, 2020 йил охирига бу рақам 10,5 мингга яқин[4].

Қурилиш материалларини ишлаб чиқарувчилар ичида йирик гигант корхоналардан тортиб, кичик бизнес субъектлари сирасига кирувчи микрофирмалар ва оилавий корхоналар ҳам мавжуд. Соҳа субъектлари ичида давлат корхоналари, акциядорлик жамиятлари, масъулияти чекланган жамиятлар, қўшма корхоналар, хорижий корхоналар, хусусий корхоналар

[1] https:/Ўзсаноатқурилишматериаллари матбуоат маркази
[2] https:/Ўзсаноатқурилишматериаллари матбуоат маркази
[3] https:/Ўзсаноатқурилишматериаллари матбуоат маркази
[4] https://kun.uz/news/2019/10/24/qurilish-materiallari-bozoridagi-muammolar-yechimlar-va-istiqbol-soha-rahbari-bilan-suhbat

мавжуд. Ушбу тадбиркорлик бирликларининг барчаси ҳисоб ва ҳисоботни юритишда мустақил субъектлар ҳисобланади. Мос равишда, улар мажбурий аудит, ташаббусли аудит ва махсус савол тарзида ўтказилаётган аудиторлик текширувлари сирасига киради.

Қурилиш материаллари ишлаб чиқариш корхоналари аудитнинг алоҳида турлари субъектлари сифатида ўзига хос хусусиятларга эга. Бундай хусусиятлар бевосита уларнинг фаолият негизини ташкил қилувчи қурилиш материалларининг турларида, ушбу материалларни ишлаб чиқаришнинг хом-ашё базасида, ишлаш ва қайта ишлов бериш технологиясида, олинадиган маҳсулот турларида, улар таннархини таркибий элементларида, қилинаётган харажатларнинг маҳсулот бирликлари ўртасида тақсимлаш мезонлари ва тамойилларида, шунингдек кўплаб бошқа жиҳатларида намоён бўлади.Мазкур хусусиятлар қурилиш материалларини ишлаб чиқарувчи субъектлар фаолияти аудитини ўтказишда аудиторлардан ҳисоб, таҳлил ва назорат соҳасидаги билимлардан ташқари бевосита ушбу бошқарув воситаларига ўз таъсир доирасини ўтказадиган техник ва технологик хусусиятлар, ишлаб чиқариш меъёрлари, шартлари, стандартлари, сертификацияси тўғрисида ҳам чуқур билимларга эга бўлишни тақоза этади.Ушбу техник ва технологик хусусиятларни билмасдан туриб, ишлаб чиқилаётган қурилиш материаллари таннархини реал аниқлашга, мос равишда, ҳисоб-китоблардаги хатоликларни аниқлаб бўлмайди, бинобарин таннархни пасайтиришнинг ички ва ташқи резервларини аниқлашга эришиб бўлмайди. Таннархга кирувчи моддий хом-ашёларнинг бир хил эмаслиги, улар сарфида меъёрларга амал қилишлик, меҳнат сарфларининг ҳар бир маҳсулот турида бир хил бўлмаслиги ва бошқа технологик хусусиятлар мазкур муҳим кўрсаткични тўғри шакллантирилишига ҳамма вақт ҳам имкон бермайди. Бу, ўз навбатида, аудиторлик рискини ошиб кетишига, аудиторлик меҳнати самарасини пасайишига олиб келиши мумкин. Айнан шулар ва бошқа жиҳатлар қурилиш материаллари ишлаб чиқариш соҳасида аудиторлар малакасини узлуксиз такомиллаштириш боришни ҳам тақоза этади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1.«Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида». Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги 4947-сон фармони билан тасдиқланган

2.Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий МАжлис ва Сенат аъзоларига мурожаатномаси. https://uza.uz/uz/posts/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyeevning-oliy-25-01-2020

3.Ўзбекистон Республикаси Статистика қўмитаси маълумотлари

4.https://kun.uz/news/2020/11/25/2020-yilda-ozbekistonda-22-trln-somlik-qurilish-mahsulotlari-ishlab-chiqarish-kutilmoqda

5.https://kun.uz/news/2020/11/25/2020-yilda-ozbekistonda-22-trln-somlik-qurilish-mahsulotlari-ishlab-chiqarish-kutilmoqda

6. https:/Ўзсаноатқурилишматериаллари матбуоат маркази

7.https://kun.uz/news/2019/10/24/qurilish-materiallari-bozoridagi-muammolar-yechimlar-va-istiqbol-soha-rahbari-bilan-suhbat

Т.Абдибаева – Давлат Солиқ қўмитаси ҳузуридаги Фискал институти доценти,
Н.Мирзамуратов – мустақил изланувчи

САВДО КОРХОНАЛАРИДА ТОВАРЛАРНИ ҚАБУЛ ҚИЛИШ ВА СОТИЛИШИНИНГ ҲИСОБИ

Аннотация: ушбу тезисда савдо корхоналарида товарларни қабул қилиш, юклаш, жўнатиш ва сотиш билан боғлиқ бўлган хўжалик операциялари ёритилиб тегишли бухгалтерия ўтказмалари берилган.

Калит сўзлар: товар, савдо устамаси, юк ташиш ҳужжатлари, сифат ҳужжатлари, сифат сертификатлари, лимит-забор картаси.

Аннотация: В данной статье описывается хозяйственные операции, связанные с приемом, погрузкой, отправкой и продажей товаров на торговом предприятии, и даны соответствующие бухгалтерские проводки по соверешенным хозяйственным операциям..

Ключевые слова: торговая марка, мастер продаж, товаросопроводительные документы, документы качества, сертификаты качества, карта лимит-забора.

Abstract: This article describes business transactions related to the receipt, loading, dispatch and sale of goods at a trade enterprise, and provides the corresponding accounting entries for the business transactions performed.

Keywords: trade mark, master of sales, shipping documents, quality documents, quality certificates, limit pick-up card.

Ҳозирги кунда иқтисодиётни рақамлаштириш шароитида савдо операцияларини бухгалтерия ҳисобида тўғри ва ўз вақтида акс эттириш муҳим аҳамиятга эга. Шу мақсадда корхоналарда товарларни қабул қилишда мол етказиб берувчининг ҳужжатлари савдо корхонасининг муҳри ва моддий жавобгар шахсларнинг имзоси билан расмийлаштирилади. Улгуржи савдода товарлар ҳисоби сотиб олиш баҳоларида олиб борилади.

Юк ташиш ҳужжатлари (ЮТҲ) – товарларнинг юкини жўнатиш учун керакли ва етарли маълумотни ўз ичига олган ҳужжатлар бўлиб ҳисобланади.

Мол етказиб берувчилардан товарлар келиб тушди – 40 минг сўм. Савдо устамаси – 20 %, яъни 8 минг сўм, демак сотиш баҳоси 48 минг сўм.

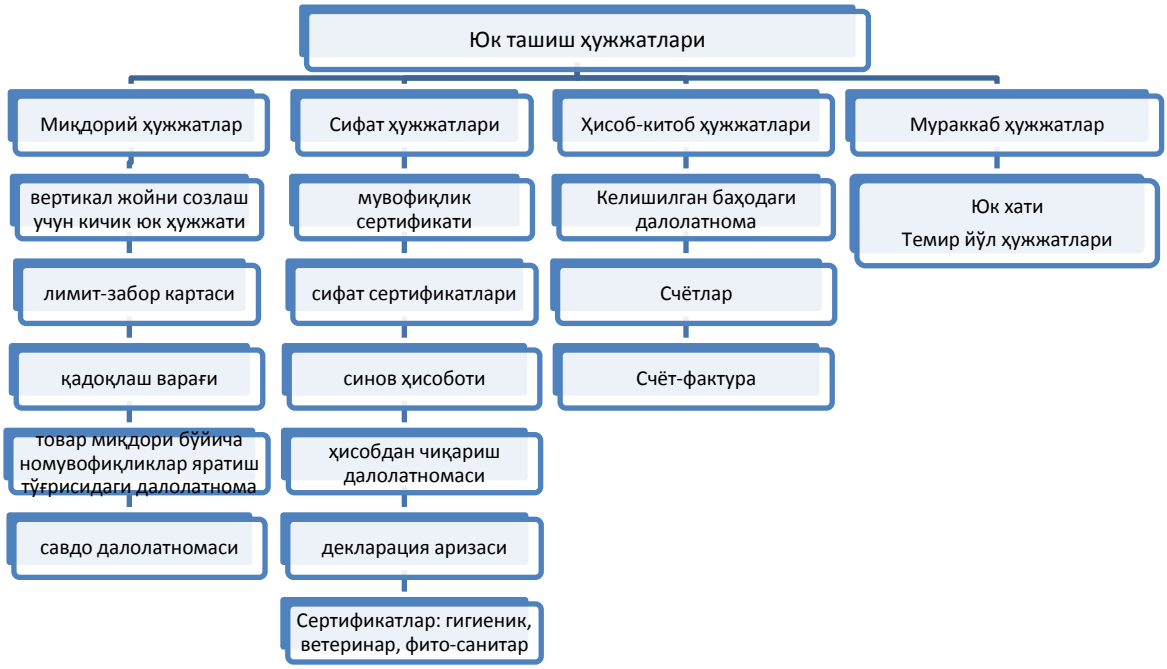
Счётларда бу операция қуйидагича акс этрилади:

1**.Товарларнинг келиб тушишига:**

- Д-т 2910 “Омбордаги товарлар” – 40 минг сўм
- К-т 6010 “Мол етказиб берувчилар ва пудратчиларга тўланадиган счётлар” – 40 минг сўм

2.Товарларни сотилишига:

- Д-т 4010 “Харидор ва буюртмачилардан олинадиган счётлар” – 48 минг сўм



- К-т 9020 “Товарларни сотишдан даромадлар” – 48 минг сўм

3.Сотилган товарларни ҳисобдан чиқаришга:

- Дт 9120 “Сотилган товраларнинг таннархи” – 40 минг сўм
- К-т 2910 “Омбордаги товарлар” – 40 минг сўм

4.Ҳисобот даври охирида даромад счётининг ёпилишига:

- Дт 9020 “Товарларни сотишдан даромадлар” – 48 минг сўм
- К-т 9910 “Якуний молиявий натижа” – 48 минг сўм

5.Ҳисобот даври охирида товарларнинг таннархи счётининг ёпилишига:

- Д-т 9910 “Якуний молиявий натижа” – 40 минг сўм
- К-т 9120 “Сотилган товраларнинг таннархи” – 40 минг сўм

6. Ҳисобот якунида якуний молиявий натижа аниқланади:

- Д-т 9910 “Якуний молиявий натижа” – 8 минг сўм
- К-т 8710 “Тақсимланмаган фойда” – 8 минг сўм

Чакана савдо ташкилотларида, одатда, товарлар ҳисоби сотиш баҳоларида олиб борилади, шунинг учун савдо устамаси 2980 “Савдо устамаси” счётининг кредитида кўрсатилган.

Чакана савдода сотилган товарларнинг таннархини аниқлаш ўзига хос хусусиятларга эга. Чакана савдо асосан халққа товарларни сотиш билан шуғулланиб, сотилган товарларнинг ҳақиқий таннархини аниқлаш

қийин бўлади, айниқса бу ҳол майда товарлар сотиладиган дўконларда учрайди. Шунинг учун чакана савдода товарларнинг келиб тушиши “Товарлар” счётининг дебетида сотиш қийматида ҳисобга олинади. Устама ҳисоби учун контрактив “Савдо устамаси” счётидан фойдаланилади, бу счётнинг кредитида келиб тушган товарларнинг устама қиймати акс эттирилади. Сотилган товарларга савдо устамаси суммаси ўртача фоиз бўйича қуйидаги формула билан аниқланади:

$$Ўр\ \% = \frac{\text{Бошланғич савдо устамаси сальдоси} + \text{келиб тушган товарлар савдо устамаси}}{\text{Ҳисобот даврида товар айланмаси} + \text{давр охирига товарлар қолдиғи}}$$

2020 йил 1 январь куни дўконнинг счётлардаги товарлар қолдиғи сотиш баҳосида 1 800 000 сўмни ташкил қилди. Савдо устамаси 270 000 сўм. Январь ойида қуйидаги операциялар бўлиб ўтди:

1. Мол етказиб берувчилардан 4 800 000 сўмлик товарлар харид қилинди, шундан савдо устамаси 840 000 сўм.
   - Д-т 2920 “Чакана савдодаги товарлар” – 4 800 000 сўм
   - К-т 6010 “Тўланадиган счётлар” – 3 960 000 сўм
   - К-т 2980 “Савдо устамаси” – 840 000 сўм
2. Товарлар нақд пулга сотилди, суммаси 4 400 000 сўм:
3. Ўртача фоизни ҳисоблаймиз:

$$Ўр\ \% = \frac{270\ 000 + 840\ 000}{4\ 400\ 000 + 2\ 200\ 000} = \frac{1\ 110\ 000}{6\ 600\ 000} = 16{,}8\ \%$$

4. Сотилган савдо устамаси суммасини аниқлаймиз:

   4 400 000 * 16,8 % = 739 200 сўм

   4 400 000 – 739 200 = 3 660 800 сўм
   - Д-т 2980 “Савдо устамаси” – 739 200 сўм
   - Д-т 9120 “Сотилган товарларнинг таннархи” – 3 660 800 сўм
   - К-т 2920 “Чакана савдодаги товарлар” – 4 400 000 сўм
5. Сотиш счётининг ёпилишига:
   - Д-т 9020 “Товарларни сотишдан даромад” – 4 400 000 сўм
   - К-т 9910 “Якуний молиявий натижа” – 4 400 000 сўм
6. Таннарх счётининг ёпилишига:
   - Д-т 9910 “Якуний молиявий натижа” – 3 660 800 сўм
   - К-т 9120 “Сотилган товарларнинг таннархи” – 3 660 800 сўм

Аҳолидан товарларни савдо дўконларига қабул қилиниши ва сотилиши бўйича 004 “Комиссияга қабул қилинган товарлар” счёти шартномага мувофиқ комиссияга қабул қилинган товарларнинг мавжудлиги ва харакати тўғрисидаги ахборотларни умумлаштириш учун мўлжалланган.

Товарларни қабул қилиш қиймати 004 “Комиссияга қабул қилинган товарлар” счётининг дебетида, сотилиши эса шу счётнинг кредитида акс эттирилади. Комиссияга қабул қилинган товарлар 004 “Комиссияга қабул қилинган товарлар” счётида қабул қилиш-топшириш далолатномаларида кўрсатилган нархларда ҳисобга олинади. 004 “Комиссияга қабул қилинган товарлар” счёти бўйича аналитк ҳисоб товарларнинг турлари ва корхона-комитентлар бўйича юритилади.

S.K. Boyjigitov– SamISI, “Marketing” kafedrasi assistenti
B.K. Narziyev– SamISI, MR-320 guruh talabasi

BOZOR JOZIBADORLIGINI TAHLIL QILISHDA GE (General Electric) MATRITSASINI QO‘LLASH IMKONIYATLARI

Annotatsiya: Mazkur maqolada GE (General Electric) matritsasining asosiy mazmuni keng ko‘lamda yoritib berilgan. Bundan tashqari ushbu maqolada bozor jozibadorligini tahlil qilishda GE matritsasining qo‘llash imkoniyatlarini bilish va asosiysi GE matritsasining bozor jozibadorligini baholashdagi o‘rni haqida batafsil yoritilib berilgan.

Kalit so‘zlar: bozor, bozor jozibadorligi, GE matritsa, xizmat ko‘rsatish, raqamli iqtisodiyot.

Аннотация: В этой статье дается всесторонний обзор матрицы GE (General Electric). Кроме того, в данной статье подробно рассматриваются возможности использования матрицы GE при анализе рыночной привлекательности и, самое главное, роль матрицы GE в оценке привлекательности рынка.

Ключевые слова: рынок, рыночная привлекательность, матрица GE, сервис, цифровая экономика.

Abstract: This article describes the main content of the GE (General Electric) matrix in detail. In addition, this article details the knowledge of the applicability of the GE matrix in the analysis of market attractiveness and, most importantly, the role of the GE matrix in assessing market attractiveness.

Keywords: market, market attractiveness, GE matrix, service, digital economy.

Mamlakatimiz yangi bozor iqtisodiyoti bosqichga ko‘tarilishi oqibatida barcha sohalarda keng ko‘lamli axborotlashtirish ishlari amalga oshirildi. Axborot texnologiyalarining rijojlanishi oqibatida elektron tijorat tizimi, bozor imkoniyatlari ham yangi bosqichga ko‘tarildi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2020 yil 5 oktyabrdagi ““Raqamli O‘zbekiston - 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-6079-son Farmonida raqamli iqtisodiyotda bozor imkoniyatlarini baholash va ularni to‘g‘ri amalga oshirish belgilab berilgan.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida har bir xo‘jalik yurituvchi sub’yektlarning faoliyati uning faoliyatining natijalariga qiziqqan bozor ishtirokchilarining keng doirasi hisoblanadi. Bozorning jozibadorligi va korxonaning moliyaviy barqarorligini ta’minlash uchun boshqaruv xodimlari:

- iqtisodiy hodisalar va jarayonlarning mohiyatini, ularning o‘zaro bog‘liqligini tushunishlari kerak;
- umumiy iqtisodiy jarayonlar va hodisalar;
- iqtisodiy jarayonlardagi sabablar va oqibatlarni tizimlashtirish va modellashtirish;
- iqtisodiy jarayonlarni tavsiflovchi omillar ta’sirini miqdoriy baholash;
- erishilgan natijalarni har tomonlama baholash;

- tashkilotning kuchli va zaif tomonlarini aniqlash;
- aniq amaliy vaziyatlarni hal qilish;
- korxona samaradorligini oshirish zaxiralarini aniqlash;
- birinchi navbatda, o‘zingizning kompaniyangizning ham, mavjud potensial raqobatchilaringizning ham moliyaviy holatini aniq baholay olish. Shu o‘rinda bozor tushunchasi haqida fikr yuritamiz.

Bozor[1] — sotuvchilar bilan haridorlar o‘rtasidagi tovar ayirboshlash munosabatlari; ishlab chiqarish bilan iste’molni o‘zaro bog‘lovchi mexanizm. Iqtisodiyotda bozor atamasi ostida bozor sub’yektlari (xaridorlar va sotuvchilar) orasidagi pul-mol almashinuvi tizimi tushuniladi.

Kompaniyaning bozordagi jozibadorligi bu haqiqiy va potensial investorlar, kreditorlar va mahsulot sotib oluvchilar tomonidan kompaniyaga bo‘lgan ishonch darajasini anglatadi. Bu investitsiya uchun umumiy atama (uzoq muddatli asosda firma mablag‘larini kiritish foydalidir) va kontragent (firma o‘z majburiyatlarini aniq bajaradi va shuning uchun u bilan uzoq muddatli ishbilarmonlik aloqalari mumkin) jozibadorligi qat’iy ravishda belgilaydi.

Bozor jozibadorligi[2] – bu kompaniyaning ma’lum bir bozor segmentida uzoq muddatli va barqaror sotish va foyda olish qobiliyatini tavsiflovchi atama.

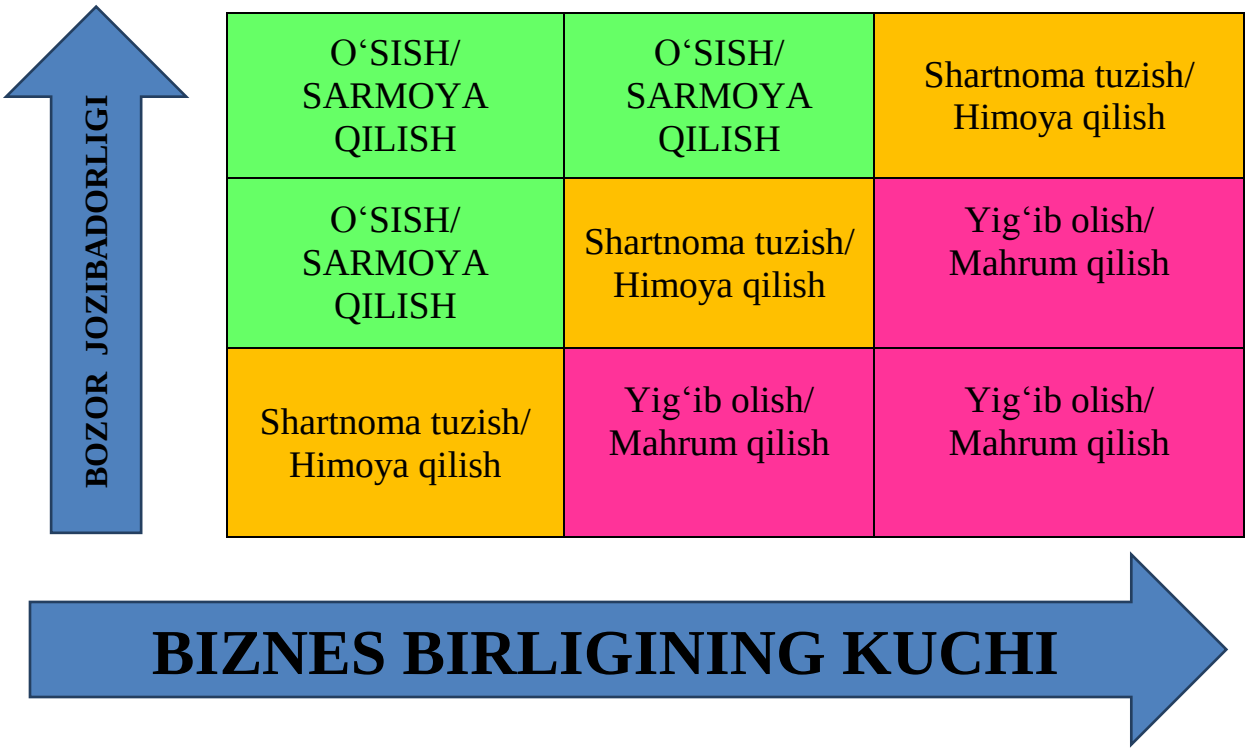
Bozor jozibadorligini oshirish istagi bozor jozibadorligini baholash asosida namoyon bo‘ladi. Barcha korxonalar o‘z bozor jozibadorligini baholash orqali bozordagi aniq imkoniyatlarini belgilab oladi. Buning uchun xorij tajribasida GE (General Electric) matritsasi muhim ro‘l tutadi. Bozor jozibadorligini baholashda ushbu matritsaning o‘rni beqiyosdir. Bozorning jozibadorligi kompaniyaning ushbu bozorga kirish va uning ichida raqobatlashishi qanchalik foydali ekanligi bilan namoyon bo‘ladi.

GE matritsasi 1970-yillarda McKinsey va General Electric kompaniyasining konsalting guruhi tomonidan ishlab chiqilgan. General Electric Matrix[3] (General Electric Multivariate Analysis), shuningdek, o‘sish-bozor ulushi matritsasi deb ataladi, bu tovar marketingi va mahsulotlarni boshqarishda kompaniyaga qaysi mahsulotlarni ishlab chiqarishni hal qilishda yordam beradigan usuldir. Bu konseptual jihatdan BCG matritsasiga o‘xshash, ammo biroz murakkabroq. BCG matritsasida bo‘lgani kabi, ikki o‘lchovli matritsa yaratiladi. Biroq, matritsa holatida GE bir necha omillarga bog‘liq. GE / McKinsey modeli bu kompaniyaning strategik biznes yo‘nalishlarini qiyosiy tahlil qilish uchun 9 ta jihatdan iborat matritsadir. BCG singari, GE matritsasi sizga resurslarni qanday taqsimlashni aniqlashga yordam beradi, ammo bu ko‘proq moslashuvchanlikni ta’minlaydi.

General Electric / McKinsey matritsasi diagrammasi ikki o‘qda hosil bo‘l-gan kvadrat bo‘lib, vertikal Y o‘qi “Business Strength” va gorizontal Xo‘qi “bozorning jozibadorligi” hisoblanadi. Har bir eksa shartli ravishda uch qismga

[1] https://laws.studio/kniga-menedjment/ryinochnaya-privlekatelnost-38548.html
[2] http://powerbranding.ru/rynok/ocenka-privlekatelnosti/
[3] https://ru.wikipedia.org/wiki/Матрица_General_Electric

GE-McKINSEY MATRITSASI[1]



bo‘linadi: past, o‘rta va baland. Shunga ko‘ra, matritsa to‘qqizta kvadrantdan iborat.

Bozorning jozibadorligi va biznesning kuchli tomonlarini aniqlashda u BCG matritsasida bozor ulushi va bozor o‘sishi bilan almashtirilgan ko‘plab omillarni hisobga oladi. Shuningdek, GE matritsasida omillar yuqori, o‘rta va past deb tasniflanadigan bo‘lsa, BCG matritsasidagi omillar yuqori va pastga bo‘linadi. Bundan tashqari, GE matritsasi BCG matritsasining ko‘plab cheklovlari va cheklovlarini engib chiqadi.

Matritsani shakllantirish uchun beshta qadamni hisobga olish kerak;

- SBU (Strategik biznes bo‘limi) tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar assortimenti ro‘yxatga olinishi shart
- Muayyan bozorni jozibador qiladigan omillar aniqlanishi kerak
- Ushbu bozorda SBU turgan joyni baholash
- Ish kuchi va bozorning jozibadorligi to‘g‘risida hisob-kitoblarni amalga oshirish mumkin bo‘lgan jarayonlar
- SBU qaysi toifaga kirishini aniqlash; yuqori, o‘rta yoki past.

GE matritsasi prinsipi shundan iboratki, biz jozibador imkoniyatlarga sarmoya kiritganimizdan va biz raqobatdosh ustunlikka ega bo‘lgan eng yuqori daromadni olamiz. Bozorning jozibadorligini baholash mezonlarining raqobat sharoitlarini va sohada to‘siqlar mavjudligini tavsiflaydi.

Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqib taklif etish mumkinki, McKinsey / General Electric (GE) matritsasi orqali bozor jozibadorligini baholashda ikkita

[1] http://powerbranding.ru/biznes-analiz/matrica-mckinsey/#fff

ko‘rsatkichga asoslanadi: kompaniya kirishni istagan yoki kompaniya allaqachon mavjud bo‘lgan bozorning jozibadorligi va ma’lum bir bozorda kompaniya mahsulotining raqobatbardosh ustunligi yoki raqobatbardoshligi. Kompaniya portfelining strategiyasi ushbu ko‘rsatkichlarning mustahkamligiga bog‘liq:

- mahsulotning raqobatbardoshligi qanchalik yuqori bo‘lsa va bozorning jozibadorligi qanchalik baland bo‘lsa, ushbu biznes sohasida muvaffaqiyatga erishish imkoniyati shunchalik yuqori bo‘ladi
- kompaniyaning mahsuloti raqobatchilarga nisbatan zaifroq bo‘lsa, sanoatning jozibadorligi past bo‘ladi - bu yo‘nalishda biznesni rivojlantirish imkoniyatlari past bo‘ladi

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, ushbu matritsa orqali sizning biznes bo‘limlaringizni BCG ning ikki o‘lchovli yondashuvidan ko‘ra ko‘p omillarga qarab tahlil qilish uchun juda foydali. Bunda siz resurslarni taqsimlash va mahsulotlarni kengaytirish bo‘yicha strategiyangizni yaratadigan boshlang‘ich nuqtaga ega bo‘lasiz. GE matritsasi orqali bozor jozibadorligini baholash juda muhim mezon sifatida aytilish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. U.Sharifxodjayev, Z.Xakimov. Interaktiv va raqamli marketing. O‘quv qo‘llanma. – T.: Iqtisodiyot. 2019.-271 b
2. Абдухалилова Л.Т. Интернет маркетинг. -Т.:Иқтисодиёт,2019, 265 б.
3. Ergashxodjaeva Sh. J., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing. Darslik.- T.: Iqtisodiyot, 2018.-315 b.
4. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Samadov A.N., Alimxodjayeva N.E., Sharipov I.B. Marketing kommunikatsiyasi. O‘quv qo‘llanma.-T.:Iqtisodiyot, 2019.-418 b.
5. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Bernnan. Marketing an introduction. England, 2016, Paperback: 720 pages, Pearson.
6. Воронюк А.Актуальный интернет-маркетинг/А.Воронюк- «IPIO», 2018. 214 с.

Қ.Бердиев – Қарши мухандислик иқтисодиёт институти “Бухгалтерия ҳисоби ва аудит” кафедраси мустақил изланувчиси

ХУСУСИЙ КАПИТАЛ АУДИТИ МЕТОДИКАСИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: Ушбу мақолада хусусий капитал аудити методикасига иқтисодчилар томонидан берилган таъриф ва фикрлар умумлаштирилган. Хусусий капитал аудитининг босқичлари, режалаштириш ва натижаларини расмийлаштириш масалалари илмий жиҳатдан ўрганилган. Мавзуни ёритишда амалиёт маълумотларидан фойдаланилган ҳолда хулосалар қилинган. Шунингдек, хусусий капитал аудити методикаси такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: хусусий капитал, устав капитали, қўшилган капитали, аудит, бухгалтерия ҳисоботи, молиявий ҳисобот, бошқарув ҳисоботи, солиқ ҳисоботи.

Аннотация: В статье обобщены определения и мнения экономистов о методологии аудита собственного капитала. Научно изучены этапы аудита собственного капитала, планирования и оформления результатов на основе научного новизны. Выводы сделаны на основе тематических исследований в освещены темы, а также даны предложения и рекомендации по совершенствованию методологии аудита собственного капитала.

Ключевые слова: собственный капитал, уставный капитал, добавочный капитал, аудит, бухгалтерская, финансовая, управленческая и налоговая отчетность.

Abstract: This article summarizes the definitions and opinions given by economists on the methodology of private capital audit. The stages of private capital audit, planning and formalization of results have been scientifically studied. Conclusions were made using case studies in the coverage of the topic. Suggestions and recommendations for improving the methodology of private capital audit were also provided.

Keywords: private equity, charter capital, added capital, audit, accounting report, financial report, management report, tax report.

Молиявий ҳисобот маълумотларининг ишончлилигини аудиторлик текширувини ўтказишда хусусий капитал аудити алоҳида ўрин тутади. Хусусий капитал аудитини ишончли бўлишлиги аудит ўтказишда тўғри танланган методикага боғлиқ.

Аудитнинг ўтказиш методикаси аниқлангандан сўнг хусусий капитал аудитининг АХС 300-сонли “Молиявий ҳисобот аудитни режалаштириш” стандартининг талаблари асосида аудит ўтказишнинг стратегияси ишлаб чиқилади.

Хусусий капитал аудитини ўтказишда қуйидаги асосий масалалар аудиторлик текширувидан ўтказилади:

Устав капиталини тўғри шакллантиришнинг аудитида-компания уставида акс эттирилган устав капиталининг миқдори билан бухгалтерия ҳисоби счётларида кўрсатилган устав капитали суммасига тўғри келишлиги; устав капиталини белгиланган муддатларда ва таъссисчилар кесимида шаклланиши, уларни бухгалтерия ҳисоби регистрларида ёки дастурий маҳсулларда тўғри акс эттирилиши; таъсисчилар томонидан улуш сифатида киритилган активларнинг тўғри баҳоланиши ва балансга олинишини текшириш; устав капитални кўпайтириш ва камайтириш жараёнини тегишли ҳужжатларда тўғри расмийлаштириш, бухгалтерия ҳисоби регистрларида акс эттирилиши ва молиявий ҳисобот шаклларига киритилган ўзгаришлар аудиторлик текширувидан ўтказилади.

Таъсисчиларнинг улушлари бўйича қарзи аудити (таъсисчилар билан ҳисоб китоблар аудити) да қуйидагиларга алоҳида эътибор берилиши зарур: устав капиталига таъсисчиларнинг улушлари бўйича қарзининг 4610-счётда акс эттирилиши, бухгалтерия ҳисоби регистрларида ёзилиши, балансда кўрсатилиши аудиторлик текширувидан ўтказилади; таъсисчиларнинг улушларини белгиланган муддатларда киритилиши;

дивидент тўланадиган соф фойдани тўғри аниқланиши ва дивидент тўлаш бўйича акционерлар умумий йиғилишининг қарорларининг мавжудлиги, уларнинг қонунчиликка тўғри келишлигини ўрганиш; тўланадиган дивидендлар бўйича ҳисоб китобларнинг 6610- "Тўланадиган дивидендлар" счётида тўғри акс эттирилиши ва бошқалар аудиторлик текширувидан ўтказилади. Юқорида қайд этилган асосий масалалар хусусий капитал аудити режасида ўз аксини топиши зарур.

Хусусий капитал аудитини режалаштириш жараёни "Молиявий ҳисобот аудитни режалаштириш" деб номланган 300-сонли аудитнинг халқаро стандарти асосида тартибга солинади. Мамлакатимиз қонунчилигида аудиторлик текширувини режалаштиришда аудиторлик ташкилоти томонидан қўлланиладиган меъёрлар 3-сонли «Аудитни режалаштириш» номли АФМС асосида амалга оширилиши мажбурий этиб белгиланган. Бу стандарт "Молиявий ҳисобот аудитни режалаштириш" номли 300-сонли аудитнинг халқаро стандарти фарқ қилади. 3-сонли «Аудитни режалаштириш» номли АФМСда аудитни режалаштиришда аудитни дастлабки режалаштириш, аудитнинг умумий режасини тайёрлаш ва тузиш, аудит дастурини тайёрлаш ва тузиш белгаланган бўлса, АХС 300да аудитнинг умумий стратегияси ва аудит режаси ишлаб чиқилади. Ушбу стандарт аудиторнинг молиявий ҳисобот аудитини, шу жумладан, хусусий капитал аудитини режалаштириш бўйича мажбуриятини белгилайди.

Хусусий капитал аудитини ўтказишда Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига ва меъёрий талабларга мос келган ҳолда устав капиталининг шаклланиши ўрганилади. Шунингдек, таъсисчилар томонидан улушларини белгиланган миқдорда ва муддатда устав капиталига киритилганлиги текширилади. Таъсисчилар томонидан киритилган активларнинг бухгалтерия ҳисоби ҳужжатлари ва счётларида тўғри ҳамда тўлиқ акс эттирилганлиги аудиторлик текширувидан ўтказилади.

Масалан,"Ўзтрансгаз" акциядорлик Жамияти устав фондининг 2020 йил 1-январь ҳолатига миқдори 625 777 072 000 (олти юз йигирма беш миллиард етти юз етмиш етти миллион етмиш икки минг) сўмни ташкил қилади ва номинал қиймати 1 000 (бир минг) сўм бўлган 622 631 949 (олти юз йигирма икки миллион олти юз ўттиз бир минг тўққиз юз қирқ тўққиз) дона эгасининг номи ёзилган оддий жойлаштирилган акциялар ҳамда 3 145 123 (уч миллион бир юз қирқ беш минг бир юз йигирма уч) дона эгасининг номи ёзилган имтиёзли жойлаштирилган акциялардан иборат.

Жамият устав фонди акциядорлар ўртасида қуйидагича тақсимланади:

- "Ўзбекнефтегаз" акциядорлик жамияти улуши - 47,77 фоиз, 298 929 993 000 (икки юз тўқсон саккиз миллиард тўққиз юз йигирма тўққиз миллион тўққиз юз тўқсон уч минг) сўмлик 298 929 993 (икки юз тўқсон саккиз миллион тўққиз юз йигирма тўққиз минг минг тўққиз юз тўқсон уч) дона эгасининг номи ёзилган одций акция;

-Давлат улуши - 51,72 фоиз, 323 648 896 000 (уч юз йигирма уч

миллиард олти юз қирқ саккиз миллион саккиз юз тўқсон олти минг) сўмлик 323 648 896 (уч юз йигирма уч миллион олти юз қирқ саккиз минг саккиз юз туқсон олти) дона эгасининг номи ёзилган оддий акция.

Бошқа юридик ва жисмоний шахслар улуши - 0,51 фоиз, 3 198 183 000 (уч миллиард бир юз туқсон саккиз миллион бир юз саксон уч минг) сўмлик, шундан, 53 060 000 (эллик уч миллион олтмиш минг) сўмлик 53 060 (эллик уч минг олтмиш) дона эгасининг номи ёзилган оддий ва 3 145 123 000 (уч миллиард бир юз қирқ беш миллион бир юз йигирма уч минг) сўмлик 3 145 123 (уч миллион бир юз қирқ беш минг бир юз йигирма уч) дона эгасининг номи ёзилган имтиёзли акциялар[1]. Аудитор юқорида келтирилган маълумотларнинг ишончлилигини текширади ва аудитнинг далолатномасига киритади. Текшириш натижаси асосида тегишли хулоса қилинади.

Молиявий ҳисобот маълумотларининг ишончлилигини аудиторлик текширувини ўтказишда хусусий капитал аудити молиявий аудитнинг таркибий қисми бўлиб ҳисобланади. Хусусий капитал аудитини ишончли бўлишлиги аудит ўтказишда тўғри танланган методикага боғлиқ деган хулоса қилинди. Аудитнинг ўтказиш методикаси аниқлангандан сўнг хусусий капитал аудитининг АХС 300-сонли “Молиявий ҳисобот аудитни режалаштириш” стандартининг талаблари асосида аудит ўтказишнинг стратегияси ишлаб чиқилади.

Хусусий капитал аудитида асосий текшириладиган масала бу устав капитали бўйича бухгалтерия ҳисобидаги 8300 – “Устав капиталини ҳисобга олувчи счётлар” яъни 8310, 8320 ва 8330 счётлардаги ёзувларни ўрганиши ва “Хусусий капитал тўғрисидаги ҳисобот” ҳисобот шакллидаги ахборотларнинг счётлардаги маълумотларга мос келишлигини ўрганишни таклиф қиламиз.

Хусусий капитал аудити бўйича аудиторлик фаолияти стандартини ишлаб чиқиш, тасдиқлаш ва амалиётга жорий этиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Ушбу стандартда хусусий таркибига кирувчи устав капитали, резерв капитали, қўшилган капитал ва тақсимланмаган фойдани аудиторлик текширувининг методикасини ёритиб бер ган бўлиши керак.

Хусусий капитал аудитини ўтказишда Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига ва меъёрий талабларга мос келган ҳолда устав капиталининг шаклланишини ўрганиш билан биргаликда АХСдан кенг фойдаланишни тавсия этамиз.

[1] “Ўзтрансгаз” акциядорлик жамиятининг устави (янги таҳрирда).2019 йил 14-августда тасдиқланган.

Д.Р. Нажмиддинов– магистрант группы МА-120, СамИЭС

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ И АУДИТЕ

Аннотация: В статье раскрыты роль и значение информационных технологий в бухгалтерском учете и аудите, концепция электронного учета.

Ключевые слова: Стратегическое изменени, Электронный бухгалтерский учет, электронное государство, электронное декларирование, электронные налоговые платежи.

Аннотация: Мақолада ахборот технологияларининг бухгалтерия ҳисоби ва аудитдаги ўрни ва аҳамияти, электрон бухгалтерия ҳисоби тушунчалари ёритилган.

Калит сўзлар: Стратегик ўзгариш, Электрон бухгалтерия ҳисоби, электрон ҳукумат, электрон декларация, электрон солиқ тўловлари.

Abstract: The article describes the role and importance of information technology in accounting and auditing, the concept of electronic accounting.

Keywords: Strategic alteration, e-accounting, e-state, e-declaration, e-payment.

В эпоху информации и технологий необходимо соблюдать технологические условия жизни и работы людей. Отделить и удерживать бухгалтерское образование от таких событий невозможно. “E-learning environments”, который является одним из основных средств обучения и коммуникации на сегодняшний день, представляет множество новых возможностей для практиков и учащихся во всех областях бухгалтерского образования.

В нашу эпоху требуется образование, обладающее характеристиками, позволяющими оценивать, переводить информацию, привлекать внимание к проблемам и определять информацию, необходимую для менеджера, и представлять ее, а также уметь эффективно использовать информационные и коммуникационные технологии для работы в качестве бухгалтера.

Перед новообразованиями, вызванными информационными и коммуникационными технологиями, и объектами, созданными такие технологии, “стратегическое изменени” (‘strategic alteration’) бухгалтерского образования и приложений стали незаменимыми.

Электронный бухгалтерский учет (e-accounting) стал важной потребностью в образовательной системе, потому что он позволяет тем, кто учится и научиться бухгалтерскому учету, неограниченное количество источников информации и разностороннее взаимодействие.

Использование технологий в бухгалтерском учете увеличилось в результате разработок, связанных с использованием компьютерных технологий для получения информации административного назначения на основе интегрированной информационной системы бухгалтерской информации предприятий и одновременного использования электронного

учета на предприятиях начал получать широкое распространение. Наряду с использованием компьютеров в бухгалтерском учете информация передавалась на электронные носители. Это сделало внедрение контроля над электронной информационной средой, доступной в электронных средствах учета данных, неотъемлемой частью. В последнее время в нашей стране создается правовая инфраструктура, полностью переводящая все транзакции в электронную среду посредством электронной подписи, электронного декларирования и других механизмов. Появление бухгалтерского учета в электронных СМИ делает обязательным осуществление контроля в той же среде.

От повседневной деятельности компаний до внедрения и производства упрощенного производства до составления отчетов, которые выполняют операции по управлению электронной средой при обработке и использовании электронных носителей. В результате развития компьютерных технологий и их отражения в профессии эффективное и действенное использование компьютера персоналом профессионального учета стало обязательным. По этой причине учащиеся должны овладеть компьютерной логикой и умением пользоваться компьютером в бухгалтерском образовании, выбирая правильные методы обучения. Использование компьютеров и Интернета предприятий и частных лиц, быстро вступающих в нашу жизнь с новыми технологиями и ‘e-state’ (на электронной основе, электронное государство) приложениями, повысило уверенность в себе и способствовало использованию технологий на предприятиях и в бухгалтерском учете. Члены отдела профессионального учета уже долгое время используют технологии в связи с необходимостью наличия персонального компьютера и Интернета либо для работы, либо для предпочтений в повседневной жизни. Однако длительное использование таких технологий и уверенность в себе в этом вопросе работника не означает использовать такие технологии точно и эффективно или на должном уровне.

Новые технологии, динамичные организации, экономические и социальные последствия глобализации, головокружительные достижения в области коммуникаций указывают на радикальные изменения, требующие определения исследований документов и архивов за пределами традиционных подходов. Все эти факторы не только вынуждают организации проводить внутренние исследования по (структурировать на электронной основе), но также требуют перехода к международным приложениям и стандартам. Электронный документооборот приобретает все большее значение в связи с использованием технологий; документы, созданные или переданные в электронную среду, также предоставляют пользователям возможность универсального доступа на основе контента.

Поскольку информационные технологии обеспечивают значительную экономию затрат и увеличение объема услуг, важно знать, почему граждане используют или, что более важно, не используют такие

технологии. По мере того как информационные и коммуникационные технологии развиваются и дешевеют, частота и масштабы использования таких технологий в государственных услугах увеличиваются. В настоящее время Интернет, очевидно, стал основной областью обмена информацией и обмена информацией будущего.

При использовании технологий обычно используются такие технологии, как Интернет, Интранет, Экстранет. Интернет - это название группы, состоящей из информационных ресурсов по всему миру. Интернет - это коммуникационная сеть, которая распространена во всем мире, постоянно растет и в которой многие компьютерные системы связаны друг с другом. Интернет - это технология, которая возникла из-за желания людей хранить / делиться и легко получать доступ к производимой информации, которая растет с каждым днем. Благодаря этой технологии люди могут легко, быстро и безопасно получать доступ к информации из самых разных областей.

Современные информационные технологии (настольные, портативные, карманные, ручные терминалы и т. д.) Позволяют записывать даже самые маленькие информационный блок в банк данных (базу данных) предприятия на момент создания. Такая информация обновляет все связанные файлы одновременно с помощью одной операции, и, следовательно, все отделы предприятия могут получить доступ к актуальной и достоверной информации для принятия своих решений. Таким образом, такие качества, как достоверность, полнота, соответствие требованиям, востребованность и достаточные совокупные характеристики квалифицированной информации, могут быть обеспечены с помощью информационных технологий.

Использование информационных технологий не ограничивается только предприятиями. Такие факторы, как глобализация, информация и быстрорастущие коммуникационные технологии с растущим эффектом и снижением затрат, увеличивающийся обмен информацией, расширили приложения электронного управления налогами по всему миру и в нашей стране. В Турции он получает распространение под названием электронного декларирования (e-declaration). Более того, в настоящее время значительная часть налоговых доходов собирается в электронном виде посредством электронных налоговых платежей (e-payment). Электронное декларирование и электронная оплата вместе составляют режим или систему электронного налогообложения. В результате таких приложений использование технологий увеличилось как в налоговых, так и в бухгалтерских приложениях.

Возможность превратить компьютерные технологии и зависимую информацию в стратегический элемент конкуренции в первую очередь обязывает управление информацией и, следовательно, организацию предприятий и общественности с функцией управления информацией. Создание систем использования компьютерных технологий для генерации

информации управленческого назначения на основе единой информационной системы бухгалтерской информации стало необходимостью на предприятиях. Цели развития технологий обработки и передачи информации в первую очередь способствуют повышению качества жизни отдельных лиц, предприятий, учреждений и, следовательно, общества.

Информационные технологии сегодня значительно влияют на деловой мир и нашу социальную жизнь. Что касается бухгалтерского учета, бухгалтерское программное обеспечение эффективно используется в нашей стране. На рынке существует множество бухгалтерских пакетов, написанных для единой системы бухгалтерского учета. Наряду с унифицированным бухгалтерским учетом быстро выросли компьютеризированные бухгалтерские приложения, и почти все компании в Узбекистане начали вести свою отчетность с помощью таких приложений.

Следовательно, запись и контроль транзакций стали проще. Использование компьютеров в бухгалтерском учете, соответственно, увеличило развитие информационных технологий и в то же время стало более сложным. В то время как простые операции, такие как дебиторской задолженностью, расчет заработной платы выполняется в бухгалтерском учете с помощью компьютера, после этого операции, такие как выставление счетов-фактур, складские записи, записи клиентов, начали выполняться одновременно.

Электронный учет можно описать как следующие книги и документы, используемые в бухгалтерском учете, бухгалтерских записей; подготовка на электронных носителях, представление в соответствующие учреждения на электронных носителях, надзор на электронных носителях. Для практического применения следующих книг и документов, используемых в бухгалтерском учете на электронных носителях, необходима инвентаризация книг, документов и финансовых отчетов.

Поскольку наша эра - это информационная эра, и конкуренция постепенно усиливается, предприятиям приходится сокращать свои расходы, чтобы продолжить свое существование. Еще один способ добиться успеха в этой конкуренции - использовать развивающиеся технологии на предприятии, обычно в эту развивающуюся эпоху.

Важны инвентаризация книг и документов, которые будут использоваться в системе электронного учета, и определение стандартов электронных данных книг и документов.

Кроме того, чрезвычайно важно извлекать выгоду из технологий обучения бухгалтерскому учету и использования компьютеров, а также комплексных программ по обучению людей выполнению этой работы и обучению тому, как записи всех документов, используемых в бухгалтерском учете, будут храниться на электронных носителях. Учебные программы должны быть адаптированы для этого, а обученные люди должны быть открыты для технологий, уметь их использовать и знать правовые нормы, касающиеся их.

VII ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ”

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
С.А.Бабаназарова – СамИСИ ўқитувчиси

БИЛИМЛИ КАДР – КЕЛАЖАК ПОЙДЕВОРИ

Аннотация: мақолада ўқитувчининг мавқеи, таълим сифатини оширишда ота-оналарнинг ҳам ўрни аҳамият эгалиги, билимли кадрлар юрт келажагининг пойдевори эканлиги ҳақида фикр юритилган.

Калит сўзлар: касб маъсулияти, ўқитувчи мавқеи, ахборот оқими, таълим тизими, фарзанд тарбияси, рақобатбардош кадр.

Аннотация: В статье обсуждается роль учителей и родителей в повышении качества образования, а также то, что образованные кадры являются основой будущего страны.

Ключевые слова: профессиональная ответственность, должность учителя, информационный поток, система образования, воспитание детей, конкурентоспособный персонал.

Abstract: The article discusses the role of teachers and parents in improving the quality of education, as well as the fact that educated personnel are the foundation of the country's future.

Key words: professional responsibility, teacher position, information flow, education system, upbringing of children, competitive personnel.

Агар жамиятда ўқитувчининг иймони бутун бўлиб, обрўйи баланд бўлса, ўша жамият аҳолиси билимли, илмий жиҳатдан салоҳиятли, яратувчи интеллектуал мулки кўп бўлади. Агар шифокорнинг иймони бутун бўлиб, қасамига содиқ бўлса обрўйи баланд бўлади ва бундай жамият аҳолиси соғлом, жуда кўп ишларга қодир бўлади. Агар ҳуқуқшуноснинг обрўйи баланд бўлиб, иймони бутун бўлса, жамиятда ҳуқуқий саводхонлик юқори бўлади, адолат қарор топади. Ҳамма инсонларнинг ҳам иймони бутун бўлиб, билими кучли бўлса, ҳар бир киши ўзига масъулиятли бўлса, бундай жамият барқарор бўлади, миллат такомиллашади, турли ечимини топилмайдиган муаммолар кам бўлади.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасида **““Янги Ўзбекистон – мактаб остонасидан, таълим-тарбия тизимидан бошланади”**, деган ғоя асосида кенг кўламли ислоҳотларни амалга оширамиз”[1] – дея таъкидлади. Яъни

[1]https://president.uz/uz/lists/view/4057

жамиятнинг билимли бўлиши мамлакатнинг жадал тараққий этишига олиб келади. Чунки ҳар қандай касбга ўқитувчи, устоз ўргатади. Бунинг учун таълим тизими талаб даражасида ривожланган бўлиши шарт.

Биринчи галда ўқитувчини ўқитувчи қилиб шакллантирадиган жамият ва муҳит керак. Ўқитувчидаги масъулият ўзининг ҳалол луқмасини оқлайдиган меҳнат қилишни, халқнинг фарзандларини тарбиялаш, унинг касбий бурчи эканлигини ҳис қилиб ўзини тайёрлаши керак бўлади. Уни тинглайдиган, ундан ибрат оладиган авлод ҳам шаклланган бўлиши лозим. Ўқувчи ва талабалар ўртасида темир интизомга амал қилиш одати сингдирилган бўлиши лозим. Биргина мисол. Масжидга кирганингизда Имом маъруза (амир маъруф) қилганда мингта номозхон бўлса ҳам бирорта ортиқча товуш эшитилмайди. Ҳамма бутун вужуди билан тинглайди ва унга ҳаётда амал қилиб яшайди. Ўқув юртларида 20-30 та талаба ёки ўқувчи аудиторияда, аммо уларни тинчитиш қийин. Бири гапириб ўтирса, иккинчиси телефон ўйнайди ва ҳ.к. Таълим тизимида ҳам муҳит тубдан ўнгланиши керак.

Ўқитувчи таълим бериш учун аудитория кира экан, тингловчи хоҳ ўқувчи хоҳ талаба ёки бошқа бир соҳа вакили бўлсин улар ниманидир ўрганиш иштиёқи билан дарсларга иштирок этиши лозим. Ўқишга бордингми - бордим. Дарсга иштирок этдингми – этдим, қабилида ишлаш бугунги кун талабига мутлақо жавоб бермайди. Ўқувчи иштирок этиш учун эмас, бирор нарса ўрганиш истагида келсагина у дарсдан нимадир олиб чиқади. Ўқитувчи ҳам талабага бирор нарсани ўқитиш ёки ўргатишга ҳаракат қилади. Талаб бор жойда ҳамиша таклиф бўлганидек, агар ўқитувчи кирган аудитория илмга чанқоқ, ўқитувчидан нимадир ўрганишга интиладиган талабалар бўлса, албатта ўқитувчи ҳам кўпроқ билим беришга ҳаракат қилади ва шунга мос равишда тайёрланади. Бугунги ахборот оқими кучли бўлган ҳозирги вақтда ёшларнинг таълим олишлари учун имкониятлар чексиз. Фақат улардан ҳаракат, талабга мос ўқитиш тизими, ўқитадиган ҳақиқий педагоглар керак. Яширмоқдан на ҳожат, бир пайтлар бўлдики, ўқитувчининг жамиятда бутунлай обрўси тушиб кетди, олган ойликлари яшаш учун етмайдиган ҳолатга келди. Оқибатда мазкур соҳада кадрлар танқислиги рўй берди. Энди ўқитувчиликка иқтидорли кишилар эмас, ким ишлашни хоҳласа, иқтидоридан қатъи назар ишга қабул қилинди. Оқибатда таълим “ўлди”. Буни жонлантириш энди, унчалик осон кечмаётганлигига ҳамма гувоҳ.

Ўқитувчи аудиторияга кирар экан, баъзан ўқувчи ва талабаларнинг дарсга эътиборсиз ўтиришига дуч келинади. Нимага бундай ҳолат. Ўйлантирадиган савол. Баъзида ўзи нима учун бу фан дарс сифатида ўтаяпди, ўзи шу фан ҳаётда керакми, ҳаётда бундан фойдаланмай ҳам айнан шу мутахассис бўйича ишласа бўладими, деган саволларга ўқитувчида ҳам ўқувчида ҳам жавоб бўлиши лозим. Фаннинг моҳиятини, зарурлигини билмаган ўқувчи, уни ўрганишга ҳаракат қилмайди. Шу туфайли ҳар қандай мавзу ҳаётнинг қайси жабҳасида кераклигини энг

аввало ўқитувчи, сўнгра ўқувчилар (талабалар) аниқ билишлари лозим. Шундагина ўқитувчи иштиёқ билан дарс ўтади, шундагина ўқувчи иштиёқ билан тинглаб, масъулият билан ўрганади.

Албатта ўқитувчи бу фаннинг нима учун кераклигини, ҳаётда қаерда ва қандай қўлланилишини тушунтириб беради, лекин бефарқ талабалар учун бунинг фойдаси бўлмайди. Чунки уларнинг айримларида мантиқий фикрлаш, масъулият етарли эмас. Ҳозирги вақтда ривожланган мамлакатларда олий таълимга талабаларни қабул қилишда, ҳатто ишга қабул қилишда ҳам уларнинг мантиқий фикрлаш даражаси қандайлигини обдон ўрганар экан. Бу бежиз эмас, албатта. Чунки инсоннинг мантиқий фикрлаш даражаси ушбу кадрнинг қандайлиги ҳақида тўлиқ хулоса қилишга асос бўлади.

Шу ўринда мантиқий фикрлаш нима, деган саволга ҳам эътиборингизни қаратмоқчимиз. **Мантиқий фикрлаш**— инсон томонидан кўриб, эшитиб, билиб, ҳис қилиб ва англаниб турган борлиқ, воқелик ёки таассуротларнинг бошқалар учун ҳам тушунарли тарзда тафаккур этилишини англатувчи тушунча[1]. Бундай тафаккур ўқитувчида ҳам, таълим ўрганишга киришган талаба (ўқувчи)ларда ҳам шаклланган бўлиши лозим. Шундагина талаб қилинадиган таълим сифатига эришиш мумкин.

Таълим соҳаси ўта нозик жараён. Унда таълим олиш билан бирга тарбия ҳам сингиб боради. Битта мисол келтирамиз. Яқинда мактаб ўқувчиларидан бирорта иш учун унчалик катта миқдорда бўлмаган пул тўпланган. Бир куни дарс жараёнида синф раҳбари келиб, болалар ҳозир комиссия келади, пул тўплаш ҳақида сўрасалар тўпламадик, деб айтиш керак, дебди. Шу маҳалда комиссия кириб келибди ва айнан пул тўплаш масаласини сўрабди. Болалар бир овоздан ўқитувчининг айтганини қилиб, пул тўпламадик, деб жавоб берибди. Кун охирида ўқитувчи бугун нимани ўргандиларинг, деб сўрабди. Болалардан бири: - “Биз комиссияни алдаб жўнатишни ўргандик”, деган экан. Кўриниб турибдики, таълим масаласи ўта нозик жараён. Бунда таълим бериш билан бирга ҳар бир ҳаракатни қилишда ҳам жуда эҳтиёт бўлиши керак.

Таълим тизимининг сифатли бўлишига педагоглар билан бирга ота-оналар ҳам катта таъсир кўрсатади. Ҳеч бир ота-она фарзандининг ҳаётда азият чекишини хоҳламайди ва “аяйди”. Шу йўл билан уларга енгил бўлсин, деб ҳаракат қилади. Баъзан эҳтиёткорликни ҳам ошириб юборади. Фарзандини авайлашнинг ҳам маълум чегараси бор. Ота-оналар болаларга бирон иш буюрса, қилолмаса ўзи қилиб қўя қолади. Бу боланинг ўзига нисбатан маъсулиятсиз бўлиб, унинг етук даражада улғайишига салбий таъсир кўрсатади. Болаларда “бу ишни қилмасам отам бир икки уришиб ўзи қилиб қўяди”, деган, фикрлар билан улғаяди. Мактабга чиқса уйга вазифаларни ҳам вақтида қилмасликка ёки тушунмаяпман деб катталарга қилдиришга интилади. Қарабсизки бу авж олиб бораверади. Агар мактабда

[1] http://staff.tiiame.uz/storage/users/409/articles/RSWSVBgVFpNbCNV7Zl0O7fElYpfpX4ynCnbLndMW.pdf

салбий баҳо оладиган бўлса энди ота-оналар ўқитувчини “қўлга олишга” ҳаракат қилади. Қолгани ўзингизга маълум. Шу туфайли ҳаётда зарур бўлган “қийинчиликларни” бола ўзи кўтаришга ўрганиши лозим.

Айрим ҳолларда, ота оналар боласига танбеҳ бергани учун ўқитувчини айблаб, унинг обрўсини тушуришга, ҳаттоки ишдан бўшатишга ҳаракат қилади. Айбни ўзидан қидиришни эса ҳатто ўйламайди ҳам. Америкалик педагог Дейл Карнеги: “Агар инсонлар ўз айбларини тан олганида эди, камроқ хато қиларди”, деб ёзганда минг бор ҳақ бўлган. Бир соат билим бериш бу осон иш эмас, айни ҳозирги даврда. Буни ота оналар пандемия шароитида яхши тушунишди, деб ўйлаймиз. Хитойликларнинг бир мақоли бор: “Оч қолган одамга балиқ берманг, аксинча балиқ тутишни ўргатинг”, деган. Балиқни бир марта, икки марта беришингиз мумкин. Балиқни тутишни ўргатсангиз, у ўзини ўзи умр бўйи боқиб олаверади.Таълим бериш ҳам худди балиқ тутишни ўргатишдек.

Ўқитувчи-педагогни барчамиз қўллаб-қувватлашимиз керак. Агар болада иқтидор кучли бўлса, у “дунёни тебратадиган киши” бўлиб етишади. Шу туфайли ўқитувчи ҳар қандай таҳсинга сазовардир. Бежиз: “Устоз отангдан улуғ”, дейилмаган. Агар иқтидорли бола ўғрилар галасига тушуб қолса, у иқтидорли ўғри бўлиб етишиши мумкин. Шу туфайли тўғри йўлни кўрсатадиган ва тўғри йўлга соладиган ўқитувчи-педагогни жамият қанча эъзозласа, таҳсинлар айтса арзийди. Ўқитувчи моддий жиҳатдан бой бўлмаслиги мумкин, лекин шу йўналишда ҳам бой бўлишни ўргатади. Бундан ташқари унинг талаба-ўқувчига берган маънавий бойлигининг ҳам чеки йўқ. Ўқувчиларнинг дарсга келмаганлиги учун ҳам, дарсдан қочиб кетганлиги учун ҳам, ўқимаса ҳам ўқитувчи-педагоглар айбдор ҳисобланади. Бу айбни ота-оналар тенг тақсимлаш лозим, деб ҳисоблаймиз. Фарзандларимиз тарбияли, билимли, салоҳиятли, рақобатбардош кадр бўлиб, жамиятда ўз мавқеига, ўрнига эга бўлишдек мақсадга шундагина эришамиз.

М.А.Айнақулов – Жиззах политехника институти “Муҳандислик ва компьютер графикаси” кафедраси доценти

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАЛАРИ УЧУН РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШДА ОТМ ЛАРИ ХОДИМЛАРИНИНГ КОМПЕТЕНТЛИЛИК ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: Мақолада олий таълим муассасалари ходимлари компетентлилигининг мазмун-моҳияти, уни белгиловчи ички индикаторлар, шунингдек, илғор хорижий индикаторлар сифатида Буюк Британия олий таълим тизими сифатини назорат қилиш Агентлигининг Қоидалар мажмуаси ва унинг талаблари келтирилган.

Калит сўзлар: компетентли ёндашув, инновацион фаолият, ҳуқуқий компетентлик, бошқарув компетентлилиги, ахборот компетентлилиги, коммуникатив компетентлик, сифат коидалари мажмуаси**,** локал норматив ҳужжатлар.

Аннотация: В статье представлена сущность компетенции кадров высших учебных заведений, свод правил Агентства Великобритании по контролю качества высшего образования и его требования в качестве внутреннего индикатора, а также передовые зарубежные индикаторы.

Ключевые слова: компетентный подход, инновационная деятельность, правовая компетентность, управленческая компетентность, информационная компетентность, коммуникативная компетентность, свод правил качества, локальные нормативные документы.

Abstract: The article presents the essence of the competence of managers of higher education institutions, the set of rules of the UK Agency for Quality Assurance in Higher Education and its requirements as an internal indicator, as well as advanced foreign indicators.

Keywords: competent approach, innovative activity, legal competence, managerial competence, information competence, communicative competence, a set of quality rules, local regulatory documents.

Бугунги кунда мамлакатимизда таълим соҳасини унда рақобатбардош кадрлар тайёрлаш борасида изчил ислоҳотлар ўтказилмоқда, хусусан, уларнинг моддий-техника базалари давлат томонидан ажратилаётган бюджет маблағлари ҳисобидан мустаҳкамланмоқда. Аммо, модий-техника салоҳиятининг мустаҳкамланиши, ОТМ ларнинг улар билан қуроллантирилиши миллий иқтисодиёт, шу жумладан хизмат кўрсатиш соҳаси учун рақобатбардош кадрлар тайёрлаб беради дегани эмас албатта.

Ривожланган, энг сўнгги русумдаги замонавий технология бўлсада, аммо уни ишлата оладиган мутахассис етишмаса мазкур муассасада лаёқатли кадрлар ўз вазифа йўриқномаси доирасида билим, кўникма ва малакага эга эмаслигидан, шунингдек, фан-технология ўзгаришларига баравар, мос ҳолда эмаслигидан дарак беради. Мазкур муаммоларни ҳал қилишнинг усул ва шаклларидан бири ОТМ ларида рақобатбардош кадрлар тайёрлаш мақсадида ходимлар компетентлилик даражасини мунтазам баҳолаб бориш йўналишлари ҳисобланади.

Ўз моҳиятига кўра, компетентлилик - лотинча Competens сўзидан олинган бўлиб соф касбий билим кўникма ва малакалардан ташқари ташаббускорлик, ҳамкорлик, гуруҳда ишлаш лаёқати, коммуникатив қобилияти, реал баҳолаш омили, мантиқий фикрлаш, ахборотни саралаш ва фойдалана олиш каби хусусиятларни ҳам билдиради [1].

Узлуксиз таълим тизимида амалга оширилаётган кенг қамровли ислоҳотлар, таълим жараёни субъектлари фаолиятини такомиллаштириш, уларга зарурий ва етарли шарт-шароитларни яратиб бериш асосида таълим тизимини ривожлантиришга йўналтирилган давлат дастурлари, ҳукумат қарорлари, Олий таълим муассасаларида мавжуд муаммоларининг ечимини топиш, таълим тизимини бошқаришнинг анъанавий шакл ва услубларидан воз кечиб, ходимларнинг бошқарув фаолиятини демократик тамойиллар ва инновацион ёндашувлар асосида шакллантиришни тақозо этмоқда.

ОТМ ходимларининг таълим муассасида педагогик жараёнларни илмий асосда ташкил этиш ва уни бошқариш ҳамда жамоада қулай таълимий муҳитни шакллантириши учун таълим тизимини бошқаришнинг турли хил замонавий усулларини билиши ва уларга асосланиши, ривожлантирувчи ғоялар йўналишини аниқлай олиши, илғор тажрибаларни ва фан-техника ютуқларини мунтазам ўрганиб бориши, уларни ўз фаолиятида татбиқ этиши, бошқарув жараёнида инновацион фаолиятни ташкил эта олиши зарур ҳисобланади.

Тадқиқотларда келтирилишича, таълим муассасаси фаолиятини ташкил этиш, бошқариш ва таълим сифатини баҳолаш жараёнида ходимлар томонидан ўзига хос аҳамият касб этувчи қуйидаги вазифалар бажарилиши зарур: фаолиятни олдиндан режалаштириш, амалга ошириш йўл-йўриқларини танлаш, қарор қабул қилиш; вазифаларнинг мазмун ва моҳиятига кўра мутахассисларни танлаш ва бажариладиган вазифаларни тақсимлаш; таълим-тарбия жараёнини илмий асосда ташкил этиш, педагог ходимларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш ишларини ташкил этиш; моддий-техник ва замонавий илмий-методик маҳсулотлар билан таъминлаш; таълим муассасаси ижтимоий муносабатларининг узлуксиз алоқасини таъминлаш; илғор педагогик тажрибалар ва замонавий ахборотлар технологияларидан фойдаланилишини таъминлаш; ДТС талабларини амалиётда қўллаш ва унинг мониторингини олиб боришни ташкил этиш; таълим муассасасининг ривожланиш мойиллиги ва динамикасини аниқлаш учун педагог ходимлар ва талабалар ўртасида анкета сўровлари ва суҳбат ўтказиш асосида аҳборотлар тўплаш ва таҳлил қилиш; таълим муассасаси фаолиятини ривожлантириш ва такомиллаштириш йўналишида белгиланган вазифаларни қайта кўриб чиқиш, янгилаш, лавозимлар бўйича давлат талаблари асосида кадрлар танлаш ва жой-жойига қўйиш; педагог ходимлар рахбар томонидан аниқ ахборий маълумотга эга бўлган ҳолда компетентли, ўзига муносиб фаолиятга йўналтирилиши лозим, бўйсунувидаги ходимларнинг инновацион фаолият натижаларига қизиқишини шакллантириш ва рағбатлантириш асосида инновацион фаолиятни ташкил этиш; қабул қилинган қарор ва буйруқларнинг бажарилишини назорат қилиш [1].

Шунингдек, олий таълим муассасалари кадрлари қуйидаги йўналишларда компетентликка эга бўлиши лозим.

Ҳуқуқий компетентлилик – таълимнинг норматив-хуқуқий ҳуж-жатларини, қонунчилик нормаларини билиш ҳамда бошқарув фаолиятида самарали фойдалана олиш, локал норматив-хуқуқий ҳужжатларни ишлаб чиқиш, қонунчилик нормалари доирасида қарорлар қабул қилиш.

Бошқарув компетентлиги – бошқарув фаолиятидаги реал вазиятларда учрайдиган бошқарув муаммо ва вазифаларнинг самарали ечимини таъминлайдиган методик усуллар, замонавий бошқарув технологиялари, педагогик-психологик диагностика (сўров, индивидуал ва гуруҳли интервью) технологиялари, самарали бошқарув мулоқотини

ташкил эта билиш ва доимий такомиллаштириб бориш, жамоада соғлом психологик муҳитни яратиш, бошқарув вазиятларига мос ҳолда самарали услубларни қўллай олиш, музокаралар олиб боришнинг педагогик-психологик жиҳатларидан фойдалана олиш, вақт менежменти, кичик гуруҳлар ва лидерлар билан муносабатни шакллантириш, бошқарувда назоратни такомиллаштириш.

Ахборот компетентлиги –ОТМ ходимининг замонавий ахборот-коммуникация технологиялари воситасида шахсий ва бошқарув фаолияти билан боғлик маълумот, ахборотларни излаш, таҳлил қилиш, баҳолаш ва зарурий ахборотларни соҳага йўналтириш, мустақил ижодий ишларни ташкил этиш, бошқарув фаолиятини доимий ривожлантиришдир.

Коммуникатив компетентлик –таълимни бошқариш жараёнида самарали мулоқотни таъминлаш, турли хил кичик гуруҳларнинг ўзига хослигидан келиб чиқиб, уларни бошқариш, горизонтал ва вертикал коммуникация йўналишларида самарали бошқарув мулоқотини ташкил этиш, хорижий хамкорлар билан мулоқотнинг этикетларини сақлаш, толерантлик, муомалада юксак нутқ маданиятига эга бўлиш, жамоада ижобий раҳбар имиджини шакллантириш, ёзма фикрларни мулоқот жараёнида етказа олиш, оғзаки фикрларни ёзма тўғри баён қилиш, жамоа олдида чиқиш қилиш одобини ўзлаштириш, самарали музокаралар олиб бориш [2].

Олий таълим муассасалари кадрларига қўйиладиган малака талаблари қуйидагича белгилаб берилган:

– Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. Ўзбекистон Республикасинииг “Таълим тўғрисида”ги қонунини;

– Ўзбекистон Республикаси Президентининг таълимга оид фармонлари, қарорлари моҳияти ва уларда белгиланган устувор йўналишларни;

–Ўзбекистон Республикаси Президенти асарларидаги таълим-тарбия масалаларига оид ғоялар мазмун-моҳиятини;

– Инновацион ва замонавий таълим технологиялари бўйича илғор хорижий тажрибаларни;

– Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг олий таълимга оид қарорларини;

– “Ўзбекистон Республикасида ёшларга оид давлат сиёсатининг асослари тўғрисида”ги Қонуннинг мазмуни-моҳиятини;

– махсус ваколатли давлат органларининг буйруқлари мазмунини;

– таълим-тарбия жараёнларини ташкил этиш ва бошқаришнинг хуқуқий асосларини;

– тегишли таълим соҳаси бўйича давлат таълим стандарти талабларини;

– меҳнат қонунчилиги, олий таълим муассасасининг Устави, жамоа шартномаси мазмунини билиши;

– норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар асосида педагогик фаолият ва ўқув-

тарбия жараёнларини ташкил этиш ва бошқариш;

– локал норматив ҳужжатларни яратиш ва улар билан ишлаш;

– шахсий ўқув юкламаларнинг режалаштирилиши ва уларнинг тизимли бажарилишини назорат қилиш;

– бакалавриат таълим йўналишлари, магистратура мутахассисликлари ўқув жараёни сифатини таъминлаш ва бошқариш;

– талабалар билим, малака ва кўникмаларининг давлат таълим стандартларига мувофиқлигини адолатли баҳоланишини назорат қилиш;

– норматив-хуқуқий ҳужжатлар асосида илмий-тадқиқотчилик фаолиятини ташкил этиш ва ривожлантириш борасида кўникма ва малакаларга эга бўлиши керак [1].

Бундан ташқари, Олий таълим муассасалари кадрлари илғор таълим технологиялари ва педагогик маҳорат бўйича таълим жараёнида ахборот-коммуникация технологияларини қўллаш, амалий хорижий тил, тизимли тахлил ва қарорлар қабул қилиш асослари, шунингдек, махсус фанларни ўзлаштирган, малака ва кўникмаларга эга бўлишлари лозим.

Юқорида таъкидлаб ўтилган компетентлилик фоалияти компонентлари асосида таълим тизими сифатини хорижий тажрибаларга асосланган ҳолда таълим сифатини баҳолашнинг қуйидаги сифат индикаторларини келтириб ўтиш мақсадга мувофиқдир.

Юқорида таъкидлаб ўтилган компетентлилик фоалияти компонентлари асосида таълим тизими сифатини хорижий тажрибаларга асосланган ҳолда таълим сифатини баҳолашнинг қуйидаги сифат индикаторларини келтириб ўтиш мақсадга мувофиқдир.

Буюк Британия олий таълим тизими сифатини назорат килиш Агентлигининг Коидалар мажмуаси (Сифат коидалари мажмуаси) олий таълим тизимини сифатини назорат килиш Агентлигида рўйхатдан ўтган олий таълим муассасаларига қўйиладиган талабларни белгилаб беради.

Буюк Британия олий таълим тизимини сифатини назорат қилиш бўйича Агентликнинг қоидалар Мажмуасининг мақсади қўйидагилардир:

- олий таълим тизимига куйиладиган юкори академик стандартларга мос келиш;
- олий таълим муассасаси талабаларга берилаётган таълим сифатини таъминлаш;
- олий таълим тизимини узлуксиз ва тизимли равишда ривожланишини қўллаб-кувватлаш;
- олий таълим муассасалари ҳакида тўлиқ маълумотнинг мавжудлигини таъминлаш [1].

Таълим сифатини назорат қилиш халқаро қоидаларига кўра таълимда энг кўп такрорланадиган сифат индикаторларини **таълим сифатини баҳолаш мезонлари** сифатида қабул қилиш мақсадга мувофиқдир:

– дастур (талаб ва эҳтиёжга жавоб берувчи ва янгиланиб борувчи) ва ўқув жараёни;

– хавфсиз, соғлом ички ва ташқи муҳит;

– касбий ривожланиш имконияти (ўқитувчи ва талаба учун);
– лидерлик, самарали бошқарув ва маъмурият.

Жараёнга асосланган индикаторлар.

1. Бошқарув жараёни:
– бошқарувнинг самарадорлиги;
– бошқарув, ўқитувчи, ота-она ўртасидаги ўзаро ҳамжиҳатлик, мақсадни бир хил кўра олиш, вазифалар ва режаларни бажаришда умумий харакатланиш.
2. Талабалар учун ўсиш ва ривожланиш жараёни [3]:
– йўл-йўриқ ва маслахат бериш;
– маънавий ва фуқаролик таълими;
– талабалар ташкилоти (жамияти, ассоциацияси)нинг мавжудлиги;
– жамият хизмати.
3. Ташқи алоқа жараёни:
– бошқа таълим муассасалари, таълим, бизнес, жамият, давлат идоралари билан таълим сифатини яхшилаш йўлида хамкорлик алоқаларининг ўрнатилганлиги;
– иш берувчи билан алоқа.
4. Натижаларга эришиш жараёни (outcome process indicators):
– фуқаролик масъулияти ва ахлоқий (маънавий) муносабат;
– спорт ва бошқа соҳаларда иштирок этиш, муваффақиятга эришиш;
– ижтимоий ва коммуникация кўникмалари, таълим муассасаси ва жамиятга хизмат кўрсатишга тайёрлик;
– босим ва муаммоларни енга олиш қобилияти;
– академик муваффақият.

Компетентли ёндашув доирасида таълим тизимини бошқаришда юқоридаги сифат индикаторлари албатта эътиборга олиниши лозим.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, миллий иқтисодиётнинг хизмат кўрсатиш соҳаси бошқа соҳаларга нисбатан мижозлар фаолияти билан боғлиқ бўлганлиги сабабли юқорида қайд этилган компетентлиликлардан ташқари, аҳлоқ ва нафосат, маданият, нутқ ва чеҳра равонлиги каби жиҳатларга ҳам эга бўлишлари талаб қилинадики, бу ўз навбатида пировардида, уларда мажмуавий жиҳатдан компетентлиликка эга бўлган етук, баркамол хизмат кўрсатиш ходими эканлигини кўрсатиб беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Айнақулов М.А., Сиддиқов М.Ю. Компетентли ёндашув доирасида таълим сифатини баҳолаш / Оммабоп қўлланма. – Жиззах: “Тошкент тезкор босмахонаси МЧЖ” – 2018. – 92 б.

2. Ахлидинов Р.Ш. Таълим муассасасини бошқариш санъати. – Тошкент: “Фан”, 2006. – 79 б.

3. Aynakulov M.A. Problems, prestiges of animation process and technique // Uz ACADEMIYA. SCIENTIFIC-METHODICAL JOURNAL.ISSN (E)-2181-1334.VOL 1, ISSUE 2, AUGUST 202. Jild-2

I.B.Kulanov – JizPI katta o‘qituvchisi,
X.Qarshiboyev – f-m.f.n., , SamISI kafedra mudiri

UZLUKSIZ TA’LIM TIZIMI UCHUN YARATILADIGAN ELEKTRON O‘QUV-METODIK MAJMUALARGA QO‘YILADIGAN TALABLAR

Annotatsiya: maqolada uzluksiz ta’lim tizimi uchun yaratiladigan elektron o‘quv-metodik majmualarga qo‘yiladigan talablar yoritilgan.

Kalitli so‘zlar: uzluksiz ta’lim tizimi, elektron o‘quv-metodik majmua.

Аннотация: В статье описан требование к созданию электронно учебно-методических комплексов для системы непрерывного образования.

Ключевые слова: системы непрерывного образования, электронно учебно-методических комплексов.

Abstract: In article it is described the requirement to creation электронно uchebno-methodical complexes for system of continuous formation.

Key words: system of continuous formation, электронно uchebno-methodical complexes.

Axborot texnologiyalarining ta’lim tizimida o‘z mavqeini tobora keng egallashi mavjud bo‘lgan ko‘pgina tushunchalarni ham mazmunan, ham mohiyatan qayta ko‘rib chiqishni taqqoza etdi. Shu bois, ta’lim va o‘qitish jarayonlariga boshqacha yondashuv hamda e’tibor bilan qarala boshlandi. Ushbu jarayon elektron o‘quv-uslubiy majmualar, shu jumladan elektron o‘quv adabi-yotlari - elektron darsliklar, video va audio kassetalar, kompyuter dasturlari, televizion va radio o‘quv kurslari bilan uyg‘unlashib bormoqda. Bu jarayonda o‘qitish o‘quvchining ko‘proq ichki imkoniyatlari, intellektual potensiali, axborotni qabul qilish va o‘zlashtirish xusuiyatlariga bevosita bog‘liq.

Elektron o‘quv-uslubiy majmualar mustaqil ta’lim olishni, ijodiy fikrlashni, malaka va ko‘nikmalarni shakllantirish orqali o‘quv materiallari va ilmiy ma’lumotlarni har tomonlama chuqur o‘zlashtirilishga mo‘ljallangan bo‘lib, ushbu turdagi majmualar ilmiy ma’lumotlarning jamlanganligi, ko‘rgazmalarga boyligi, ya’ni turli xil animatsiyalardan foydalanganligi, ta’lim oluvchilarning yoshi va fiziologik xusuAiyatlarini hisobga olganligi jihatidan an’anaviy o‘quv adabiyotlaridan afzalroqdir[3].

Ta’lim muassasalari uchun tayyorlanadigan elektron o‘quv adabiyotlarda matnlar jozibali, ta’sirli shaklda bayon etilishi, asosiy tushuncha va ta’riflar aniq va ravshan yozilishi, shu bilan bir qatorda foydalanuvchilarning bilimlarini nazorat qilish imkoniyatiga ega bo‘lishi lozim[1-3].

Elektron o‘quv majmualar yaratuvchi mualliflar tomonidan o‘quv adabiyotlarning faqat elektron versiyasini yaratishga katta ahamiyat berilmoqda. Sababi birinchidan, elektron versiyada axborotlar zamonaviy usulda multimediya va animatsiya vositalari yordamida osonlikcha yoritiladi. Ikkinchidan olingan bilimlarni interaktiv usulda nazorat qilish oson kechadi. Uchinchidan, o‘quv adabiyotlarning bugungi holati o‘quvchiga og‘irlik qiladi, binobarin uning elektron versiyasini disketaga olib, undan boshqa

kompyuterlarda ham foydalanish imkoni mavjud. Agar o‘quv adabiyotining elektron versiyasi serverga joylashtirilsa, undan bir vaqtda bir necha o‘quvchi turli kompyuterlarda foydalanishi mumkin.

Zamonaviy elektron o‘quv-metodik majmualar o‘quv materiallarining turli shakllari (elektron, qog‘oz va hokazo) majmuasi bo‘lib, ular fan dasturlariga mos keluvchi, auditoriya mashg‘ulotlarining barcha turlari va mustaqil ta’limni o‘quv-metodik ta’minotini o‘zida mujassamlashtiradi.

Elektron o‘quv-metodik majmualar - zamonaviy axborot texnologiyalari muhitida o‘qitishning didaktik, dasturiy va texnik interaktiv majmuasidan tashkil topadi va ular o‘quv materiallarini kompyuter texnologiyalari hamda audio-video vositalar asosida yaratish, tizimlashtirish, saqlash, qayta ishlash va ulardan foydalanish imkoniyatini beruvchi manbadir.

Elektron o‘quv-metodik majmualardagi o‘quv materiallari Davlat ta’lim standarti talablariga mos kelishi hamda bilimlarning o‘quvchilar tomonidan mustaqil o‘zlashtirilishiga zarur resurslarni o‘zida mujassamlashtirgan bo‘lishi zarur.

Elektron o‘quv-metodik majmualar tashkiliy-metodik, axborot-o‘rgatuvchi va nazorat qiluvchi didaktik funksional bloklardan tashkil topadi. Resurslarning pedagogik-psixologik vazifalari o‘quv materiallarini gipermedia muhitida taqdim etish, o‘quvchilar bilan o‘qituvchilar orasidagi didaktik muloqot va ta’lim vositalari orqali amalga oshiriladi.

Elektron o‘quv-metodik majmua resurslari ta’lim jarayonini individual-lashtirish va differensiyalash, o‘quvchining o‘quv faoliyatini o‘zi nazorat qilish va to‘g‘ri yo‘naltirish, kompyuterning hisoblash imkoniyatlaridan foydalanish tufayli o‘quv vaqtini tejash, o‘quv materiallarini vizuallashtirish, o‘rganilayot-gan hodisa va jarayonlarni modellashtirish, ularni imitatsiyalashtirish, turli pedagogik vaziyatlarda optimal qaror qabul qilish malakasini shakllantirish, fikrlashning aniq bir shakli(ko‘rgazmali-obrazli, nazariy)ni rivojlantirish, bilish faoliyati madaniyatini shakllantirish kabi imkoniyatlarni beradi.

Elektron o‘quv-metodik majmualar asosida o‘quv jarayonini tashkil etish multimedia texnologiyalarini qo‘llanilishi o‘quvchilarda o‘qishga qiziqishni orttirishi, ta’limning interaktiv xususiyati asosida o‘quvchilarning fikrlash qobiliyatlarini rivojlantirishi va o‘quv materiallarini o‘zlashtirilishining samaradorligini oshirishi, real holatlarda namoyish qilinishi qiyin, yoxud murakkab bo‘lgan jarayonlarni modellashtirish va kuzatish imkoniyatini berishil o‘quv materiallarining o‘zlashtirilishi nafaqat darajasiga ko‘ra, balki o‘quvchilar erishgan mantiq va qabul qilishlari darajasiga ko‘ra ham samarali bo‘lishini ta’minlashi, an’anaviy hamda masofaviy ta’lim o‘quv-metodik ta’minotining samarali integratsiyasini ta’minlashi, o‘quvchilarga mustaqil izlanish yo‘li bilan materiallarni topish, o‘rganish hamda muammoli masalalarni hal etish orqali ularda ma’lum tadqiqot ishlarini amalga oshirish ko‘nikmalarini shakllantirishil o‘quvchilarning kurs, malakaviy bitiruv ishlarini bajarishda, magistrlik dissertatsiyalarini tayyorlashda o‘quv materiallari bilan mustaqil tanishish, tanlab olish, axborot hamda ma’lumotlarni tahlil eta olish kabi malakalarni

shakllanishi uchun sharoit yaratishi kabi didaktik vazifalarni amalga oshiradi.

Zamonaviy axborot texnologiyalari muhitida elektron o‘quv-metodik majmualarning ta’lim vositalari tarkibiga o‘quv darsliklari, qo‘llanmalarning elektron versiyalari, kompyuter multimediali o‘rgatuvchi tizimlar, audio o‘quv-axborot materiallaril video o‘quv-axborot materiallaril virtual laboratoriya ishlaril trenajyorlar, ma’lumotlar va bilimlar bazasi, elektron kutubxonalar, ekspert o‘rgatuvchi tizimlar asosidagi o‘qitish vositalaril virtual reallik asosidagi o‘qitish vositalari kiradi.

Elektron o‘quv-metodik majmualarning tarkibiy qismlari tuzilishining modulliligi, mazmunining to‘laqonligi, mantiqiy bayon etilganligil o‘quv materiallarini o‘rganish bo‘yicha yo‘riqnomaga egaligi, nazorat topshiriqlarining mavjudligi, izohli lug‘at va manbalar ro‘yxatining tavsiya etilganligi kabi talablarga javob berishi kerak.

Elektron o‘quv-metodik resurslar ta’lim muassasasining o‘quv-metodik komissiyasi tomonidan tegishli ekspertizadan o‘tkazilishi va o‘quv jarayonidan foydalanishga tavsiya etilishi kerak.

O‘quv jarayonlarini axborotlashtirish maqsadlariga ko‘ra elektron majmualar kvantlash - o‘quv materiallarini mazmunan yopiq, minimal hajmga ega modullarga ajratish, modullar bir necha tashkil etuvchidan iborat bo‘lishi, to‘laqonlilik - o‘quv materiallarining asosiy mazmunini qamrab olgan har bir modul o‘zida to‘laqonli resurslarga ega bo‘lishi), ko‘rgazmalilik - modullar matn va vizuallashtirilgan materiallarning ma’lum nisbatini saqlagan holda illyustratsiyalar va kadrlar jamlanmasidan iborat bo‘lishi, erkin boshqarish - o‘quvchilar kompyuter ekranidagi kadrlarning almashishini mustaqil boshqarishlari, zarur materiallarni istalgan marta ekranga chiqarishlari va nazorat topshiriqlarini bajarish orqali bilimlarini mustaqil sinashlari imkoniyatlariga ega bo‘lishi, moslashuvchanlik - elektron majmualar o‘quv jarayonida ma’lum bir foydalanuvchining ehtiyojlariga moslanishni ta’minlashi, o‘rganilayotgan materialning murakkabligini va chuqurligini, uning amaliy yo‘naltirilganligini o‘zgartirish, foydalanuvchining ehtiyojlaridan kelib chiqib, qo‘shimcha illyustrativ materiallarni shakllantirish imkoniyatlariga ega bo‘lishi, kompyuter ko‘magi - o‘quv materiallarining mohiyatiga e’tibor qaratish maqsadida o‘quvchi istalgan vaqtda kompyuter ko‘magiga ega bo‘lishi kabi tamoyillarni qanoatlashtirishi kerak.

O‘quv-metodik majmualardan samarali foydalanish uchun o‘quvchilar informatika va hisoblash texnikasining asosiy tushunchalari, kompyuter texnikasining funksional imkoniyatlari, zamonaviy operatsion tizimlar va ularning asosiy buyruqlari, zamonaviy dasturiy vositalar va ularning vazifalaril matn muharrirlari, algoritmlar va dasturlashtirish haqida asosiy tushunchalar, amaliy dasturlardan, Internet tizimidan foydalanish kabi kompyuter texnologiyalari mazmunini bilishi va egallashlari lozim.

Elektron o‘quv-metodik majmualar tarkibiga ta’lim yo‘nalishi yoki mutaxassislikning Davlat ta’lim standarti, Davlat ta’lim standartiga mos ravishda yaratilgan namunaviy dastur, fanning maqsadi, vazifalarini, ma’ruza,

seminar, amaliy va laboratoriya mashg‘ulotlarining mazmunini, nazorat hamda kurs ishlarining mavzularini, masalalar, topshiriqlarni, yakuniy nazorat savollarini va fanning o‘quv-metodik ta’minoti, mustaqil ta’limni tashkil etishga doir yo‘riqnomani o‘zida mujassamlashtirgan ishchi dastur, o‘quv-uslubiy harita va kalendar tematik rejalar, darsliklar, o‘quv qo‘llanmalari va boshqa o‘quv materiallarining elektron versiyalari, mashg‘ulotlarda pedagogik va axborot texnologiyalarini qo‘llash bo‘yicha metodik ko‘rsatmalar, nazariy bilimlarni qo‘llash bo‘yicha ko‘nikma va malakalarni shakllantiruvchi amaliy hamda laboratoriya mashg‘ulotlarining elektron ishlanmalari va metodik ta’minoti, audio va video materiallarl o‘quv-malakaviy amaliyot dasturi, uni tashkillashtirish bo‘yicha metodik qo‘llanmal nazariy va amaliy o‘quv materiallarini o‘zlashtirilganlik darajasini aniqlashga qaratilgan nazorat topshiriqlari va testlar, fan bo‘yicha joriy, oraliq va yakuniy nazoratlar bo‘yicha ballar taqsimoti, topshiriqlar turi, baholash mezonlari tavsiya etiladi.

Elektron o‘quv-metodik majmualarning asosiy fayllari html formatida yaratiladi. Qo‘shimcha fayllar .dos, .pdf, .djvu, .rtf, .xis va audio, videofayllar formatlarda bo‘lishi mumkin. Formulalar .gif formatida rasmlar ko‘rinishida bajariladi. Barcha materiallar ta’lim muassasasining serverida joylashadi, CD, DVD elektron tarqatuvchisiga yoziladi. Joylashtirilgan resurslarga mulkiy mualliflik huquqlari ta’lim muassasasiga tegishli bo‘ladi, mualliflik huquqlari muallif-ishlab chiquvchi mutaxassisga taalluqli bo‘ladi.

Elektron o‘quv resurslar Internet Explorer va Netscape brauzerlarining asosiy turlari bilan munosib, xatosiz ishlashi kerak.

Zamonaviy o‘quv-metodik majmualar o‘quv-metodik materiallarining turli shakllari (elektron, qog‘oz va h.k.) kompleksi bo‘lib, ular har bir fanning kasbiy ta’lim dasturlariga mos keluvchi, auditoriya darslarining barcha turlari va mustaqil ta’limni tashkil etish bo‘yicha o‘quv-metodik ta’minotdan foydalanish metodikasini o‘zida mujassamlashtirgan bo‘ladi.

Axborot texnologiyalari muhitida o‘qitishning muammoli usuli axborot-reseptiv va reproduktiv metodlari bilan birgalikda keng qo‘llaniladi. Bu muhitda elektron o‘quv-metodik majmualar o‘quv mazmunini taqdim etish, o‘quvchining bilish faoliyatini boshqarish va nazorat qilish vositalari sifatida ishlatiladi. Aynan bir o‘quv materiali bir qancha vositalar bilan taqdim etilishi mumkin. Masalan, o‘quv materiallari nashr, audio, video, CD-disklar ko‘rinishida bo‘lishi mumkin. O‘qitishning har bir vositasi o‘ziga xos didaktik imkoniyatlarga egadir. O‘qituvchi bunday imkoniyatlarni yaxshi bilishi va o‘quv materiallarini bu vositalar bo‘yicha taqsimlay olishi, hamda ulardan didaktik masalalarni yechimiga bag‘ishlangan o‘quv axborotlarini eltish tizimi sifatidagi o‘qish vositalarini shakllantirishi lozim.

EO‘MM tashkiliy-metodik, axborot-o‘rgatuvchi va nazorat qiluvchi didaktik funksional bloklardan tashkil topadi. Resurslarning pedagogik-psixologik vazifalari o‘quv materiallarini gipermedia muhitida taqdim etish, talabalar bilan o‘qituvchilar orasidagi didaktik muloqot va ta’lim vositalari orqali amalga oshiriladi.

Ta’kidlash lozimki, o‘qitishning elektron vositalari yangi axborot texnologiyalari vositalari orqali joriy etiladi. An’anaviy darsliklar, o‘quv-metodik qo‘llanmalar va boshqa nashr materiallarning elektron formatdagi nusxalari elektron o‘quv-metodik majmualar yaratishda ishlatiladi.

Uzluksiz ta’lim tizimida qo‘llaniladigan elektron didaktik materiallarni yaratishda dastlab quyidagilarga alohida e’tibor qaratmoq kerak:

- elektron o‘quv qo‘llanmalari mazmunan shunday tuzilgan bo‘lish kerakki, ulardan qo‘shimcha o‘quv axborotlarini olish uchun o‘quvchi aslo qiynalmasligi kerak;
- o‘quv materiallarini tarkibiy tuzilmasini shakllantirishda modul tizimidan foydalanish maqsadga muvofiqligi;
- mustaqil ta’limni tashkil etish va o‘quv materiallarini o‘rganish bo‘yicha to‘liq yo‘riqnoma keltirilgan bo‘lishi;
- nazorat topshiriqlari, o‘z-o‘zini tekshirish savollari va javoblari, mashq qildiruvchi topshiriqlarning bo‘lishi.

Elektron shakldagi o‘quv darsliklari eng oddiy holda nashr o‘quv materiallarining elektron varianti ko‘rinishida bo‘ladi. Ammo elektron shakldagi darsliklar kompyuter xotirasida yoki boshqa tashqi magnit eltuvchida qulay saqlanish, tezkor o‘zgartirish va elektron pochta orqali uzoq masofalarga uzatish imkoniyatining mavjudligi bilan ajralib turadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Begimqulov U.Sh. Oliy ta’lim muassasalarining yagona axborot makonini tashkil etish va uni rivojlantirish istiqbollari //Xalq ta’limi jur. № 4, 2006 - 4-7 betlar.
2. Jo‘rayev R.H., Taylaqov N.I., Rasulova G.A. Uzluksiz ta’lim tizimi uchun elektron o‘quv qo‘llanmalar yaratishga oid ilmiy–metodik talablar//Uzluksiz ta’lim. –2005. –№2. –B. 14–27.
3. Джураев Р.Ҳ., Тайлаков Н.И., Маргарита Ц.Н. Создание электронных учебников: теория и практика. Государственное научное издательство «Ўзбекистон миллий энциклопедияси» –Т.: - 2007. -192 с.

Х.А.Айнакулов – Жиззах политехника институти “Муҳандислик ва компьютер графикаси” кафедраси катта ўқитувчиси

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИГА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШДА ОТМ да ИННОВАЦИОН ЙЎНАЛИШЛАР

Аннотация: Ушбу мақолада Ўзбекистон Республикасида рақобатбардош кадрлар тайёрлашга қаратилган таълим тизимини ислоҳ этиш жараёнида олий таълим муассасаларида профессор-ўқитувчилар иш фаолиятини ташкил қилиш ва бошқаришнинг инновацион рақамли технологиясини яратиш услубиятлари, унинг афзалликлари татқиқ этилди. Шунингдек, олий таълимда профессор-ўқитувчилар иш фаолиятини ташкил қилиш ва бошқаришнинг ташкилий, ҳуқуқий ва иқтисодий механизмлари ҳамда таълим тизимида профессор-ўқитувчилар иш фаолиятини ташкил қилиш ва бошқаришнинг хориж тажрибалари ўрганилиб, таълим тизими сифатини яхшилаш омили сифатида назорат ролини ошириш масалалари бўйича таклиф ва тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: Инновация, рақамли технология, таълим тизими,самарадорлик кўрсаткичи,электрон мониторинг тизими, электрон давомат, электрон қайднома, электрон база, электрон журнал, электрон назорат, портфолио.

Аннотация: В статье исследуются методы создания и управления инновационными цифровыми технологиями для организации и управления деятельностью преподавателей высших учебных заведений в процессе реформирования системы образования Республики Узбекистан, направленной на подготовку конкурентоспособных кадров. Также были изучены организационно-правовые и экономические механизмы организации и управления деятельностью преподавателей в высшей школе, а также зарубежный опыт организации и управления деятельностью преподавателей в системе образования и даны предложения и рекомендации по повышению роли контроля как фактора повышения качества образования.

Ключевые слова: инновации, цифровые технологии, система образования, показатель эффективности, электронная система мониторинга, электронная посещаемость, электронный счет, электронная база данных, электронный журнал, электронный контроль, портфолио.

Abstract: The article examines the methods of creating and managing innovative digital technologies for organizing and managing the activities of teachers of higher educational institutions in the process of reforming the education system of the Republic of Uzbekistan, aimed at training competitive personnel. The organizational, legal and economic mechanisms of organizing and managing the activities of teachers in higher education, as well as foreign experience in organizing and managing the activities of teachers in the education system, were also studied, and proposals and recommendations were given to increase the role of control as a factor in improving the quality of education.

Key words: innovations, digital technologies, education system, performance indicator, electronic monitoring system, electronic attendance, electronic invoice, electronic database, electronic journal, electronic control, portfolio.

Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги Қонуни янги таҳрирининг қабул қилиниши таълим мазмуни ва сифатини тубдан ўзгаришига олиб келди [1].

Бугунги кунда таълим инсон фаолиятининг барча соҳаларига янги технологияларни жорий этиш, рақобатбардошлиликни ошириш, турмуш даражасини кўтаришнинг муҳим шартига айланиб бормоқда. Кўпгина мамлакатларда олий мактабнинг ошиб бораётган ролини ҳисобга олган ҳолда уни ривожлантириш стратегияси миллий стратегия устуворликлари билан белгиланади ва у олий таълим сифатини ошириш ҳамда уни олиш имкониятини кенгайтиришга йўналтирилгандир.

Аммо, иқтисодиёт тармоқлари учун рақобатбардош кадрлар тайёрлаш учун таълим тизими инновациясига асосланган технологияларни узлуксиз жорий этиб бориш талаб қилинади.

Ана шундай усуллардан бири бу олий таълим тизими учун бошқарув инновацияси профессор-ўқитувчилар иш фаолияти баҳолашнинг рақамли

технологиясининг ўзига хос хусусиятлари ва таълим сифатини бошқаришнинг анъанавий ва ноанъанавий усуллари саналади.

Ўз моҳиятига кўра, таълим тизимида профессор-ўқитувчилар иш фаолияти баҳолашнинг рақамли технологияси асосидаги инновацион усуллар деганда -таълим тизимида қўлланиладиган фан ва ахборот-коммуникация технологиялари, замонавий фан ва техника ютуқларининг инновацион технологиялари тушунилади. Улар фанни, шунингдек, профессор-ўқитувчилар иш самарадорлигини ошириш ва мониторинг қилишга қаратилган.

Ўзбекистон Республикаси О ва ЎМТВ нинг 2019 йил 2-декабрдаги “Самарадорликнинг энг муҳим кўрсаткичлари - KPI асосида ОТМ рахбар ходимлари фаолиятини баҳолаш тизимини амалиётга тадбиқ этиш тўғрисида” ги 1100-сон буйруғи талабларидан келиб чиқиб, олий таълим муассасаларининг педагог ходимлари фаолияти натижаларини бахолаш тизимини такомиллаштириш, ўқитувчиларнинг ўз устида мунтазам ишлашларини рағбатлантириш механизмларини жорий этиш, олий таълим муассасаларидаги таълим тарбия жараёнига янада кенг жалб этиш учун зарур шарт шароитлар яратиш мақсадида “Олий таълим муассасаларининг педагог ходимлари фаолиятини ўрганиш меъзонларининг кўрсаткичларини тақсимлаш” намунаси ишлаб чиқилди.

У “Олий таълим муассасаларининг педагог ходимлари фаолиятини ўрганиш мезонларининг кўрсаткичларини тақсимлаш” намунаси эса олий таълим муассасаларининг педагог ходимларининг бир ўқув йили бўйича фаолияти самарадорлигини баҳолаш ёки мониторинг қилиш бўйича умумий кўрсаткичларни ўз ичига олган.

Бу кўрсаткичлар педагог ходимларнинг шахсий иш режалари бандлари билан чамбарчас боғлиқ бўлиб, педагог ходимлар ўзларининг ўқув-методик фаолияти, тарбиявий фаолияти, илмий фаолияти, олий таълим муассасасини ривожлантиришга қўшган улуши ҳамда шахсий фазилатлари асосида баҳоланадилар.

Бу жараённи ташкил этишда ҳар бир олий таълим муассасаси раҳбар ходимларидан ва педагог ходимларидан катта масъулият талаб этилади. Бунда ҳар бир кўрсаткич асосида педагог ходимларнинг фаолияти баҳоланганда нохолис иллатларга йўл бермаслик жуда ҳам катта аҳамиятга эга. Чунки олий таълим муассасалари педагог ходимлари фаолияти мониторинги таълимда сифат таъминланишининг амалий механизми ҳисобланади. Шунинг учун, ҳозирги кунда “таълимда сифатни таъминлаш” долзарб масала бўлиб турган бир пайтда, бу тизимнинг асосий тамойилларини қуйидагилар ташкил этиши лозимдир. Улар: **адолатлилик, объективлилик, тизимлилик, шаффофлик тамойилларид**ир.

Юқорида келтирилган турли хил нохуш ҳолатларни олдини олиш ҳамда бу жараённи асосий принциплари асосида ташкил этиш ва қулай қилиш мақсадида ушбу мониторинг тизимини ЭЛЕКТРОН шаклда олиб бориш таклиф этилади.

Рақамли технологиялар шароитида, ахборотлаштириш жараёни тез суръатлар билан ўсиб бораётган ҳозирги даврда таълим соҳасида ахборот ресурсларини ташкил этиш ва таълимда фойдаланиш юқорида таклиф этилган “Олий таълим тизими педагог ходимларининг бир ўқув йиллик фаолияти самарадорлиги электрон мониторинг тизими”ни шакллантириш заруриятини белгилайди.

Шу билан бирга, Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида “Электрон таълим миллий тизимини яратиш” инвестиция лойиҳасини амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида” 2012 йил 16 апрелдаги ПҚ–1740-сон қарорида белгиланган таълим соҳасида ахборотлаштиришнинг миллий тизимини шакллантириш, замонавий ахборот технологияларини жорий этиш ва ундан фойдаланиш, жаҳон ахборот ресурсларидан баҳраманд бўлиш каби вазифаларни ҳам бажаришда амалий асос бўлиб хизмат қилади [2].

Таклиф этилаётган электрон мониторинг тизими олий таълим тизимида фаолият олиб бораётган ҳар бир педагог ходимни ўз фаолияти самарадорлигини мунтазам равишда кузатиб бориши ва шу асосида ўз олдига аниқ мақсадлар қўйиб, самарадорлик кўрсаткичини ошириб боришига ундайди. Чунки педагог ходимлар интернет орқали ўз фаолиятлари натижаларини баллар кўрсаткичида кузатиб борадилар ва ўз-ўзидан балл паст бўлса албатта бу кўрсаткични кўтариш учун аниқ мақсадлар билан ҳаракат қилишни бошлайдилар.

Электрон мониторинг тизимини шакллантиришнинг яна бир муҳим заруриятларидан бири шундаки, бу тизимни амалда қўллаш орқали педагог ходимлар ахборот-коммуникация ва технологиялар бўйича билим ва кўникмаларини шакллантириб, реал ҳаётда тадбиқ этадилар. Чунки, ҳар бир педагог ходим ўзининг маълумотларини ўзи киритиши ва юклаши ҳамда мунтазам равишда кузатиб бориши лозим. Зеро, ҳозирги даврнинг педагог ходимнинг олдига қўйган яна бир катта вазифаси ва талаби бу ахборот-коммуникация ва технологиялари бўйича малака ва талабларга жавоб беришдир.

Барчага маълумки, ҳозирда Ўзбекистон таълим соҳасида ахборот коммуникация технологиялар жуда ҳам кенг қўлланилмоқда ва электрон таълим муҳити ташкил этилмоқда. Кўпгина олий таълим муассасалари Электрон университет: электрон баҳолаш, электрон давомат, электрон қайднома, электрон база, электрон журнал, электрон назорат каби тизимларни амалда қўллаб келмоқдалар. Шундай қилиб, “Олий таълим тизими педагог ходимларининг бир ўқув йиллик фаолияти самарадорлиги электрон мониторинг тизими”ни шакллантириш талаблари қуйидагилардир:

1. Электрон мониторинг тизимини амалий тадбиқ қилиш учун керакли моддий техник базани яратиш. Ҳозирги кунда кўпгина олий таълим муассасалари моддий техник базалари электрон таълим муҳитини яратиш учун шакллантирилди ва бу вазифани бажариш катта муаммолар туғдир-

майди.

2. Мазкур электрон мониторинг тизимини шакллантиришнинг яна бир муҳим талабларидан бири бу ҳозирги кунда фаолият кўрсатиб келаётган portfolio.bimm.uz мониторинг тизими билан интеграциясини ташкил этишдир. Бундай интеграция натижасида педагог ходим ўзининг portfolio.bimm.uz порталига жойлаштирилган тегишли маълумотларини автоматик равишда тавсия этилаётган мониторинг тизимига юклаб олиш имкониятига эга бўлади. Бу эса педагог ходимларга янада қулайлик ва енгиллик яратади.

Ҳозирги глобаллашув жараёнида электрон таълим тизимига ўтиб борар эканмиз, “Олий таълим тизими педагог ходимларининг бир ўқув йиллик фаолияти самарадорлиги электрон мониторинг тизими” ни ташкил жаҳон ҳамжамиятида тез суръатлар билан ўсиб бораётган “ахборотларни тез етказиб бериш имконияти” ни очиб беради, олий таълим тизимида фаолият олиб бораётган педагог ходимларни ўз касбига масъулият билан ёндашиб, замон талаблари билан ҳамнафас бўлишга ва энг асосийси таълимда **сифат кўрсаткичларини** кўтарилишига ижобий таъсир кўрсатади.

Олий таълим тизимидаги педагог ходимлар фаолияти бўйича **электрон мониторинг тизимини** таъсис этилиши қуйидаги **афзалликларга** эга эканлиги аниқланди:

1. Олий таълим тизимида фаолият олиб бораётган педагог ходимлар йиллик фаолиятини ўрганиш мезонларининг кўрсаткичлари бўйича электрон мониторинг тизимига ўқув йили давомида бажарган ишлари, эришган ютуқлари, электрон мониторинг тизимида ҳар бир педагог ходимнинг йиллик фаолияти рейтинг кўрсаткичи автоматик равишда аниқланади.

2. Педагогнинг назарий билимлари, амалий кўникмалари ва ўқитиладиган фанининг замонавий тенденцияларини эгаллаганлик даражасини ҳамда педагогнинг ўқитиш сифатини аниқлаш мақсадида талабалар ўртасида сўровномалар ўтказиш ва натижаларини баҳолаб бориш **талабалар** томонидан педагог ходимлар тўғрисидаги **объектив, реал** ҳамда **холисона баҳоланишига** эришилади. Натижада ўтказиладиган педагог кадрлар фаолиятини баҳолаш тизими уларнинг ишидаги кучсиз томонларини аниқлашга ва бу таҳлил натижаларига кўра керакли ўзгартиришлар киритиш имконини беради.

3. ОТМ ларда электрон мониторинг тизимининг қўлланилиши **турли қонунбузарликларни бартараф этиб**, профессор-ўқитувчилар иш фаолиятини объектив баҳолашга эришилади. Бу эса ўз навбатида педагог ходимларни ўз устида ишлашга, ўзини-ўзи баҳолашга, камчиликларини бартараф этишга ундайди.

4. Республика ОТМ лари учун таклиф этилаётган электрон мониторинг тизимининг жорий этилиши нафақат ўқув бўлими, факультет ва кафедраларга балки, педагог ходимларнинг йиллик фаолиятини баҳолаш жараёнларини **енгиллаштириш** имониятини беради [3].Олинган

натижалар орқали педагог ходимларнинг ойлик маошини белгилашда, тоифа беришда, ўқитувчилар фаолиятини ҳар тарафлама инобатга олган ҳолда рағбатлантириш имконини яратади.

5. ОТМ ларда электрон мониторинг тизимини таъсис этилиши, ОТМ ларда факультет, кафедра, педагог ходимлар, жамоа миқёсида сифат даражасига таъсир этувчи қарорлар қабул қилишда **холислик, ошкоралик ва принципиаллик,шаффофлик** принципларига асосланади.

6. ОТМ ларда электрон мониторинг тизимини кенг жорий этиш уларнинг тизимида фаолият кўрсатадиган педагог ходимларнинг рейтингини аниқлашда **ҳеч қандай стрессларсиз, асаббузарликларсиз, ортиқча қоғозбозликларсиз** амалга оширилишини таъминлайди ҳамда ҳар бир педагог ходимлар учун қадрли бўлган вақтдан самарали ва унумли фойдаланиш, яъни, **вақтнинг тежалишига** эришилади.

7. Электрон мониторинг тизимини таъсис этилишидан турли хилдаги конкурс – танловларга электрон мониторинг тизими натижалари асосида **энг муносиб номзодларни танлаш ва танловга лойиқ номзодларни тақдим этиш** имкониятини беради.

8. Олий таълим тизимидаги педагог ходимлар фаолияти бўйича электрон мониторинг тизимини таъсис этилиши ҳар бир педагог ходимга **ўз фаолиятига нисбатан мажбуриятни** янада орттиради. ОТМ ларда фаолият кўрсатаётган ҳар бир педагог ходим йиллик фаолияти давомида **ўз-ўзини баҳолаш, ўзини танқид қилиш ва ўзига бўлган талабларни орттиради**. Бундан ташқари, мазкур тизим ҳар бир педагог ходим учун ички **мотивацияни кучайтиради**, мотивациянинг ошиши таълим сифатини таъминлашда энг муҳим омиллардан ҳисобланади.

9. ОТМ ларда электрон мониторинг тизимини таъсис этилиши олий ўқув юртлари педагог ходимларнинг ўз касб маҳорати, педагогик ва илмий фаолиятини муттасил ошириб бориши учун **кенг фойдаланишга даъват этади.** Шунингдек, ҳар бир педагог ходим глобал интернет тармоғи, мультимедиа тизимлари ва масофадан ўқитиш усулларидан фойдаланишга, замонавий инновацион педагогика, ахборот-коммуникация технологияларини эгаллашга ва уларни ўқув жараёнига фаол тадбиқ этишга, чет тилини амалий ўзлаштириш даражасини оширишга ҳаракат қилади.

10. ОТМ ларда электрон мониторинг тизимини таъсис этилиши педагог ходимлари таркибининг ҳар бир лавозими учун белгиланадиган базавий лавозим маошлари, қонун ҳужжатларида белгиланган устамалар ва қўшимча тўловлар асосида ойлик иш ҳақини категорияларга ажратишда (табақалаштиришда) енгилликлар яратади.

11. ОТМ ларда электрон мониторинг тизимини таъсис этилиши Республикадаги уларда фаолият кўрсатаётган педагогик ходимларнинг **илмий салоҳиятини оширишда** ҳам ўз ҳиссасини қўшади.

12. ОТМ ларда электрон мониторинг тизимини таъсис этилиши республика ОТМ ларининг **рейтинги ва унинг имиджини оширишда** ҳам ўз хиссасини қўшади.

Хулоса қилиб айтганда, ОТМ ларда электрон мониторинг тизимини таъсис этилиши ўқув йили якунида ҳар бир педагог ходимнинг йиллик фаолияти рейтинг кўрсаткичини автоматик равишда холислик, шаффофлик, объективлик, реаллик асосида аниқлашга хизмат қилади. Шу билан бирга ОТМ да ҳар бир педагог ходим тўғрисида умумлашган йиллик тўлиқ маълумотлар базасига эга бўлиш имконини яратади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги Қонуни. ЎРҚ- 637. 23.09.2020 .й.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида “Электрон таълим миллий тизимини яратиш” инвестиция лойиҳасини амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида” 2012 йил 16 апрелдаги ПҚ–1740-сон қарори.

3. Aynakulov M.A. Problems, prestiges of animation process and technique // Uz ACADEMIYA. SCIENTIFIC-METHODICAL JOURNAL.ISSN (E)-2181-1334.VOL 1, ISSUE 2, AUGUST 202. Jild-2

А. П.Исанов – Жиззах политехника институти, “Мухандислик ва компьютер графикаси” кафедраси ассистенти

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШДА ОТМ ХОДИМЛАРИНИНГ КАСБИЙ КОМПЕТЕНТЛИЛИК ЖИҲАТЛАРИ

Аннотация: Мақолада олий таълим муассасалари рахбар ходимлари ва профессор-ўқитувчилари касбий копетентлилигининг мазмун-моҳияти, шунингдек, касбий компетентлилигини баҳолаш кўрсаткичлари сифатидаги кўрсаткичлар ва мазкур кўрсаткичларга асосан ОТМ рахбар ходимлари ва профессор-ўқитувчилари касбий компетентлилигини баҳолаш мезонлари баён қилинган.

Калит сўзлар: касбий копетентлик, инновацион технологиялар, илмий-методик таъминот, рефлексив кўникмалар, модернизация, бошқарув тамойиллари ва усуллари, креативликга мойиллик.

Аннотация: В статье описаны содержание и сущность профессиональной компетентности руководителей и преподавателей вузов, а также индикаторы как индикаторы оценки профессиональной компетентности и критерии оценки профессиональной компетентности руководителей и преподавателей вузов на основе этих индикаторов.

Ключевые слова: профессиональная компетенция, инновационные технологии, научно-методическое обеспечение, рефлексивные навыки, модернизация, принципы и методы управления, креативность.

Abstract: The article describes the content and essence of the professional competence of heads and teachers of universities, as well as indicators as indicators for assessing professional competence and criteria for assessing the professional competence of managers and teachers of universities based on these indicators.

Key words: professional competence, innovative technologies, scientific and methodological support, reflexive skills, modernization, principles and methods of management, creativity.

Маълумки, ҳар бир касбнинг ҳам ўзига яраша машаққати ва ўзига яраша амалга ошириш йўналишлари бўлади. Шу жиҳати билан миллий иқтисодиётнинг хизмат кўрсатиш соҳасининг ҳам ўз тахти равони, шунингдек, машаққати ва бошқариш фаолият йўналишлари мавжуд. Мазкур фаолият йўналишларида меҳнат фаолиятини амалга оширишда маълум даражада билим малака ва кўникмага эга бўлишни хизмат кўрсатишда касбий компетентлилик деб атаймиз. Албатта, хизмат кўрсатиш соҳасида юқорида зикр этилганидек, билимли, зукко, ишбилармон, креатив, ташкилотчи, тарғиботчи, инновация бўйича малака ва кўникмага эга бўлган мутахассисларни тайёрлаш ОТМлари зиммасидаги масъулиятли вазифалардан бири ҳисобланади.

Ўз моҳиятига кўра, олий таълим муассасалари раҳбар ходимлари ва профессор-ўқитувчиларининг **касбий компетентлилиги** – бу таълим муассасаси фаолиятини ташкил этиш, бошқариш ва такомиллаштиришда инновацион ёндашувларга асосланадиган, касбий аҳамият касб этувчи шахсий сифатларга эга бўлган, юқори даражада ўзини-ўзи назорат қила оладиган, бой фалсафий ва маънавий дунёқарашга, психологик-педагогик ва ташкилий-технологик салоҳиятга эга бўлган, шунингдек, шахслараро муносабатларда тарбиявий муносабатларни эътиборга оладиган ҳамда вазиятларга кўра турли хил муаммоларни ҳал этишда мавжуд ҳуқуқий-меъёрий мезонларга асосланадиган, таълим жараёни субъектлари фаолиятини илмий асосда ташкил этиш ва бошқариш, мувофиқлаштириш, фаоллигини таъминлаш, таълим муассасаси илмий-методик таъминотини яхшилаш, инновацион технологияларни амалиётга жорий этиш орқали ОТМ фаолиятини такомиллаштириш йўналишида зарурий билим, кўникма ва малакаларга эга бўлган мутахассис шахсини тавсифлайди [3].

ОТМ раҳбар ходимлари ва профессор-ўқитувчиларининг бошқарув фаолияти йўналишлари, бошқарув фаолияти жараёнининг ўзига хос хусусиятлари, уларга қўйилаётган талаблар ва касбий компетентлилиги йўналишларида келтирилган маълумотларга асосан, уларда шаклланиши зарур бўлган билим, кўникма ва малака ҳамда касбий аҳамият касб этувчи шахсий сифатларни инобатга олган ҳолда ОТМ раҳбар ходимлари ва профессор-ўқитувчилари касбий компетентлилигини баҳолаш кўрсаткичлари сифатида қуйидаги кўрсаткичларни ажратиб кўрсатиш мумкин:

- Ватанни севиш, она-юртига, ота-онасига ва ёру-дўстларига садоқатли бўлиш ва эътиқод қилиш;
- мустақил республикамиз конституцияси ва қонунлари, давлатимиз рамзлари, миллий урф-одатлар ва умуминсоний қадриятларга содиқлик;
- ОТМ меъёрий-ҳуқуқий, меъёрий-услубий ҳужжатларни мукаммал билиши ва ўз фаолиятида уларга амал қилиш малакасига эга бўлиши;
- таълим муассасасини бошқаришга оид меъёрий ҳужжатлар, бошқариш тамойиллари, усуллари асосида таълим муассасаси ички бошқарув тизимини ташкил қилишни билиши;

- ОТМ ишини илмий асосда режалаштириш усулларини билиши ва амалда қўллай олиш малакасига эга бўлиши;

- таълим муассасасини педагог кадрлар билан таъминлаш, уларни жой-жойига қўйиш, улар билан ишлаш, уларга услубий ва амалий ёрдам кўрсатиш ҳамда рағбатлантириш йўлларини билиши;

- дарсларни кузатиш ва таҳлил қилиш қоидаларини билиши;

- таълим муассасаси фаолияти мониторингини олиб боришни билиши;

- бошқарувнинг демократик ва инсонпарварлик тамойилларини билиши ва уларга амал қилиш малакасига эга бўлиши;

- раҳбарга мос ва хос юксак маданий савия ва маънавий қиёфа усулларини билиши ва эгаллаши;

- янги педагогик технологиялар, инновацион технологиялар ҳақида тасаввурга эга бўлиши;

- таълим муассасасида тарбиявий ишларнинг мазмун-мундарижаси, шакллари ва бундай ишларни ташкил қилиш йўллари ва усуллари ҳақида маълумотга эга бўлиши;

- таълим муассасасининг муаммолари, бу соҳадаги изланишлар, янгилик ва ютуқлар ҳақидаги маълумотга эга бўлиши;

- ОТМни молиялаш, ҳисоб-китоб юритиш, жиҳозлаш, моддий таъминот масалаларини билиши;

- бюджетдан ташқари маблағ киритиш ва улардан фойдаланиш йўлларини билиши;

- шахслараро муносабатларда фаол ва адолатли ҳамда мурувватли ҳаббатли бўлиши;

- ўзлигини англаш, ўзини ва бошқаларни ҳурмат қилиш, ўзини-ўзи бошқара олиш ва ўз имкониятларини эркин намоён қилиши;

- шахсий манфаатларини умуммиллий манфаатлар билан уйғун ҳолда кўра олиши;

- халқимизнинг маънавий меросини мустаҳкамлаш ва ривожлантириш жараёнларида фаол иштирок этиши;

- мустақилликни мустаҳкамлаш, мамлакатни янгилаш ва модернизация қилиш жараёнларида фаоллик кўрсатиши;

- миллий анъана, урф-одатлар ва қадриятларимизни асраб-авайлаш, ёш авлод қалби ва онгига она-юртга муҳаббат, истиқлолга садоқат туйғуларини чуқур сингдиришга интилиши;

- ўз фаолияти ва таълим муассасаси фаолияти самарадорлигини таҳлил қилиш ва объектив баҳолашга хизмат қилувчи рефлексив кўникмаларга ҳамда тизимли фикрлаш, кенг дунёқараш ва рефлексив тафаккурга эга бўлиши;

- тадқиқотчилик ва таҳлилий фаолиятга, илғор тажрибаларни ўрганиш, педагогик маҳоратни ошириш, мустақил таълим олиш ва ўзини-ўзи ривожлантиришга, инновацион жараёнларга ва креативликга мойиллик [1];

- олдиндан аниқланаётган вазиятларга нисбатан тўғри муносабатда бўлиш, ўзгалар муваффақиятини оқилона баҳолаш, моддий ва маънавий рағбатлантиришда адолатлилик;

- ўз фаолияти ва ўзаро муносабатлар жараёнидаги хатти-ҳаракатларининг натижаларини олдиндан кўра олиши;

- бошқарув жараёнларида вужудга келиши мумкин бўлган муаммоли вазиятларда субъектлар фаоллигини таъминлаш ва фаолиятини мувофиқлаштира олиши;

- бошқарув жараёнларида мавжуд сунъий тўсиқ ва қарама-қаршиликлар жамоадаги онгли интизомга салбий таъсир кўрсатишининг олдини олиши;

- ҳамкорликда фаолият кўрсатиш ва вазиятларга кўра раҳбарлик услубларидан оқилона фойдаланиши;

- ахборотлар тўплаш, таҳлил қилиш, объектив баҳолаш, қайта ишлаш ва ахборотлар алмашиниш даражаси [2];

- таълим муассасасини бошқаришда замонавий ёндашувларни татбиқ этиши;

- бошқарув функциялари, воситалари ва методларидан оқилона фойдаланиши;

- ахборот технологиялари ва коммуникацион воситалардан фойдаланиши;

- мамлакатимизда амалга оширилаётган ислоҳотлар ва ривожланишлар ҳамда уларнинг натижаларига қизиқиш ва эътиборли бўлиш;

- тинчлик, мустақиллик, эркинлик ва бағрикенгликнинг аҳамияти ва заруриятини тушуниб етиш;

- тарихни билиш ва вазиятларга кўра ўтмишни ва бугунги кундаги тараққиётни объектив баҳолаш;

Мазкур кўрсаткичларга асосан ОТМ раҳбар ходимлари ва профессор-ўқитувчилари касбий компетентлилигини баҳолаш мезонларини қуйидагича белгилаш мумкин.

1-жадвал

ОТМ раҳбар ходимлари касбий компетентлилигини баҳолаш мезонлари

ОТМ раҳбар ходимлари касбий ком-петентлилиги компонентлари	**Билим**	**Кўникма ва малака**

Бошқарувчилик	Педагогик жараёнларни ташкил этиш ва бошқариш, сифат ва самарадор лигини ошириш	Педагогик жараёнларини ташкил этиш, бошқариш, сифат ва самарадорлигини оширишга тизимли, блок-модулли, шахсга йўналтирилган таълим каби ёндашувларни жорий этиш.
	Маънавий-маърифий ишларни ташкил этиш	Педагог ходимлар ва талабалар ўртасида мустақиллик, унинг мазмун-моҳияти ва зарурияти йўналишларида давра суҳбатлари, ўқув семинарлари, конференциялар ва ёзма ишлар танловини ўтказиш, ғолибларни рағбатлантиришни ташкил этиш.
	Илмий-методик ишларни ташкил этиш	Илғор педагогик тажрибаларни оммалаштириш ва тарғиб қилиш; ўқув-методик бирлашма ва фан уюшмалари фаолиятини ташкил этиш ва мувофиқлаштириш; фанлар бўйича олимпиадаларга ҳамда кўрик танловларга талабаларни тайёрлаш жараёнларини мувофиқлаштириш.
	Педагогик жараён субъектлари фаолиятини мувофиқлаштириш	Педагогик жараён субъектларининг эҳтиёжлари ва имкониятларини ўрганиш асосида уларнинг фаолиятини такомиллаштириш ва ривожлантириш.
	Меъёрий ҳужжатлар билан ишлаш	Меъёрий ҳужжатларни ўрганиш, таҳлил қилиш ва улар асосида таълим-тарбия жараёнини ташкил этиш; талабаларга ДТС талаблари асосида билим бериш ва уларнинг ўзлаштириш кўрсаткичлари мониторингини олиб бориш.
	Таълим муассасаси фаолиятини режалаштириш, ташкил этиш ва бошқариш	Таълим муассасаси фаолиятини режалаштириш, ташкил этиш ва бошқариш; педагогик жараён субъектларининг фаолиятлари ва ўзаро муносабатларини мувофиқлаштириш ҳамда мотивлаштириш; педагогик жараёнларни режалаштириш, ташкил этиш, назорат
	Ахборотлар тўплаш	Ахборотлар тўплаш методларини ташкил этувчи барча компонентлардан фойдаланиш асосида ахборотлар тўплаш, ўрганиш ва таҳлил қилиш, уларнинг янгилиги ва ишончлилигини объектив баҳолаш.
	Тарбиявий муносабатлар	Профессор-ўқитувчилар ва талабалар ўртасидаги мавжуд муносабатларни ўрганиш, таҳлил қилиш ва мувофиқлаштириш; педагогик жараёнларда тарбиявий муносабатларнинг ўзига хос хусусиятларини инобатга олган ҳолда шахсга йўналтирилган таъсирни вужудга келтириш.

	Персонални бошқариш	Кадрлар танлаш, улардан фойдаланиш, персонал фаолиятига баҳо бериш, аттестациядан ўтказиш, малакасини ошириш, уларнинг меҳнатига ҳақ тўлаш, рағбатлантириш ва мукофотлаш, юқори лавозимларга тавсия қилиш, лавозимларга тайинлаш, ишдан бўшатиш.
	Бухгалтерлик ҳисоби асослари	Харажатлар сметасини тузиш, меъёрий ҳужжатлар билан ишлаш, ҳисоботлар тайёрлаш ва таҳлил қилиш.
	Иш юритиш	Ҳужжатлар билан ишлаш, фармойиш, буйруқ, қарорлар тайёрлаш, юқори ташкилотлардан келган хатлар билан ишлаш, ижро интизомини таъминлаш.
Тадқиқотчилик	Ўқитувчи ва талабаларнинг тадқиқотчилик фаолияти	Ўқитувчи ва талабаларни илмий-тадқиқот ишларига жалб этиш; тажриба-синов ишларини ташкил этиш учун дастур ва қўлланмалар тайёрлаш, фаолият натижаларини таҳлил қилиш ва баҳолаш мезонларини ишлаб чиқиш; талабаларнинг ижодий гуруҳини тузиш ва унга раҳбарлик қилиш.
	Педагогик жараёнларнинг самарадорлигини ўрганиш	Педагогик жараёнларнинг ўзаро боғлиқлиги ва алоқадорлигини аниқлаш; талабаларни илм олишга, уларнинг фаоллигини таъминлашга, мустақил ўрганишга, мустақил маълумот олишга ва ўзини-ўзи тарбиялашга йўналтирувчи мотивлар ва воситаларни аниқлаш.
Ижодкорлик	Ижодий ёндашув	Белгиланган мақсадга эришиш учун энг қулай бўлган воситаларни аниқлаш, самарадорликни таъминловчи кўрсаткичлар ва усулларни танлаш асосида ижодий ёндашувни жорий этиш.
	Инновацион жараёнларни ташкил этиш	Инновацион жараёнларга ўқитувчи ва талабаларнинг қизиқишини ривожлантириш орқали уларнинг инновацион фаолиятини ташкил этиш, алоҳида инновацион лойиҳаларни бирлаштирувчи, ягона мақсадга қаратилган дастурлар доирасида ҳамкорликдаги фаолиятини ташкил этиш; инновацияларнинг ўзига хос хусусиятларидан оқилона фойдаланиш.
	Ижодий таълимий муҳитни шакллантириш	Ижодкорлик йўналишидаги тўгараклар фаолиятини йўлга қўйиш; ўқитувчи ва талабаларнинг ижодий фаолиятларини ривожлантириш мақсадида турли йўналишларда кўрик-танловлар ташкил этиш.
	Фидойилик	Халқимизнинг маънавий меросини мустаҳкамлаш ва ривожлантириш жараёнларида фаол иштирок этиш; мустақилликни мустаҳкамлаш, мамлакатни янгилаш ва

Касбий аҳамиятга эга бўлган шахсий сифатлар		модернизация қилиш жараёнларида фаоллик кўрсатиш; табиатни муҳофаза қилиш, ота-боболаримиз қолдирган маданий меросларни тўплаш, ўрганиш, авайлаб сақлаш ва тарғиб қилишда тинмай меҳнат қилиш ва изланиш.
	Принципиаллик	Тарбиявий муносабатлар жараёнида инсоний омилларга асосланиш, эҳтиросларга берилмаслик; ўзини жамоа лидери сифатида кўрсата олиш; вазиятларга мос равишда ходимларнинг ҳиссиётга берилиш ҳолатларини мувофиқлаштириш асосида уларда меҳрибонлик, қўллаб-қувватлаш, меҳр-оқибат, ўзаро ҳурмат ва ишонч туйғуларини шакллантириш; миллатлараро тотувлик ва динлараро бағрикенглик каби тамойилларнинг мазмун-моҳиятини талаба-ёшларга тушунтиришда принципиаллик; педагог шахсига хос хатти-ҳаракатларни намоён этиш.
	Коммуникативлик	Мулоқот жараёнида инсоний омилларга асосланиш, таълим муассасасини ривожлан-тириш мақсадини жамоанинг ҳар бир аъзосига тушунтириш, белгиланган вазифаларни бажаришга мотивлаштириш, жамоа аъзолари билан мунтазам алоқада бўлиш.
	Ўзини-ўзи бошқариш	Раҳбарлик ролини бажариш, ўзини тута билиш, шунингдек, ўқитувчиларни ҳам барча муносабатларда педагог шахсига хос хатти-ҳаракатларни намоён этишга йўналтириш; таълим муассасаси жамоасининг фаолияти ривожланишига таъсир кўрсатувчи ўз хатти-ҳаракатларини таҳлил қилиш, англаш. Мақсадга йўналтирилган инновацион фаолиятга, ўзлигини исботлашга, ўзини-ўзи ривожлантиришга эҳтиёж, шунингдек, бошқарув объекти барча бўғинларининг ўзаро таъсири натижасида мослашувчан таълимий муҳитни вужудга келтириш.

Манба: Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Мазкур жадвалда келтирилган маълумотлар ОТМ раҳбар ходимлари касбий компетентлилиги бошқарувчилик, тадқиқотчилик, ижодкорлик ва касбий аҳамиятга эга бўлган шахсий сифатларни ўз ичига олувчи ўзаро боғлиқ бўлган компонентлар мажмуидан иборат бўлиб, ўзига хос мураккаб кўп компонентли ташкилий тузилишга эга эканлигини ифодалайди.

ОТМ раҳбар ходимлари ва профессор-ўқитувчилари ўзлаштириши зарур бўлган билим ва кўникмалар ҳамда бу жараённи ташкил этувчи компонентлар, ОТМ раҳбар ходимлари касбий компетентлилигини баҳолаш мезонлари сифатида хизмат қилиши билан бир қаторда, ушбу бошқарув фаолияти самарадорлиги даражасини аниқловчи омиллар

сифатида ҳам хизмат қилиши мумкин.

Муваффақиятли инсон фаолияти натижасида шахс томонидан эришилган маънавий-ахлоқий, психологик ва шахсий сифатлар муҳим аҳамият касб этади. Бунда фаолият асоси, мазмуни, ҳатто йўналиши ҳам шахсга хос сифатлар негизида белгиланиб, унинг натижаси учун ғоявий асос бўлиб хизмат қилади. Айни ўринда шахсга хос сифатларнинг туркуми, уларнинг маълум ижтимоий фаолиятни ташкил этишдаги аҳамияти хусусида тўхталиб ўтиш мақсадга мувофиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Усмонбоева М., Юзликаева Э., Джумаева С. Педагогик амалиёт: тизим моҳияти ва механизми / Методик қўлланма. – Тошкент: “Fan va texnologiyalar” нашриёти, 2011. – 88-б.

2. Фазилов Ж.К. Ўзбекистонда мустақиллик шароитида таълим муассасасидан ташқари таълим тизимини бошқаришнинг педагогик асослари: Пед.фанл.номз. ... дисс. – Тошкент: 2007. – 142 б.

3. Aynakulov M.A. Problems, prestiges of animation process and technique // Uz ACADEMIYA. SCIENTIFIC-METHODICAL JOURNAL.ISSN (E)-2181-1334.VOL 1, ISSUE 2, AUGUST 2020.

T. Hamrayev – СамИСИ, MMN-119 guruh magistranti

QURILISH SOHASI UCHUN MALAKALI KADRLAR MUOMMOSINI HAL ETISHDA AMALIYOT JARAYONINING TUTGAN O‘RNI

Anotatsiya Maqolada qurilish sohasida kadrlar muammolari muhokama qilinadi va ularning paydo bo 'lish sabablari tahlil qilinadi. Qurilish sohasida malakali kadrlar yetishmasligi muammosini hal qilish yo 'llari taklif etiladi.

Kalit so‘zlar: O‘zbekistonda qurilish sohasi, kadrlarga bo‘lgan talab, kadrlar tayyorlash sifati, kuzatishlar tahlili.

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы кадров в строительной отрасли и анализируются причины их возникновения. Предложены пути решения проблемы нехватки квалифицированных кадров в строительной отрасли.

Ключевые слова: Анализ строительной отрасли Узбекистана, востребованность кадров, качество обучения, наблюдения.

Abstract: The article discusses the problems of personnel in the construction industry and analyzes the causes of their emergence. Ways to solve the problem of shortage of qualified personnel in the construction industry are proposed.

Keywords: Analysis of the construction industry in Uzbekistan, the demand for personnel, the quality of training, observations.

Kirish Yer yuzida aholi sonining jadal o‘sib borishi hamda ularni uy-joyga bo‘lgan talabini qondirish eng muhim masalalardan biri hisoblanadi. Bizni boquvchi ona yerimizning qarib 2/3 qismi suvlikdan iborat. Quruqlikning ham ko‘pgina qismi sahrolar, tog‘lar, daryolar, batqoqliklardan iboratligi yer resursini ham chegaralagan. Undan yashashimizdan tashqari boshqa

ehtiyojlarimizni ham qondirishimiz zarur. Shu boisdan XXI asrga kelib bunday muammolarni yechish muhim va dolzarb bo‘lib bormoqda. Dunyo aholisi zich joylashgan hududlarda uy-joyga bo‘lgan talabni qondirishning yangi yechimi yaratilmoqda. Hozirgi kunda yer yuzi aholisi soni 7 mlrd.dan oshdi. Ammo bu aholining ko‘pgina qismi shaharlarda yashashadi.

Davlatlarning muhandislik salohiyati uning rivojlanish darajasiga uzviy bog‘liq. Jahon mamlakatlari aksariyat qismi qurilish eng yirik daromadli soha ekanligini anglab yetishgan. Ular o‘zlarining mablag‘ini turli xil noyob va betakror inshoatlar qurishga sarflamoqda. Chunki qurilish sohasi turizm rivojlanishiga eng muhim hisoblanadi. Turizm sarmoya jihatdan serdaromad bo‘lib davlatlar iqtisodiyotiga sezlarli ta’sir ko‘rsatadi. Hozirgi kunda arab mamlakatlari buni anglagan holda neftdan tushadigan daromadni qurilishga(turizm rivojiga) sarf etmoqda. Qachonlardir neft tugasada ammo turizm sohasi davlat aholisini faravon yashashini taminlaydi. Qurilish sohasi doimo barhayot, insoniyat bor ekan bu sohaga doimo yuzlaniladi. Bu sohaga ham yangi inavatsiyalar kirib kelmoqda. Inavatsiya kirib kelishi injenerlarning yanada aniq va samarali ishlashiga sharoit yaratmoqda. Qurilish sohasi mamlakatlarning iqtisodiyotini barqarorlashtiruvchi omilga aylanib bormoqda.

O‘zbekistonda ham qurilish qadimdan rivojlangan. O‘rta asrlarda esa ilm-fan o‘chog‘i bo‘lgani ham sir emas. O‘sha davrlarda qurilgan imoratlar hozirgi kunga qadar saqlanib kelmoqda. Bu esa ajdodlarimizning nechog‘lik buyuk me’mor bo‘lganidan dalolatdir. Asrlar o‘tib bizga qadar yetib kelgan bu yodgorliklar yurtimiz turizm sohasi rivojlanishiga katta hissa qo‘shmoqda.Ushbu yodgorliklarning nafis naqishlar bilan bezatilganligi muhandislarning naqadar nozik did sohiblari ekanligini isbotidir. Bobolarimiz tamonidan binolar shu qadar aniqlikda hisob kitob bilan qurilganki bugungi kunda ham o‘z halotini o‘zgartmagan. Hozirgi kunda bu qadimiy me’rosimiz YUNESKO madaniy me’rosiga kiritilgan.

Bugungi kunda davlatimiz qurilish sohasiga keng yo‘l ochdi. Shu sababdan jadal bunyodkorlik ishlari olib borilmoqda. Bu jarayonlarni izchil va sifatli bajarish uchun albatta yuqori malakali kadrlarga extiyoj yanada oshadi. Malakali kadrlar tayyorlash bo‘yicha yechim omillarini tahlil qilamiz.

Mavzu bo‘yicha adabiyotlarini tahlil qilish

Aholimiz o‘sib borogan sari qurilish-muhandislik sohasiga bo‘lgan talab yana oshib bormoqda. Bu boradagi ishlarni samarali tashkil etish bo‘yicha prizdentimiz juda ko‘plab farmon va qarorlar qabul qildi. “Qurilish sohasini yanada rivojlantirish to‘g‘risida”gi[1] farmoni, “Qurilish vazirligini tashkil etish to‘g‘risida”gi [2] qarori qabul qilindi. Buning natijasida kadrlash tayyorlash uchun katta etibor qaratildi. Qurilish sohasida malakali kadrlar tayyorlash bo‘yicha ilmiy ishlar olib borishgan. Shunday olimlardan biri Moskva arxitektura-qurilish instituti texnika fanlari doktori, professor A.A.Shrayber o‘z hamkasblari bilan birgalikda “Qurilish Sanoati xodimlari: muammolari va

[1]O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev 2018-yil 2-aprelda PF-5392 farmoni
[2]O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev 2018-yil 2-aprelda PQ-3646 qarori

yechish yo‘llari” nomli ilimiy ishida bu haqida mulohaza yuritadi.
Unda yozilishicha Arxitektura va qurilish sohasiga nodavlat ta 'lim muassasalari vakillari va ish beruvchilar - qurilish biznesi vakillarini jalb qilish orqali ta 'lim faoliyatini birlashtirish bo‘yicha Strategik sheriklik komissiyasining ishtirokchilari sonini kengaytirish[1] kerak.

Rossiya quruvchilar uyushmasi prezidenti Vladimir Yakovlev sohaning kadrlar muammosini hal qilish bo‘yicha o‘z nuqtai nazarini bayonda, “Qurilish sanoati va uy-joy kommunal xo‘jaligi uchun ishchilarni tayyorlash va qayta tayyorlash muammosi mamlakat iqtisodiyoti uchun tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Uy-joylarning talab qilinadigan hajmini faqat tegishli miqdordagi va birinchi navbatda, qurilish sohasini kadrlar bilan yuqori sifatli ta'minlagan holda ishga tushirish mumkinligi aniq. Shuni unutmasligimiz kerakki, zamonaviy qurilish har uch yildan besh yilgacha mutaxassislarning bilimlarini yangilab turishni talab qiladigan dinamik jarayondir. Har qanday qurilish muhandisi har qanday ijtimoiy-iqtisodiy sharoitda talab qilinadigan yagona imkoniyat "hayot davomida ta'lim olish" tamoyiliga amal qilish ekanligini unutmasligi kerak.” [2] Deya fikr bildirgan.

Tadqiqot metodikasi. Kuzatish sintez va tahlil qilish.

Tahlil va natijalar. O‘zbekistonda 2019-yilning yanvar-sentyabr oylari mobaynida 51 trln so‘mlik qurilish ishlari bajarilgan. Bu sarf etilayotgan mablag‘larning barchasi xalqimizning farovon barcha qulayliklarga ega bekamiko‘st hayot kechrishlari uchun. Qurilish sohasiga berilayotgan bu kabi e’tiborlar soha rivojiga ta’sir etadi. Shu bilan birga qurilish mutahasislarini tayyorlash ham muhim vazifadir. Hozirgi kunda yurtimizda 2 ta oliygoh quruvchi va arxitektorlarni tayyorlaydi. Bular “Samarqand Arxitektura va Qurilish instituti” hamda “Toshkent Arxitektura va Qurilish instituti”. Bu institutlardan yiliga minglab mutahasislar bitirib chiqadi.Ammo shunnga qaramasdan, katta qurilishlarni olib borishda chetdan mutahasisga ehtiyoj sezilmoqda. Bu esa yurtimizdan chiqayotgan kadrlarning salohiyati yetarli darajada emasligini bildiradi. Har bir loyihalanayotgan binoning loyiha qismiga, bino uchun umumiy summaning 17 foizzi ajratiladi. Bugungi kunda asosiy qurilish chetelik qurilish tashkilotlari tamonidan qurilmoqda. Natijada mablag‘ning malum bir qismi chetga chiqib ketmoqda. Biz ham boshqa davlatlar singari kuchli mutahsislar tayyorlasak bizga ikki taraflama foydali:

-Barcha mablag‘larni o‘zimizda olib qolamiz.

-Chet davlatlarda qurilish qilish orqali qo‘shimcha sarmoya olib kiramiz.

Hozirgi kunda qurilish institutlariga bazi o‘zgarish va yangiliklar kiritish yurtimizning muhandislik sohasining rivojlangan davlatlar darajasiga chiqishiga yo‘l ochadi. Shunday sohalar borki amaliyot bilan birgalikda olib borilganda kutilgan samaradorlika erishiladi. Misol qilib meditsina sohasini olaylik, ular

[1]S.A. Zabelina, A.A. Shrayber , V .P . Kovalevskiy “Qurilish Sanoati xodimlari: muammolari va yechish yo'llari”-175 bet

[2] Rossiya quruvchilar uyushmasi prezidenti Vladimir Yakovlev “Ekspertniy soveti” jurnaliga yozgan maqolasidan. 1-bet.

nazariy o‘qigan narsalrini amalda bajaradilar.



Ushbu grafikda 2017-2020-yillar davomida qurilish uchun ajratilgan mablag‘larning miqdorini korishimiz mumkin.

2020 -yilga qurilish sohasiga ajratilgan mablag‘ miqdori 71 trln ga yetti. Demak bunndan ko‘rinadiki bu soha rivojlanish jadal ketmoqda. Kadrlarga bo‘lgan talab ham yanada oshiga olib keldi.

Ammo malakali kadrlarga zarurat boshqa holatlarda ham sezilib qoldi. Sardoba fojiyasi yoki bazi qurulish hududlarida bitmagan binolarning to‘satdan qulashi ham bunga yoqqol misol bo‘la oladi. Bu kutilmagan hodisalar natijasida davlat iqtisodiyotiga sezilarli zarar yetqaziladi. Bunday holatlarning oldini olishning asosi bo‘lib malakali kadrlar tayyorlash yotadi.

Xulosa va takliflar tatqiqot natijasida shu malum bo‘ladiki qurilish sohasi kadrlari bugungi kun dolzarb muommolaridandir. Shu sababdan bu muomolarni hal etishda quydagi ishlarni amalga oshrish maqsadga muvofiq bo‘lardi

- Institut talim jarayonini yaxshilash va johon ilmiy adabiyotlarni o‘zbek tiliga tarjima qilish.
- Kadrlar malakasini oshrish maqsadida amaliyot darslarini qurilish hududida olib borish. Bugungi kunda kadrlar institutni tamomlagandan so‘ng 1-2 yil o‘z kasbini amaliyot bilan bog‘lashga majnbur bo‘lmoqda. Natijada qurilish sohasiga kirmagan kadrlar malakasiz qolib ketmoqda.
- Qurilish sohasi meyyoriy hujjatlarini qayta ishlab chiqish va ularni o‘zbek tilda yozish lozim. Ko‘pkina qurilish hujjatlari sobiq ittfoq davrida yozilgan bo‘ib qarib 30-40 yil oldingi. Bu davr mobaynina iqlimimiz o‘zgarib ketdi.

Misol sifatida Orol dengizini olishimiz mumkin. Orol dengizi qurishi iqlimimiz tubdan o‘zgarishiga olib keldi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev ning qurilish boyich farmonlari va qarorlari.
2. S.A. Zabelina, A.A. Shrayber , V .P . Kovalevskiy “Qurilish Sanoati xodimlari: muammolari va yechish yo‘llari” Moskva
3. Rossiya quruvchilar uyushmasi prezidenti Vladimir Yakovlev “Ekspertniy soveti” jurnaliga yozgan maqolasidan.
4. T.A.Soltitskaya “Training and development of personnel in Russian companies” (2007) UK, Pp.193-208.
5. Internet “Goole”.

VIII ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА УМУМИҚТИСОДИЙ ВА ИЖТИМОИЙ МУАММОЛАР”

А.З. Табаев – ТИКХММИ доценти
Н.Д. Махмудова – ТИКХММИ талабаси

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ – СОҲА ВА ТАРМОҚЛАРДА ИҚТИСОДИЙ САМАРАГА ЭРИШИШНИНГ ИННОВАЦИОН УСУЛИ

Аннотация: ушбу мақолада уй хўжаликларининг рақамли иқтисодиёт янгиликларидан хабардорлик даражаси, интернет тармоғидан фойдаланиш имконияти ривожланган мамлакатлар ҳамда Қозоғистон мисолида ўрганилган. Соҳа ва тармоқларнинг самарадорлигини оширишда уй хўжаликларининг рақамли иқтисодиёт янгиликларидан хабардорлик эканлиги муҳим аҳамият касб этиши очиб берилган ва изоҳланган.
Калит сўзлар: интернет, “Рақамли Ўзбекистон-2030”, рақамли иқтисодиёт, ЯИМ, ахборот, ақлли шаҳар, инновация, АКТ.
Аннотация: В данной статье проанализированы состояние и перспективы развития цифровой экономики в различных развитых странах мира и на основе анализа недостатков и преимуществ принятых стратегий предлагаются варианты использования современных средств цифровой экономики в различных отраслях и сферах национальной экономики Республики Узбекистан. Также предложены механизмы создания цифровых платформ глобального значения в отраслях народного хозяйства.
Ключевые слова: Интернет, «Цифровой Узбекистан-2030», цифровая экономика, ВВП, информация, умный город, инновация, ИКТ.
Abstract: This article analyzes the state and prospects for the development of the digital economy in various developed countries of the world and, based on an analysis of the shortcomings and advantages of the adopted strategies, it offers options for using modern means of the digital economy in various sectors and spheres of the national economy of the Republic of Uzbekistan. Mechanisms for creating digital platforms of global importance in the sectors of the national economy are also proposed.
Keywords: Internet, “Digital Uzbekistan-2030”, digital economy, GDP, information, smart city, innovation, ICT.

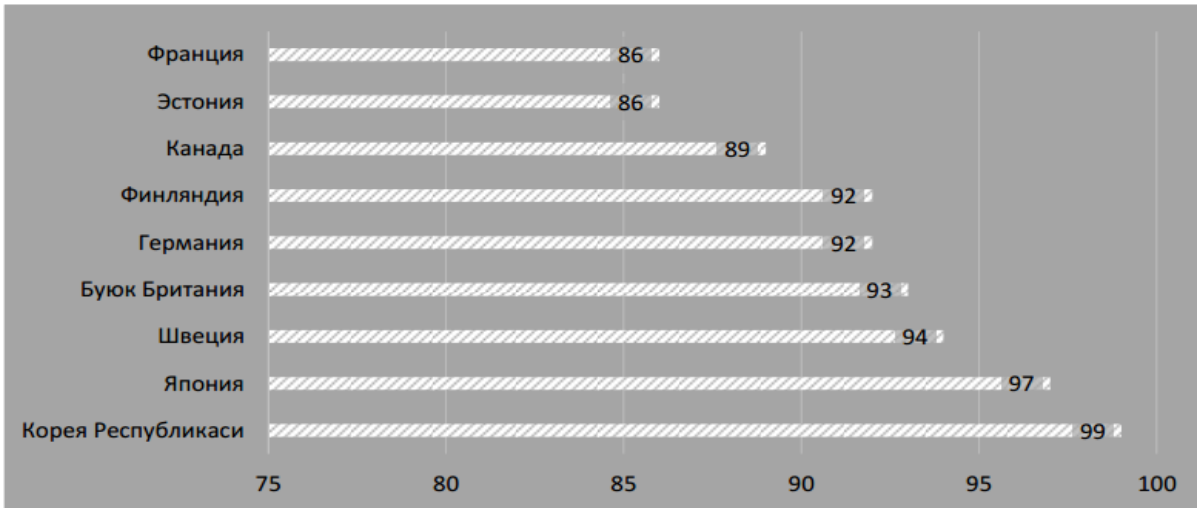
Глобаллашув жараёнида мамлакатлар рақобатбардошлигини белгилашда иқтисодиётда рақамли иқтисодиётнинг ўрни муҳим аҳамият касб этади. Иқтисодиётнинг қайси бир тармоқ ёки соҳасига назар ташламайлик, барчасида рақамли технологияларнинг ўрнини кўрамиз.

Мамлакат банк тизимидаги хизматлардан тортиб, давлат хизматлари даражасида ҳам инновастион рақамли технологияларнинг улушини кўришимиз мумкин.

Аммо дунё мамлакатларининг барчасида ҳам рақамли технологияларнинг ривожланиши учун яратилган шароитлар бир хил эмас. Жумладан, ривожланаётган ҳамда ўтиш иқтисодиётидаги мамлакатларда интернетга уланиш сифатининг юқори эмаслиги ҳамда интернет нархларининг баландлиги рақамли иқтисодиётнинг ривожланишига тўсқинлик қилаётган асосий муаммолардан бири ҳисобланади. Шунингдек, аҳолининг рақамли технологиялардан фойдаланишга тайёр эмаслиги, билим даражасининг юқори эмаслиги, алоҳида эътибор талаб қиладиган муаммолардан асосийси ҳисобланади. Ўзбекистонда ҳам бу борада чуқур ислоҳатлар олиб бориляпти. Бунинг яққол мисоли сифатида президентимизнинг олиб бораётган сиёсатларини айтиб ўтишимиз мумкин. Президентимиз Ш.Мирзиёев 2018йил 21-декабр куни Олий мажлисга қилган мурожаатно-маларида шу масалага алоҳида эътибор берганлар. Мурожотномада куйидагилар таькидлаб ўтилди: “Иқтисодиётнинг барча соҳаларини рақамли технологиялар асосида янгилашни назарда тутадиган Рақамли иқтисодиёт миллий констепстиясини ишлаб чиқишимиз керак. Шу асосда “Рақамли Ўзбекистон-2030” дастурини ҳаётга татбиқ этишимиз зарур. Рақамли иқтисодиёт ялпи ички маҳсулотни камида 30 фоизга ўстириш, коррупцияни кескин камайтириш имконини беради. Нуфузли халқаро ташкилотлар ўтказган таҳлиллар ҳам буни тасдиқламоқда. Шунинг учун Ҳукуматга икки ой муддатда рақамли иқтисодиётга ўтиш бўйича “йўл харитаси”ни ишлаб чиқиш топширилади. Бу борада ахборот хавфсизлигини таъминлашга алоҳида эътибор қаратиш зарур. ”

Клин Кларк ва бошқалар томонидан қурилган миллий ҳисоблар тизими XX асрнинг иккинчи ярмининг фаровонлигига оид ҳужжатларга катта ҳисса қўшди ва ёрдам берди. XXI асрда ахборотнинг қадр-қимматини ҳисобга олиш ҳал қилувчи масала ҳисобланади. Ахборотни табиий равишда ишлаб чиқариш жамоат манфаатларига қарамай, қиммат туради. Бундан ташқари, XX аср бошланғич иқтисодиёти, масалан, бошланғич, иккинчи даражали ва учинчи тармоқлар ўртасида, уй хўжаликлари ва бозор иқтисодиёти ўртасидаги фарқлар тобора аҳамиятсиздир. Ушбу ўзгаришлар янги сиёсий муаммоларни келтириб чиқаради. Рақамли иқтисодиётнинг ривожланишидаги иккинчи муҳим омил реал иқтисодиёт сектори билан биргаликда уй хўжаликларининг ҳам интернет тармоғига улунганлиги ҳам муҳим ўрин эгаллайди.

Жумладан, Корея Республикасида уй хўжаликларининг интернетдан фойдаланиш даражаси 2019 йилда 99 фоизни, Японияда 97, Франстияда эса 86 фоизни ташкил этишини кўрамиз. Ривожланаётган мамлакатларда бу кўрсаткич ўртача 55-60 фоизни ташкил этади. Уй хўжаликларининг интернет тармоғига уланганлик даражаси мамлакатда рақамли иқтисодиётнинг ривожланганидан далолат беради.



1-расм. Ривожланган мамлакатларда уй хўжаликларининг интернетдан фойдаланиш даражаси: 2019 йил
Манбаа: Цифровая экономика. Краткий статистический сборник. Москва 2019.

Ривожланаётган мамлакатлардан бири бўлган Қозоғистонда АКТ ҳамда рақамли иқтисодиётнинг ривожланиш даражасига назар ташласак. Қозоғистонда «Электрон ҳужжат ва рақамли имзо тўғрисида», «Ахборотлаштириш тўғрисида», «Ахборот ва ахборот ҳимояси тўғрисида» ги қонунлар ва ахборотнинг тенгсизлигини камайтириш бўйича давлат дастурлари сингари кўпгина қонунчилик ва меъёрий ҳужжатлар; саноатни инновастион ривожлантириш; ахборот-коммуникастия технологиялари жорий этилди. «Глобал ахборот технологиялари бўйича 2010-2011 йилдаги ҳисобот» халқаро жамоатчиликнинг миллий рақобатбардошлиги учун АКТнинг аҳамияти ва бу соҳадаги тараққиёт стратегияси миллий тараққиётни мониторинг қилиш воситаси бўлиб хизмат қилди. Қозоғистон Озарбайжонни Ҳамдўстликнинг энг яхши ижрочиси деб топди. Мустақил Давлатлар Ҳамдўстлиги (МДҲ) мамлакатлари орасида Қозоғистон ҳозирги пайтда рейтингнинг юқори қисмида ягона МДҲ вакили ҳисобланади ва у 70 ўринни эгаллаб турибди. Қозоғистон ҳукумати Интернетдаги мавжудлиги (24-чи) ва унинг фуқаролари билан ҳамкорлик даражаси (18-чи) сифати диққатга сазовордир.

Хулоса. Жаҳон хўжалигида инновацион иқтисодиётнинг асосий омили бўлган рақамли иқтисодиётни ривожлантириш учун қуйидагиларга эътибор беришни талаб этади:

– Ривожланаётган мамлакатларда интернет тезлигини ошириш ҳамда нархини оптималлаштириш;

– аҳолининг компьютер ҳамда компьютер дастурлари билан ишлаш билим ва кўникмасини ошириш. Жумладан, текин компьютер курсларини ташкил этиш;

– электрон савдо майдончалари фаолиятини ривожлантириш, электрон ҳужжат алмашиш тизимини такомиллаштириш;

– ривожланган мамлакатларда эса аҳолига инновастион рақамли технологиялар: крепто вальюталар, давлат хизматларининг инновацион турлари (е ҳукумат) ҳақида кўпроқ ва кенгроқ маълумот бериш;

Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш Ўзбекистон Республикаси учун ҳам унинг дунё миқёсидаги рақобатбардошлигини белгилаб берадиган стратегик аҳамиятга молик масалалардан бири ҳисобланади. Бу эса давлатимизга рақамли иқтисодиётнинг ривожланишини учун шарт-шароитлар яратиш, уни энг керакли соҳаларга йўналтириш ва бу жараённи имконият даражасида рағбатлантириш зарурлиги демакдир. Миллий иқтисодиётимизнинг яна бир муҳим ажралиб турадиган жиҳати шундаки, ЯИМ асосий қисми давлат корпоратсиялари (ёки давлат иштироки улуши катта бўлган компаниялар) томонидан яратилади. Бундай шароитларда давлат корпоратсиялари раҳбарлиги остида индустриал рақамли платформалар яратиш энг оқилона қадам бўлиб ҳисобланади. Бундай платформалар рақамли иқтисодиётнинг тез ривожланиши ва унга мос келувчи технологияларнинг кенг тарқалиши учун зарур инфратузилма базисини яратади. Фикримизча, рақамли иқтисодиёт платформалари тузишда асосий эътиборни қуйидаги йўналишларга қаратиш зарур: телекоммуникатсиялар, энергетика, транспорт, соғликни сақлаш, солиқ ва солиққа тортиш, дори-дармонлар логистикаси, маълумотларни қайта ишлаш, туризм, ташқи иқтисодий фаолият, кўчмас мулк савдоси ва ишлаб чиқариш. Айнан шу соҳаларнинг ривожланиши керакли инфратузилма ва мос технологик база яратишга имкон беради. Сўнгра уларни иқтисодиётнинг бошқа соҳаларга кўчирган ҳолда Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни максимал даражада тез шакллантириш мумкин бўлади. Бундай ёндашув бугунги кунда республикамиз учун энг мақсадга мувофиқ бўлиб кўринади, лекин у ҳам камчиликлардан холи эмас, албатта. Аммо мос келувчи стратегия танлашда унга асосланиши лозим бўлган рақамли иқтисодиёт консепсиясини шакллантииш учун тахмин қилинган йўл рискларини ҳам, рақамли иқтисодиёт рискларини ҳам ҳисобга олиш лозим. Ривожланган мамлакатлар рақамли иқтисодиётининг кўплаб дастурлари (АҚШ, Австрия, Австралия, Буюк Британия, Кореява бошқалар) асосий эътиборни “рақамли тиббиёт” ва “ақлли шаҳар” ижтимоий йўналишларига қаратган.

Юқоридагиларни амалга ошириш жаҳон хўжалигида рақамли иқтисодиётнинг ўрнини оширишга, ахборот алмашинув тизимини тезлаштиришда муҳим аҳамият касб этади. Шунингдек, уй хўжаликларининг интернет тармоқларидан кенг фойдаланиши тармоқ ва соҳаларнинг самарадорлиги ошишида ҳамда вақт сарфининг қисқариб, иқтисодиётда инновастион технологияларнинг улуши ошишида муҳим аҳамият касб этади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:
1. Ўзбекистон Республикаси президентининг 2018 йил 28 декабрдаги 2019 йил учун энг муҳим устувор вазифалар ҳақидаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси.
2. Постановление Кабинета Министров «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию и внедрению цифровой экономики в Республике Узбекистан от 31 августа 2018 года.
3. Сидорова О.В.(2011).Определение степени готовности страны к электронной экономике. Journal “ Креативная экономика” 89-93.
4.ЛапидусЛ.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией. –М.: ИНФРА-М, 2017. -281 с.
6. https://ru.wikipedia.org

A.M.Soatov – Jizzax Politexnika Instituti mustaqil ilmiy izlanuvchisi

XIZMAT KO‘RSATISH SOHASIGA RAQOBATBARDOSH KADRLAR TAYYORLASHDA INSON KAPITALINI YO‘NALTIRISHDA XORIJIY TAJRIBALAR

Annotatsiya: Maqolada milliy iqtisodiyotning xizmat ko‘rsatish sohasi uchun tayyorlanadigan inson kapitalini baholashga doir milliy statistika idoralari o‘rtasida Jenevada o‘tkazilgan Evropa statistlari konferentsiyasi muhokamasida uning iqtisodiy nazariya va boshqa aktivlarni baholash bilan mos kelishi, kelajak kapitaliga qarab inson kapitaliga investitsiyalar samaradorligini baholash uchun zaruriy ma’lumot beruvchi Rossiya Federatsiyasi ta’lim va fan vazirligi bitiruvchilari bandligini monitoring qilish tizimi ma’lumotlari, shuningdek, investitsiyalar samaradorligini baholash metodologiyasining diskontlash usuli, hamda inson kapitaliga sarmoya kiritish variantlarining grafik taqdimotlari bayon qilingan.

Kalit so‘zlar: inson kapitali, diskontlash, daromad, bitiruvchilar, oliy ta’lim, o‘rta-maxsus ta’lim, foyda, xarajat, qoplanish muddati, sarmoya.

Аннотация: В статье обсуждается его совместимость с экономической теорией и другими оценками активов на Европейской статистической конференции в Женеве между национальными статистическими управлениями по оценке человеческого капитала, образования и образования Российской Федерации. данные системы мониторинга трудоустройства выпускников Миннауки, а также методика дисконтирования, методика оценки эффективности инвестиций, а также графические представления вариантов инвестирования в человеческий капитал.

Ключевые слова: человеческий капитал, дисконтирование, доход, выпускники, высшее образование, среднее специальное образование, прибыль, стоимость, срок окупаемости, инвестиции.

Abstract: The article discusses its compatibility with economic theory and other asset valuation at the European Statistical Conference in Geneva between the national statistical offices for assessing human capital, education and education of

the Russian Federation. data from the system for monitoring the employment of graduates of the Ministry of Science, as well as the discounting methodology, the methodology for assessing the effectiveness of investments, as well as graphical representations of options for investing in human capital.

Keywords: human capital, discounting, income, graduates, higher education, specialized secondary education, profit, cost, payback period, investment.

Milliy statistika idoralari o‘rtasida Jenevada o‘tkazilgan Evropa statistlari konferentsiyasida taqdim etilgan so‘rov natijalarining yuqoridagi natijalariga murojaat qilib, xulosa qilishimiz mumkinki, amalda inson kapitalini baholashda eng ommabop asosan ta’lim sohasining ko‘rsatkichlari bo‘lib, eng maqbul usul bu kelajakdagi daromadlarni hisobga olish hisoblanadi. Daromadga asoslangan yondashuvni ishlatish uchun milliy statistika idoralari tomonidan topilgan asosiy sabab bu uning iqtisodiy nazariya va boshqa aktivlarni baholash bilan mos kelishidir.

Barcha axborot tizimlari va ma’lumotlar bazalari orasida kelajak kapitaliga qarab inson kapitaliga investitsiyalar samaradorligini baholash uchun zaruriy ma’lumot beruvchi Rossiya Federatsiyasi ta’lim va fan vazirligi bitiruvchilari bandligini monitoring qilish tizimi (Graduate.edu.ru) Rossiya Federatsiyasining har bir tarkibiy tuzilmasi uchun, shuningdek, ta’limning alohida yo‘nalishlari va universitetlari uchun bitiruvchilarning ish bilan ta’minlanganligi va ish haqi to‘g‘risidagi ma’lumotlarni o‘z ichiga olganligi sababli va ushbu monitoring ma’lumotlari barcha mintaqalarni qamrab olganligi sababli, undan mintaqaviy darajada inson kapitaliga investitsiyalar samaradorligini baholash uchun foydalanish tavsiya etiladi [1].

Ta’limning turli darajalari ta’sirini taqqoslash qulayligi uchun bitta OTM ichida bitta mutaxassislikni (bitta yo‘nalishni) egallash va o‘rta maxsus va oliy ta’lim darajasi uchun o‘qish narxlarini taqqoslash mumkin. Masalan, “Muhandislik kommunikatsiyalari qurilishi” va “Bino va inshootlar qurilishi” bir turdosh yo‘nalishda bo‘lganligi sababli ko‘nikmalarga ega bo‘lishga imkon beradi va ta’limga, demakki, inson kapitaliga investitsiyalar samaradorligini taqqoslash uchun mos keladi.

O‘zining oliy ma’lumotiga sarmoya kiritgan kishi kelajakda kichikroq sarmoyalar kiritganlarga (o‘rta-maxsus ta’limi olganlarga) nisbatan yuqori daromad shaklida daromad olishni kutadi. Shu sababli, ta’limga sarmoyalar samaradorligini baholash uchun shaxslarning turli darajadagi ta’lim darajalarida xarajatlar va kelajakdagi daromadlarni taqqoslash zarur. Aholining oliy va o‘rta-maxsus ta’limi darajalariga bo‘lgan eng katta talabidan kelib chiqib, daromadlar o‘rtasidagi ta’sirni, ya’ni ularning orasidagi harakatni taqqoslash zarur bo‘ladi.

Ta’lim sohasi bo‘yicha mamlakatimiz bilan qo‘shma dasturni amalga oshirayotgan Rossiya Federatsiyasining ta’lim va fan vazirligi bitiruvchilarini ish bilan ta’minlash bo‘yicha doimiy monitoring ma’lumotlaridan foydalangan holda turli mintaqalar va federal okruglarda ham oliy ma’lumot, ham o‘rta-maxsus ta’limi olgan bitiruvchilarning o‘rtacha ish haqini aniqlash mumkin[2].

Agar Rossiya Federatsiyasining Oryol viloyati ma’lumotlarini ko‘rib chiqadigan bo‘lsak, unda oliy ma’lumotli bitiruvchilarning o‘rtacha daromadining o‘rta-maxsus ta’limi olgan shaxslarning daromadlaridan ortiqligi kuzatiladi (2-jadval). Va bu inson kapitali nazariyasi nuqtai nazaridan tabiiydir.

Foyda va xarajat ko‘rsatkichlari vaqt ichida, ya’ni chegirma orqali bir nuqtaga keltirilishi kerak. Diskontlash: “sof joriy qiymat” (net present value - NPV) investitsiyalar samaradorligini baholash metodologiyasining ko‘rsatkichlaridan biridir [3].

$$NPV = -K + \sum_{i=0}^{T} \left(\frac{1}{1+r}\right)' D_t$$

bu yerda r – diskontlash me’yori;

D_t - t davridagi sof daromad (ish haqi);

K – o‘qitish xarajatlari;

T – vaqt davrlari soni.

2-jadval

Ta’lim darajasi bo‘yicha Oryol viloyati bitiruvchilarining o‘rtacha ish haqi

Yil	Bitiruvchilarning o‘rtacha ish haqi, rublda	
	Oliy ma’lumotli	O‘rta-maxsus ma’lumotli
2018	20676	16626
2019	20676	17806

Manba: Muallif tomonidan tuzilgan.

Bundan tashqari, xarajatlarni yil bo‘yicha taqsimlashingiz mumkin, unda formula quyidagicha bo‘ladi:

$$NPV = \sum_{i=0}^{T} \left(\frac{D_t - C_t}{1+r}\right)$$

bu yerda C_t - t davridagi o‘qitish narxi;

Investitsiyalarning qaytish mezonining ichki me‘yori - bur darajasi, unda NPV=0. Yoki daromadlar xarajatlarga teng:

$$\sum_{i=0}^{T} \frac{D_t}{(1+r)} = \sum_{i=0}^{T} \frac{C_t}{(1+r)}$$

bu yerda D_t - t davridagi ta’limdan olingan daromad;

C_t - t vaqtidagi o‘quv xarajatlari;

r – ta’lim xarajatlarir rentabelligining ichki darajasi;

T – vaqt davrlari soni.

Hozirgi vaqtda t davrlaridagi kelgusi yillik foyda oqimining hozirgi qiymatini quyidagi formula bo‘yicha hisoblash mumkin:

$$V_0 = \frac{D_t}{(1+r)'} + \frac{D_t}{(1+r)^1} + \frac{D_t}{(1+r)^1} + \cdots + \frac{D_t}{(1+r)^r}$$

bu yerda V_0 – joriy qiymat;
r – foiz stavkasi (diskont me'yori);
D_t - t davrida olingan foyda (daromad).

Keling, inson kapitaliga investitsiyalarning ma'lumot jihatdan qulay modelini ko'rib chiqamiz, bu esa o'z navbatida inson qanday qilib ta'lim to'g'risida qaror qabul qilishini tushunishga yordam beradi.

Umumiy o'rta ta'limni tugatgan kishi daromadning ikkita muqobil oqimidan birini tanlaydi (ikkita eng keng tarqalgan ta'lim darajasi):

- o'rta-maxsus ta'limi (O'MT) oqimi avvalroq boshlanadi, chunki 9-sinfda maktabni tugatish mumkin, lekin shu bilan birga u unchalik katta emas;

- oliy ta'lim (OTM) oqimi keyinroq (bitirgandan keyin) boshlanadi, ammo keyinchalik kollej bitiruvchilarining daromadlaridan oshib, tez o'sib boradi.

Ta'limga sarmoya kiritish inson kapitalini yaratadi, bu esa albatta ta'kidlash joizki, to'g'ridan-to'g'ri ishlab chiqarish kapitaliga o'xshash bo'lishi lozim. O'z navbatida shuni ham hisobga olish kerakki, inson kapitaliga qo'yilgan sarmoyalar yetarli darajada yuqori rentabellik darajasiga ega bo'lishi kerak. Inson kapitaliga sarmoyalar nafaqat ta'lim xarajatlarini, balki yo'qotilgan daromadlarni ham anglatadi. Ta'limning afzalliklari va xarajatlarini taqqoslash (vaqt omilini hisobga olgan holda) uning iqtisodiy samaradorligini baholashga imkon beradi. Ko'rinib turibdiki, oliy ma'lumotli shaxslarning umr bo'yi jami daromadi o'rta umumiy ma'lumotli, yoki o'rta-maxsus ma'lumotli shaxslarning ish haqidan yuqori bo'lishi kerak.

Oliy ma'lumot orqasidan orttirilgan kasb-kor bilan qo'lga kiritilgan qo'shimcha daromad ko'pchilik uchun ta'limga mablag' kiritishga rag'batdir.Chunki mazkur shaxs o'z navbatida mazkur jarayonni o'z farzandlariga qo'llaydi.

Qabul qilingan ta'lim bilan bog'liq umumiy qo'shimcha daromad ta'limga qo'yilgan sarmoyadan ancha yuqori bo'lishi kerak, chunki kelajakdagi daromadni diskontlash hozirgi vaqtga kelib uning qiymatini pasaytiradi. Shunday qilib, kelajakdagi qo'shimcha daromad oqimining hozirgi qiymati (V_0) ta'limga investitsiyalardan oshib ketadigan bo'lsa, ta'limga sarmoya kiritish foydali bo'ladi, ya'ni:

$$V_0 = \frac{D_t}{(1+r)'} + \frac{D_t}{(1+r)^1} + \frac{D_t}{(1+r)^1} + \cdots + \frac{D_t}{(1+r)^r} \geq K,$$

bu yerda K – oliy ma'lumot olishning umumiy qiymati;

D_t – bu oliy o'quv yurtlari bitiruvchilari va o'rta-maxsus ma'lumotga ega bo'lganlar daromadlarining yillik farqi.

Agar biz inflyatsiyani diskontlangan me'yor sifatida qabul qilsak va bitiruvchilarning daromadlari har yili inflyatsiya darajasi bilan indekslanadi deb hisoblasak, unda formula quyidagi shaklga ega bo'ladi:

$$V_0 = \frac{D_0(1+r)'}{(1+r)'} + \frac{D_0(1+r)^1}{(1+r)^1} + \frac{D_0(1+r)^1}{(1+r)^1} + \cdots + \frac{D_0(1+r)^r}{(1+r)^r} = D_0 \cdot t_p$$

bu yerda D_0 – oliy o‘quv yurtlari bitiruvchilari va o‘rta-maxsus ma’lumot olganlar daromadlarining dastlabki farqi.

$D_0 \bullet C_{ok} / K$,

$C_{ok} / K / D_0$,

bu yerda C_{ok} – investitsiyaning qoplanish muddati.

C_{ok} = 67060 * 4 / (20676-17806) - 94 oy = = 7 yil 10 oy

Turli darajadagi ma’lumotlarga ega bitiruvchilarning ish haqi nisbati ham qiziqish uyg‘otadi (2-rasm). Masalan, oliy ma’lumotli xodimning ish haqi o‘rta-maxsus ma’lumotli xodimning ish haqidan necha foizga oshadi: (20676-17806) / 17806 = 16%.

Rossiya Federatsiyasi ta’lim va fan vazirligi bitiruvchilarini ish bilan ta’minlash monitoring va ucheba.ru veb-saytining ma’lumotlariga asoslanib, markaziy federal okrug hududlarida ta’limga kiritilgan sarmoyalar samaradorligini taqqoslash uchun xulosa jadvalini tuzish mumkin [4].

Jadval-3

Markaziy federal okrugning alohida hududlarini ta’limga sarmoya kiritish samaradorligi bilan taqqoslash

Shaharlar	Белгород	Воронеж	Рязань	Смоленск	Ярославль	Москва	Орел
OTM da bir yillik o‘qish narxi	79 980	67 060	71 000	80 530	84 070	141 000	67 060
Oliy kasbiy ma’lumotga ega bitiruvchilarning ish haqi, rubl	22551	21814	23529	22340	24631	41254	20676
O‘rta-maxsus ma’lumot olgan bitiruvchilarning ish haqi, rubl	17701	18160	18626	18379	18740	30050	17806
Oliy ma’lumot bilan bitiruvchilar tark etishdi / qolishdi	0,5	0,59	0,65	0,71	0,56	0,66	0,8
Kasb-hunar kollejlari bitiruvchilar tark etishdi	0,35	0,45	0,62	0,56	0,3	0,28	0,71
Investitsiyalarni qaytarish muddati, oylar	65,96	73,4	57,92	81,32	57,08	50,34	93,46
HPE uchun ish haqiga “imtiyozlar”,%	27,4	20,1	26,3	21,5	31,4	37,3	16,1

Manba: Muallif tomonidan tuzilgan.

Xulosa jadvalidan koʻrinib turibdiki, Orel viloyatida, oliy maʼlumotning rentabelligi barcha mintaqalar orasida eng past koʻrsatkichdir, yaʼni oʻrtacha maʼlumotlilarga qaraganda, yuqori maʼlumotli xodim ish haqining oshishi atigi 16% ni tashkil qiladi. Shunga koʻra, oliy oʻquv yurtiga sarmoyalarni qaytarish muddati eng uzoq vaqt hisoblanadi. Moskvadagi taʼlimga sarmoyalar bilan taqqoslaganda qoplash muddati deyarli ikki baravar koʻp. Natijada, oʻrta-maxsus maʼlumotli bitiruvchilarning sezilarli darajada qoʻnimsizligi kuzatilmoqda. Koʻpincha migratsiya mintaqasi geografik yaqinligi sababli Moskva shahri va Moskva viloyatlarida koʻproqdir.

Jadvalda koʻrsatilgan koʻrsatkichlar asosida, buyurtma beruvchi OTM ga kirish yoʻnalishini tanlashda shaxs oʻz istiqbolini baholashi, mehnat migratsiyasi variantlarini koʻrib chiqishi mumkin. Shuning bilan birgalikda shaxs mintaqaviy miqyosda ushbu maʼlumotlarga asoslanib, mintaqadagi inson kapitalidan foydalanish samaradorligi, uning toʻplanishi yoki oqishi toʻgʻrisida xulosa chiqarishi mumkin [5].

Ammo hozirgi paytda mintaqaviy darajada inson kapitaliga sarmoya kiritish samaradorligini koʻrib chiqishda asosiy muammolardan biri bu kerakli hajm va koʻlamda statistic maʼlumotlarning yetishmasligidir. Aholini ish bilan taʼminlash va oliy va oʻrta-maxsus maʼlumotli mutaxassislarga talab bilan bogʻliq monitoring va soʻrov tizimlarining paydo boʻlishi maʼlumotlar holatini ijobiy tomonga oʻzgartirmoqda. Taʼlim sohasi boʻyicha mamlakatimiz bilan qoʻshma dasturni amalga oshirayotgan rivojlangan mamlakat sifatidagi Rossiya Federatsiyasi taʼlim va fan vazirligi bitiruvchilarining bandligini monitoring qilish veb-saytida (Graduate.edu.ru) dolzarb maʼlumotlarni olish mumkin, ammo maʼlum bir mintaqaning mutaxassisliklari nuqtai nazaridan bitiruvchilarning namunalari juda oz. Rosstat tomonidan oʻtkazilgan oʻrta-maxsus taʼlimi muassasalari bitiruvchilarining ish bilan bandligini tanlab kuzatish soʻrovnomalar orasida juda uzoq vaqtni tashkil etadi (har besh yilda bir marta).

Bunday vaziyatda inson kapitaliga sarmoya kiritish samaradorligini baholash uchun kerakli maʼlumotlar doirasini kengaytirish uchun statistic kuzatuvlarni oʻtkazish uchun ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish mumkin boʻlib tuyuladi. Olimlar tomonidan olib borilgan internet tadqiqotlari internet foydalanuvchilarining ijtimoiy tarmoqlardagi faolligini koʻrsatadi. Va mobil texnologiyalarni rivojlantirish bilan birga, smartfon foydalanuvchilari odatda har doim onlayn, masofaviy shakldadir. Ushbu xizmatlarning bunday mashhurligi bilan ularga turli tashkilotlarning qiziqishi tobora ortib bormoqda. Masalan, ESET antivirus va Future Today HR-portal kompaniyalari oʻz tadqiqotlari natijalarini eʼlon qilishdi. Ular 1500 ta ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari va 60 dan ortiq ish beruvchilar oʻrtasida telekommunikatsiya, konsalting, moliya va audit sohalarida soʻrov oʻtkazdilar. Maʼlum boʻlishicha, ish beruvchilarning 65 foizi oʻzlarining rezyumelerini yuborgan nomzodlarni tanlashda ijtimoiy tarmoqlarning maʼlumotlarini boshqaradilar [6].

Ijtimoiy tarmoqlar asosida kuzatuvlar va so‘rovnomalar o‘tkazib, deyarli barcha toifadagi fuqarolarni qamrab olgan ko‘plab respondentlar va ularning o‘tkazilishining muntazamligi tufayli juda ko‘p ma’lumot to‘planishi mumkin. Ushbu ma’lumot juda dolzarb bo‘ladi va uning asosida mavjud jihatlar va tendentsiyalarni tahlil qilish birmuncha qulayroqdir.

Shunday qilib, inson kapitaliga qo‘yiladigan investitsiyalarni o‘rganish o‘zining maqsadiga ko‘ra va shaxs va tashkilot xarajatlari va investitsiya qilingan kapitalning rentabelligini tashkil etadigan xarajatlarning asosiy tarkibiy qismlariga asoslangan holda uning samaradorligini baholash ham o‘zining ko‘plab o‘zgaruvchan metodologiyasiga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Aynaqulov M.A., Ko‘chimov A.H. Menejment. O‘quv qo‘llanma. Jizzax 2020.

2. Xudoyberganov Q.T., Ikromov I.Z., Ibragimov A.X. Xodimlarni boshqarish. O‘quv qo‘llanma. Toshkent 2002.

3. Berkinov B.B. Uy xo‘jaligi iqtisodiyoti. O‘quv qo‘llanma. Toshkent 2014.

4. O‘lmasov A. Oila iqtisodi. O‘quv qo‘llanma. Toshkent – “Mehnat” 1998.

5. Aynaqulov M.A. Xudayberdiyev B.B. Motivatsiya samaradorlik garovi sifatida // Ilmiy axborotnoma jurnali. Samarqand Davlat Universiteti. 2020. № 2 (120). 91-94 b.

6. Парушина Н.В., Лытнева Н.А., Семиделихин Е.А. Методы измерения и оценки человеческого капитала (научный обзор) // Научное обозрение. Экономические науки. 2017 г. № 2. С. 89-99.

О.А.Абдуғаниев – СамИСИ, МИ-220 гуруҳ магистранти,
У.Н.Нормуродов – СамИСИ, “Иқтисодиёт назарияси” кафедраси катта ўқитувчиси

ЎЗБЕКИСТОНДА ПАНДЕМИЯ ШАРОИТИДА ЧАКАНА САВДО ТОВАР АЙЛАНМАСИ ҲАЖМИНИНГ РИВОЖЛАНИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Аннотация: Мақолада пандемия шароитида мамлакатимизда чакана савдо товар айланмаси ҳажмининг 2019-2023 йилларга мўлжалланган прогноз кўрсаткичлари ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: Чакана савдо товар айланмаси, ЯИМ, аҳоли сони, аҳоли даромадлари, прогноз кўрсаткичлари.

Аннотация: В статье разработаны прогнозные показатели розничного товарооборота на период с 2019-2023 годы в условиях пандемии.

Ключевые слова: Розничный товарооборот, ВВП, численность населения, доходы населения, прогнознке показатели

Abstract: The article develops forecast indicators of retail trade turnover in pandemic in the country for the period of 2019-2023.

Keywords: Retail trade turnover, GDP, population, income, forecast indicators.

Жаҳонда давом этаётган пандемиянинг салбий таъсирларини юмшатиш шароитида мамлакатимизда иқтисодиёт тармоқлари, жумладан, савдонинг асосий тармоғи чакана савдони ривожланишининг аниқ истиқболда ривожланиш кўрсаткичларини (прогнози) ишлаб чиқиш бугунги кунда муҳим аҳамият касб этади.

Чакана савдо товар айланмасини прогнозлаштириш жуда мураккаб иқтисодий жараён бўлиб, у ҳаётдаги барча ижтимоий-иқтисодий ўзгаришлар билан чамбарчас боғлиқ, аҳолининг талабини қондириш жараёнини англатувчи кўрсаткич ҳисобланади.

Ўзбекистонда чакана савдо товар айланмасини прогнозлаш (ривожланиш истиқболини белгилаш) учун миллий иқтисодиётимизда 2000-2018 йиллардаги ижтимоий-иқтисодий ривожланишни акс эттирувчи ялпи ички маҳсулот, аҳоли сони, чакана савдо корхоналари сони ва аҳоли даромадлари каби макроиқтисодий кўрсаткичлар асос қилиб олинди.

Чакана савдо товар айланмаси ривожланиши асосий кўрсаткичларининг прогнози SPSS Statistics дастурий пакет имкониятларидан фойдаланиб амалга оширилди.

Чакана савдо товар айланмаси **(У)** ҳажмига таъсир этувчи 4 та асосий **A – “**Ялпи ички маҳсулот” (ЯИМ), **B – “**Аҳоли сони”**, S – “**Чакана савдо корхоналари сони” ҳамда **D – “**Аҳоли даромадлари” омиллар танланди.

Танланган омиллар бўйича 2000-2018 йиллардаги даврий статистикани аҳамиятлилигини текшириш талаб қилинади.

Боғлиқ ўзгарувчи **У** га мустақил ўзгарувчиларнинг ўзаро корреля-ционбоғлиқлиги детерминация коэффициенти - $\mathbf{R^2}$ орқали аниқланади ва унинг қиймати $\mathbf{R^2 = 0,998}$ ни ташкил этиб, омиллар ўртасида боғлиқлик бўйича гипотезани асосли эканлигини тасдиқланди (1-жадвал).

1-жадвал

Моделнинг аҳамиятлилигини текшириш

Модель	R	R^2	Стандартная ошибка оценки	Ўзгарувчан статистика				
				R^2	F нинг хақиқий қиймати	Df1	Df2	p-valio
1	0,999[a]	0,998	1852,1223	0,998	2012,832	4	14	0,000

Омил дисперция билан қолдиқ дисперция орасидаги фарқ **F-Fisher** меъзони асосида аниқланади. $\mathbf{F_{хақ} > F_{критик}}$ бўлса, бу фарқ муҳим деб топилади. Фишернинг 0,01 муҳимлилик даражаси учун $\mathbf{F_{хақ}=2012,8}$ $\mathbf{F_{критик} = 2,39}$ қийматларни қабул қилди. Фишер меъзонига асосланган ҳолда олинадиган функция нормал тақсимотга асосланган ва аҳамиятли ҳисобланади.

Энг кичик квадратлар усули асосида олинган регрессия тенгламасини SPSS дастури асосида олинган мустақил ўзгарувчиларнинг боғлиқ ўзгарувчига таъсирини ҳисоблаб топилган **β-коэффициентлари**

асосида қуйидагича тузамиз (1).

$$\mathbf{Y = -32561,73 + 0,151A + 1,783B - 231,235S + 0,273D} \quad \mathbf{(1)}$$

Ўзбекистонда чакана савдо товар айланмасининг ривожланишига танланган омиллар таъсирини баҳолаш натижалари шуни кўрсатмоқдаки, ялпи ички маҳсулот (ЯИМ), аҳоли сонининг ўсиши ва ахоли даромадларининг кўпайиши чакана савдо товар айланмасига тўғри боғланишли бўлиб, чакана савдо корхоналари сони унга тескари боғланишни ифодаламоқда. Ушбу ҳолат 2-жадвалда келтирилган.

2-жадвал

Ҳисобланган коэффициентлар

Модель	Стандартлашмаган коэффициентлар		Стандартлашган коэффициентлар		
	β	Стандарт хатолик	β	т	Знач.
1 (Константа)	-32561,733	18613,135		-1,749	0,102
A	0,151	0,060	0,449	2,513	0,025
B	1,783	0,907	0,125	1,965	0,070
S	**-231,235**	**110,143**	**-0,150**	**-2,099**	**0,054**
D	0,273	0,076	0,577	3,586	0,003

Бундан шундай хулоса қилиш мумкинки, Ўзбекистонда чакана савдо корхоналари бугунги кунда аҳолининг реал талабини қондира оладиган даражада ташкил этилмаган.

Ушбу холат бўйича бошқа омиллар таъсирисиз топилган регрессия модели асосида Ўзбекистоннинг чакана савдо товар айланмаси ҳажмини истиқболдаги ўзгаришларини аниқланади. Бунда танланган мустақил ўзгарувчиларни даврий экспоненциал текислаш асосида прогноз қиламиз. Экспоненциал силлиқлашга асосланган прогноз моделининг асосий устунлиги шундаки, у тасодифий оғишларга сезиларли жавоб бермасдан, жараённинг янги даражасига изчил мослаша олишидир. Оддий экспоненциал силлиқлаш SPSS statistical дастуридан фойдаланган ҳолда мустақил ўзгарувчиларнинг 2023 йилгача бўлган прогнозини 3-жадвалда келтирамиз.

3-жадвал

Мустақил ўзгарувчиларни экспоненциал силлиқлаш асосида олинган прогноз натижалари

Модель	**2019 йил**	**2020 йил**	**2021 йил**	**2022 йил**	**2023 йил**
A-Модель_1	512491,4	617468,3	722445,2	827422,2	932399,1
B-Модель_2	33807,14	34359,58	34912,02	35464,46	36016,90
S-Модель_3	138,9	147,4	156,0	164,5	173,0
D-Модель_4	339174	393937	448701	503465	558229

Мустақил ўзгарувчиларни экспоненциал силлиқлаш прогноз натижаларининг аҳамиятлили **Q-статистика Льюнга-Бокса тести** асосида қуйидаги гипотеза асосида текширилади (**4-жадвал**).

$\mathbf{H_0}$ - прогноз бўйича олинган натижалар аҳамиятли

$\mathbf{H_a}$ - прогноз бўйича олинган натижалар аҳамиятсиз.

4-жадвал

Мустақил ўзгарувчиларни экспоненциал силлиқлаш прогноз натижалари аҳамиятлилиги Q-статистикаси

Модель	Число предик-торов	Статистики подгонки модели	Q-статистика Льюнга-Бокса (18)			Число выбросов
		Стационар-ный R-квадрат	Статис тики	DF	Значи мость	
A-Модель_1	0	-2,220E-16	.	0	.	0
B-Модель_2	0	2,220E-15	.	0	.	0
S-Модель_3	0	0,253	18,749	17	0,343	0
D-Модель_4	0	0,390	.	0	.	0

Олинган натижалардан маълум бўлмоқдаки, танланган **S - омил** бўйича прогноз натижалари статистик аҳамиятсиз.

Танланган мустақил ўзгарувчи чакана савдо шохобчалари **(S) омилни** чиқариб ташланган ҳолда чизиқли регрессия моделини қайта оламиз **(2):**

$$\mathbf{Y = -4236,861 + 0,128792 * A + 0,179682 * B + 0,286435 * D} \quad \mathbf{(2)}$$

$$\mathbf{R^2 = 0,998;\ F_{ҳақ}(2185,8) > F_{критик}(2,49)}$$

Мустақил ўзгарувчиларни экспоненциал силлиқлаш бўйича 3.3.3-жадвал бўйича прогноз натижалари асосида боғлиқ ўзгарувчи ҳисобланган **У** нинг 2023 йилгача бўлган прогнозини (1) модел асосида ҳисоблаб, 5-жадвалда ифодалаймиз.

5-жадвал

Ўзбекистонда чакана савдо товар айланмасининг 2019-2023 йилларча прогнози, млрд сўм.

Ўзгарувчилар	2018 йил	2019 йил*	2020 йил*	2021 йил*	2022 йил*	2023 йил*
ЯИМ	407515	512491,4	617468,3	722445,2	827422,2	932399,1
Чакана савдо товар айланмаси	133195	164993,7	194299,3	223605,0	252910,8	282216,6
Аҳоли сони, минг киши	33256	33807,1	34359,6	34912,0	35464,5	36016,9
Аҳоли даромадлари	285553	339174	393937	448701	503465	558229

Ўзбекистонда чакана савдо товар айланмасининг 2019-2023 йиллардаги прогноз кўрсаткичлари ЯИМ, аҳоли сони ва ахоли даромадларига боғлиқ ҳолда ўсиши аниқланди. Жумладан, чакана савдо товар айланмаси ҳажми 2018 йилдаги 133195,0 млрд.сўмдан 2023 йилда 149021,3 млрд.сўмга кўпайиб, 282216,6 млрд.сўмни ташкил этиши аниқланди. Бу эса 2023 йилда чакана савдо товар айланмаси ҳажмининг 2018 йилга нисбатан 2,1 баробарга ўсишини англатади. Олинган (1) модел натижаларига кўра чакана савдо айланмасининг ўсишига энг юқори таъсир этувчи омил ахоли даромадлари эканлиги аниқланди. Ушбу кўрсаткич ҳам 2023 йилда 558229,0 млрд.сўмни ташкил қилиб, 2018 йилга нисбатан 1,9 мартага ошиши таҳлил натижаларида аниқланди. Ушбу кўрсаткичларни нафақат базис йилга нисбатан балки йиллар кесимида ҳам таҳлил қилиш муҳим аҳамиятга эга. Сабаби, таҳлил жараёнида кўрсаткичларнинг йиллар кесимида ўзгариш динамикасига баҳо бериш аниқ асосланган илмий хулосалар чиқариш имконини беради.

Ш.М.Каримова – СамИСИ ассистенти

ОВҚАТЛАНИШНИНГ ДОЛЗАРБ КОНЦЕПЦИЯЛАРИДА ОЗУҚА ТОЛАЛАРИНИНГ ЎРНИ ВА РОЛИ

Аннотация: Ушбу мақолада инсон овқатланишнинг янги концепциясини ишлаб чиқишда озуқа толаларни ўрни ва роли, тўғри овқатланиш саломатликнинг энг муҳим омили эканлиги очиб берилди.

Калит сўзлар: овқатланиш, тўғри овқатланиш, парҳез, озуқа толалари,фермент, кислота.

Аннотация: В данной статье раскрывается роль и место пищевых волокон в разработке новой концепции питания человека, при этом правильное питание является важнейшим фактором здоровья.

Ключевые слова: питание, правильное питание, диета, пищевые волокна, фермент, кислота.

Abstract: This article reveals the role and place of dietary fiber in the development of a new concept of human nutrition, while proper nutrition is the most important factor of health.

Keywords: nutrition, proper nutrition, diet, dietary fiber, enzyme, acid.

Бугунги кунда Гиппократ томонидан илгари сурилган ғоя илмий жиҳатдан тасдиқланган: "Бизнинг озиқ-овқат моддаларимиз доривор маҳсулотлар, доривор маҳсулотларимиз эса озиқ-овқат моддалари бўлиши керак."

Овқатланиш инсон мавжудлигининг асосий шартларидан биридир. Истеъмол қилинадиган озиқ-овқат миқдори, сифати,

ассортименти, озиқ-овқат маҳсулотларининг доимийлиги ва мунтазамлиги унинг барча кўринишларида инсон ҳаётига ҳал қилувчи таъсир кўрсатади.

Тўғри овқатланиш саломатликнинг энг муҳим омилидир, у инсон ва унинг ҳаёт фаолиятига ижобий таъсир кўрсатади ва асосан кексалик бошланишини кечиктириб, ҳаёт давомийлигини белгилайди.

Инсон организмига доимо таъсир қиладиган экологик шароитлар орасида овқатланиш шубҳасиз энг катта улушга эга. Бироқ, озиқ — овқат бошқа барча экологик омиллардан асосий фарқ қилади-озиқланиш жараёнида ташқи муҳитдан ички омилга айланади ва бундан ташқари, унинг элементлари физиологик функциялар ва инсон органлари ва тўқималарнинг таркибий элементларига айланади.

Шунинг учун овқатланиш инсон организмининг нормал ўсиши ва ривожланишини, унинг ишлаш қобилиятини, турли экологик агентлар таъсирига мослашишини таъминлашда асосий омил ҳисобланади ва охир-оқибатда овқатланиш омили ҳаёт ва фаол инсон фаолиятининг давомийлигига ҳал қилувчи таъсир кўрсатади, деб ҳисоблаш мумкин.

«Озуқа (диетик) тола» атамаси (ОТ) илмий адабиётларга биринчи марта 1953 йилда E.H.Hipsley томонидан киритилган бўлиб, уларни “киришмайдиган углеводлар шаклидаги ўсимликлар ҳужайра деворларининг ҳазм бўлмайдиган қисмлари” деб аташган. 1987 йилда ушбу атаманинг таърифини H.C. Trowell ва D.P. Burkitлар ривожлантирди, улар озиқавий толани полисахаридлар ва лигнинлар жамланмаси сифатида белгиладиларва у эндокрин безларида ҳазм бўлмаслигини кўрсатдилар.

Ҳозирда кунда “озуқа толаси” атамасининг 20 дан ортиқ таърифлари маълум бўлиб, уларда толаларнинг одамнинг ингичка ичагида ҳазм қилувчи ферментлар таъсирига барқарорлигини, балки уларнинг физиологик фаоллиги, химиявий структураси, айнанлик усуллари ҳам ҳисобга олинади.

Кейинги таърифлардан бири Америка химик-ғаллачилик ассоциацияси (АХҒА) томонидан берилган таъриф бўлиб, унда “Озуқа толалари (ОТ) – бу ўсимликларнинг ёки ўхшаш углеводларнинг истеъмол қилиш мумкин бўлган қисми бўлиб, одамнинг ингичка ичагида ҳазм бўлиш ва сингишга барқарор, йўғон ичакда тўлиқ ёки қисман ферментланади. Озуқа толаларига полисахаридлар, олигосахаридлар, лигнин ва бирлашган ўсимлик моддалари киради. Улар қулай физиологик эффектни таъминлайди:

ичаклар моторикасини яхшилайди ва ёки қонда холестерин ва ёки глюкоза миқдорини пасайтиради” дейилади.

Ҳозирда озуқа толалари деб аталадиган моддаларга кишиларнинг муносабатлари узоқ вақтлар салбий бўлган. Овқатланишнинг дастлабки назариялари, мутаносиблашган овқатланиш назариясида нуқтаи-назаридан ҳам, улар кераксиз юк, инсон организми учун ҳеч қандай қимматга эга эмас деб ҳисобланган.

Россиялик физиолог А.М.Углов томонидан XX асрнинг 80-йилларида шакллантирилган ўхшаш овқатланиш назарияси пайдо бўлиши билан моддаларнинг ортиқча юклигига муносабат ўзгарди. Ўхшаш овқатланиш назариясида овқатнинг нафақат нутритив, балки бошқа қисмлари ҳам (регулятор, токсик моддалар), шунингдек одам томонидан синдирилмайдиган моддалар (озуқа толалари) ва эндоген микрофлораларнинг ажратилиши принципиал жиҳатдан муҳим ҳисобланади.

Ўхшаш овқатланиш назарияси ўз эътиборини овқат ҳазм қилиш ва моддалар алмашинуви жараёнига, уларнинг меъёрий ичак микрофлорасининг ўсиши ва ривожланишига таъсири масалаларига қаратади.

Озиқ–овқат маҳсулотларини бойитишда озиқавий толалар истеъмолининг йўл қўйиш мумкин бўлган юқори даражасини асослаш катта аҳамиятга эгадир. In vivo ва in vitro тадқиқотларида бир қатор муаллифлар томонидан озиқавий толалар панкреатик ферментларнинг in vivo-га ўзгартириши аниқланди; дуоденал шарбат (пектинли, гуарли) ёпишқоқлигининг ошиши липаза билан боғланишга ёрдам беради; дуоденал шарбатда (пектин) pH нинг пасайиши амилаза ва липазанинг фаоллигини пасайтиради. Озиқавий толалар HC1 нинг олдиндан ишлов берилиши уларнинг ферментнинг ингибирлик хусусиятини оширади.

Турли даражада намоён бўлувчи шу каби эффектлар каррагинан, хитозан, целлюлоза ва бошқа озиқавий тола турларида аниқланган. Пектин, гуар, буғдой дуоденал шарбатда амилазанинг фаоллигини 35–100%, липазани 40–95%, триптикни 40–85% секинлаштиради, фосфолипазани фақат пектин 75%га бостиради.

Катта миқдордаги озиқавий толани доимий истеъмол қилиш оқсиллар, ёғлар, углеводларнинг сўрилишининг пасайишига олиб келади, бу овқатнинг энергетик қийматининг камайишига олиб келади. Кўпчилик муаллифлар кальций, темир рух, магнийнинг ютилишини пасайтиришга қодир бўлган ҳаддан ортиқ истеъмол қилмасликни кўрсатадилар, бу организмдан азотнинг чиқарилишини оширади, трипсин ва химотрипсиннинг фаоллигини секинлаштиради.

Ушбу эффект фитатларга эга бўлган, темир ва рухни сўрувчи айрим озиқавий толалар учун характерлидир. Айрим тадқиқотларда кўрсатилишича, озиқавий толаларни узоқ вақт истеъмол қилиш витаминлар, айниқса А, С, Е витаминлари, глутамин кислота, селен ва треонин мувозанатига салбий таъсир этиши мумкин. Шу сабабли, парҳезни озиқавий тола билан бойитишда қўшимча равишда минерал нутриентлар ва витаминлар мажмуасини киритиш таклиф этилади.

Бироқ кўрсатиб ўтилган эффектлар маълум турдаги озиқавий толаларни анча катта миқдорда қўллаган ҳолларда кузатилади. Масалан, ҳайвонларда ўтказилган экспериментда парҳезга буғдой маҳсулотлари қўшилгандагина қонда В ва С витаминларининг миқдори камайиши тенденцияси аниқланган, пектин ва микрокристал целлюлоза ҳеч қандай таъсир кўрсатмаган , бир қатор асарларда, организмга узоқ вақт давомида озиқавий толалар киритилишдан уларга кўникиш ҳосил бўлиши, озиқавий толаларни қўллаш курслари орасидаги танаффусларда минерал элементлар, витаминлар ва азотнинг мувозанати тезда тикланиши айтилади.

Замонавий инсон томонидан ишлатиладиган озиқ-овқат маҳсулотлари нафақат пластик ва энергия материалларининг ташувчиси, балки алиментар (ноозиқ-овқат) таркибий қисмларнинг манбаи бўлиб, улар орасида табиий ёки антропогеник келиб чиқиши кўп.

Бошқача қилиб айтганда, озиқ-овқат-организм учун зарур бўлган озиқ-овқат ва биологик фаол моддалар манбаи, аммо шу билан бирга, у турли хил хенобиотиклар — (бегона моддалар манбаи) - радионуклидлар, заҳарли кимёвий моддалар (пестицидлар), нитратлар, нитритлар, микотоксинлар, турли биологик ифлослантирувчи моддалар (микроорганизмлар, вируслар , гелминтлар) ва бошқалар.

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”		
Равшанов Ж.Р.	Хизмат кўрсатиш соҳасининг давлат иқтисодиётида тутган ўрни ва рақамли иқтисодиёт шароитида ривожланиш истиқболлари	4
Эрназаров Н.Э.	Мамлакатимизда рақамли иқтисодиётни жорий этиш йўллари	7
Исаджанов А.А.	Инновация, саноат ва қиймат яратишнинг глобал занжирлари	10
Mamadaliyev F.K	Raqamli iqtisodiyotda xufiyona iqtisodiyotning o‘ziga xos jihatlari	12
II ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА АҲОЛИ БАНДЛИГИ, ФАРОВОНЛИГИ, ЯШАШ СИФАТИ ВА ТУРМУШ ДАРАЖАСИНИ ОШИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Файзиев Ж., Хамраев Ф., Туйғунов А.	Ресторан бизнесидаги амалий инновацион технологиялар	16
Мавлянов М.Т. Урдушев Х.	Чорвачилик кластерларида “Ақлли чорвачилик” технологияларини қўллашнинг аҳамияти	19
Шарифов Ш.С., Абдураҳимов У.	Самарқанд вилояти қишлоқ жойларида маиший хизматлар бозорини ривожлантириш тамойиллари	23
Эшанқулов С. Урдушев Х.	Мева-сабзавот кластерларида “ақлли қишлоқ хўжалиги” технологияларини қўллашнинг афзалликлари	27
Файзиев Ж., Хамраев Ф.	Инновацион гастрономия	31
Жалолова К., Каримова А.М., Камилова Н.А.	Национальные особенности приватизационных реформ в Узбекистане	36
Норбоев У.М.	Предпринимательство в сельскохозяйственном производстве в целях борьбы с бедностью	43
Юсупов Ш.Ш.	Моделирование показателей занятности трудовых ресурсов сельского хозяйства	46
Рахимов З.К.	Миллий иқтисодиётни ривожлантиришда сервис фаолиятини рақамли технологиялар орқали ривожлантириш	48

III ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ МЕХАНИЗМЛАРИ, РИВОЖЛАНТИРИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ”		
Пардаев М.Қ. Пардаев Б.Р.	Туризм соҳасида тадбиркорликни ривожлантириш имкониятлари	52
Акчаев Ф.Ш., Қовулов Ж.М.	Жиззах воҳасида зиёрат туризми ва унинг иқтисодий имкониятлари	55
Садуллаев А., Олланазаров Б.	Туризм соҳаси самарадорлигини оширишда ижтимоий-демографик омилларни ҳисобга олиш	58
Xoliqulov A.N., Abdullayev S.T.	Buxoro viloyatida turizm sohasidagi asosiy ko‘rsatkichlar tahlili	62
Matyakubov U. Ibadullaev E.	“Travel bubble” and its possible use between Uzbekistan and CA countries during COVID-19	65
Каримова А.М.	Сущность инноваций и факторы препятсвующие развитию инновационной деятельности турпредприятий	68
Norkulova D.Z., Abdullayev S.T.	Turistik xizmatlar tarmog‘ini klasterlarni shakllantirish orqali rivojlantirish masalalari	71
Қаландаров У.Х. Салимов Э.Х., Худойбердиев С.	Туризм соҳасида талабни шакллантиришда регрессион боғланиш	75
Ибрагимова М. Фозилова Г.	Туристик хизматларнинг ўзига хос хусусиятлари	79
Абдураимов Д.М.	Туризм соҳасини тартибга солишнинг асосий йўналишлари ва омиллари	81
Ташматов Ш.У.	Инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида туризм соҳасининг ривожланиш тенденциялари	85
Gapparov B.N.	Jizzax viloyatida turizm sohasi samaradorligini oshirish yo‘nalishlari va mexanizmlari	89
Рузибаева Н. Х.	Рақамли иқтисодиёт ривожланиши шароитида туристик корхоналар инновацион фаоллигини ошириш	94
Ходжаниязов Э.С.	Хоразм вилояти туризм соҳаси транспорт хизматларини янада ривожлантиришда рақамли технологияларнинг аҳамияти	98
Ташматов Ш.У. Лим Н.В.	Проблемы и перспективы развития сферы туризма в условиях инновационной и цифровой экономики в узбекистане	101
Зиявитдинов Х.	Формы смарт сервиса в управлении рестораном	105
Ханназарова О. Шокиров Ф.У.	Перспективы развития этнотуризма в Узбекистане	107

Хасанова Н.А.	Туризм фаолиятини давлат томонидан тартибга солишни такомиллаштириш	110
IV ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГНИ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Xoliqulov A.N., Yodgorov A.A.	Kichik biznes faoliyatida marketing va uning asosiy yo‘nalishlari	114
Yahyoxonov N.B.	Raqamli marketingda internet-reklamadan foydalanishning o‘ziga xos xususiyatlari	117
Усмонова Д.И., Рахмонов М.М., Абдуразоков М.	Ташқи бозорларда маркетинг тадқиқотларини амалга оширишнинг ўзига хос жиҳатлар	120
Narkulova Sh.Sh.	Internet marketing in the field of retail trade in the conditions of innovative and digital economy	124
Махмудова Д.Р.	Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш шароитида кичик бизнес бошқарувини такомиллаштириш	127
Boyjigitov S.K. Xo‘jaxmedov U.A.	Ishlab chiqarish korxonalarida marketing faoliyatini samaradorligini baholash mexanizmlarini takomillashtirish	131
Яхёхонов Н.Б. Наркулова Ш.Ш.	Роль инструментов цифровой маркетинга в деятельности интернет-магазинов	133
V ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЎРНИ ВА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Хамракулова О.Д	Инвестиции в сфере образовательных услуг Узбекистана	138
Хайдаров З.Ш.	Тижорат банклари актив ва пассивларини бошқариш: ҳолати, муаммолари ва такомиллаштириш йўналишлари	140
Abdikarimova D.R	Raqamli iqtisodiyot sharoitida bank kreditlari garov ta’minotini baholash faoliyatini tartibga solish masalalari	144
Хусанов Б.Ш. Ходжимамедов А Турсунов И.Н. Турсунов Б.Э.	Маҳаллий бюджет харажатларини ошириш ва улардан самарали фойдаланиш имкониятлари	147
Алиева С.С.	Предпосылки создания финансового механизма развития сельского хозяйства в условиях пандемии коронавируса	150

Рахмонов Ш.Ш.	Хеджирование денежных потоков как потенциальный инструмент влияния на доходов хозяйствующих субъектов	155
Omonov S.O‘.	Raqamli iqtisodiyot sharoitida institutsional investorlarning xalqaro ipo amaliyotlaridagi ishtiroki	158
Шарипов Ш.С. Парсаев А.А.	Инвестицион муҳитни яхшилаш ва ҳудудларнинг инвестицион жозибадорлигини ошириш	161
Назаров А.К.	Рақамли иқтисодиёт шароитида кўчмас мулкни солиқ базаси ва мулкни баҳолаш методлари	166
Жабборова З.М.	Развитие цифровой экономики путём привлечения инвестиций	170
Хусанов Б.Ш. Каримова А.М. Халилов Э.Н.	Кредитная поддержка инвестиционной и инновационно развивающей деятельности туристского предприятия	172
Шерқулов А.Ф.	Банк хизматлари рақобатбардошлигини оширишга қаратилган “стратегик мақсадлар шажараси”	179
Raxmonova A.T	O‘zbekiston moliya bozorida zamonaviy moliya xizmatlarini rivojlantirish masalalari	184
Ахмедов М.А.	Халқаро стандартлар асосида молиявий ҳисобот тузиш зарурлиги	186
VI ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ, АУДИТ ВА СТАТИСТИКА ФАНЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Уразов К.Б., Мардонов М.Ш.	Корхоналарда инновацион фаолият кўрсаткичларини молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига мувофиқ ҳисоботларда очиб бериш масалалари	190
Xayitov E.P. Yo‘ldashev M.I.	Innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida byudjet tashkilotlarida moliyaviy aktivlar hisobi va hisobotini takomillashtirish	195
Уразов К.Б., Хайруллаев Ж.	Қурилиш материаллари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг иқтисодиётда тутган ўрни ва аудит субъектлари сифатидаги хусусиятлари	200
Абдибаева Т. Мирзамуратов Н.	Савдо корхоналарида товарларни қабул қилиш ва сотилишининг ҳисоби	205
Boyjigitov S.K. Narziyev B.K.	Bozor jozibadorligini tahlil qilishda GE (general electric) matritsasini qo‘llash imkoniyatlari	208

Бердиев Қ.	Хусусий капитал аудити методикасини такомиллаштириш	211
Нажмиддинов Д.	Роль информационных технологий в бухгалтерском учете и аудите	215
VII ШЎЪБА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ”		
Пардаев М.Қ., Бабаназарова С.А	Билимли кадр – келажак пойдевори	219
Айнақулов М.А.	Хизмат кўрсатиш соҳалари учун рақобатбардош кадрлар тайёрлашда ОТМ лари ходимларининг компетентлилик йўналишлари	222
Kulanov I.B., Qarshiboyev X.	Uzluksiz ta’lim tizimi uchun yaratiladigan elektron o‘quv-metodik majmualarga qo‘yiladigan talablar	228
Айнакулов Х.А.	Хизмат кўрсатиш соҳасига рақобатбардош кадрлар тайёрлашда ОТМ да инновацион йўналишлар	232
Исанов А. П.	Рақамли иқтисодиёт шароитида рақобатбардош кадрлар тайёрлашда ОТМ ходимларининг касбий компетентлилик жиҳатлари	238
Hamrayev T.	Qurilish sohasi uchun malakali kadrlar muommosini hal etishda amaliyot jarayonining tutgan o‘rni	243
VIII ШЎЪБА. “ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА УМУМИҚТИСОДИЙ ВА ИЖТИМОИЙ МУАММОЛАР”		
Табаев А.З., Махмудова Н.Д.	Рақамли иқтисодиёт – соҳа ва тармоқларда иқтисодий самарага эришишнинг инновацион усули	249
Soatov A.M.	Xizmat ko‘rsatish sohasiga raqobatbardosh kadrlar tayyorlashda inson kapitalini yo‘naltirishda xorijiy tajribalar	253
Абдуғаниев О.А. Нормуродов У.Н	Ўзбекистонда пандемия шароитида чакана савдо товар айланмаси ҳажмининг ривожланиш истиқболлари	259
Каримова Ш.М.	Овқатланишнинг долзарб концепцияларида озуқа толаларининг ўрни ва роли	263

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